



Université du Vin  
Le Château  
26790 Suze la Rousse

En partenariat avec Aix-Marseille Université

## Diplôme d'Université D'ANALYSE SENSORIELLE ET DE DEGUSTATION

### Formation continue

#### **Objectif de l'enseignement :**

Se former aux méthodes scientifiques de l'analyse sensorielle et acquérir des aptitudes professionnelles en dégustation des vins et autres produits agro-alimentaires. Cet enseignement répond à un besoin croissant dans les entreprises : développer la dégustation et le jugement qualitatif des produits alimentaires, facilitant ainsi la promotion et la communication autour de leur produit.

Un produit de qualité dépend de la maîtrise de nombreux facteurs, sa valorisation nécessite une argumentation sensorielle largement explicitée, à travers différents champs disciplinaires (neurosensoriel, linguistique, socio-culturel...).

#### **Déroulement de l'enseignement :**

**Durée :** 245 heures réparties sur 35 journées à raison d'une semaine par mois.  
Les cours ont lieu à l'Université du Vin à Suze la Rousse.

**Date :** du 28 Novembre 2016 au 7 Juillet 2017

**Planning :** 7 Semaines de formation :

- 1) Du 28 Novembre au 02 Décembre 2016
- 2) Du 09 au 13 Janvier 2017
- 3) Du 13 au 17 Février 2017
- 4) Du 27 au 31 Mars 2017
- 5) Du 24 au 28 Avril 2017
- 6) Du 29 Mai au 2 Juin 2017
- 7) Du 03 au 07 Juillet 2017

**Examen :** L'examen final aura lieu en Septembre 2017 (date à définir ultérieurement).

**Public concerné :** salarié, profession libérale, demandeur d'emploi,...

**Coût :** environ 3700 € TTC (plus droits d'inscription universitaire).  
L'inscription universitaire se fait auprès d'Aix-Marseille Université.

**Financement :** CIF, plan de formation entreprise, AIF pôle emploi...

**Contact :** Pré-inscription et renseignements à l'Université du Vin au 04 75 97 21 30  
ou par mail : [universite.du.vin@wanadoo.fr](mailto:universite.du.vin@wanadoo.fr)

**Dossier de candidature universitaire à retourner** (avant le 30 Octobre) :

- à AIX MARSEILLE UNIVERSITE – Madame Karen GROZDANOVIC – Faculté des Sciences - Formation continue – Case 3 – ST CHARLES – 3 Place Victor Hugo– 13003 MARSEILLE
- ou à Université du Vin – Service Formation – Le Château – 26790 Suze la Rousse qui transmettra,

## **Programme :**

### **Module 1 : Sciences humaines et sociales fondamentales pour l'application de l'Analyse Sensorielle**

#### **- Psychophysique :**

Univers physique et représentation mentale.

Traitements statistiques des données sensorielles.

#### **- Physiologie et chimie sensorielles**

Système olfactif et codage central de l'information.

Système gustatif.

La mémoire.

#### **- Introduction à la psychologie – Psychologie du jugement**

Méthodologie expérimentale en sciences comportementales.

Processus perceptifs et cognitifs : Formations des impressions – Catégorisation des phénomènes sensibles.

#### **- Linguistique**

### **Module 2 : Application technique et méthodologique de l'Analyse sensorielle**

**- Définition des bases conceptuelles de la Qualité et des signes de qualité** (aspect technique – économique – réglementaire – culturel)

#### **- Connaissance des méthodes d'analyse sensorielle**

But et objectif de l'analyse sensorielle : Les expériences dans l'agroalimentaire et dans les entreprises viticoles.

Apprentissage des tests :

Epreuves discriminatives,

Epreuves descriptives,

Epreuves de classement/rangs,

Epreuves à grandeur rationnelle,

Les différentes échelles de notation.

Etablissement d'un profil sensoriel

Méthodologie et entraînement

Par rapport aux mesures possibles, constitution de jury (naïf et expert)

Les descripteurs, les déterminants, les préférences

Traitement statistique des données et interprétation

Statistique de base

Utilisation de logiciels

### **Module 3 : Techniques de dégustation**

#### **- Techniques de dégustation des vins**

La méthodologie de dégustation : les phases de l'examen, les constituants chimiques du vin, leur interaction physico-chimiques sur la gustation, les équilibres, les différents types de notation pour l'expression d'un jugement.

Terminologie adaptée aux vins, aux types de dégustation et aux systèmes de notation.

Apports scientifiques œnologiques : Connaissances des facteurs de qualité et de leurs incidences sur les caractères organoleptiques des vins (vinification, aspects chimiques, cépage, terroir, élevage, défauts, déviations...).

Construction des commentaires – Utilisation des commentaires dans le conseil, le marketing, et la communication.

#### **- L'analyse sensorielle d'autres produits. Approche de certains autres produits à forte spécificité gustative et qualitative**

Par exemple : Huile d'Olive, Fromage, Miel, Chocolat, Café, Bière, eaux de vie...

Intérêt des profils sensoriels de ces produits et application dans le secteur commercial.

### **Module 4 : Marketing et communication appliqué au goût et aux vins**

#### **- Problématique du goût et univers sensoriel dans les stratégies marketing : définition et image du marketing sensoriel**

La notion de marché appliquée à l'univers sensoriel.

Problématique du marketing des intangibilités.

Du marketing de la production au marketing de l'expérience.

Consommation et intelligence sensorielle.

Le consommateur actuel et le consommateur en devenir. Valorisation économique du subjectivisme.

Qualité produite et qualité perçue.

Analyse sémantique des profils (méthode du différentiel d'Osgood appliqué aux perceptions).

Marketing mix et déclinaisons sensorielles : les stratégies de prix et les échelles de valeurs sensorielles, les stratégies de distribution et les atmosphères de rencontre, les stratégies de communication et l'appréciation des signaux sensoriels.

**- Communication et santé** : les limites d'intervention marketing.

### **Module 5 : Projet tutoré**