

La couleur de la tasse influence-t-elle la perception du goût ?

Nous vivons dans un monde où la couleur est omniprésente. La vaisselle fait partie intégrante de la décoration de votre cuisine et vous mariez avec talent les couleurs et les matières ? Avez-vous déjà imaginé que la couleur de vos récipients pouvait influencer la perception des plats qu'il contiennent ?

La couleur influence la perception

En matière de goût, vous connaissez vos classiques : sucré, salé, amer, acide...

Il semblerait que la vue crée des attentes de goûts et de valeurs nutritionnelles qui préparent à accepter ou à rejeter le plat ou la boisson dégustée. Une étude menée par l'Université d'Oxford et de Valencia le prouve. 57 personnes ont été invitées à goûter le même chocolat chaud servi dans 4 tasses de couleur différente. Il ressort que la tasse de couleur orange a généré le plus d'appréciations positives en matière de goût, par opposition à la tasse blanche qui elle, a au contraire dégradé la perception gustative des sujets.

La couleur, associée à un type de goût

Lors de cette expérience, il a également été démontré qu'une boisson paraissait plus rafraîchissante dans un récipient de couleur bleue ou verte (couleurs froides), tandis que dans un contenant rose elle était perçue comme plus sucrée.

Pour comprendre ce phénomène, les scientifiques se sont penchés sur le fonctionnement du cerveau. On parle de synesthésie. Ce mot à la racine grecque est composé du mot *syn*, « avec » (union), et *aesthesis*, « sensation ». La synesthésie est un phénomène neurologique par lequel deux ou plusieurs sens sont associés, ici la vue et le goût. Si bien qu'en voyant une certaine couleur, le cerveau y associe des goûts.

Une autre étude menée cette fois par un psychologue de l'Université de Melbourne a déterminé qu'un café servi dans une tasse blanche paraissait systématiquement plus intense

La couleur de la tasse influence-t-elle la perception du goût ?

que dans une tasse transparente. La tasse blanche fait ressortir le noir du café qui est associé dans l'imaginaire collectif à l'amertume.

Le marketing sensoriel, ou l'art de suggérer avant d'avoir goûté

Les chercheurs de l'Université d'Oxford précisent que *“Avant même que la nourriture soit dans notre bouche, notre cerveau a déjà formé un jugement sur elle, ce qui affecte l'ensemble de notre expérience alimentaire”*.

Les publicitaires l'ont bien compris et font les choix de couleur de leur packaging en fonction des idées qu'ils souhaitent suggérer. Ainsi, un soda à base de citron, sera perçu comme plus citronné si le packaging présente du jaune dans sa composition graphique.

Et la forme dans tout ça ?

La couleur a son importance mais ce n'est pas l'unique élément à prendre en compte. La forme de la tasse est aussi essentiel à l'art de la dégustation. Nous nous sommes attachés à proposer des formes de tasses qui permettent une dégustation adaptée en fonction du type de café. Nous avons développé plusieurs styles de tasse spéciales espresso dont les tailles et les formes évasées sont parfaitement adaptées à l'épanouissement gustatif de nos cafés !

Articles similaires

La couleur de la tasse influence-t-elle la perception du goût ?



Le café glacé : une nouvelle manière d'apprécier le pe...



Vers une consommation plus durable mais sans oublier la quali...



Comment bien préparer sa rentrée ? Nos conseils