


***Le Sensolier***  
***Développer les connaissances et***  
***expertises en sensoriel***

**Groupe d'animation**

C. Dacremont	AgroSupDijon - CSGA
D. Dubois	CNRS
P. Faye	ONIRIS
A. Giboreau	INSTITUT PAUL BOCUSE
O. Wathelet	SEB

**Contact et information**

info@lesensolier.com  
www.lesensolier.com



le Sensolier

8<sup>ème</sup> Journée  
14 Octobre 2010, Paris

**Familiarité et nouveauté dans les jugements perceptifs**

**Présentation**

*Le Sensolier* est une association loi 1901 constituée à l'initiative de personnes issues du monde universitaire et industriel, autour d'une même idée : favoriser des échanges pour faire progresser les recherches dans le domaine de la perception humaine.

L'association a pour objectif de susciter les discussions entre industriels et chercheurs s'intéressant au sensoriel, que ce soit du point de vue des sujets percevant ou des objets supports de perception.

## La question du jour

Si les effets de la familiarité sont bien connus dans les tâches de mémorisation, cette variable demeure peu prise en compte explicitement dans les procédures d'analyse sensorielle, davantage centrées sur les l'identification des propriétés intrinsèques des produits ou les pratiques de consommation. Symétriquement, les effets de la nouveauté demeurent problématiques et mal connus, y compris de la part des concepteurs, ce qui constitue pourtant un des risques majeurs de l'innovation.

L'évaluation et l'identification des facteurs de nouveauté et de familiarité dans les jugements perceptifs représentent dès lors un enjeu important dans le domaine des études sensorielles. Aujourd'hui, il serait utile de mieux comprendre ces deux concepts et leur articulation. Est-il possible de les appréhender autrement que sous la forme d'une opposition ? Comment mettre en parallèle les propriétés innovantes des objets et l'absence de référentiel cognitif correspondant ? Quels processus de catégorisation permettent d'élaborer un jugement face à un objet non familier ?

Dans l'esprit du Sensolier, valorisant l'échange pluridisciplinaire – psychologie, linguistique, anthropologie, sociologie, design, évaluation sensorielle..., cette journée associera praticiens ou chercheurs autour du thème :

### Familiarité et nouveauté dans les jugements perceptifs

L'objectif de la journée est de confronter des points de vue théoriques, méthodologiques et empiriques afin d'enrichir les réflexions et les pratiques de chacun. Nous proposons d'aborder familiarité et nouveauté à deux niveaux ; en tant que qualités des jugements perceptifs eux-mêmes (familiarité vs connaissance, apprentissage, etc.) et en tant que caractéristiques d'une expérience avec des produits spécifiques (situation nouvelle, objet familier, etc.).

## Appel à communications

Les propositions pourront par exemple porter sur :

- Quelles définitions donner de la familiarité ? de la nouveauté ?
- Pourquoi et comment évaluer la familiarité et la nouveauté ? Comme propriété d'un produit ? Comme variable psychologique liée à la mémoire des consommateurs ?
- Comment les informations perceptives mémorisées pour une catégorie d'objets sont-elles sollicitées lors de l'évaluation d'un nouveau produit ? Quelles sont les limites même des catégories concernées ?
- Quels liens s'établit-il entre perceptions et connaissances lors du passage d'un produit du statut d'objet nouveau à celui d'objet familier ?
- En quoi la connaissance des usages de produits familiers constitue-t-elle une aide à l'innovation ? ...

## Organisation

Les propositions doivent comporter le titre, le nom, l'affiliation des auteurs et des mots clés. Le résumé (1 à 2 pages) situera la communication dans son cadre théorique de référence. Il inclura également une présentation précise de la démarche, tenant compte de la diversité du public, ainsi que des références bibliographiques.

*Envoi des résumés pour le 21 mai à*  
[info@lesensolier.com](mailto:info@lesensolier.com)

## Calendrier

Appel à communication	1 <sup>er</sup> Mars 2010
Limite de réception des résumés	21 Mai 2010
Notification aux auteurs	1 <sup>er</sup> Juin 2010
Remise des textes (5 pages)	1 <sup>er</sup> Sept. 2010