

Communiqué de presse

2 mai 2016



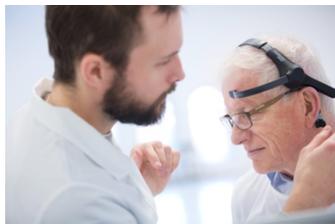
L'analyse des ondes cérébrales montre l'effet des couleurs sur des clients de restaurant

Diegem, 2 mai 2016 – Les couleurs affectent notre comportement et notre humeur. Et bien qu'il y ait de nombreux aspects du restaurant qui importent aux yeux du client, la question de la couleur est un des plus critiques. Afin de démontrer cela, Tork, marque de SCA, a employé la technologie d'analyse des ondes cérébrales pour déterminer comment les clients d'horeca réagissent face à différents coloris afin de pouvoir conseiller les bons articles de table selon l'ambiance voulue.

Pour comprendre comment les couleurs influent dans l'expérience des clients au restaurant, Tork a mis en place une étude en utilisant les technologies les plus modernes. Participants, équipés de casques enregistrant leurs ondes cérébrales, ont dû faire face à huit environnements différents, chacun dans une couleur spécifique. Ainsi, un environnement comportait tout dans la même couleur : mur, sol, meubles et éléments sur la table.

Durant cette expérience, les participants étaient invités à déguster une boisson et un macaron –de la même couleur que le cadre. Dans chaque pièce, l'activité cérébrale et la fréquence cardiaque ont été mesurées, et un questionnaire a été rempli afin de recueillir les réactions des testeurs.

L'analyse montre un schéma clair et récurrent d'humeur et d'émotions provoquées par différents coloris. Les couleurs perçues ont été reliées à différents types de repas au restaurant : du diner romantique au plus formel business lunch. Sur base de toutes les données et résultats de cette expérience, à chaque couleur a été attribuée un profil pertinent quant à l'expérience en horeca :



- **Vert méditatif**
Le vert a un effet guérisseur et reposant, au restaurant. C'est une couleur qui cadre bien lors d'un lunch ou d'une pause café avec des personnes que l'on connaît bien.
- **Noir luxueux**
Un diner raffiné ou une virée nocturne sont liés au noir. En revanche, la couleur est moins appropriée dans un cadre professionnel.
- **Brun calme**
Les recherches montrent que le brun est une couleur appropriée pour les entreprises traditionnelles de la restauration. De plus, il se marie facilement à d'autres couleurs.
- Vous trouverez les profils des couleurs **orange, jaune, rouge, bleu et blanc** dans la brochure en annexe.

« Les couleurs rendent la vie plus riche, et il en va de même pour les restaurants. Mais qu'en est-il de la couleur de votre table ? », questionne Renée Remijnse, marketing manager chez Tork. « En tant que plus grand fabricant d'Europe d'articles de table, nous voulions voir comment nos couleurs pouvaient contribuer à l'expérience dinatoire des clients qui utilisent nos produits. Je pense, par exemple, à l'emploi de certaines couleurs pour un lunch et d'autres pour un diner. »



Les nuances de couleurs qui ont été utilisées pour l'expérience sont basées sur la palette de couleurs de la gamme d'articles de table Tork.

Pour de plus amples détails sur l'étude, veuillez cliquer [ici](#).



À propos de l'étude des couleurs

L'étude a été réalisée par l'agence de recherche United Minds, sur demande de Tork, dans le but de tester la façon dont les couleurs influent sur l'expérience culinaire. L'expérience a eu lieu sur le site de Färgfabriken ("The Color Factory" en suédois) à Stockholm, en Suède, le 2 Décembre 2015. Le test a été réalisé avec 16 individus, répartis en quatre sessions distinctes, fournissant 128 points d'observation uniques. Les personnes testées ont été recrutées dans le but d'assurer une bonne variété démographique. Chacun des sujets de test était équipé d'un casque avec un enregistreur EEG (MindWave Mobile) et un bracelet de fréquence cardiaque (Mio FUSE) tout au long de l'expérience. Les sujets de test ont passé cinq minutes dans chaque pièce. Au cours de chaque session, le dispositif EEG a enregistré cinq observations de données des ondes cérébrales par seconde, ce qui entraîne 1500 observations d'ondes cérébrales par pièce et par personne. La fréquence cardiaque a été enregistrée en continu dans chaque pièce. Après chaque séance de cinq minutes, les pièces sont remises à neuf et les sujets déplacés dans la pièce voisine. Tous ont suivi le même mode opératoire. Afin de minimiser l'effet de la fatigue et de la routine sur les résultats globaux, l'expérience a été conçue de telle sorte que chaque pièce avait le même nombre de changements. Toutes les données ont été regroupées pièce par pièce, puis analysées par rapport aux autres pièces afin de révéler les différences potentielles lors de l'expérience qui pourraient être dues à la variation des couleurs

À propos des ondes cérébrales

Les ondes cérébrales font référence à l'activité électrique de notre cerveau. Cette activité peut être observée dans cinq gammes de fréquences distinctes appelées, à partir de la plus élevée à la plus basse fréquence : gamma, bêta, alpha, thêta et delta. Différentes ondes cérébrales sont associées à différentes fonctions dans notre cerveau. Par exemple, les ondes gamma sont associées à la cognition et le traitement de l'information, tandis que les ondes bêta ont rapport avec une attention consciente et la résolution de problèmes. L'activité des ondes alpha est augmentée lorsque nous sommes dans des états de détente, tandis que les ondes thêta sont associées à la créativité et la connexion émotionnelle. Les ondes delta sont en lien nos niveaux les plus profonds de détente et de repos. A certains moments, une onde cérébrale est plus dominante que d'autres, bien que toutes soient présentes constamment dans une certaine mesure. Grâce à la recherche, les scientifiques ont été en mesure d'interpréter les ondes cérébrales.

Tork® en bref

La marque Tork propose une gamme complète de produits et services pour l'hygiène et le nettoyage dans le secteur de l'hôtellerie et de la restauration, les environnements agroalimentaires, le secteur de la santé, les bureaux, les établissements scolaires ainsi que dans le secteur industriel. Des distributeurs, essuie-mains en papier, papiers toilette, savons, serviettes ainsi que des chiffons d'essuyage destinés à l'industrie et au secteur HoReCa font partie de la gamme proposée. Grâce à son expertise de l'hygiène, du design fonctionnel et du développement durable, Tork est aujourd'hui le leader du marché en Europe. Tork est une marque mondiale de SCA et un partenaire fiable pour ses clients dans plus de 80 pays. Pour retrouver toute l'actualité et les dernières innovations Tork, veuillez consulter les sites : www.tork.be.

Svenska Cellulosa Aktiebolaget SCA

SCA est un groupe international leader du secteur de l'hygiène et de la forêt. Le Groupe SCA développe et fabrique des produits d'hygiène personnelle, d'essuyage papier ainsi que des produits forestiers. SCA réalise ses ventes dans une centaine de pays avec des marques mondiales de renom telles que TENA et Tork et des marques régionales fortes telles que Libero, Libresse, Lotus, Nosotras, Saba, Tempo et Vinda. Premier propriétaire forestier privé d'Europe, SCA accorde une très grande importance à la gestion durable et responsable de ses forêts. SCA comptait environ 44.000 collaborateurs fin 2013 et son chiffre d'affaires s'est élevé à 10,7 milliards d'Euros. Fondé en 1929, SCA est coté à la Bourse NASDAQ OMX de Stockholm. Son siège social mondial est situé à Stockholm en Suède. Plus d'informations sur www.sca.com.



Pour plus d'informations, merci de contacter :

Outsource Communications

C : Katleen Peeters
T : +32 (0)2 451 00 06
E : tork@outsource.be

SCA/Tork

C : Renée Remijnse
T : +31 (0)30 698 46 43
E : renee.remijnse@sca.com

SCA/Tork

Arnhemse Bovenweg 120
3708 AR Zeist
Tel.: +31 (0)30 698 46 66
Fax.: 00800 95 74 25 40
www.sca.com

