

Offre de stage - 2026

Titre du stage : Application et développement de la méthode iPref sur une catégorie non-food

Contexte :

Nous recherchons un(e) stagiaire pour rejoindre notre équipe spécialisée en analyse sensorielle et sciences du consommateur.

Ce stage s'inscrit dans la continuité des travaux portant sur l'approche Inherited Preference (iPref), une méthode récente intégrant choix successifs et intensité de préférence, déjà validée dans une première application alimentaire (Thomas et al., 2025).

L'objectif est désormais d'étendre cette approche au non-food (cosmétique, soin, parfumerie d'ambiance, hygiène, textile, etc.) afin d'explorer sa pertinence hors de l'alimentaire, d'adapter le protocole si nécessaire et de produire des résultats valorisables scientifiquement et auprès de nos partenaires industriels.

Ce stage s'inscrit dans notre stratégie BtoB, avec une dimension forte de communication scientifique et professionnelle.

Thomas, A., E. Randez, C. Urbano, V. Danten, and E. Teillet. 2025. "Innovative Hedonic Testing: The Inherited Preference (iPref) Approach in Consumer Sciences." *Journal of Sensory Studies* 40, no. 6: e70092. <https://doi.org/10.1111/joss.70092>.

Entreprise d'accueil : SensoStat

SensoStat est une entreprise spécialisée dans l'analyse sensorielle, les études consommateurs et le marketing, ainsi que les statistiques appliquées. Elle propose des services de recherche, de tests consommateurs et de développement de méthodologies innovantes pour aider les entreprises, notamment dans les secteurs alimentaire et cosmétique, à mieux comprendre les préférences et comportements de leurs consommateurs. SensoStat se distingue par son approche scientifique rigoureuse et son expertise en statistique, offrant des solutions sur mesure pour optimiser les produits et l'expérience client.

Encadrant : Arnaud Thomas, Responsable R&I de SensoStat

Objectif du stage :

Déployer la méthode iPref dans un univers non alimentaire afin :

- D'évaluer son applicabilité et sa valeur ajoutée,
- D'adapter le protocole au besoin,
- De conduire une expérimentation contrôlée,
- D'analyser les données sur la base des scores d'Inherited Preference (IP),
- Et de contribuer à la valorisation scientifique et communicationnelle du projet.

Missions :

1. Définition de l'univers produit non-food

- Identifier, comparer et sélectionner une catégorie de produits non alimentaires pertinente (soin, cosmétique, entretien, fragrance, textile sensoriel, etc.).
- Justifier la sélection selon deux critères :
 - pertinence méthodologique (variabilité sensorielle, potentiel discriminant),
 - intérêt stratégique et communicationnel pour nos réseaux BtoB (actualité, attractivité marché, visibilité).

2. Adaptation du protocole iPref au non-food

- Adapter les modalités de présentation, comparaison et échelles à la catégorie retenue.
- Déterminer les modalités de comparaison finale (produit habituel du consommateur ou stimulus neutre) afin de reconstruire les scores d'Inherited Preference de tous les autres produits.
- Anticiper les contraintes spécifiques (persistances sensorielles, texture, odeur, fatigue sensorielle).

3. Conduite expérimentale

- Planifier et organiser les sessions de tests consommateur.
- Veiller au respect des bonnes pratiques expérimentales (randomisation, design contrôlé, instructions aux participants).

4. Analyse des données

- Prétraiter les données issues des tests.
- Calculer et traiter statistiquement les scores individuels d'IP.
- Explorer des approches avancées (Bradley–Terry, Plackett–Luce, logit conditionnel si applicable).

5. Valorisation scientifique et communication

- Contribuer à un abstract pour présentation à un congrès international (Pangborn, Eurosense...).
- Contribuer à la rédaction d'un article scientifique à destination de la nouvelle édition non-food de Food Quality and Preference.
- Participer au développement de supports de communication pour nos réseaux professionnels (newsletter, posts LinkedIn, etc.).

Profil recherché :

Étudiant(e) en ingénierie sensorielle, sciences du consommateur ou domaine connexe.

Intérêt marqué pour les méthodes d'analyse sensorielle et la recherche en sciences du consommateur.

Capacité à travailler en équipe, autonomie et rigueur scientifique.

Compétences en analyse de données et utilisation de logiciels statistiques (R, Python, etc.) sont un plus.

Lieu : Dijon

Lieu, date de début et durée envisagée : Dijon. A partir de Mars 2026, pour une durée de 6 mois

Indemnisation mensuelle : montant à paraître au Journal Officiel

Candidature : Envoyer CV et lettre de motivation à arnaud.thomas@sensostat.fr