

ANNE O SENS

TESTER POUR MIEUX SAVOURER



© Jean-François Baclias

EN ACCOMPAGNANT LES ENTREPRISES AGROALIMENTAIRES DANS L'INTÉGRALITÉ DU CYCLE DE DÉVELOPPEMENT DE LEURS PRODUITS, VIA DES ANALYSES SENSORIELLES ET DES PANELS DE DÉGUSTATION, ANNE UNBEKAND FAVORISE LE LANCEMENT DE NOUVELLES GAMMES.

« L'analyse sensorielle, c'est l'examen des propriétés organoleptiques d'un produit, » explique Anne Unbekand, la gérante d'Anne O Sens, installée à la pépinière d'entreprise de **Mutzig/67**. Face à notre mine perplexe, elle rit et ajoute : « Le fait d'évaluer la texture d'une soupe, l'odeur d'une crème pâtissière ou le goût sucré d'une bière aromatisée. Et de travailler pour améliorer le produit, selon l'objectif souhaité. J'interviens pour le lancement d'un nouveau produit ou la refonte d'une recette, afin d'augmenter les ventes, réduire les coûts de production ou de s'adapter à la législation. J'ai récemment collaboré à l'intégration de matières premières à la place du gluten, l'affichage des allergènes devenant obligatoire sur les emballages. » Cette ancienne du service R&D

d'Unilever accompagne des géants de l'agroalimentaire comme des TPE/PME, durant tout le stade de développement et de vie du produit : l'idée, le concept, le prototype, la pré-industrialisation puis la commercialisation.

Des panels de tests

Anne Unbekand utilise des panels d'experts, qu'elle forme en interne dans les entreprises sur des points très spécifiques, comme reconnaître une teneur en sel ou des épices lors de dégustations. Ensemble, ils établissent un « profil sensoriel » du produit, sorte de carte d'identité destinée à le comparer à une recette traditionnelle (si le but est d'obtenir un goût similaire), à mesurer sa qualité et sa conformité avec la réglementation ou son vieillissement pour

déterminer la meilleure date de durabilité minimale⁽¹⁾. Anne O Sens organise également des tests de consommateurs, pour analyser le projet, le comparer avec ses concurrents ou s'assurer de son adéquation avec le public ciblé.

S'assurer de la validité du projet

« Avec le coût et le temps de développement d'un produit – 6 à 24 mois en moyenne – recourir à l'analyse sensorielle est un investissement. Si vous lancez une nouvelle gamme et que le consommateur ne l'apprécie pas... Non seulement il faudra revoir toute la recette, mais en plus informer et reconquérir la clientèle. »

Former pour fidéliser

Une fois le produit lancé, le travail d'Anne Unbekand se tourne vers la formation des équipes de vente, auprès du public comme des professionnels. Son but : donner une « grille de décodage », en plus d'un argumentaire de vente, pour comprendre les goûts des clients. « La vente additionnelle au rayon fromage fonctionnera bien si vous proposez à la dégustation un aliment similaire. Et un bon conseil fidélise la clientèle. » En parallèle, cette passionnée de vins est jury dans des concours nationaux et internationaux et renforce son expertise en intégrant le FoodStudio⁽²⁾ de l'ARIA et le projet NOVIAA⁽³⁾ en tant que consultant expert. Signe supplémentaire que les entreprises s'intéressent de plus en plus à ses services, Anne O Sens a doublé son chiffre d'affaires en 2014. « Mais cela demande un gros travail d'explication ! » Nous, on a tout compris. LÉA DAVY

⁽¹⁾ La date limite de durabilité minimale indique la limite au-delà de laquelle un aliment est susceptible d'avoir perdu ses qualités fonctionnelles et/ou organoleptiques.

⁽²⁾ FoodStudio : plateforme de compétences pour accompagner les entreprises dans leur processus d'innovation.

⁽³⁾ Programme d'accompagnement des IAA alsaciennes en stratégie d'innovation.