

## Best practices n°4

*Voir clair dans la nouvelle norme AFNOR XP V09-500, le service client d'Eurofins Marketing Research met à votre disposition un guide d'interprétation que nous souhaitons venir vous présenter*



La norme AFNOR expérimentale XP V09-500 exposant les directives générales pour la réalisation d'épreuves hédoniques vient d'être publiée. Dans Best practices n°4, Eurofins Marketing Research vous précise sur quoi porte ses évolutions majeures

Les principales évolutions de la norme hédonique portent sur :

- le **nombre de consommateurs minimum** pour la représentativité du panel : deux seuils clés, **60 et 100 consommateurs**
- le **nombre de consommateurs** par étude déterminé en fonction :
  - o [de](#) la définition de l'objectif de l'étude : différence ou similitude
  - o des résultats attendus
  - o de la puissance de l'étude
- la **distribution des notes** d'appréciation attribuées par les sujets à un même produit
- l'**écart** entre deux notes considérées comme important
- la fréquence de **participation des dégustateurs**
- le traitement des commentaires
- l'**association des produits** au sein d'un même étude

Eurofins Marketing Research a rédigé un **guide d'interprétation de l'application de la nouvelle norme** à l'usage des plans de contrôles annuels et des référencements fournisseurs.

A des fins de sensibilisation et de vulgarisation de la norme, Eurofins Marketing Research propose **des journées d'informations destinées aux services qualité de nos clients distributeurs et industriels.**

Ce programme animé par **Peggy Delva, responsable service client analyses sensorielles et études consommateurs** comprend :

- une **présentation des évolutions** normatives et du guide d'application
- une **interprétation de la norme** dans le cadre des bonnes pratiques lors de la mise en place des plans de contrôle à l'intention des responsables qualité et R&D

*Ce programme de sensibilisation se présente sous forme d'une demi journée auprès de l'ensemble des collaborateurs concernés par la norme.*

*Pour plus de facilité, cette demi journée peut-être organisée dans vos locaux afin de pouvoir réunir l'ensemble des personnes concernées*

*Votre responsable d'étude vous contactera afin de savoir si vous êtes intéressées par cette demi journée de vulgarisation gratuite, et convenir avec vous d'une date éventuelle (Juillet ou septembre 2009)*

## **Eurofins Marketing Research**

La plus grande capacité de cabines en France

**3 situations privilégiées** : Paris intra muros (laboratoire accrédité Cofrac Accréditation n° 1-1023\*), Aix en Provence et Nantes. \* Liste des sites accrédités et portée disponible sur [www.cofrac.fr](http://www.cofrac.fr)

→ **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 Matanalyse 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 :**

Peggy Delva - +33 (0) 4 42 94 35 80 – [PeggyDelva@eurofins.com](mailto:PeggyDelva@eurofins.com)

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