

Ce rapport statistique (d'une quinzaine de pages) présente en détails les résultats du test sensoriel de votre produit. Il est élaboré à partir des dégustations réalisées lors du concours ISOGONE par un panel de 150 consommateurs. Il est le fruit d'un travail d'élèves ingénieurs en Master 2 en Agroalimentaire. C'est un document très utile qui vous aidera à mieux connaître votre produit et qui vous donnera des clés d'améliorations.

PRESENTATION DU SOMMAIRE DU RAPPORT

Sommaire.....
1. Présentation générale du concours et des produits participants
1.1. Le déroulement du concours ISOGONE 2011
1.2. Présentation des produits en lice pour le prix produit 2011
1.3. Déroulement de l'analyse sensorielle
1.4. Evaluation du produit
2. Traitement statistique des résultats
2.1. Analyse de l'innovation du produit
2.1.1. Evaluation Globale
2.1.2. Analyse textuelle sur les questions d'innovation
2.1.3. Conclusion sur l'innovation
2.2. Analyse des qualités organoleptiques du produit
2.2.1. Evaluation globale
2.2.2. Analyse textuelle des questions hédoniques
2.2.3. Conclusion sur l'Hédonique
2.3. Analyse Multifactorielle
3. Classification des dégustateurs.....
3.1. Caractérisation des classes par modalités
3.2. Caractérisation des classes par mots
3.3. Conclusion de la classification

1. PRESENTATION GENERALE DU CONCOURS ET DES PRODUITS PARTICIPANTS

Cette partie vous rappelle le déroulement du concours et vous présente des produits en lice cette année. Vous y trouverez une description précise de la composition des jurys de dégustateurs, des matériels et méthodes mis en œuvre ainsi que les questionnaires utilisés pour le recueil des données. Les résultats de votre produit au concours ISOGONE 2011 par rapport aux autres produits seront présentés et commentés. Nous expliquerons les motifs de sa victoire ou de sa défaite au concours ISOGONE.

2. TRAITEMENT STATISTIQUE DES RESULTATS

Cette partie sera richement illustrée par des graphiques permettant d'illustrer les résultats obtenus par votre produit mais également, vous permettant de vous situer par rapport aux autres produits. Chaque graphique sera commenté pour expliquer les méthodes et les conclusions pratiques quant à votre produit.

Cette partie se découpe en 2 analyses distinctes :

La première, se concentre sur les aspects d'innovation du produit. Elle présente les résultats de l'évaluation de tous les critères d'innovation par le panel. Elle met en avant les points forts et les points faibles de votre produit en termes d'innovation. Cela vous donne des arguments de vente précis pour les consommateurs et les professionnels (grâce à notre jury de consommateurs et d'experts).

La seconde analyse se focalise sur les qualités organoleptiques du produit. Nous commenterons chaque question relative au sensoriel, pour vous aider à mettre en évidence ce que les consommateurs ont le plus apprécié dans votre produit. Les critiques seront formulées de manières constructives pour vous aider si besoin à améliorer certaines caractéristiques sensorielles de votre produit.

3. CLASSIFICATION DES DEGUSTATEURS

Dans un dernier temps vous ferons une classification des individus qui vous permettra de voir les classes qui apprécient le plus votre produit. Cette partie vous sera utile dans le sens où elle définit la cible de votre concept. Vous pourrez ensuite exploiter ces résultats pour vos futures actions marketing.

Si vous le souhaitez, une présentation orale de l'étude peut vous être proposée.

