

## Best practices n°3

**Le mean drop test, le traitement statistique qui permet de mettre en relation l'appréciation globale d'un produit et ses principales caractéristiques sensorielles**



Eurofins Marketing Research utilise trois types de Mean Drop Test, la pertinence de chacun étant fonction du niveau de l'appréciation globale et du niveau atteint par le produit sur les principaux critères d'appréciation :

- Le mean drop et différence
- Le mean drop et satisfaction
- Le mean drop selon les black points

### Les objectifs poursuivis

Le Mean drop test est un outil de traitement statistique qui permet de mettre en relation la note d'appréciation globale d'un produit avec ses facteurs explicatifs de type odeur, goût, texture, couleur. En conclusion, il permet de comprendre sur quelles caractéristiques produits je dois agir pour optimiser l'appréciation globale.

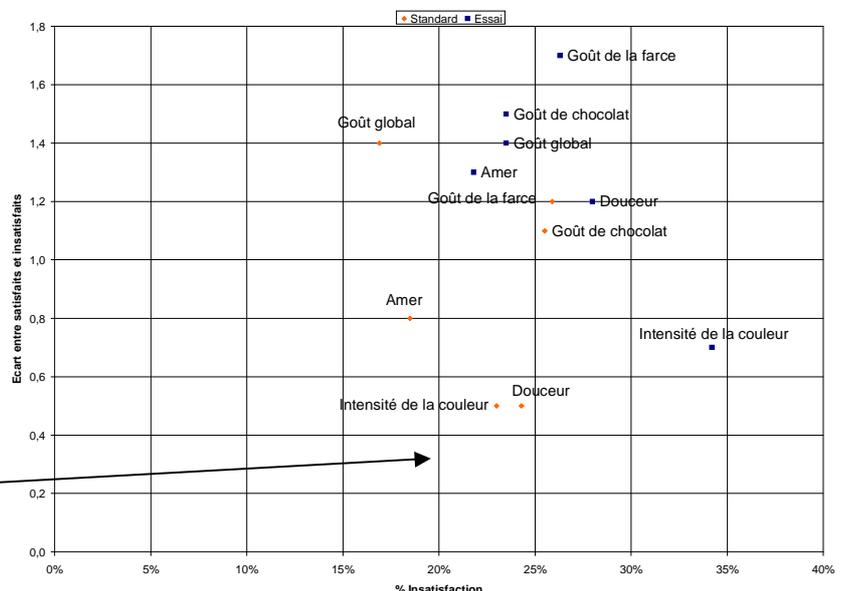
La principale difficulté statistique à résoudre est de mettre en relation une note d'appréciation (de 1 à 9) avec des effectifs déclarant apprécier plus ou moins l'odeur, le goût, ceci excluant de manière évidente le recours aux techniques classiques de la régression

### Le mean drop test et différence

Il s'agit de représenter sur l'axe horizontal le % d'insatisfaits par item (goût, texture) et sur l'axe vertical la différence entre la moyenne recalculée des satisfaits et la moyenne recalculée des insatisfaits. Lorsque ces deux moyennes sont égales, on se situe sur la ligne du mean drop\*

Ligne du mean drop = 1 ou le nb de satisfaits = le nb d'insatisfaits

% d'insatisfaits pour un item critique puisqu'il se situe en dessous du mean drop



Ce mean drop a pour avantage d'être particulièrement visuel et de mettre en perspective les items entre eux. On voit de manière assez nette que sur la plupart des items, l'essai est globalement moins pertinent et qu'il faudra porter une attention toute particulière à ceux en dessous de la ligne du mean drop où le pourcentage d'insatisfaits est important.

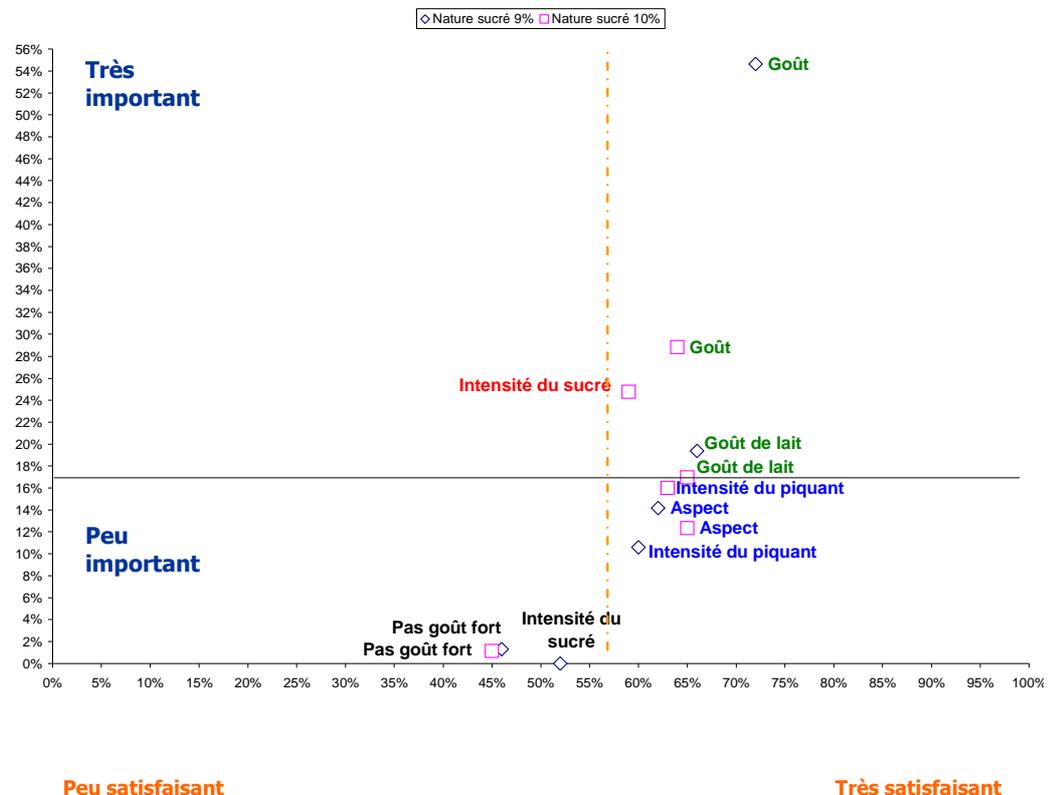
En conclusion, sur ce type de mean drop, la relation avec l'appréciation globale n'est pas évidente, elle est fondée sur l'idée qu'au dessus de la ligne du mean drop, les items impactent plus fortement l'appréciation globale.

## Le mean drop test et satisfaction

Il s'agit de mettre en relation les critères et leur poids dans l'appréciation globale. Sur l'axe horizontal, nous représentons le % de satisfaits et sur l'axe vertical, le poids de chaque critère dans l'appréciation.

L'axe vertical (rouge) représente la limite objective à partir de laquelle on considère l'objectif de satisfaits est atteint.

L'axe horizontal (noir) représente le poids moyen de chaque item dans l'appréciation globale, au dessus de cette ligne, le poids de l'item concerné est plus élevé que le poids moyen ; son rôle dans l'appréciation est donc plus important.



Ce mean drop a pour avantage de mieux comprendre l'appréciation globale, il explique les logiques des personnes qui sont satisfaites par le produit, mais par contre il se place plutôt dans une logique de constat plutôt que dans une logique de progrès : nous savons pourquoi les gens ont apprécié le produit et moins pourquoi ils ne l'ont pas aimé.

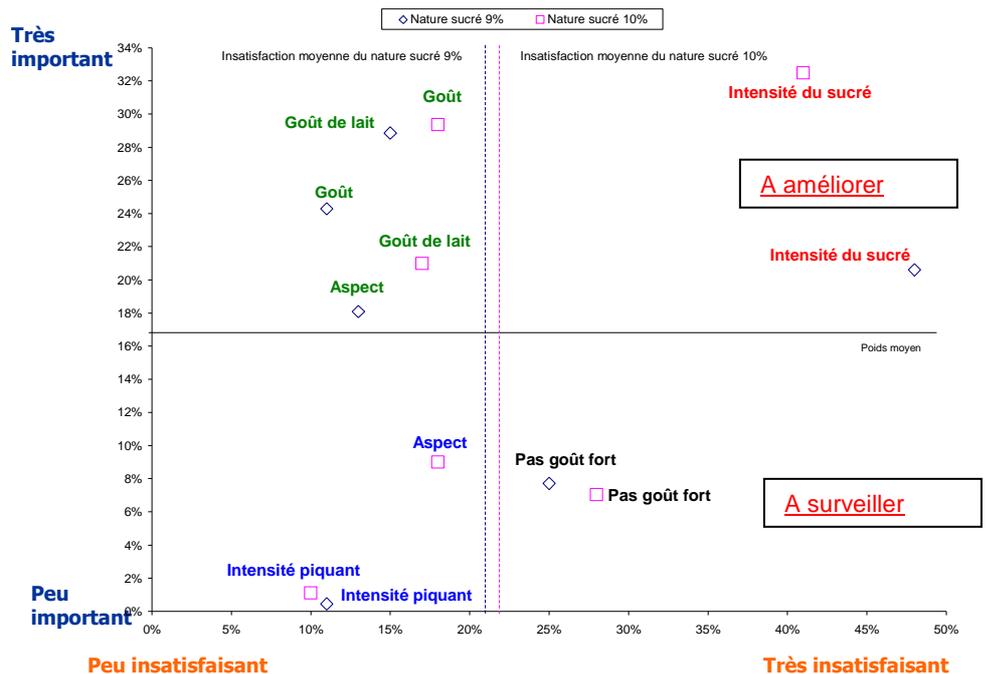
## Le mean drop test selon les black points

Il s'agit du même principe statistique que précédemment mais en prenant en compte non plus les satisfaits mais plutôt les insatisfaits. Le but de ce traitement est de faire émerger les actions que l'on doit mettre en oeuvre pour faire passer l'avis des consommateurs d'insatisfaits vers les satisfaits.

On voit très nettement en première lecture que le nature sucré est moins satisfaisant globalement sur l'ensemble des items et que les items d'intensité de goût sucré sont déterminants pour optimiser l'appréciation globale.

Ce type de traitement statistique se fonde sur l'utilisation de l'analyse

factorielle en correspondances multiples permettant d'obtenir les coordonnées de chaque item. Ensuite, on calcule les coordonnées de l'optimum à atteindre par items. L'écart entre l'item et son optimum est représentée sur l'axe vertical. Enfin, on calcule la corrélation des items dans la satisfaction globale pour déterminer la coordonnée sur l'axe horizontal..



**Ce mean drop test fondé sur les black points a le mérite de concentrer l'analyse des défauts des produits en vue de leur amélioration.**

**Cette démarche de développement d'outils statistique entre parfaitement dans le cadre des réflexions que mènent Eurofins Marketing Research afin de répondre de manière opérationnelle aux interrogations de ses clients.**

## Eurofins Marketing Research

La plus grande capacité de cabines en France

- **3 situations privilégiées** : Paris intra muros (laboratoire accrédité COFRAC), Aix en Provence et Nantes.
- Une **équipe pluridisciplinaire** de spécialistes en conseil, études marketing et analyse sensorielle.
- Un **panel de 40 000 panélistes** ; des consommateurs vraiment naïfs
- Une **présence européenne** : Eurofins Qualis en Italie, Eurofins Norsk Matalyse en Norvège, Eurofins Steins au Danemark, Eurofins Bel-Novaman en Slovaquie, Eurofins WEJ en Allemagne ainsi que par des partenaires audités en UK et Espagne

### Contacts :

Christian Theet - +33 (0) 1 53 34 17 47 – [ChristianTheet@Eurofins.com](mailto:ChristianTheet@Eurofins.com)

Jean-Marc Le Gall - +33 (0) 4 42 94 35 60 – [JeanMarcLeGall@Eurofins.com](mailto:JeanMarcLeGall@Eurofins.com)