

Introduction	1
L'interview	2
Lexique	3
Témoignage d'entreprise	4
Zoom sur les laboratoires	5
Zoom sur des outils	6

1 Introduction

C'est une évidence : l'objet est un tout. Il est certes fonctionnel mais il est aussi perçu par son utilisateur. C'est l'enjeu du design sensoriel : objectiver la sensation perçue, la rendre quantifiable donc reproductible.

La mise en perspective de la dimension fonctionnelle d'un produit est inscrite dans le design industriel ainsi que son esthétisme. Or si l'esthétisme participe au désir d'achat, il ne suffit plus dans un environnement où nous sommes saturés de stimuli visuels. D'autres stimuli doivent donc être pris en considération dans les contraintes de conception. L'établissement de ce constat dans les années 1990 a donné naissance au design sensoriel avec ses technologies et ses méthodologies. Un design qui place l'utilisateur au cœur de la démarche : avant d'utiliser un objet, ce dernier doit le désirer...

Des secteurs précurseurs

L'agroalimentaire, naturellement sensible au goût, à la texture a apporté ses techniques, notamment la métrologie sensorielle. Automobile, cosmétique, luxe etc... Bon nombre de secteurs ont aujourd'hui pris en compte cette dimension du design ; l'agroalimentaire, en tout premier lieu, est à distinguer des autres. Au niveau industriel, c'est l'automobile qui a été le précurseur ; la littérature fait état, par exemple, de travaux de design acoustique permettant de définir le claquement d'une porte ou de reconstituer le « bruit » d'un clignotant.

Le goût, l'ouïe, le toucher seraient-ils en train de rejoindre la vue pour que l'objet rende une notion hédoniste ? Faux, le questionnement n'est pas là. Tout est complémentaire puisque cela constitue l'homme !!!

Une démarche stratégique et innovante

Peu à peu, le design sensoriel s'invite dans les grands groupes comme dans les PME... Il permet au designer de se doter d'un ensemble d'outils pour « objectiver » les sensations perçues, le but ultime étant de pouvoir les reproduire. Pour l'industriel, il est non seulement un puissant outil de différenciation qui peut s'inscrire dans une stratégie d'innovation incrémentale, source de créativité certes, mais également d'innovation de rupture suivant le stade de son intégration dans la conception.



L'interview



trois questions à Régine Charvet Pello

Ambassadrice du design depuis toujours, Régine Charvet Pello, crée son agence RCP design global en 1986 à Tours. Elle lance alors la biennale Créacité, initiative culturelle et internationale visant à valoriser le design. Le design sensoriel, elle l'a créé...

Le Lieu du Design : quelle définition donneriez-vous du design sensoriel ?

Régine Charvet Pello : pour les designers, il s'agit d'outils complémentaires qui permettent d'apporter des éléments comme le confort et la qualité de vie. Cela vient compléter les approches esthétiques et fonctionnelles d'un produit. Le design sensoriel correspond à un besoin sociétal : celui de nous rendre plus proches de nos objets, qu'ils nous parlent un peu plus.

Le Lieu du Design : le design sensoriel, une mode dont vous avez fait une spécialité ?

Régine Charvet Pello : non, je me bats avec Jean-François Basseau pour que ce ne soit pas un effet de mode. Aujourd'hui, tout le monde dit faire du design sensoriel mais sans outil, cela n'est que de la communication sensorielle mais pas du design sensoriel. C'est là l'enjeu de la création de Certesens, dans laquelle RCP a déversé ses résultats de recherche afin de les partager et de les généraliser à travers notamment des formations. Nous souhaitons continuer à développer une technique, une science qui n'existe pas tout à fait encore, mais qui est en émergence.

Le Lieu du Design : travaillez-vous avec des PME ? Comment ?

Régine Charvet Pello : bien sûr, le design sensoriel est un outil de différenciation. Par exemple, pour une PME, fabricant de colles scolaires pour enfants, celle dont on connaît tous l'odeur d'amande ! Notre travail a été de définir l'ADN sensorielle de cette colle et de la reproduire sur toute la gamme de produits, comme identité sensorielle.

3

Lexique

design sensoriel

conception des sensations.

profil sensoriel

carte d'identité sensorielle d'un produit ; il est le produit de l'évaluation sensorielle.

évaluation sensorielle

couvre de la méthode d'analyse sensorielle aux outils permettant d'identifier les sensations monodimensionnelles.

analyse sensorielle

décomposition des grandeurs sensorielles complexes et subjectives induites par le produit.

métrologie sensorielle

quantification des résultats de l'analyse sensorielle.

Bug perceptif : blocage lié au fait que le système de relations objet/sujet/contexte pose problème à l'utilisateur.

Le bug de Bernardo, par exemple, qualifie la perception que l'objet reste sourd à l'utilisateur.

analyse micro psychologique

méthode incluse dans l'évaluation sensorielle, permettant d'identifier les efforts et les bugs perceptifs.

4

Témoignage d'entreprise

Nous entrons chez Anha Création et avant même de distinguer les objets, une sensation de beau s'impose, serait-ce le reflet unique de la laque ? Cette petite entreprise spécialisée dans les objets de décoration laqués valorise cet art véritable, pratiqué au Vietnam depuis des siècles. Alliant technicité, innovation et tradition, elle laque sur toutes sortes de support et de multiples manières.

Ce sont les qualités sensorielles intrinsèquement liées à la laque qui ont suscité le développement d'un nouveau revêtement mural : « je faisais une visite dans les ateliers de laque vietnamiens où l'on me montrait des essais de plaques très fines laquées, j'en ai pris une dans les mains, sa légèreté, la profondeur de la couleur, je l'ai imaginée au mur » c'est ainsi que Jean Marc Signori, designer et partenaire d'Anha Création, raconte la genèse du projet Lak™. Ensuite, le sensoriel a été le fil rouge de ce projet. L'équipe a procédé par comparaison avec d'autres produits du même environnement. Considérés d'un point de vue visuel et tactile, leur analyse a permis de définir les objectifs sensoriels. La laque offre par sa technique un effet miroir qui ouvre les couleurs, une profondeur et suggère le transfert de chaleur, aussi « nous n'avons qu'à laisser parler la matière puisque notre produit fait essentiellement appel au visuel » explique Estelle Berger.

Nous souhaitons à Lak™, le revêtement « haute couture », un réel succès et nous avons pris rendez vous dans un an, pour avoir le retour de celui pour qui le produit est fait : l'utilisateur.

5

Zoom sur Les laboratoires



Certesens Plate-forme d'innovation mutualisée qui regroupe une équipe de spécialistes.

Contact : Régine Charvet Pello 0247752525 / www.rcp.fr

Certech Laboratoire en analyse sensorielle olfactive.

Contact : Henry May +32 (0)64 520 211 / www.certech.be

Ircam Laboratoire de perception et design sonore, intervient dans

« la conception et la réalisation de l'environnement sonore des lieux publics et privés » ainsi que dans le « conseil pour la conception de produits industriels ».

En savoir plus : www.ircam.fr/pds.html

Fcba a mis au point en partenariat avec l'Ecole Nationale Supérieure des Arts et Métiers, une méthode de design sensoriel adaptée aux entreprises de l'ameublement.

Contact : Jean-Marc Barbier / 01.40.19.48.42

Et aussi ... l'**Institut de Métrologie Sensorielle** association sans but lucratif qui depuis sa création en 1997 regroupe des personnes afin de les entraîner dans la perception du toucher et de l'aspect des matériaux.

Contact : Jean-François Bassereau

6

Zoom sur des outils

Sensotact "It's a bit like a grammar book for a sensory language," Sébastien Crochemore.

Créé en 2000, il se veut être une référence de la sensation tactile dédiée à des gens qui pour la définir font appel à un vécu qui leur est propre et donc peu comparable.

En savoir plus : <http://www.sensotact.com/pages/33alhomepag.html>

Pantone du nom de l'entreprise américaine spécialisée dans les nuanciers pour la cosmétique. C'est le référentiel qui représente et de code le plus grand nombre de couleurs (ex : le Pantone 7474C est le vert de la menthe fraîche).

Par usage, ce référentiel sert universellement à la définition des couleurs et en découle celle des sensations colorées.

En savoir plus : <http://www.pantone-france.com/pages/pantone/index.aspx>

Champ des odeurs Créé pour l'industrie agroalimentaire par la Société IAP, c'est aujourd'hui une référence pour définir les odeurs. Cette caractérisation correspond à une norme européenne EN13725.

En savoir plus : <http://cat.inist.fr/?aModele=afficheN&cpsidt=14070341>

Références bibliographiques

- > R. Duchamp. Conception de produits nouveaux HERMES Sciences publications
- > Evaluation Sensorielle, manuel méthodologique, 2ième édition (1998). Techniques et Documentation Lavoisier
- > Traité d'évaluation sensorielle. Aspects cognitifs et métrologiques des perceptions. Sous la direction de I. Urdapilleta. DUNOD, Paris, 2001
- > http://www.guillaumegronier.com/cv_documents/_CDRom_CONFERE/communications/04.Pille.pdf