

## Imaginer des concepts produits



Comment enrichir la réflexion rationnelle en mobilisant sens et émotions

A l'origine de cette démarche, une entreprise cosmétique qui souhaite que ses équipes marketing optimisent l'exploitation des travaux et des résultats de son laboratoire R&D.

L'idée était de sortir des sentiers habituels tracés par les méthodologies marketing courantes en explorant la notion de sensorialité.



L'APPROCHE DE LA DIMENSION SENSORIELLE DES PRODUITS PASSE PAR L'EXPERIENCE PLUS QUE PAR LA REFLEXION.

MAIS L'EXPERIENCE ELLE-MEME PEUT ETRE PAUVRE SI L'ON N'OFFRE A SES PERCEPTIONS QU'UN CADRE LIMITE PAR NOS HABITUDES. « REGARDER, C'EST COMPRENDRE ET CHERCHER A ALLER PLUS LOIN » DISAIT LEONARD DE VINCI.

AINSI, LES SENS SONT DES OUTILS DE CREATION AUSSI BIEN QUE DE PERCEPTION. LES ARTISTES ET LES CREATEURS, PAR LEUR PRATIQUE, DEVELOPPENT LEUR « EXPERTISE » SENSORIELLE. A LEUR CONTACT, OU FACE A LEURS ŒUVRES, CHACUN PEUT TROUVER MATIERE A RENOUELER SES PERCEPTIONS.

## S'appuyer sur ses sens pour créer



Autour des prototypes présentés par la R&D, nous avons animé des ateliers de création faisant intervenir les 5 sens.

Encadrés par des artistes professionnels aux compétences d'animation avérées, les ateliers se structuraient autour de plusieurs disciplines : cuisine, sculpture, peinture, scénarios de cinéma, créations sonores.

A partir de matériaux soigneusement sélectionnés par les artistes pour faciliter l'inspiration et les « associations de sensations », chaque participant a pu mener un travail de création en réinterprétant avec ses sens plutôt qu'avec le raisonnement les sensations éprouvées face aux prototypes et concepts présentés.

Avec une méthodologie rigoureuse, toutes ces créations, « matières à sensations », ont été investiguées pour servir de point de départ à la réflexion sur les développements à venir.



## Les résultats

- Une meilleure appropriation par le marketing des pistes de recherche présentées par la R&D.
- Des pistes créatives extrêmement riches à la fois pour le marketing et pour la R&D.
- Un cadre de collaboration inédit et porteur pour des équipes plus habituées au passage de relais qu'à la co-construction.