

A red aluminum soda can with a silver pull tab on top. The can is centered against a white background. The text is printed in white on the red surface of the can.

PEPSI VS COKE : AIMEZ-VOUS LE GOÛT OU L'IMAGE ?

Dans les années 1970, une équipe de chercheurs américains a voulu savoir si les consommateurs préféreraient le Pepsi ou le Coca-Cola. On leur a fait goûter ces boissons sans les identifier.

Résultat: au goût, Pepsi l'emporte. Et pourtant le géant rouge reste le plus vendu dans le monde.

On a compris le succès de Coca-Cola grâce à une seconde étude, en 2004. L'imagerie par résonance magnétique a révélé que lorsqu'on boit, une zone du cerveau appelée le putamen réagit au plaisir. À la vue du contenant toutefois, l'activité cérébrale se situe davantage au niveau du cortex préfrontal: autour de zones influentes sur la mémoire et la conscience.

Conclusion: la marque rouge est tellement forte qu'elle porte le consommateur à la choisir sur la tablette.