



Mission 2 :

The Magnum logo, which consists of a gold-colored 'M' with a heart-shaped swirl above it, followed by the word 'MAGNUM' in a large serif font, and 'ice cream' in a smaller sans-serif font below it. A registered trademark symbol (®) is located to the right of the 'M'.



Liiy BARBERIN, Mathis BERT, Hannah HÖSSEL, Sacha LE BOURDAIS, Chérine ZAHRI

Table des matières:

Introduction :	3
I. Stratégie d'enquête et objectifs de chaque étude	3
A. Objectif général:	3
B. Articulation :	3
C. L'entretien individuel : semi-directif.	4
1. Problématique managériale :	4
2. Problématique d'enquête :	4
3. Objectifs de l'étude:	4
4. Justification de l'entretien semi - directif:	4
D. Le groupe de créativité : Brainstorming	4
1. Problématique managériale :	5
2. Problématique d'enquête :	5
3. Objectifs de l'étude:	5
4. Justification du brainstorming :	5
II. L'entretien individuel : semi-directif.	5
A. L'échantillon.....	5
1. Échantillon idéal:	5
2. Échantillon réel:	7
B. Guide d'entretien.....	7
1. Introduction:	7
2. Consigne de départ :	8
3. Thèmes et sous-thèmes:	8
4. Conclusion:	9
C. Choix de l'analyse (l'unité de codage, horizontale,...) :	9
D. Analyse entretiens individuels.....	9
Thème 1 : Les glaces.....	9
Thème 2 : Glace sans sucre.....	10
Thème 3 : Bûche glacée.....	11
Thème 4 : Les barres de céréales.....	11
III. Le groupe de créativité : Brainstorming	12
A. L'échantillon.....	12
1. Échantillon idéal de la barre de céréales :	12
2. L'échantillon réel :	13
B. Guide d'animation:	14
1. Introduction:	14
2. Déroulement brainstorming :	14
3. Conclusion:	15
C. Analyse entretien de groupe:	15
IV. Conclusion générale :	16
V. Annexes.....	17
A. Échantillon Idéal.....	17
a. Échantillon idéal bûche de noël :	17
b. Échantillon idéal glace sans sucre:	18
B. Grille de codage vide :	19
C. Retranscription des entretiens individuels (SEMI -DIRECTIFS)	20
D. Tableau des résultats du produit innovant retenu.....	75
E. Grille de codage.....	76
F. Retranscription des discussions de groupes (BRAINSTORMING).	90

Introduction :

Cette SAE constitue la suite logique de la mission 1 que nous avons réalisée au premier semestre. Lors de cette première mission, nous avons mené une étude documentaire approfondie du marché de la marque Magnum. Cette étude de marché nous a permis d'imaginer, créer des produits innovants pour la marque Magnum pour contrer ces faiblesses. Nous avons ainsi conçu trois nouveaux produits :

- **Une glace sans sucre** : composée d'une coque de chocolat noir intense et d'un cœur vanille. Cette innovation s'inscrit dans la tendance actuelle de réduction de la consommation de sucre. Elle permettrait à Magnum de toucher une nouvelle cible soucieuse de sa santé (personnes diabétiques, en régime, etc.) tout en conservant l'image premium de la marque.
- **Une bûche de Noël** : une bûche au chocolat avec une mousse légère à l'intérieur. Ce produit festif permettrait à Magnum de lutter contre la saisonnalité en s'inscrivant dans les moments de consommation hivernale, notamment pendant les fêtes.
- **Une barre de céréales** : qui permettrait de la diversifier l'offre et l'entrée sur un nouveau segment en évolution. De plus cela va permettre à Magnum d'aller au-delà des glaces, ce qui lui permettrait de s'implanter dans le marché des snacks, en particulier celui des barres de céréales qui est en forte croissance.

I. Stratégie d'enquête et objectifs de chaque étude

A. Objectif général:

L'objectif principal de notre démarche consiste à identifier le produit innovant le plus attractif pour la marque Magnum, puis définir ses caractéristiques clés comme le nom et le packaging. Pour y parvenir, nous avons mené deux études structurées autour d'objectifs précis et d'échantillons rigoureusement sélectionnés, dans le but de proposer un positionnement à la fois pertinent, différenciant et aligné avec les attentes de la cible.

B. Articulation :

Pour choisir le produit le plus pertinent parmi ces trois options, nous proposons de commencer par des entretiens individuels semi-directifs. Cette méthode permettrait de déterminer précisément quel produit correspond le mieux aux besoins et attentes des consommateurs. En effet, les entretiens individuels permettent d'éviter certains problèmes liés au discussion de groupe, comme le leadership ou la conformité, qui pourraient biaiser les résultats. Les entretiens individuels favorisent également un dévoilement sincère des pensées et des préférences, car les participants se sentent moins jugés dans ce format, l'entretien individuel semi-directif permet également de récolter des données (venant d'un échantillon) facilement comparables, centré sur le sujet d'étude et en quantité suffisante.

Ensuite, nous poursuivrons avec un groupe de créativité en utilisant la méthode du brainstorming. Cette étape permettra de générer un maximum d'idées sur des aspects complémentaires du produit sélectionné après analyse des données récoltées lors des entretiens individuels. Cette discussion de groupe nous permettra donc de trouver des suggestions sur le nom du produit et son packaging.

C. L'entretien individuel : semi-directif

Lors de cette étude, notre mission consiste à identifier le produit innovant le plus adapté à la marque et aux attentes de ses consommateurs.

1. Problématique managériale :

Dans un premier temps, il est essentiel de fixer une problématique managériale, tournée vers l'action. Quel produit innovant sera le plus attractif pour les consommateurs ?

2. Problématique d'enquête :

À partir de cette problématique managériale, nous avons énoncé une problématique d'enquête, orientée vers la recherche d'informations. Quelles sont les motivations, les attentes et les freins des consommateurs face à l'achat des trois produits innovants ?

3. Objectifs de l'étude:

- Identifier le produit le plus sujet d'être acheté par les consommateurs
- Déterminer les habitudes de consommation des consommateurs
- Évaluer la fréquence d'achat des produits de la marque Magnum
- Comprendre les motivations d'achat des consommateurs
- Déterminer les freins à l'achat des consommateurs
- Analyser l'image de la marque Magnum auprès des consommateurs
- Déterminer les avantages et inconvénients perçus des produits Magnum

4. Justification de l'entretien semi - directif:

La technique d'enquête qualitative est très répandue, d'un entretien semi-directif est une discussion structurée entre l'enquêteur et la personne interrogée. L'enquêteur aborde différents thèmes structurés de manière souple. En général, ce type d'entretien nécessite d'interroger 20 à 30 personnes. Cependant dans notre cas, nous interrogerons seulement une dizaine de personnes. L'entretien semi-directif présente plusieurs avantages pour notre étude, dont l'objectif est de choisir un produit parmi les trois.

Ce format présente plusieurs avantages pour notre étude, dont l'objectif est de choisir un produit parmi trois proposés par Magnum. L'approche progressive met les répondants à l'aise, en commençant par des questions générales avant d'aller vers des sujets plus précis. Cela permet de recueillir des réponses riches et détaillées sur leurs besoins, attentes, motivations, freins ou encore leur fréquence d'achat.

L'entretien directif suit un guide répertoire constitué de questions précises et prédéfinies, tandis que l'entretien semi-directif laisse plus de liberté au participant pour développer ses réponses et réagir au fil de la conversation. Contrairement à l'entretien non directif, qui repose entièrement sur les réponses spontanées du participant, l'entretien semi-directif garde une structure qui permet de recueillir des informations plus ciblées et pertinentes, tout en restant flexible et spontané.

D. Le groupe de créativité : Brainstorming

Lors de cette étude, notre mission consiste à trouver des idées de noms et de packaging pour le produit innovant sélectionné à l'aide de la première étude afin d'établir un positionnement cohérent entre le produit, sa fonction et la marque Magnum.

1. Problématique managériale :

Dans un premier temps, il est essentiel de fixer une problématique managériale, tournée vers l'action. Comment créer une identité pour le produit innovant qui soit en accord avec l'image de la marque Magnum tout en augmentant son attractivité ?

2. Problématique d'enquête :

À partir de cette problématique managériale, nous avons énoncé une problématique d'enquête, orientée vers la recherche d'informations. Quelles sont les spécificités du nom et du packaging qui permettent de répondre aux attentes des consommateurs ?

3. Objectifs de l'étude:

- Trouver des idées de noms pour notre produit
- Trouver des idées de packaging notre produit

4. Justification du brainstorming :

Le brainstorming est une méthode d'enquête qualitative qui vise à générer un maximum d'idées grâce à une discussion de groupe animée par un animateur. Celui-ci veille à expliquer les règles, objectifs, et lutter contre les effets de groupe tel que l'effet de leadership et la pression vers la conformité.

Cette méthode repose sur quatre règles : ne pas juger les idées, ne pas s'auto-censurer, exprimer librement toutes les idées, et rebondir sur celles des autres pour favoriser les associations. L'objectif est de stimuler la créativité collective. L'animateur intervient peu, se contentant d'orienter discrètement la discussion. La séance dure entre 30 minutes et 1 heure, avec généralement une dizaine de participants. Dans notre cas, le groupe sera composé de 6 personnes.

Nous avons préféré cette méthode plutôt qu'une autre, car elle correspond à nos exigences : elle se déroule en présentiel et encourage la créativité. De plus, contrairement à la technique du groupe nominal (TGN), elle ne repose pas sur l'évaluation des idées, ce qui limite la censure et libère davantage la parole des participants. Nous avons également préféré cette approche au groupe de réflexion, qui est davantage adapté aux situations nécessitant la résolution de problèmes par une analyse rationnelle. En effet, le brainstorming laisse place à toutes les idées, bonnes ou moins qualitatives, l'objectif étant d'obtenir un maximum de propositions satisfaisante grâce à l'association des idées de chacun.

II. L'entretien individuel : semi-directif

Dans le cadre de notre étude sur les produits innovants développés lors de la mission 1, nous allons réaliser des entretiens individuels semi-directifs. Ces entretiens seront menés par un enquêteur, s'appuient sur un guide d'entretien structuré en quatre thèmes. L'objectif est d'identifier le produit Magnum qui correspond aux attentes des consommateurs.

A. L'échantillon

1. Échantillon idéal:

Un échantillon composé d'une trentaine de personnes. Parmi ces personnes, il faudrait idéalement 10 consommateurs réguliers de glaces, et 10 consommateurs occasionnels, dont la moitié serait composée de consommateurs fidèles à Magnum. Puis 10 personnes qui ne consomment pas de glaces, dont 5 non-consommateurs relatifs et 5 non-consommateurs absous, afin de mieux comprendre leurs motivations et freins à la consommation vis-à-vis des glaces.

Les glaces sont aujourd'hui légèrement plus consommées par les femmes (58% de femmes / 42% d'hommes). De plus, d'après une étude, dans 68% des foyers, ce sont les femmes qui effectuent seules les courses¹. Il est donc pertinent d'interroger plus de femmes que d'hommes, tout en gardant un équilibre. Il serait donc idéal d'interroger 20 femmes et 10 hommes.

Pour le critère de l'âge, la tranche d'âge idéale serait de 12 ans à 70 ans. Cette tranche d'âge permet de diversifier et de prendre en compte les différents rapports et attentes vis-à-vis des produits. Sachant qu'en France, les plus grands consommateurs de glace font partie de la tranche 35-49 ans, avec un taux de pénétration d'environ 90% et une consommation moyenne d'environ 7 kg/an². Il serait donc judicieux d'interroger plus de personnes qui correspondent à cette tranche d'âge (18 personnes).

Ensuite, il serait également pertinent d'interroger 5 personnes âgées de 21 à 35 ans, car cette tranche d'âge regroupe à la fois de jeunes actifs développant un pouvoir d'achat et des étudiants, qui peuvent représenter une clientèle potentielle.

De plus, les personnes plus jeunes (12-20 ans) ne sont pas réellement pertinentes à interroger, car elles ne sont pas les cibles principales de nos innovations et leur pouvoir d'achat limité voire inexistant, voire inexistant. Toutefois, afin d'assurer une diversité et une meilleure représentativité de l'échantillon, il serait intéressant d'inclure 2 personnes de cette tranche d'âge.

Enfin, les personnes de 50 à 70 ans sont également une cible potentielle en raison de leur fort pouvoir d'achat, mais aussi parce qu'elles font partie de nos consommateurs cibles. Il serait donc idéal d'interroger 5 personnes correspondant à cette tranche d'âge.

En termes de critères socio-économiques, il est intéressant d'avoir une majorité de personnes avec un pouvoir d'achat assez élevé, car Magnum a un positionnement haut de gamme . Cependant, il serait également pertinent d'inclure des profils ayant des revenus variés, pour mieux comprendre les attentes de l'ensemble des segments de marché.

Sur le plan comportemental, il est essentiel de composer un échantillon qui reflète la réalité des logiques d'achat d'un produit comme Magnum. Cela inclut des acheteurs réguliers de glaces individuelles premium, qui associent le produit à un moment de plaisir personnel, souvent en fin de

¹ <https://www.nestle.fr/media/femmes-charge-alimentation-familles>

² <https://www.businesscoot.com/fr/etude/le-marche-des-glaces-et-sorbets-france?>

journée ou en week-end. À l'inverse, on intégrera aussi des profils plus opportunistes, qui consomment de manière plus ponctuelle, en fonction des promotions ou des envies du moment.

Certains recherchent des formats pratiques à consommer sur le pouce, dans des contextes de mobilité ou de pause rapide. Il est également pertinent d'intégrer un ou deux profils sportifs ou soucieux de leur équilibre alimentaire, non pas pour leurs besoins nutritionnels spécifiques, mais pour observer comment un produit gourmand comme Magnum peut s'inscrire dans un mode de consommation occasionnel, assumé comme un "plaisir autorisé".

Il est aussi important de varier la zone géographique des participants, en incluant à la fois des personnes vivant en milieu urbain et en milieu rural, car l'accès aux produits et les habitudes d'achat peuvent différer selon le type de zone. De plus, intégrer des participants de différentes régions françaises permettra de garantir une représentativité nationale et d'avoir une vision plus complète des attentes des consommateurs sur tout le territoire.

Enfin, pour assurer une diversité des profils et des styles de vie, il serait pertinent d'inclure des étudiants, des jeunes actifs, ainsi que des travailleurs ayant des rythmes de vie variés. Cela permettra de couvrir une large gamme de comportements de consommation et de besoins spécifiques en matière de snacks, tout en tenant compte des différences de revenus et d'attentes entre les différentes catégories socio-professionnelles.

2. Échantillon réel:

Nous avons essayé de trouver des répondants qui correspondent le plus à notre échantillon idéal afin d'obtenir des informations centrées sur notre sujet d'étude. Pour ce faire, nous allons interroger 6 femmes sur nos 10 répondants, ce qui correspond à environ 60% de femmes. Parmi nos répondants, nous avons fait le choix d'interroger :

- 3 personnes (30%) qui se trouvent dans la tranche d'âge de 36-49 ans, car d'après des études, ce sont les personnes qui consomment le plus de glace en France.
- 2 personnes (20%) qui ont entre 21 et 35 ans, afin de représenter les étudiants et jeunes travailleurs, également cibles de nos innovations.
- 1 personnes (10%) entre 12 et 20 ans, pour représenter les adolescents et jeunes adultes.
- 4 personnes (40%) entre 50 et 70 ans.

Cette diversité d'âges et de sexes permet de représenter au mieux la population et les différences entre les individus, garantissant ainsi des résultats d'étude plus concrets.

Ces individus viennent aussi de zones géographiques différentes, certains viennent de milieu urbain, d'autres de milieu ruraux ce qui permet d'augmenter la diversité et avoir des retours plus représentatif de la population française.

De plus, chacun ont des modes de vie plutôt différents : mère et père de famille, étudiants, adulte indépendant avec un travail et mineur encore sous la responsabilités de leurs parents. Les profils socio-économiques sont donc diversifiés, chacun n'ayant pas le même pouvoir d'achat.

La liste des personnes ayant été interrogées figure ci-dessous.

- Jasmine (12 ans) - Collégienne (Chérine)
- Brian (24 ans) - Étudiant en alternance (Lily)
- Laura (28 ans) - Salariée (Mathis))
- Pauline (42 ans) - Salariée (Hannah)
- Céline (43 ans) - Orthophoniste (Mathis)
- Farras (48 ans) - Cadre (Chérine)

- Florence (54 ans) - Psychologue (Sacha)
- Isabelle (59 ans) - Commerçante (Lily)
- Samuel (59 ans) - Salarié (Hannah)
- Phillippe (62 ans) - Salarié (Sacha)

B. Guide d'entretien

1. Introduction:

« Bonjour, merci d'avoir accepté de participer à notre étude. Cet entretien durera une trentaine de minutes. Je m'appelle (Prénom, Nom), je suis étudiant(e) à l'IUT Montpellier. Dans le cadre de nos études, nous devons réaliser une étude sur des produits innovants. L'objectif de cette étude est de définir le produit innovant qui répond au mieux aux besoins et aux attentes des consommateurs. Avant de commencer, je tiens à préciser que cet entretien sera enregistré si cela ne vous dérange pas. Toutes les informations recueillies resteront strictement anonymes et confidentielles ».

2. Consigne de départ :

Pour rappel une consigne de départ doit être simple , large et inviter à parler. Pour ce faire, nous avons choisi pour consigne de départ : Que mangez-vous l'été ?

3. Thèmes et sous-thèmes:

Thème 1 : Les glaces

Ensuite, pour connaître un peu mieux votre positionnement par rapport à la glace. Quelle place occupent les glaces dans votre alimentation ?

- Objectif: Connaître le positionnement du répondant face aux glaces
- Question ouverte : Quelle place occupent les glaces dans votre alimentation ?
- Questions de relance :
 - A quelle occasion consommez-vous des glaces ?
 - Quelle est votre fréquence de consommation de glaces ?
 - Quel paramètre privilégiez-vous dans le choix d'une glace ?
 - Où achetez-vous vos glaces ? (*en grande surface, en glacier artisanal ou en restauration*)
 - Avez-vous une marque de glace préférée ?
 - Que pensez-vous de la marque Magnum ?
 - Trouvez-vous que Magnum propose des innovations intéressantes ?

Thème 2 : Glace sans sucre

“Nous avons pensé à une glace sans sucre pour répondre aux attentes des clients qui aimeraient consommer plus souvent sans avoir à se soucier des conséquences sur leur santé ou sur leur poids.”

- Objectif: Recueillir l'avis des consommateurs sur cette innovation.
- Question ouverte: Que pensez-vous de cette innovation?
- Questions de relance:
 - Êtes- vous sensible aux produits sans sucre?
 - Êtes vous préoccupé par votre santé? Par votre poids ?
 - Quelles seraient vos attentes pour une glace sans sucre ?
 - Quels avantages ou freins voyez-vous à consommer ce type de produit ?

- Quelles sont vos motivations d'achat pour une glace sans sucre ?
- Quels facteurs pourraient influencer votre achat?
- Qu'est-ce qui pourrait vous motiver ou, au contraire, vous dissuader d'en acheter ?

Thème 3 : Bûche glacée Magnum

“Ensuite pour pallier la saisonnalité de la glace nous avons imaginé une bûche de noël, pour ceux qui aimeraient déguster une bûche glacée le soir de noël en famille.”

- Objectif: Recueillir l'avis des consommateurs sur cette innovation.
- Question ouverte: Que pensez-vous de cette innovation?
- Questions de relance:
 - Quelles sont vos attentes vis-à-vis de ce type de produit ?
 - Quels critères influencent votre choix de dessert festif ?
 - Quelles sont vos motivations d'achat pour une bûche Magnum?
 - Quels avantages ou freins voyez-vous à consommer ce type de produit ?
 - Voyez-vous des avantages ou des inconvénients à choisir une bûche glacée Magnum?
 - Quels facteurs pourraient influencer votre achat? (pratique, apport nutritionnel, ingrédients)

Thème 4 : Barre aux céréales

“Pour finir, nous avons pensé à une barre de céréales pour élargir la gamme et s'ouvrir à des personnes qui ne consomment pas de glaces habituellement et pour répondre à des attentes qui demandent des en cas plus pratique et facile et à transporter que les glaces.”

Objectif: Recueillir l'avis des consommateurs sur cette innovation.

Question ouverte: Que pensez-vous de cette innovation?

Questions de relance:

- Quelle place les barres de céréales occupent-elles dans votre alimentation ? (ne sais pas si c'est pertinent)
- Quels seraient vos critères pour choisir une barre de céréales ?
- Quelles sont vos attentes vis-à-vis de ce type de produit ?
- Quelles sont vos motivations d'achat pour une barre de céréales ?
- Quels avantages ou freins voyez-vous à consommer ce type de produit ?
- Quels facteurs pourraient influencer votre achat? (pratique, apport nutritionnel, ingrédients)

4. Conclusion:

Pour conclure cet entretien :

- Qu'est ce que vous avez retenu de l'entretien ?
- Parmi ces trois produits innovants, lequel choisiriez-vous lors de votre prochain achat ?

“Un grand merci pour votre participation à cette étude sur le produit innovant ! Vos avis nous sont précieux et nous aideront beaucoup. Nous vous souhaitons une excellente journée, et au revoir!”

C. Choix de l'analyse (l'unité de codage, horizontale,...) :

Après avoir retranscrit l'ensemble des entretiens individuels figurant dans l'annexe partie B, nous avons choisi d'adopter une approche d'analyse syntaxique. Cette méthode consiste à examiner la structure des phrases des interviewés. L'analyse syntaxique est particulièrement pertinente dans notre contexte, car elle offre une compréhension approfondie des besoins, attentes, motivations...des répondants expriment leurs idées, mettant en évidence les nuances de leurs discours et les éventuelles implications sous-jacentes.

Pour structurer notre analyse, nous avons construit une grille de codage en nous appuyant sur le guide d'entretien préalablement élaboré. Cette démarche nous a permis d'organiser les discours de manière rigoureuse et cohérente, en respectant les thématiques et sous-thématiques prédéfinies.

D. Analyse entretiens individuels

Une fois les données classées dans cette grille, nous avons procédé à leur analyse en adoptant une approche horizontale. Bien que cette méthode puisse entraîner une certaine perte de nuances individuelles, elle présente l'avantage d'offrir une vision synthétique et transversale des réponses. En regroupant les propos des différents répondants par thématique, nous avons pu dégager les tendances générales, facilitant ainsi l'interprétation globale des résultats.

Thème 1 : Les glaces

L'analyse des réponses met en lumière les comportements et perceptions liés à la consommation de glaces. Entre habitudes ponctuelles, critères de sélection bien définis, lieux d'achat spécifiques et avis contrastés sur la marque Magnum, plusieurs tendances claires émergent.

Habitudes de consommation : La glace est majoritairement consommée de façon occasionnelle, avec une forte saisonnalité : l'été reste la période privilégiée, même si certains en mangent ponctuellement l'hiver (ex. Noël). Elle est souvent associée à des contextes précis comme les vacances, les balades ou les repas conviviaux. Certains l'achètent pour leurs enfants sans en être eux-mêmes consommateurs. Enfin, la recherche de produits perçus comme plus sains (glaces à l'eau, fruits, desserts légers) montre que la glace est perçue comme un plaisir non essentiel, facilement substituable.

Critères de choix : Le goût est le critère central, avec une nette préférence pour des parfums classiques comme la vanille et une attente de texture agréable. Le format joue aussi un rôle, surtout chez les familles avec enfants, qui privilégient les portions individuelles. La qualité perçue est également importante : les produits artisanaux, bio ou locaux sont souvent valorisés. L'apparence du produit peut influencer l'achat, tout comme le prix, bien que ce dernier soit relativisé lorsque le plaisir est jugé suffisant.

Points de vente : L'achat se fait surtout en grande surface, pour consommer à la maison. La vente en extérieur (glacières, restaurants) est plus rare et associée à des moments exceptionnels comme les vacances.

Avis sur Magnum : Magnum bénéficie d'une image globalement positive. La marque est perçue comme fiable, avec des produits gourmands, une bonne qualité de chocolat, et une diversité appréciée (formats, parfums, innovations). Cependant, certains la jugent trop sucrée, trop chère ou trop industrielle. Ce clivage oppose des consommateurs fidèles, qui y voient une valeur sûre, à d'autres plus critiques, attirés par des produits perçus comme plus authentiques.

Thème 2 : Glace sans sucre

Les réponses des consommateurs soulignent une diversité d'opinions concernant la glace sans sucre, en particulier sur ses innovations, ses avantages perçus, et les freins qui l'accompagnent. Cette analyse couvre l'attrait pour l'innovation, les préoccupations liées au sucre, les motivations d'achat et les obstacles rencontrés.

Avis sur l'innovation : La glace sans sucre est généralement perçue comme une innovation intéressante, surtout parmi ceux qui suivent un régime plus sain. Ces consommateurs voient en elle un dessert léger et moderne, en phase avec une tendance vers une alimentation moins sucrée. Cependant, certains sont sceptiques sur sa qualité gustative, craignant qu'elle soit trop fade ou artificielle. D'autres refusent l'idée de cette alternative, estimant que le sucre fait partie du plaisir d'une glace.

Sensibilité aux produits sans sucre : La sensibilité au sucre varie fortement : certains sont particulièrement attentifs, notamment pour des raisons de santé ou de poids, et préfèrent des produits naturellement moins sucrés. D'autres ne prêtent pas attention à la teneur en sucre, en particulier pour des produits de plaisir comme les glaces. La préoccupation se concentre davantage sur les autres, comme les enfants ou les personnes à risque, plutôt que sur leur propre consommation.

Motivations d'achat : Les motivations principales sont liées à la santé, avec une préférence pour des produits allégés en sucre qui permettent de se faire plaisir sans culpabiliser. Certains trouvent cette innovation en phase avec les tendances actuelles, mais insistent sur le maintien du bon goût pour que le plaisir soit intact. Le produit doit aussi être naturel, sans édulcorants artificiels.

Freins à l'achat : Le goût est un critère central : une glace sans sucre doit être aussi savoureuse que ses homologues classiques, sans donner l'impression d'être fade ou artificielle. Un autre frein majeur est la présence d'additifs, qui est souvent perçue comme incompatible avec une alimentation saine. De plus, les répondants souhaitent que le produit soit accessible, avec un bon rapport qualité-prix, acceptant une légère hausse si la qualité est au rendez-vous.

Thème 3 : Bûche glacée

La bûche glacée Magnum suscite un mélange d'enthousiasme et de réserves parmi les répondants. Bien que l'idée soit perçue comme originale et attrayante, certains critères et freins se dessinent, influençant leur intérêt pour ce produit.

Avis sur l'innovation : L'innovation de la bûche glacée Magnum est globalement perçue comme intéressante et originale, notamment grâce à la réputation de la marque et la promesse d'un dessert léger après un repas festif. Cependant, certains restent réservés, craignant que cette bûche ne manque de l'aspect festif et de la richesse des bûches traditionnelles.

Critères de choix : Le prix reste un facteur déterminant, bien que la qualité et le design de la bûche soient cruciaux. Les consommateurs attendent un produit savoureux, visuellement attrayant et bien présenté, avec des saveurs classiques mais aussi un peu d'originalité. L'aspect festif est aussi un critère clé pour s'intégrer à l'ambiance de Noël.

Motivations d'achat : Les avantages de la bûche glacée incluent la facilité de préparation et la possibilité d'un dessert léger et plaisant, à partager en famille. La notoriété de la marque et la qualité des produits sont également des atouts majeurs. Les consommateurs recherchent un produit original, esthétique et agréable à déguster pendant les fêtes.

Freins à l'achat : Les réticences sont principalement liées à l'aspect industriel de la bûche, à son prix et à la préférence pour des desserts faits maison ou traditionnels. Certains estiment que la bûche glacée manque de convivialité ou de l'originalité nécessaire pour un repas de Noël, même si une bonne présentation et un bon rapport qualité-prix pourraient convaincre.

Thème 4 : Les barres de céréales

L'analyse des réponses met en lumière les perceptions, attentes et freins autour de la consommation de barres de céréales, en particulier dans le cadre d'une innovation proposée par la marque Magnum. Cette proposition suscite des réactions contrastées, oscillant entre curiosité, ouverture et scepticisme.

Avis sur l'innovation : Les participants se montrent globalement ouverts à l'idée d'une barre de céréales signée Magnum, bien que certains expriment leur surprise. L'innovation est jugée intéressante, notamment pour les consommateurs actifs ou pressés, en quête de snacks pratiques. Plusieurs déclarent en consommer déjà régulièrement, notamment avant ou après le sport. D'autres y voient une bonne alternative pour les enfants ou pour les personnes qui ne sont pas attirées par les glaces. Toutefois, certains restent dubitatifs face à la légitimité de Magnum sur ce segment, préférant des marques plus spécialisées dans le domaine. Une minorité perçoit le produit comme peu attractif, voire « pas sexy », et redoute une confusion entre gourmandise et démarche nutritionnelle.

Critères de choix : Le goût reste le critère principal, en particulier lorsqu'il est chocolaté ou enrichi en fruits secs. La composition nutritionnelle est également déterminante : la teneur en sucre, la simplicité des ingrédients et l'apport énergétique sont régulièrement cités. Certains attendent une barre équilibrée, sans excès de sucres ou d'additifs, avec une taille modérée. Les barres contenant des mélanges naturels comme des fruits secs ou du miel sont valorisées. À l'inverse, des formats trop grands ou trop riches peuvent décourager l'achat. Le choix dépend également de la promesse perçue : certains évoquent la recherche d'un encas fonctionnel, tandis que d'autres privilégiennent le plaisir gustatif.

Motivations d'achat : La praticité est l'une des motivations majeures : la barre est perçue comme un encas facile à transporter, à manger rapidement et adapté à une consommation nomade (au bureau, au sport, en déplacement). Elle permet aussi d'instaurer une routine plus saine, notamment en évitant de trop manger aux repas. D'autres motivations incluent la variété des goûts proposés, la sensation de satiété, et un équilibre entre gourmandise et nutrition. Le prix, sans être décisif, peut influencer l'achat selon le rapport perçu entre qualité et valeur nutritionnelle.

Freins à l'achat : Les principaux freins résident dans la teneur en sucre, perçue comme excessive dans de nombreuses barres du marché. Certains redoutent une perte de plaisir si le goût est sacrifié au profit d'une promesse « santé ». D'autres refusent de consommer des barres entre les repas, par principe ou dans une logique de restriction alimentaire. Le manque de légitimité de Magnum sur le segment céréales est également un point de blocage pour certains consommateurs, qui pourraient se tourner vers des marques perçues comme plus expertes. Enfin, la peur d'un produit trop industriel, ou d'une formule trop riche en calories, peut détourner certains acheteurs potentiels.

III. Le groupe de créativité : Brainstorming

Le brainstorming nous aidera à générer des idées de noms et de packaging pour le produit innovant sélectionné lors de l'entretien individuel, en s'appuyant sur un échantillon de 6 personnes.

A. L'échantillon

Concernant les échantillons idéaux, nous en avons élaboré un pour chacune des trois innovations. Toutefois, nous avons choisi de ne conserver que celui de la barre de céréales dans le corps du dossier, car il s'agit de l'innovation retenue par les interviewés, et que la seconde phase de

l'étude porte précisément sur ce produit. Les deux autres échantillons, bien que développés, sont présentés en annexe pour davantage de détails.

1. Échantillon idéal de la barre de céréales :

L'échantillon idéal pour ce brainstorming doit représenter la cible du produit afin d'adapter la barre de céréales aux attentes des consommateurs. Il serait composé de dix participants, avec une répartition de six femmes et quatre hommes. Ce choix s'explique par le fait que les femmes sont plus impliquées dans les achats alimentaires : 71 % déclarent dresser la liste de courses seules et 68 % être en charge des courses³ Il est donc pertinent qu'elles soient légèrement majoritaires dans ce groupe.

L'échantillon inclurait des participants âgés de 12 à 35 ans, avec une majorité de personnes majeures, car elles disposent d'un plus grand pouvoir d'achat et sont plus autonomes dans leurs décisions de consommation. Cette tranche d'âge est pertinente, car les barres de céréales sont souvent consommées comme encas par des personnes actives, donc les adolescents et les jeunes adultes, que ce soit entre les cours, au travail ou lors de déplacements.

Il est essentiel d'inclure des personnes actives, qui recherchent des collations pratiques à consommer sur le pouce, sans pour autant être spécifiquement tournées vers des produits énergétiques ou protéinés. Si la barre de céréales Magnum peut convenir aux sportifs par son format pratique, elle n'est pas conçue pour répondre à des besoins nutritionnels spécifiques comme les barres protéinées. Il serait donc pertinent d'intégrer un ou deux sportifs, mais de privilégier des profils ayant des habitudes alimentaires plus générales.

Contrairement aux autres échantillons (disponible en annexe), il serait intéressant d'intégrer des non-consommateurs absous de la marque Magnum, car leur point de vue pourrait permettre d'élargir le public cible. Cette nouvelle gamme de produits pourrait potentiellement changer leur perception et les inciter à s'intéresser à la marque, notamment si elle correspond davantage à leurs attentes en matière de snacks. Leur avis pourrait aider à identifier des leviers pour attirer un nouveau segment de consommateurs, en déconstruisant d'éventuelles idées reçues ou en travaillant sur des aspects comme le goût, la texture ou l'image du produit.

Par ailleurs, il serait essentiel que les participants viennent de différentes zones géographiques, en incluant à la fois des habitants de milieux urbains et ruraux, afin de prendre en compte les différences d'accès aux produits, de modes de consommation et d'habitudes d'achat. Un consommateur en grande ville pourrait être davantage influencé par des tendances alimentaires et avoir un accès facilité à une large gamme de produits, tandis qu'un consommateur en zone rurale pourrait être plus attentif à la disponibilité du produit en grande surface et à son prix. De plus, inclure des personnes issues de différentes régions de France permettrait d'avoir une vision plus représentative des attentes du marché national.

Enfin, pour garantir une diversité de points de vue, il serait pertinent d'inclure des personnes aux profils et rythmes de vie variés : des étudiants en quête d'un snack facile à transporter, des jeunes actifs ayant besoin d'une collation pratique entre deux rendez-vous, et des travailleurs ayant des habitudes alimentaires plus cadrées. Cela permettrait notamment d'avoir des participants ayant des revenus diversifiés. Il serait aussi judicieux d'avoir des participants aux attentes différentes, entre ceux qui recherchent une alternative gourmande aux snacks traditionnels et ceux qui privilégient des produits perçus comme plus équilibrés.

Cette diversité garantit une réflexion équilibrée entre plaisir et praticité, essentielle pour une barre de céréales signée Magnum. L'objectif étant de séduire autant les consommateurs habituels que

³ <https://www.nestle.fr/media/femmes-charge-alimentation-familles>

ceux qui pourraient être attirés par une innovation bien positionnée, afin d'assurer une adoption plus large du produit sur le marché.

2. L'échantillon réel :

L'échantillon réel de notre discussion de groupe se compose de 6 étudiants âgés de 18 à 19 ans, inscrits à l'IUT de Montpellier. Il comprend 4 femmes et 2 hommes, ce qui respecte parfaitement notre échantillon idéal. Ce groupe se caractérise par une forte homogénéité en termes d'âge, de statut (étudiant) et de cadre de vie (urbain).

Cette homogénéité présente certains avantages : elle facilite les échanges et permet une compréhension rapide entre les participants, qui partagent des expériences de vie similaires. Cela rend l'échantillon pertinent pour explorer les attentes d'un public jeune, actif, en recherche de produits pratiques et gourmands. Néanmoins, cette configuration reste limitée pour appréhender l'ensemble des profils qui composent la cible visée par la nouvelle barre de céréales.

En effet, à la différence de l'échantillon idéal initialement envisagé — conçu pour refléter une plus grande diversité en matière d'âge (de 12 à 35 ans), de profils socio-professionnels (étudiants, jeunes actifs, parents), de provenance géographique (zones urbaines et rurales) ainsi que de niveaux de pouvoir d'achat — l'échantillon réel ne permet pas de saisir pleinement la variété des comportements alimentaires ni la richesse des habitudes de consommation au sein de la population cible. Par ailleurs, l'absence de non-consommateurs ou de profils extérieurs à l'univers des snacks sucrés limite la possibilité d'identifier de nouveaux leviers de séduction ou de repositionnement pour toucher un public plus large.

Cela étant, les retours de ce groupe restent particulièrement utiles pour affiner notre compréhension d'un segment spécifique de la cible : celui des jeunes consommateurs urbains, autonomes dans leurs choix et sensibles aux critères de praticité, de goût et de prix. Ces éléments constitueront une première base de réflexion solide, qu'il conviendra d'enrichir par la suite à travers des retours issus d'un panel plus représentatif et diversifié.

La liste des personnes ayant été interrogées figure ci-dessous :

- Gabin
- Quentin
- Anastasia
- Nada
- Andy
- Zoé

B. Guide d'animation:

1. Introduction:

« Bonjour à tous et merci d'être avec nous aujourd'hui pour cette discussion de groupe qui durera environ une heure. Nous sommes (Prénom, Nom), actuellement étudiantes à l'IUT de Montpellier en BUT Technique de Commercialisation. Dans le cadre de notre étude sur de nouveaux produits innovants, nous avons cherché à déterminer lequel serait le plus attractif pour les consommateurs. C'est (nom du produit innovant choisi) qui est ressorti en tête. Ce produit se distingue par sa capacité à être pratique et saine pour la santé. Votre avis est donc essentiel pour nous aider à trouver des idées de noms et de packagings adaptés. Avant de débuter, voici quelques règles simples pour que notre échange soit le plus enrichissant possible. Tout d'abord on ne critique pas les idées, il n'y a ni bonne ou mauvaise réponse. Laissez libre cours à votre imagination, n'hésitez pas à partager

toutes vos idées, même les plus originales ! Ensuite, il faut maximiser le nombre d'idées, plus il y a d'idées, mieux c'est ! Et enfin, n'hésitez pas à rebondir sur celles des autres, en faisant des liens cela peut permettre d'enrichir la réflexion. Comme mentionné précédemment, l'objectif de cette discussion est de trouver des idées de noms et de packagings pour ce produit. Nous commencerons par rechercher des noms pertinents, puis nous discuterons des aspects liés au packaging par la suite. Pour terminer, je tenais à préciser que, comme convenu à l'avance, cet échange sera enregistré. Bien sûr, toutes les informations recueillies resteront strictement confidentielles et anonymes. Prêts ? Commençons ! ».

2. Déroulement brainstorming :

Cette discussion de groupe durera environ une heure et sera divisée en deux parties. Afin de pouvoir déterminer le nom et le packaging du produit choisi lors des entretiens individuels . Nous allons commencer par parler du nom puis par la suite du packaging.

Le nom:

Le nom est un élément à ne pas négliger, car il permet de représenter la marque et de créer une présence dans l'esprit des consommateurs. De plus, son choix repose sur plusieurs critères essentiels tels que la mémorabilité, la lisibilité et la facilité de prononciation.

En cas de manque d'inspiration, voici quelques relances possibles :

- Quels mots vous viennent en tête quand vous pensez à Magnum ?
- Quels termes décrivent le plaisir et l'intensité d'un produit Magnum ?
- Si nous explorions un nom en anglais ou latine ?
- Et si on jouait avec le champ lexical de Magnum ?
- Explorer des allitérations ou des rimes pour rendre le nom plus mémorable ?
- Quels mots évoquent la texture (croquant, fondant) ou la sensation en bouche ?
- Peut-on intégrer des notions de fraîcheur ou de douceur directement dans le nom ?

Le packaging:

La réflexion sur le packaging repose sur plusieurs éléments clés. Le choix des couleurs est essentiel, car il permet de refléter les valeurs de la marque et d'attirer l'attention des consommateurs. Les matériaux jouent également un rôle important, par exemple en optant pour du carton recyclé ou un packaging éco-responsable. Enfin, la forme est un élément déterminant : elle doit être pratique et répondre aux attentes des consommateurs en termes d'usage et de transport.

En cas de manque d'inspiration des participants, voici quelques relances possibles :

- Quelles couleurs évoquent Magnum?
- Quel détail pourrait faire la différence en rayon ?
- Et si on ajoutait une touche sensorielle (packaging texturé) ?
- Utiliser un emballage texturé (gaufré, velouté) pour donner envie de le toucher ?
- Est-il possible d'innover avec un packaging réutilisable ou compostable ?
- Quel format serait le plus pratique pour déguster ce produit ?
- Trouver un packaging qui se démarque en rayon tout en restant pratique
- Imaginer un packaging qui facilite la consommation en déplacement?

Le brainstorming se conclura par le regroupement des idées. Pour pouvoir hiérarchiser et voter les meilleurs noms ainsi que les meilleures idées concernant le packaging . Enfin, avec du recul,

certaines idées retenues pourront être améliorées et approfondies afin de les rendre plus abouties et cohérentes avec l'image du produit ainsi que de la marque.

3. Conclusion:

« Un grand merci à vous tous pour votre participation à cette discussion de groupe sur le produit innovant de la marque Magnum. Vos idées ont été précieuses pour nous aider à définir son nom et son packaging. Avant de conclure, si d'autres idées vous viennent à l'esprit, n'hésitez pas à les partager avant de partir. Chaque contribution compte ! Encore merci pour votre temps et votre engagement. »

C. Analyse entretien de groupe:

Le brainstorming s'est organisé en deux parties. La première partie du brainstorming était axée sur le nom du produit, soit la barre de céréales. En expliquant clairement les règles et objectifs de ce brainstorming, les participants ont pu générer des idées, plus ou moins fructueuses. Le groupe a proposé plusieurs noms, dont M-bar, M-choco, Pocket-bar, et M-crunch, mais a finalement favorisé M-bar, jugé simple, mémorable et en adéquation avec l'image de la marque.

Dans la deuxième partie, l'accent a été mis sur le packaging. Les participants ont été encouragés à explorer différentes idées concernant l'apparence du packaging. Il a été décidé d'opter pour des couleurs dorées et chocolatées, rappelant l'image haut de gamme de Magnum. L'idée d'un emballage simple mais prestigieux a été privilégiée, avec l'ajout de détails comme un « New » en noir et doré pour marquer la nouveauté. Il a été suggéré d'utiliser un emballage refermable et pratique, comme celui des paquets de céréales, tout en privilégiant des matériaux recyclés pour répondre aux préoccupations écologiques.

La forme du packaging a également été discutée, et le groupe a opté pour une barre par sachet, afin de renforcer l'aspect prestigieux du produit. Toutefois, ces sachets seraient regroupés dans un paquet de 5 barres. Les barres devront être empilées à l'horizontale, afin d'éviter qu'elles ne s'abîment pendant le transport ou le stockage. Les participants ont également souligné l'importance de rendre la barre visible à travers l'emballage, dans le but de stimuler l'appétit du consommateur dès le premier regard.

L'aspect pratique a été au cœur de la réflexion, notamment en ce qui concerne le transport et la facilité d'ouverture du produit. En revanche, la texture de l'emballage, bien qu'évoquée, a été jugée moins prioritaire : les participants ont estimé qu'il valait mieux payer pour un produit de meilleure qualité que pour un packaging haut de gamme qui est moins essentiel. Le groupe a donc insisté sur l'importance d'un emballage simple, fonctionnel, facile à ouvrir et à transporter, tout en restant suffisamment attractif pour valoriser l'image de la marque.

En résumé, le groupe a convenu qu'un nom simple et mémorable comme M-bar, associé à un packaging élégant, fonctionnel et respectueux de l'environnement, serait le plus adapté pour séduire les consommateurs et se démarquer sur le marché.

IV. Conclusion générale :

Cette étude approfondie, menée dans le prolongement de la première mission consacrée à l'analyse du marché de la marque Magnum, nous a permis d'identifier et de valider une innovation produit pertinente, en phase avec les attentes des consommateurs. Grâce à une méthodologie rigoureuse combinant nos entretiens individuels semi-directifs et notre brainstorming, nous avons pu non seulement cerner les préférences des consommateurs mais également construire avec eux les fondements d'un nouveau produit à fort potentiel : la barre de céréales Magnum.

Les entretiens individuels ont révélé que cette innovation répondait à une réelle demande en termes de praticité et de diversification de l'offre. Elle permet à Magnum de s'adapter à la saisonnalité tout en allant conquérir un nouveau segment de marché en croissance : celui des snacks gourmands. Bien que des freins aient été identifiés, notamment en ce qui concerne la légitimité de la marque sur ce segment, ils peuvent être levés grâce à un positionnement clair, un goût mémorable et un packaging cohérent avec l'univers haut de gamme de Magnum.

Le brainstorming nous a ensuite permis de donner une identité forte à cette innovation, tant sur le plan du nom, M-bar, simple et mémorable, que sur le packaging pensé pour allier élégance, praticité et respect de l'environnement. Ces choix stratégiques traduisent une volonté de proposer un produit à la fois fonctionnel et aligné avec les valeurs de la marque.

En somme, cette SAE a démontré l'intérêt d'une démarche centrée sur le consommateur pour concevoir une innovation crédible et adaptée au marché. À travers une analyse qualitative et un travail collectif, nous avons posé les bases solides d'un nouveau produit qui pourrait contribuer à renforcer la position de Magnum sur le marché du snacking, tout en séduisant une potentielle clientèle plus large et variée.

V. Annexes

A. Échantillon Idéal

a. Échantillon idéal bûche de noël :

L'échantillon idéal pour ce brainstorming serait qu'il représente la cible du produit pour l'adapter au mieux à ceux qui vont en bénéficier. Il serait composé de 10 participants, avec une répartition de 6 femmes et 4 hommes.

Cette composition reflète la cible principale du produit, en accordant une place majoritaire aux femmes, puisque ce sont elles qui, dans 63% des cas, s'occupent de la préparation du repas de Noël (<https://www.uca.fr/universite/responsabilite-societale/egalite-et-lutte-contre-les-discriminations/newsletter-egalite/quand-le-pere-noel-est-une-femme#:~:text=La%20pr%C3%A9paration%20du%20plat%20principal,que%20c'est%20leur%20conjoint>).

Le mieux serait qu'ils soient tous âgés de 35 ans et plus et qu'ils fêtent Noël en famille car comme dit plus haut, nous souhaitons un groupe représentatif de la cible. Il faut donc que ces personnes soient susceptibles d'acheter ce produit et donc de préparer le repas de noël ou alors avoir l'âge pour y participer.

De plus, la bûche serait de taille à être vendue pour plusieurs personnes, il est donc important que les personnes présentes au brainstorming fêtent noël à plusieurs.

Ensuite, il faudrait que ce soient des consommateurs actuels ou des non-consommateurs relatifs de desserts glacés. Cela permettrait d'inclure à la fois des habitués qui pourront juger la cohérence du produit avec leurs attentes et des personnes moins régulières, qui pourraient être séduites par une innovation bien positionnée.

Les non-consommateurs absous de desserts glacés ne seraient pas pertinents pour ce groupe, car ils n'ont pas d'intérêt pour ce type de produit (allergies par exemple) et ne pourraient pas fournir des retours utiles sur le nom et le packaging d'une bûche glacée car ils ne connaissent pas ce secteur et les attentes des consommateurs vis-à-vis des desserts glacés.

Il serait également intéressant que les participants viennent de différents environnements géographiques, en intégrant à la fois des habitants de milieux urbains et ruraux, ainsi que des personnes issues de différentes régions de France. En effet, les habitudes de consommation des desserts de Noël peuvent varier selon les traditions locales et le mode de vie. Un consommateur en ville pourrait être plus exposé aux produits premium et innovants, tandis qu'un consommateur en zone rurale pourrait être plus attentif au prix et à la disponibilité du produit en grande surface.

Ensuite, Pour garantir une diversité de points de vue, il serait pertinent d'intégrer des participants issus de différents niveaux socio-économiques, allant des classes moyennes aux classes supérieures, afin de représenter la variété des budgets alloués aux fêtes de fin d'année.

De plus, la composition familiale doit être variée : certaines participantes pourraient être des mères de famille choisissant le dessert en fonction des goûts de leurs enfants et conjoints, tandis que d'autres pourraient être des femmes sans enfants, davantage influencées par des critères personnels comme l'innovation ou l'aspect gastronomique du produit.

Enfin, il serait intéressant d'avoir des profils aux habitudes de consommation différentes : certains très attachés aux desserts traditionnels de Noël, et d'autres plus ouverts aux produits innovants, afin d'assurer que le nom et le packaging séduisent à la fois les acheteurs fidèles et ceux qui pourraient être conquis par une nouveauté bien présentée.

Cette diversité garantira une réflexion équilibrée entre tradition et modernité, essentielle pour une bûche de Noël signée Magnum.

b. Échantillon idéal glace sans sucre:

L'échantillon idéal pour ce brainstorming doit représenter la cible du produit afin d'adapter la glace sans sucre aux attentes des consommateurs. Il serait composé de 10 participants, avec une répartition de 7 femmes et 3 hommes.

Cette composition reflète la cible principale du produit, en accordant une place majoritaire aux femmes, car elles sont plus préoccupées par leur poids, avec 44 % des femmes ayant un poids normal se trouvant en surpoids, contre 17 % des hommes

(<https://information.tv5monde.com/terriennes/surpoids-et-perception-de-soi-les-filles-plus-sous-présion-que-les-garçons-35848>). De plus, elles sont largement responsables des choix alimentaires dans le foyer, avec 71 % qui gèrent seules la liste de courses et 68 % les achats alimentaires (<https://www.nestle.fr/media/femmes-charge-alimentation-familles#:~:text=Sur%20l'ensemble%20des%20tâches,%2C%2060%20%25%20les%20ranger%20seules.>). Les femmes consomment aussi plus de glace que les hommes, notamment lors de moments de détente comme les soirées cocooning (27 % contre 17 % des hommes) ou entre amis (25 % contre 18 % des hommes), ce qui souligne leur rôle central dans cette catégorie de produits <https://www.agro-media.fr/analyse/les-glaces-un-marché-toujours-aussi-dynamique-et-innovant-54220.html/>).

L'échantillon inclurait des participants âgés de 14 ans et plus, car il n'existe pas de données précises sur l'âge auquel les Français commencent à se préoccuper de leur poids. Toutefois, trois des participantes seraient spécifiquement des femmes âgées de 25 à 34 ans, car cette tranche d'âge est la plus impliquée dans le suivi de leur santé (80%) (<https://www.lequotidiendumedecin.fr/archives/les-femmes-se-soucient-de-leur-santé-les-hommes-un-peu-moins>). Cette diversité d'âges permettrait d'obtenir des avis variés, allant des adolescents influencés par les tendances aux jeunes adultes soucieux de leur bien-être et de leur alimentation.

Ensuite, il est essentiel que les participants soient des consommateurs réguliers ou des non-consommateurs relatifs de glaces, afin qu'ils puissent fournir un avis pertinent sur l'attractivité du produit. Les non-consommateurs absolu ne seraient pas adaptés à ce brainstorming, car ils n'ont pas d'intérêt pour ce type de dessert (par exemple : allergies, restrictions alimentaires strictes...) et ne pourraient pas fournir de retours utile sur le nom et le packaging car ils ne connaissent pas ce secteur et les attentes des consommateurs vis-à-vis des desserts glacés.

Il serait également intéressant que les participants viennent de différents environnements géographiques, en intégrant à la fois des habitants de milieux urbains et ruraux, ainsi que des personnes issues de différentes régions de France. En effet, l'accès aux produits allégés, les habitudes de consommation et la perception des alternatives sans sucre peuvent varier selon le lieu de résidence. Par exemple, un habitant d'une grande ville pourrait être plus exposé à des tendances alimentaires et avoir un accès facilité à une large gamme de produits allégés, tandis qu'un consommateur en zone rurale pourrait être plus attentif à la disponibilité du produit en grande surface et à son prix. Cette diversité permettrait de mieux comprendre les attentes et freins à l'achat selon les différentes réalités du marché français.

Pour garantir une diversité de points de vue, il serait pertinent d'intégrer des participants issus de différents milieux socio-économiques, afin de représenter la variété des budgets et des habitudes de consommation liés aux produits allégés. De plus, la perception du poids et de l'alimentation varie selon le mode de vie : certaines participantes pourraient être des jeunes femmes actives à la recherche d'un équilibre entre plaisir et bien-être, tandis que d'autres pourraient être des mères de famille, attentives aux choix alimentaires pour elles-mêmes et leur foyer.

Enfin, il serait intéressant d'inclure des profils avec des attitudes variées face aux desserts glacés : certains habitués des produits allégés et d'autres plus sceptiques, afin d'assurer que le nom et le

packaging puissent convaincre aussi bien les consommatrices fidèles aux alternatives sans sucre que celles prêtes à tester une nouveauté. Cette diversité garantit une réflexion équilibrée entre plaisir, santé et accessibilité, essentielle pour une glace sans sucre signée Magnum.

B. Grille de codage vide :

Thèmes	Sous thèmes
Les glaces	Habitudes de consommation
	Critères de choix
	Points de ventes
	La marque Magnum
La glace sans sucre	Avis sur l'innovation
	Sensibilité aux produits sans sucre
	Motivations d'achat
	Freins à l'achat
Bûche glacée	Avis sur l'innovation
	Critères de choix
	Motivations d'achat
	Freins à l'achat
Barre aux céréales	Avis sur l'innovation
	Critères de choix
	Motivations d'achat
	Freins à l'achat
Choix final	Le produit
	Choix de ce produit

C. Retranscription des entretiens individuels (SEMI -DIRECTIFS)

Entretien Céline , 43 ans , Orthophoniste :

Mathis : « Bonjour, merci d'avoir accepté de participer à notre étude. Cet entretien durera une trentaine de minutes. Je m'appelle Mathis Bert , je suis étudiant à l'IUT Montpellier. Dans le cadre de nos études, nous devons réaliser une étude sur des produits innovants. L'objectif de cette étude est de définir le produit innovant qui répond au mieux aux besoins et aux attentes des consommateurs. Avant de commencer, je tiens à préciser que cet entretien sera enregistré si cela ne vous dérange pas. Toutes les informations recueillies resteront strictement anonymes et confidentielles ». Donc pour commencer, que mangez-vous l'été ?

Mathis : Quelle place occupent les glaces dans votre alimentation ?

Céline : Euh... Assez peu fréquente. Non, j'en mange rarement... Ouais.

Mathis : À quelle occasion consommez-vous des glaces ?

Céline : En vacances, au restaurant... Oui, surtout des glaces artisanales locales, quand on en trouve. Sinon, ce n'est pas un aliment que je consomme régulièrement. Un peu en été, mais ça reste occasionnel.

Mathis : Donc, vous consommez surtout des glaces en été ?

Céline : Oui, oui.

Mathis : À quelle fréquence environ ?

Céline : L'été uniquement... Une fois par semaine environ.

Mathis : Achetez-vous des glaces en grande surface ?

Céline : Ça arrive, mais ce n'est pas très fréquent.

Mathis : Avez-vous une marque de glaces préférée ?

Céline : Euh... Qu'est-ce qu'on mange d'habitude ? Magnum ? Oui, c'est vrai. Le Magnum, oui... Sinon, parfois des marques distributeurs ou des sous-marques, mais le format Magnum revient souvent. Les goûts classiques, en général.

Mathis : Que pensez-vous de la marque Magnum ?

Céline : C'est très bon, oui. Ouais, c'est une valeur sûre.

Mathis : Nous avons pensé à une glace sans sucre, destinée aux consommateurs qui voudraient en manger plus souvent sans se soucier des effets sur leur santé ou leur poids. Que pensez-vous de cette idée ?

Céline : Personnellement, ça ne m'attire pas du tout. Si je mange une glace, c'est pour me faire plaisir, donc je veux du sucre et du goût. Si j'en consommais plus souvent, je serais peut-être plus sensible à l'argument du sucre réduit, mais là, non.

Mathis : Vous êtes donc peu sensible à la question du sucre dans les glaces ?

Céline : Oui, pour des produits que je consomme régulièrement, comme les yaourts par exemple, je fais attention. Mais pour les glaces, non.

Mathis : Êtes-vous préoccupé par votre alimentation en général ?

Céline : Oui, j'essaie de faire attention à ce que j'achète. Je ne prends pas forcément des produits bio, mais je regarde le Nutri-Score, par exemple.

Mathis : Nous avons imaginé une bûche glacée pour les fêtes de fin d'année. Qu'en pensez-vous ?

Céline : Ça peut être intéressant ! Les produits Magnum sont de bonne qualité, j'apprécie leur goût. Je serais curieux de goûter.

Mathis : Qu'attendez-vous d'un tel produit ?

Céline : Un bon goût, une belle présentation... Et le prix, même si je sais que Magnum est plus cher que d'autres marques. Mais si la bûche est vraiment originale, ça peut justifier un prix plus élevé.

Mathis : Quelles seraient vos motivations d'achat ?

Céline : La qualité de la marque, l'innovation du produit... Si Magnum fait une bûche, c'est sûrement parce qu'il y a un concept intéressant derrière.

Mathis : Et les freins ?

Céline : Le prix, probablement.

Mathis : Nous avons aussi pensé à une barre céréalière, pour élargir la gamme à ceux qui ne mangent pas de glaces régulièrement et qui recherchent un en-cas pratique. Qu'en pensez-vous ?

Céline : Oui, ça peut être intéressant. J'achète parfois des barres céréales, surtout pour les enfants, donc pourquoi pas.

Mathis : Nous avons imaginé une bûche glacée pour les fêtes de fin d'année. Qu'en pensez-vous ?

Céline : Ça peut être intéressant ! Les produits Magnum sont de bonne qualité, j'apprécie leur goût. Je serais curieux de goûter.

Mathis : Qu'attendez-vous d'un tel produit ?

Céline : Un bon goût, une belle présentation... Et le prix, même si je sais que Magnum est plus cher que d'autres marques. Mais si la bûche est vraiment originale, ça peut justifier un prix plus élevé.

Mathis : Quelles seraient vos motivations d'achat ?

Céline : La qualité de la marque, l'innovation du produit... Si Magnum fait une bûche, c'est sûrement parce qu'il y a un concept intéressant derrière.

Mathis : Et les freins ?

Céline : Le prix, probablement.

Mathis : Nous avons aussi pensé à une barre aux céréales, pour élargir la gamme à ceux qui ne mangent pas de glaces régulièrement et qui recherchent un en-cas pratique. Qu'en pensez-vous ?

Céline : Oui, ça peut être intéressant. J'achète parfois des barres aux céréales, surtout pour les enfants, donc pourquoi pas.

Mathis : Si vous deviez acheter une glace sans sucre, quels seraient vos critères ?

Céline : Le goût, avant tout. Il faudrait qu'elle ait vraiment du goût et que le sucre soit compensé d'une manière ou d'une autre, avec un édulcorant ou autre chose. Mais je ne veux pas une glace fade.

Mathis : Nous avons imaginé une bûche glacée pour les fêtes de fin d'année. Qu'en pensez-vous ?

Céline : Ça peut être intéressant ! Les produits Magnum sont de bonne qualité, j'apprécie leur goût. Je serais curieux de goûter.

Mathis : Qu'attendez-vous d'un tel produit ?

Céline : Un bon goût, une belle présentation... Et le prix, même si je sais que Magnum est plus cher que d'autres marques. Mais si la bûche est vraiment originale, ça peut justifier un prix plus élevé.

Mathis : Quelles seraient vos motivations d'achat ?

Céline : La qualité de la marque, l'innovation du produit... Si Magnum fait une bûche, c'est sûrement parce qu'il y a un concept intéressant derrière.

Mathis : Et les freins ?

Céline : Le prix, probablement.

Mathis : Nous avons aussi pensé à une barre céréalier, pour élargir la gamme à ceux qui ne mangent pas de glaces régulièrement et qui recherchent un en-cas pratique. Qu'en pensez-vous ?

Céline : Oui, ça peut être intéressant. J'achète parfois des barres céréalier, surtout pour les enfants, donc pourquoi pas.

Mathis : Quels seraient vos critères de choix ?

Céline : Les goûts proposés, la teneur en sucre – je ferais plus attention que pour une glace, car j'en achèterais plus souvent. Et bien sûr, le prix.

Mathis : Quels avantages voyez-vous à ce type de produit ?

Céline : Le côté pratique, facile à transporter. C'est un goûter complet, avec pas mal de variétés de goûts disponibles. On peut le prendre au bureau, au sport... C'est pratique.

Mathis : Que retenez-vous de cet entretien ?

Céline : C'est intéressant de voir que Magnum cherche à innover et à diversifier ses produits.

Mathis : Parmi ces trois innovations, laquelle choisiriez-vous ?

Céline : La barre aux céréales.

Mathis : Pourquoi ?

Céline : Parce que j'achète ce type de produit assez régulièrement, donc pourquoi ne pas essayer une nouvelle version proposée par Magnum ? S'ils maintiennent leur qualité habituelle, ça peut être une bonne option.

Mathis : Merci beaucoup pour votre participation !

Entretien Laura, 28 ans, Salariée

Mathis : Bonjour, merci d'avoir accepté de participer à notre étude. Cet entretien durera environ trente minutes. Je m'appelle Mathis Bert, étudiant à l'IUT de Montpellier. Dans le cadre de nos études, nous réalisons une recherche sur les produits innovants afin de déterminer lesquels répondent le mieux aux attentes des consommateurs. Cet entretien sera enregistré, mais toutes les informations resteront anonymes et confidentielles.

Mathis: Nous allons commencer par que mangez-vous l'été ?

Laura:

Mathis : Ensuite, pour connaître un peu mieux votre positionnement par rapport à la glace. Quelle place occupent les glaces dans votre alimentation ?

Laura : Très peu, j'en mange rarement.

Mathis : D'accord. À quelles occasions en consommez-vous ?

Laura : Plutôt en été, parfois le soir devant la télé ou en vacances à l'étranger.

Mathis : Donc, votre consommation est occasionnelle ?

Laura : Oui, exactement.

Mathis : Quels critères sont importants pour vous dans le choix d'une glace ?

Laura : Le parfum, surtout la vanille.

Mathis : Où achetez-vous vos glaces ?

Laura : En grande surface pour une consommation à domicile et chez des glaciers artisanaux en vacances. En revanche, je n'en prends jamais au restaurant.

Mathis : Avez-vous une marque préférée ?

Laura : Magnum.

Mathis : Que pensez-vous de la marque Magnum ?

Laura : C'est une valeur sûre. J'aime leurs produits et je les achète régulièrement.

Mathis : Nous avons pensé à une glace sans sucre pour répondre aux attentes des clients qui aimeraient consommer plus souvent sans avoir à se soucier des conséquences sur leur santé ou sur leur poids. Que pensez-vous d'une glace sans sucre ?

Laura : Cela ne me tente pas, j'ai peur que le goût ne soit pas satisfaisant.

Mathis : Êtes-vous sensible aux produits sans sucre ?

Laura : Pas vraiment, j'aime le sucre.

Mathis : Faites-vous attention à votre santé et votre poids ?

Laura : Oui, mais je ne me prive pas lorsque j'ai envie d'un aliment sucré.

Mathis : Quels seraient, selon vous, les avantages et les freins d'une glace sans sucre ?

Laura : Le principal frein serait le goût. L'avantage serait un bénéfice pour la santé.

Mathis : Le prix pourrait-il influencer votre décision d'achat ?

Laura : Oui, si c'est moins cher.

Mathis : Ensuite pour pallier la saisonnalité de la glace nous avons imaginé une bûche de noël, pour ceux qui aimeraient déguster une bûche glacée le soir de noël en famille. Que pensez-vous de cette innovation ?

Laura : C'est une bonne idée, pourquoi pas.

Mathis : Quelles seraient vos attentes pour ce produit ?

Laura : Qu'il rappelle l'esprit des bûches traditionnelles, avec des parfums comme chocolat ou fruits.

Mathis : Quels critères influencerait votre choix d'un dessert festif ?

Laura : Son aspect festif et sa correspondance avec l'image d'une bûche de Noël.

Mathis : Pensez-vous que cette innovation a du potentiel ?

Laura : Oui, surtout avec les parfums spécifiques à Magnum. Leur positionnement haut de gamme peut bien fonctionner sur ce segment.

Mathis : Quels seraient les avantages et inconvénients de cette innovation ?

Laura : L'avantage est la notoriété de Magnum et la qualité de leurs produits. L'inconvénient pourrait être son prix plus élevé que les bûches classiques.

Mathis : Pour finir, nous avons pensé à une barre de céréales pour élargir la gamme et s'ouvrir à des personnes qui ne consomment pas de glaces habituellement et pour répondre à des attentes qui demandent des en cas plus pratique et facile et à transporter que les glaces. Que pensez-vous d'une barre céréales Magnum ?

Laura : Pourquoi pas, mais cela me surprend, car ce n'est pas leur spécialité. J'aurais plus confiance en une marque comme Nestlé.

Mathis : Consommez-vous des barres céréales ?

Laura : Non, jamais.

Mathis : Quels critères seraient importants pour vous ?

Laura : Le goût, surtout chocolaté.

Mathis : Quels seraient les avantages et freins à l'achat ?

Laura : L'avantage : la praticité et la facilité de transport. Le frein : la qualité du produit, car ce n'est pas leur domaine.

Mathis : Quels facteurs pourraient influencer votre achat ?

Laura : La curiosité et la praticité.

Mathis : Pour conclure cet entretien, parmi ces trois innovations, laquelle choisiriez-vous ?

Laura : La barre céréales, car elle est plus accessible au quotidien que la bûche, qui est réservée aux grandes occasions.

Mathis : Un grand merci pour votre participation à cette étude sur le produit innovant ! Vos avis nous sont précieux et nous aideront beaucoup. Nous vous souhaitons une excellente journée, et au revoir!

Laura : Merci, bonne journée !

Entretien Pauline, 42 ans, Salariée:

Hannah : Bonjour, merci d'avoir accepté de participer à notre étude. Cet entretien durera une trentaine de minutes. Je m'appelle Hannah Hössel, je suis étudiante à l'IUT Montpellier. Dans le cadre de nos études, nous devons réaliser une étude sur des produits innovants. L'objectif de cette étude est de définir le produit innovant qui répond au mieux aux besoins et aux attentes des consommateurs. Avant de commencer, je tiens à préciser que cet entretien sera enregistré si cela ne vous dérange pas. Ça vous dérange ?

Pauline: Pas du tout.

Hannah: Toutes les informations recueillies resteront strictement anonymes et confidentielles. C'est bon? On peut continuer alors. Tout d'abord, que mangez-vous l'été?

Pauline C'est d'accord.

Hannah: On peut continuer alors. Tout d'abord, que mangez-vous l'été ?

Pauline: Alors l'été j'ai pour habitude de manger ça. (rires)

Hannah: C'est pas grave, continue.

Pauline: Et du coup, nous mangeons quand même beaucoup de barbecue l'été, accompagnés de légumes.

Hannah: Ok

Pauline: Beaucoup de crudités.

Hannah: Sucré, salé, plutôt ?

Pauline: Plus salé.

Hannah: Salé ?

Pauline: Oui, avec apéro quand même...

Hannah: Bien.

Pauline: Tapas, charcuterie

Hannah: C'est pas mal, c'est très bon. Donc, vous aimez bien manger ?

Pauline: Oui.

Hannah: Très bien.

Pauline: J'ai beaucoup de plaisir à manger. (rires)

Hannah: Nous allons commencer à aborder notre entretien. Quelle place occupent les glaces dans votre alimentation ?

Pauline: Je vous avoue que j'en mange très peu. Je n'aime pas beaucoup les glaces.

Hannah: En fait, essaie d'expliquer comme tes mères de famille et tout ça.

Pauline: Ah oui (réfléchie) ...,mmh, pour ma consommation personnelle, moi, je n'aime pas les glaces, mais j'en achète en tant que mère de famille pour mes enfants qui apprécient.

Hannah: Et donc, à quelle occasion consommez-vous les glaces ?

Pauline: Euhhh

Hannah: Plutôt été ?

Pauline: L'été. Uniquement l'été. Pour les enfants, goûter ou dessert.

Hannah: Ok. Quelle est votre fréquence de consommation de glaces ?

Pauline: Bahh, c'est très peu.

Hannah: Oui, très peu. Donc, moins d'une fois par semaine.

Pauline: Euhh, bahh, c'est plutôt, ça va être des achats passagers.

Hannah: Ok

Pauline: Les glaces pour les enfants, quand il fait vraiment chaud dehors.

Hannah: Que quand il fait chaud ?

Pauline: Oui, uniquement.

Hannah: Quel paramètre privilégie votre choix dans le choix d'une glace ?

Pauline: Lors là, pour le coup, j'aime les petits formats pour eux.

Hannah: Petits?

Pauline: C'est calorique les glaces.

Hannah: C'est-à-dire les mini ?

Pauline: Par exemple, toi, les sortes de Magnum, là, les minis

Hannah: Voilà.

Pauline: Oui, voilà, les petites glaces.Voilà, les petites glaces ou sinon des pots aussi avec des boules.

Hannah: Oui, des pots. C'est parce que c'est plus pratique en pot ou c'est...

Pauline: Non, parce qu'au final, les pots, on les achète moins. Euhh...

Hannah: Ça dure plus longtemps ?

Pauline: Non, mais parfois, ils peuvent... Non, vraiment, on n'achète pas souvent de ces... Parce que quand on achète des glaces, c'est plutôt... Même Thierry, quand il va en acheter, c'est plutôt soit des petits cornets, tu sais, des petits cornetto, ou des petits mini magnums, là. C'est quasiment que ça, les glaces achetées.

Hannah: Euhh, Où achetez-vous vos glaces et qu'elles marquent ?

Pauline: En grande surface.

Hannah: Ok

Pauline: C'est un peu souvent les mêmes. Je pense que c'est mini magnum, les petits cornetto, je crois que ça s'appelle comme ça.

Hannah: Oui

Pauline: Et aussi, parfois, les Ben & Jerry's.

Hannah: Ah oui.

Pauline: Ils en font aussi en petits, je crois.

Hannah: En pot, ça, c'est en pot.

Pauline: Soit en pot, soit en mini-glace aussi.

Hannah: Ça existe?

Pauline: Il me semble, mais je ne sais pas si non, c'est en pot, effectivement, mais en petits pots aussi. Mais rien d'autre, de toute façon, en glace, c'est vraiment ça.

Hannah: Que pensez-vous de la marque Magnum ?

Pauline: Je pense que c'est qualitatif.

Hannah: Oui. Très bien. C'est le premier mot qui vous vient à l'esprit ?

Pauline: Oui.

Hannah: Ok. Est-ce que vous trouvez que Magnum propose des innovations intéressantes ? Puisque là, ils ont proposé récemment, par exemple, les pots avec dedans des mini snacks. (rires)

Pauline: Des mini snacks ?

Hannah:Oui, c'est des petits ronds de glace. Il n'y a plus le bâton, enfaite, c'est comme des petits gâteaux, mais c'est de la glace. Non, tu ne connais pas ?

Pauline: Non, je ne connais pas.

Hannah: Bon, bah..

Pauline: Oui, peut-être qu'ils innovent. Après, je pense que les enfants aiment bien parce qu'il y a différents goûts et la famille s'y retrouve parce que chacun a un peu des goûts différents et s'y retrouve dans cette marque-là.

Hannah: Maintenant, nous allons aborder... On va vous Nous avons présenté nos trois innovations. On a d'abord réfléchi à une glace sans sucre, c'est-à-dire avec zéro calories. Nous avons pensé à une glace sans sucre pour répondre aux attentes des clients qui aimeraient consommer plus souvent sans avoir à se soucier à des sur leur santé ou sur leur poids. Donc, que pensez-vous de cette innovation ?

Pauline: Ça m'intrigue beaucoup parce qu'une glace sans sucre, par rapport au principe de fabrication d'une glace, je n'arrive pas à comprendre comment c'est faisable, mais c'est innovant, c'est très innovant.

Hannah: Oui, ce serait très innovant.

Pauline: Si c'est réaliste, c'est très innovant.

Hannah: Après, on n'a pas encore réfléchi à comment on pourrait le mettre en place, mais ce serait quelque chose à avoir dans le futur.

Pauline: Je pense que ça peut énormément marcher.

Hannah: Ouais ?

Pauline: Ouais.

Hannah: Êtes-vous sensible aux produits sans sucre ?

Pauline : Euhh...

Hannah: Parce que tu consommes, par exemple, des choses où tu regardes la quantité de sucre.

Pauline: Oui, surtout quand les enfants ont été bébés,

Hannah : Oui.

Pauline: Ils n'ont pas de sucre ajouté au autres, mais pas du sans sucre, j'aime pas. C'est le transformer. Je suis sensible effectivement au , à la quantité de sucre dans les produits, mais je ne vais pas aller chercher spécialement le sans sucre parce qu'il y a forcément des additifs qui sont pire que le sucre naturel. Donc, je fais attention à la quantité de sucre dans le produit fini.

Hannah: Tu balances entre la quantité de sucre et au final, pour éviter les addictifs.

Pauline: Oui, exactement.

Hannah: Est-ce que vous êtes préoccupée par votre santé ou par votre poids ?

Pauline: Oui.

Hannah: Ou le sport ?

Pauline:Oui.

Hannah: Quelles seraient vos attentes pour une glace sans sucre ?

Pauline: Qu'elle soit justement la plus naturelle possible.

Hannah: Oui, sans d'addictif particulier. Quels seraient les freins ou les avantages que vous voyez lors de la consommation de ce produit ?

Pauline: Euhh...Les amandes. Le taj, du coup, c'est ça ? Oui, c'est quand même mieux. Le sucre, on n'en a pas besoin. Le corps humain n'en a pas besoin.

Hannah: A part, peut-être le sucre naturel, non ?

Pauline: Oui, voilà, mais encore, pas un peu, mais pas plus que ça.

Hannah: C'est vrai.

Pauline: On l'a déjà dans du miel ou autre.

Hannah: Oui, dans l'alimentation courante.

Pauline: Oui, c'est ça, dans l'alimentation courante, il n'y a pas besoin d'en rajouter. Donc, ce n'est pas mal d'aller dans cette démarche-là.

Hannah: Donc, une glace peut-être pas qui est totalement sans sucre, mais une glace avec du sucre naturel, ça aurait peut-être...

Pauline: Ça, ce serait top. Même pour les enfants, pour ceux qui aiment les glaces, je pense que c'est bien s'il y a un produit, une solution, effectivement, de remplacement avec du goût, le plaisir d'une glace l'été. Oui, c'est bien. En consommateur, ça me pousserait à aller plutôt chercher ce produit-là que la glace traditionnelle.

Hannah: Quelles sont vos motivations d'achat pour une glace sans sucre ?

Pauline: Plus Oui, orienté santé, apport nutritionnel.

Hannah: Et oui ok. Quel facteur pourrait influencer vos achats ?

Pauline: Je suis moins regardante sur le prix. Quand, pour l'alimentation, je suis moins regardante sur le prix, à une certaine mesure oui, mais ce n'est pas du tout le prix dans un premier temps.

Hannah: Donc plutôt qualité-prix.

Pauline: Voilà. Non, pas qualité-prix, mais vraiment QUALITE et prix. Et avant même, qualité-prix, mais vraiment qualité-avant même. Qualité-prix, c'est qualité. Bien sûr, si c'est trop cher, c'est non, mais ce n'est pas du tout notre priorité, le prix, c'est vraiment justement la qualité du produit.

Hannah: Oui, je vois. On va passer maintenant au deuxième produit qu'on a trouvé avec notre groupe, une bûche glacée. C'est pour pallier le problème de saisonnalité de la glace. Nous avons imaginé une bûche de Noël pour ceux qui aimeraient déguster une bûche glacée le soir de Noël en famille. Que pensez-vous de cette innovation ?

Pauline: C'est très bien. Moi, je sais qu'à Noël, justement, souvent, en tout cas, notre famille, on finit par une entremets glacée, une bûche glacée. Ça semble plus digeste, mais bon. (rires)

Hannah: Ça dépend de la quantité.(rires)

Pauline: J'en prends pas de toute façon.

Hannah: Ah oui?

Pauline: ah pfff

Hannah: Mais pourquoi ?

Pauline: Bah moi ..c'est que j'aime pas

Hannah: Ah oui, c'est vrai. Mais, c'est quoi qui te plaît pas ? C'est le fait froid ?

Pauline: Moi, je n'aime pas le sucre.Je suis très salée, mais je n'aime pas le sucre.

Hannah: Ah, plus salé.

Pauline: Le vraiment

Hannah: Plus chips, quoi.(rires)

Pauline: Non, pas forcément chips, mais... Genre le fromage pff, des trucs comme ça.

Hannah: Ah ouais. Ok, oui.(surprise)

Pauline: Non, ça, par contre, ça pousse. C'est une bonne C'est un bon produit, je pense. Par exemple, la famille, pour eux, ça va beaucoup.

Hannah: Quelles sont vos attentes vis-à-vis de ce type de produit ?

Pauline:Qu'il y ait une partie un peu fruitée, justement pas lourde, que ce ne soit pas lourde.

Hannah: Donc pas au chocolat ?

Pauline: Si, mais qu'il y ait, par exemple, un insert fruit.

Hannah: Oui. Comme la glace Magnum, comment elle s'appelle ? La strawberry...

Pauline: Oui, qu'il y ait un équilibre.

Hannah: Chocolat blanc.

Pauline: Qu'il y ait une mousse,une glace mousse et un entremet.

Hannah: Un truc un peu plus lourd.

Pauline: Oui un truc pas trop lourd. Un dessert équilibré même si c'est un dessert glacé

Hannah: Ok.

Pauline: Surtout que c'est en fin de repas et en fin de repas,

Hannah: C'est vrai.

Pauline: On a pu faim , donc faut pas... faut le déguster, faut pas le subir.

Hannah: C'est vrai, c'est vrai absolument. Y'a plus beaucoup de plats, donc... Quel critère va influencer votre choix de dessert festif?

Pauline: Ça dépend, ça, le côté où y'a un équilibre des... des coups, mais des... Le fait que justement ils soient étudiés pour amener un aspect fruité.

Hannah: Ok. Et pas lourd.

Pauline: Voilà. Pas juste lourd parce que ça reste lourd, mais justement. Qu'il y a un aspect un peu frais du fruit, un apport de fruit.

Hannah: Ok.

Pauline: Même en forme de gelée ou voilà.

Hannah: Ah ouais, en forme de gelée,

Pauline: Ça prend. Du fruit avec.

Hannah: Ok. Quelles sont vos motivations d'achat pour une bûche magnum?

Pauline: Si elle est bien faite, ça pourrait être...

Hannah: Donc le prix ça pourrait... Ah non, ça c'est d'autres.

Pauline: Non, le prix ça... Bah évidemment, sauf si c'est exorbitant, mais c'est vraiment pas le premier critère. Justement si c'est équilibré, si c'est pas juste du...

Hannah: Pas juste du marketing, si c'est quelque chose de bon.

Pauline: Oui, bien sûr.

Hannah: Quel avantage ou frein voyez-vous à la consommation de ce type de produit?(rires)

Pauline : Avantages?

Hannah: Frein.

Pauline: En avantage, j'ai le plaisir de partager un dessert familial.

Hannah: Familiale. Et frein?

Pauline: C'est festif une bûche.

Hannah: Oui, c'est vrai, ça regroupe.

Pauline: C'est ça, voilà, ça fait l'air, exactement. Et puis, frein euhh...

Hannah: Qu'est-ce qui pourrait vous freiner à l'achat si vous voyez qu'il y a peut-être trop de sucre, trop lourd?

Pauline: Non, parce que c'est exceptionnel, donc ça reste des produits plaisir, donc ce côté-là, non. Et le prix, effectivement, c'est plus que décalé par rapport au prix du marché, mais sinon...

Hannah: Oui, mais après ça...

Pauline: Je vois aucun frein.

Hannah: Ok. Bah...Ouais, bon, on va passer au dernier produit. Pour finir, nous avons pensé à une barre céréales pour élargir la gamme et ouvrir des... s'ouvrir à des personnes qui consomment pas de glace habituellement et pour répondre à des attentes qui demandent des en cas plus pratiques et faciles à transporter que les glaces. En fait, ça concerne plus peut-être. Que pensez-vous de cette innovation?

Pauline: Bah c'est bien. Alors, comment est-elle conçue, justement? C'est sans sucre aussi?

Hannah: Non, pas spécialement. Ça peut être avec du sucre ajouté. C'est une barre céréales qu'on peut retrouver normale dans le commerce.

Pauline: Mais pas trop protéinée comme pour les barres des coureurs ou quoi?

Hannah: Non, non, non, mais la barre céréales, je sais pas, qui fait des bars céréales? Il y a...

Pauline: Non, mais comme un peu les Valliso ou non?

Hannah: Non, mais... Je sais pas, un truc avec des graines ou un truc comme ça.

Pauline: Ah oui, ça me plairait bien, mais pas si c'est surprotéiné

Hannah: Non, c'est pas sûr protéiné.

Pauline: Si c'est pas ce qu'on a dans les courses, tu sais.

Hannah: Non, après, Magnum, ils disent pas le fait de... Ils visent pas spécialement des sportifs donc ce serait plutôt vraiment une barre à manger comme ça je sais pas au goûter

Pauline: Moi pour le coup ça vous plairait s'il y a plus d'apport justement les graines

Hannah: Après il y aurait quand même une partie chocolat

Pauline: Oui

Hannah: Il y aurait, c'est pour quand même rappeler Magnum, parce que là on abandonne la crème donc on ajouterait peut-être une touche de chocolat quand même

Pauline: Mais tu vois avec du chocolat noir, moi ça me dirait ça pour un coup.

Hannah: Plus.

Pauline: Ah oui,

Hannah: les chocolats noirs?

Pauline: Les chocolats noirs, ouais, comme ça c'est...

Hannah: Ça équilibre bien, ouais. Ouais. En plus ça a des apports en fer.

Pauline: Ouais, c'est ça.

Hannah: C'est pas mal.

Pauline: Non, ça c'est bien.

Hannah: Quelle place les barres de céréales occupent-elles dans votre alimentation?

Pauline: J'en mange pas du tout.

Hannah: T'en mange pas du tout? Ok.

Pauline: Mais je pourrais en manger si c'était justement... Si c'était..

Hannah: Si c'était Magnum.. (rires)

Pauline: Non, mais si c'était... Si c'est créé de façon assez healthy.

Hannah: Oui

Pauline: Pour justement faire tenir et pas se jeter sur la nourriture en pédurance, enfin au contraire, ça peut être intéressant. Ça peut même à recommander, c'est dans les goûters...

Hannah: Oui. Ça peut apporter plein de choses. Oui, plein d'apports nutritionnels.

Pauline: Donc, justement, s'il n'y a pas de l'équilibre des apports, au contraire, ça peut être intéressant.

Hannah: C'est vrai. Quels sont les critères pour choisir une barre de céréales? Parce qu'imagineons que vous vous retrouvez dans un grand rayon, qu'est-ce que vous pourriez...

Pauline: Clairement ce qu'elle contient justement.

Hannah: Donc là vous regardez vraiment...

Pauline: Là je regarde si en premier ça parlait de céréales...

Hannah: Sucre, la quantité..

Pauline: Puis par contre il faut savoir comment elle se répartit cette barre de céréales. Là vraiment je ne l'achète pas si c'est du sucre

Hannah: Non

Pauline: Non, non, caché, déguisé, mais si c'est par contre vraiment de la céréales. Évidemment qu'il y aurait sûrement un peu de sucre ou pas, mais vraiment qu'elle paraît sur la fin, là, je pense que ça pourrait... Je pourrais... C'est que ça qui ferait l'achat.

Hannah: Quelles sont vos attentes vis-à-vis de ce produit ? Donc pas quelque chose de sportif, donc pas d'apport nutritionnel supplémentaire, mais plutôt...

Pauline: Bah en fait, ça pourrait être si... Actuellement, j'en consomme pas, mais pareil, je ne goûte pas, mais je pourrais avoir tendance à... Par contre, manger trop, si je rentre... Donc au contraire, ça pourrait... Se mettre dans une alimentation mieux équilibrée, en fait.

Hannah: Oui

Pauline: De prendre cette habitude-là du goûter, pour pas être affamée en rentrant, par exemple, et manger plus sainement le soir, et créer une habitude. Aujourd'hui, je ne l'ai pas, mais ça pourrait la créer, en fait. Mais effectivement, si la barbe, elle est...

Hannah: Oui

Pauline: Si elle est saine, elle reste saine.

Hannah: Saine. Parce que c'est vrai que manger un fruit en rentrant, c'est pas facile.

Pauline: Non.

Hannah: Non.

Pauline: Non, non, mais pour le coup, ça pourrait être... Il pourrait y avoir des attentes sur une barbe comme ça, qui existe peut-être déjà, je sais pas.

Hannah: Je pense que ça doit exister, mais pas mal d'un coup.

Pauline: Non, voilà, c'est ça. Si elle s'inscrit dans une démarche nutritionnelle, enfin, et c'est tout, franchement, oui, ça pourrait... Une gamme un peu, justement, spécifique, pour garder la ligne et tout, franchement, ça pourrait m'intéresser.

Hannah: J'ai demandé les attentes? Oui. Quelles sont vos motivations d'achat ? Peut-être tout ce qui pourrait concernez le packaging, ou encore le produit en lui-même.

Pauline: Non, c'est vraiment le produit en lui-même, en fonction de comment il est composé, de sa composition.

Hannah: Quels avantages ou freins, là on peut plutôt citer les freins, voyez-vous à ce type de produit ?

Pauline: Pareil, sa composition, en fait. Si c'est que du sucre, que du... Parfois, il y a beaucoup plus d'apports sur ces barres-là que sur un goûter classique. Là, je pense aux enfants, par exemple. Et c'est beaucoup trop riche, comme certains céréales. Sur le frein, ce serait qu'il y ait trop d'apports, que ce soit trop calorique.

Hannah: Trop calorique, OK. Et d'en manger trop, que ce soit trop addictif ?

Pauline: Non, parce que ça, on... Oui, parce que ça, quoi qu'il arrive, il faut qu'on limite, mais... Oui, peut-être que comme c'est petit, c'est vrai qu'un enfant peut avoir tendance à en manger plusieurs, alors qu'une seule est déjà bien...

Hannah: Est suffisante, à vrai dire.

Pauline: Oui, c'est ça.

Hannah: Quels facteurs pourraient influencer vos achats ? Practicité, apports nutritionnels, ingrédients ? Peut-être qu'il y a un ingrédient qui vous plaît particulièrement dans une barre. Il y a du sésame ou des trucs comme ça.

Pauline: Oui, voilà, sésame, graines de courge, tout ça. Enfin, des...

Hannah: Des graines de courge? (surprise)

Pauline: Oui, tout ça, ça pourrait... Puis le côté un peu croquant, puis bon aussi, il faut en manger... Peut-être qu'on n'en mange pas assez dans l'alimentation du quotidien.

Hannah: Donc quelque chose qui manquerait dans l'alimentation.

Pauline: Oui, voilà, qu'on n'a pas l'habitude. Donc au contraire.

Hannah: Et vous, vous êtes toujours préoccupée par votre santé, du coup. Oui. Ça n'a pas changé. (rire) Et donc, pour conclure cet entretien, qu'est-ce que vous avez retenu de l'entretien ?

Pauline: Il y a des innovations à venir dans cette gamme de produits. Et lesquelles ? Bah une glace sans sucre, une bûche glacée pour des moments festifs comme à Noël et la création d'une barre de céréales Magnum.

Hannah: Exactement. Et parmi ces trois innovations, lesquelles choisiriez-vous lors de vos prochains achats, si vous croisez ça dans un de vos rayons ?

Pauline: Si c'est juste pour moi, ce serait vraiment la dernière, la barre, en fonction de sa composition. Et pour la famille, le tout, en fait. Les trois produits.

Hannah: Les trois produits ?

Pauline: Oui, en fonction de... Oui, parce que dans la première glace en sucre, c'est en mini-barre, c'est ça ?

Hannah: Pas spécialement.

Pauline: Non, alors le premier, non. Parce que de base, les personnes en mangent à la maison. Mais la glace, l'entremet, la bûche glacée peut, pour certaines occasions, pourrait effectivement être une... Pour un anniversaire ou pour Noël ou autre, ça pourrait, en fonction de comment elle est créée, ensuite ça pourrait plaire à la famille.

Hannah: C'est vrai qu'on avait pensé qu'à une bûche de Noël, mais ça peut être également une bûche...

Pauline: Une bûche quoi..

Hannah: Une bûche.

Pauline: Les gens en mangent parfois, oui.

Hannah: C'est vrai, c'est vrai. Parce qu'il y en a, ils en mangent... J'avais déjà goûté une bûche...

Pauline: Oui, oui, il y en a qui, aux anniv et tout, ils aiment bien.

Hannah: Fraises et tout, ça c'est trop bon. Frais et tout.

Pauline: Ah mais toi, c'est pour ça, avec un peu de...

Hannah: Des fruits et tout. Oui, franchement, oui. ;

Pauline: Non, je pense que ça pourrait me plaire au final.

Hannah: Et après, en fait, comme tu disais, ça dépend, en fait, si c'est trop lourd ou quoi.

Pauline: C'est ça, c'est vraiment ça. Ça dépend de comment elle est. Elle peut sortir du lot si, justement, elle est bien dosée. Mais après, ça coûte peut-être plus cher à la production aussi. Le fait de mettre des milliers d'ingrédients, mais c'est juste l'équilibre.

Hannah: Magnum, ils utilisent des bons seins de création.(rire) Donc si on doit les... Si tu les classerais dans un ordre de 1 à 3, tu mettrais quoi au début ?

Pauline: 3, 2, 1. Par la barre, ensuite la bûche et ensuite la glace sans sucre.

Hannah: Ouais, donc la dernière, la glace sans sucre. Un grand merci à toi, à vous, pour cette participation à cette étude sur un produit innovant Votre avis nous sont précieux et nous aiderons beaucoup. Nous vous souhaitons une excellente journée et au revoir ! Je fais une parenthèse, rire. Au revoir ! (rire)

Entretien Samuel, 59 ans, Salarié :

Hannah : Bonjour et merci d'avoir accepté de participer à notre étude. Cet entretien durera une trentaine de minutes. Je m'appelle Hannah Hössel et je suis actuellement étudiante à l'UT de Montpellier. Dans le cadre de nos études, nous devons réaliser une étude sur des produits innovants. L'objectif de cette étude est de définir le produit innovant qui répondra au mieux aux besoins et aux attentes des consommateurs. Avant de commencer, je tiens à préciser que cet entretien sera enregistré. Est-ce que cela vous dérange ?

Samuel : Non.

Hannah : (rire)Toutes les informations recueillies resteront strictement confidentielles et anonymes. Ça vous convient ?

Samuel : Oui.

Hannah : (rire) Que mangez-vous... ? Pour cet entretien, nous allons commencer par une question assez classique. Que mangez-vous l'été ?

Samuel : Des salades.

Hannah : Peux-tu développer d'autres choses ? (rires)

Samuel : Euhh... Le week-end, des grillades. Et autrement, le soir, des salades, des salades de tomates, beaucoup de légumes avec très peu de protéines animales. Oh euhhh, principalement, ça serait des petits lardons pour euh... Du melon, des tomates, de la salade.

Hannah : Des trucs légers.

Samuel : légers et frais.

Hannah : Et frais et burrata. (rire) La fameuse burrata. Donc euhh.. quelle place occupent les glaces dans votre alimentation ?

Samuel : Euhhh, de moins en moins, je dirais. Je suis naturellement gourmand. Mais les glaces que je consomme en France ne me satisfont pas.

Hannah : Pourquoi ?

Samuel : La glace est italienne. Et une fois qu'on a goûté à la glace italienne, on mangeait du plâtre. Comment ça s'appelle ? Du plâtreeuuuh. Donc la marque connue de de glace. Comment ça s'appelle ?

Hannah : Magnum ?

Samuel : Magnum, à vrai dire à la rigueur, ça va.

Hannah : Mmmh, y' a quoi d'autre ? Mmmhh (réfléchie) Ah, l'or.

Samuel : Ouais, voilà, voila tout ça. J'ai pas trouvé de glace en baquet... (hésitation dans sa voix)

Hannah : En boîte.

Samuel : Ouais en boîte.

Hannah : En pots.

Samuel : Les Magnum, oui. Les Magnum mais bon sans que ce soit un coup de foudre. Je dirais acceptable plus. Mais autrement, ce que j'aimais bien, c'est pas la glace italienne enfaite, quelque chose qui n'est pas ... du carton.

Hannah : C'est aéré.

Samuel : C'est aéré ouais.

Hannah : A quelle occasion consommez-vous des glaces ?

Samuel : L'été.

Hannah : Que l'été ?

Samuel : L'été, à la rigueur, peut-être à Noël, avec la bûche glacée. Mais autrement, l'été, l'été .

Hannah : Quand vous mangez des glaces, quelle est votre fréquence de consommation ?

Samuel : Le week-end.

Hannah : Et en vacances ?

Samuel : En vacances, pas nécessairement, non. Parce que dans les... En vacances, en camping-car, enfin en mobilo, il n'y a pas de frigo suffisamment...

Hannah : Oui, mais il y a les... Quand on va se promener.

Samuel : Ah oui, à emporter.

Hannah : Oui.

Samuel : Mais autrement, je ne sais pas, de glace en bac.

Hannah : Là, c'est les glaces en général.

Samuel : Oui, oui, si, si. Pendant les vacances, oui, une petite glace.

Hannah : Petite glace par-ci, par-là. Donc il y a...

Samuel : Spécialement, on a à Berlin, d'ailleurs.

Hannah : Oui, c'est vrai. Quel paramètre privilégiez-vous dans le choix d'une glace ?

Samuel : Artisanale. Mais je pense que le mot est galvaudé et qu'aujourd'hui, n'importe quel produit industriel est empillé artisanale.

Hannah : Donc, oui, oui. Qu'est-ce que tu entends par artisanale ?

Samuel : Artisanale... C'est-à-dire que ce n'est pas un produit industriel.

Hannah : Oui

Samuel : C'est un produit fait localement, dans la région. Donc, ce n'est pas nécessairement dans la ville, mais dans la région. Et normalement, le goût est meilleur.

Hannah : Plus fort, plus...

Samuel : Non, c'est la consistance, le goût, c'est plus fin. Plus fin, plus... Voilà, à la fois, on avait mangé une glace, où maman t'as arrêté une fois, en revenant de Montpellier.

Hannah : Ah oui, ça c'est où, maman, ça ? Elle ne m'a pas entendu ..

Samuel : C'était à... J'ai plus le nom de la ville,

Hannah : J'ai plus le nom non plus.

Samuel : Mais en tout cas, là, il y avait le glacier des Alpes, ou je ne sais pas quoi. Comment ça s'appelait, la glace qu'on prenait, Heike ?

Hannah : La bonne glace. La bonne glace. Qu'on prenait après Narbonne.

Heike : Ah, la compagnie des Alpes ?

Samuel : La compagnie des Alpes.

Hannah : Où achetez-vous vos glaces ?

Samuel : Bah, là, aujourd'hui, les glaces à emporter.

Hannah : Les deux, donc. Il y aurait une grande surface, et chez un glacier.

Samuel : Oui voilà. Celle qu'on avait mangée à Coulion aussi, était très bonne.

Hannah : Et au restaurant, t'en prends ? Vous en prenez ?

Samuel : Rarement, ouais. Mais ça m'arrive, Dame Blanche. Parce que, oui, t'as beaucoup de déceptions. J'aime bien aussi prendre le dessert du jour. La glace, c'est un peu la facilité.

Hannah : C'est vrai.

Samuel : C'est la facilité dans le sens... Le dessert du jour, tu sens qu'il y a quelqu'un qui a fait quelque chose. La glace, tu peux la faire à toute, n'importe quand. Puisque c'est décomposé, déjà surgelé, et que tu mets en fond.

Hannah : Avez-vous une marque de glace préférée ?

Samuel : Mmmhhh non.

Hannah : Donc, Carte d'or et...

Samuel : C'est Carte d'or que je cherchais tout à l'heure, que je n'apprécie pas trop.

Hannah : Et Magnum, c'est sur la même échelle ?

Samuel : C'est pas du tout ma référence. C'est pas du tout... Je dirais que, Magnum, c'est ce que je considère comme correct, mais sans plus. C'est pas , c'est pas ... un coup de cœur. Et Carte d'or, justement, je trouve que, par rapport à la Compagnie des Alpes, par exemple, mais qui est quand même beaucoup moins facile à trouver. C'est le produit qui s'impose, qui est la référence. Mais quand tu connais vraiment les glaces, et que tu apprécies la glace, véritablement, je trouve que ça fait l'aspect carton. Je trouve pas ça, en termes de qualité-prix, je trouve pas ça top. C'est par contre le produit qui se veut la référence qualité en France.

Hannah : C'est vrai. Donc, si je te demande qu'est-ce que tu penses de la marque Magnum, c'est acceptable, mais sans plus.

Samuel : Oui. Parce qu'il n'y a pas mieux... Il n'y a pas mieux...

Hannah : Oui, en grande surface.

Samuel : Ouais.

Hannah : Oui. Trouvez-vous que Magnum propose des innovations intéressantes ?

Samuel : Oui, quand même, parce qu'on a goûté pas mal de parfums. Même des fois, il y a des tailles, des glaces plus petites, des parfums, des compositions, oui, avec fraises. Ouais ouais, si, si, il y a de la variété.

Hannah : En plus, là, ils ont sorti un nouveau truc. Je sais pas si t'en as entendu parler. C'est dans une boîte, un petit pot, et dedans, ça ressemble à des petits gâteaux, sauf que c'est de la glace, en fait. C'est comme une glace, mais sans bâton, mais c'est des petits snacks, en fait. Ils appellent ça snacks mini ou je sais pas quoi.

Samuel : Ouais, ouais, je pense qu'ils doivent s'éclater.

Hannah : Ouais. (rire)

Samuel : On leur fait confiance.

Hannah : Maintenant, nous allons passer à une des innovations qu'on a imaginé en cours, lors d'une de nos premières missions. Nous avons pensé à une glace sans sucre pour répondre aux attentes des

clients qui aimeraient consommer plus souvent sans avoir à se soucier des conséquences sur leur santé ou leur poids. Que pensez-vous de cette innovation ?

Samuel : Sans sucre, si c'est pour le remplacer par une alternative au sucre, qui est systématiquement plus dangereuse que le produit qui le remplace, ça ne m'intéresse pas. Mais, ce qui m'aurait pu m'intéresser, c'est du sucre, du vrai sucre, mais en quantité moindre, c'est-à-dire...

Hannah : Réduite.

Samuel : Ouais, réduite. Donc ça, c'est une chose qui aurait pu m'intéresser. Le l'alternative au sucre avec les produits de substitution, je n'ai pas du tout confiance. Pas du tout confiance. C'est-à-dire que je n'irais pas...

Hannah : Et si c'était un sucre naturel, par exemple ?

Samuel : Non

Hannah : Non, mais par exemple, comme le sucre qui vient du miel, ou le sucre venant des fruits...

Samuel : Non, non, non en fait...

Hannah : Vraiment, si c'était juste du sucre, mais baissé.

Samuel : Plutôt, des produits de base, mais en quantité baissée, plutôt qu'une alternative au sucre, puisque systématiquement, à chaque fois que j'ai lu des choses sur l'aspartame, qui sont des alternatives au sucre, en fait, tu t'aperçois que c'est beaucoup moins sain, et c'est vrai pour tous les types de produits. La bière sans alcool, le, le le, les produits sans sucre, ou la cigarette sans nicotine, ou des trucs comme ça. Systématiquement, ou le café sans caféine, systématiquement, les traitements que subit le produit pour retirer l'agent qui dérange, fait que le produit au final est plus dangereux que le, le produit initial. Donc, je ne suis pas les modes allégés, puisque je n'ai pas du tout confiance...

Hannah : Dans leur composition.

Samuel : Enfin, plus que pas de confiance, j'ai véritablement plus qu'un doute, je suis sûr que c'est pas bon. Je préfère manger moins de glace, sachant que je dois faire attention au sucre, plutôt que de me dire je peux en manger autant que je veux, enfin, je peux en manger en plus grand nombre, parce qu'il y a moins de sucre dedans, mais j'ai pas du tout confiance dans l'alternative au sucre qui a été introduite dans la glace.

Hannah : Êtes-vous sensible aux produits sans sucre, du coup, non pas trop ?

Samuel : Non, pas du tout.

Hannah : Et êtes-vous préoccupé par votre santé ou par votre poids ?

Samuel : Oui

Hannah : Oui ?

Samuel : Par ma santé, mais pas par mon poids.

Hannah : Euh et pourquoi ?

Samuel : Je fais attention à ce que je mange.

Hannah : Oui.

Samuel : Je considère que l'alimentation est essentielle dans sa santé. C'est un élément essentiel. Au même titre qu'un bon sommeil, la qualité de l'alimentation est essentielle dans la santé.

Hannah : Quelles seraient vos attentes pour une glace sans sucre ? (blanc)

Samuel : Sans sucre, j'y crois pas, puisque c'est quand même un dessert.

Hannah : Oui, ce serait pas totalement sans sucre.

Samuel : Donc moi, je vois la seule chose, c'est une dose diminuée de sucre, mais pas, mais pas , mais pas, de produit alternatif au sucre.

Hannah : Quel avantage ou frein voyez-vous à la consommation de ce type de produit ?

Samuel : Ça dépend. Si c'est simplement avec du sucre en moins, je ne pourrais qu'adhérer avec une alternative au sucre. De toute façon, je ferme la porte, j'y vais pas et donc.

Hannah : Et le frein ce serait si c'est un addictif plus fort ou quelque chose...?

Samuel : Un frein, un produit sans sucre, ça dépend comment on fait le sans sucre.

Hannah : Oui.

Samuel : Si c'est avec une alternative, déjà, je n'y vais pas.Donc, pour moi, c'est un frein, je n'y vais pas. Et si c'est juste une diminution des quantités de sucre, et c'est ce qui est mis en avant, mais avec des produits naturels, c'est-à-dire qu'on dis qu'on a sucrée moins. Là, je serais sensible.Je, je, j'irais vers cette direction. Si le goût, Si le goût est toujours...

Hannah : Quelles sont vos motivations d'achat pour une glace sans sucre ? Ça pourrait vous intéresser ou pas ? C'est oui ou non ?

Samuel : C'est que le sucre en quantité, on mange trop de sucre. Nous sommes dans une société où on mange de toute façon naturellement trop de sucre. Donc, de pouvoir accéder à un produit sans sucre peut être intéressant. Mais, je te le dis toujours.

Hannah : Oui, ça dépend comment il est fait. Quel facteur pourrait influencer votre achat ?

Samuel : Sur la glace ? Bah c'est le goût. Donc quand je tombe sur des produits qui me plaisent, tu vois la Compagnie des Alpes, par exemple, et bien je retourne. C'est à dire, si je sens que le produit est naturel, produit naturel, avec une bonne consistance et un bon goût,euhh j'achète.

Hannah : Donc, maintenant, on va poursuivre. Pour pallier la saisonnalité de la glace, nous avons imaginé une bûche de Noël. Pour ceux qui auraient aimé déguster une bûche glacée le soir de Noël en famille, que pensez-vous de cette innovation ?

Samuel : Ce n'est pas nouveau. La bûche de Noël glacée existe depuis longtemps.

Hannah : Oui,mais de magnum.

Samuel : Alors de Magnum ça pourrait être intéressant. Ce que je n'ai pas aimé dans ces bûches de Noël, c'est le côté carton-pâte. C'est à dire... effectivement, il faut suivre les recommandations qui est de sortir la bûche peut-être dix minutes avant, pour qu'elle est le temps de fondre un peu, sans trop. On n'a jamais trop fait. Effectivement, ce que je n'ai pas trop aimé dans les desserts, on en a pris un qui nous a bien plu.

Hannah : Oui. À la boulangerie. Euhh c'est une boulangerie, non ? Pujaudran.

Samuel : On l'avait pris la pujaudran, la glace ?

Hannah : Oui. A Pujaudran, la glace ?

Heike : Oui.

Hannah : Oui

Samuel : Je pensais qu'elle venait de Grande-Surface aussi.

Hannah : Ah oui, il y a eu les deux.

Heike : On avait la Grande-Surface et on avait...

Samuel : Ah ouais, moi manger une glace à Noël, ça ne me dérange pas du tout. Surtout qu'il peut y avoir des parfums intéressants. Café, des choses...

Hannah : Cannelle...

Samuel : Ou même menthe.

Hannah : Citron.

Samuel : Enfin bon, il peut y avoir des pralinés, des trucs qui peuvent être festifs et je dirais que même dans une salle bien chauffée, une petite glace à la fin de repas.

Hannah : Quelles seraient vos attentes vis-à-vis de ce produit ?

Samuel : (blanc) Il faut que ce soit festif un peu. Il ne faut pas que ce soit quelque chose que je vois...

Hannah : Tous les jours.

Samuel : toute l'année. Si ce produit-là est accessible toute l'année, ça n'a pas de sens. Il faut qu'il soit festif. C'est un produit dans le sens, tu vois pourquoi on boit du champagne ? Fin, on peut boire du champagne tout le temps si on veut, mais on va dire qu'on réserve le champagne ou certains produits à certains événements, et notamment aux fêtes de fin d'année. Si on a accès à ce produit-là toute l'année...

Hannah : Oui, je vois.

Samuel : Je suis prêt à le payer un peu plus cher, trouver quelque chose qui sort de l'ordinaire en termes de goût et de présentation pour les fêtes.

Hannah : Ce seraient les critères qui influencerait vos choix de dessert festif. Quelles sont vos motivations d'achat pour une bûche de Noël ?

Samuel : (blanc) À Noël, finalement, il n'y a pas beaucoup d'alternatives.

Hannah : Oui, c'est vrai.

Samuel : Les fruits ne sont pas là, donc les belles tartes aux fruits... Donc, c'est où tu vas vers un gâteau... Le fait qu'il n'y ait pas trop de fruits fait que la glace peut avoir son sens.

Hannah : C'est vrai. Quel avantage ou frein voyez-vous à la consommation de ce type de produit ?

Samuel : ... (réfléchie/blanc)

Hannah : Après, vous ne pouvez pas en voir non plus.

Samuel : L'avantage, je dirais, au niveau préparation, tu ne t'embête pas, il n'y a aucun risque si tu ne finis pas et que c'est diversement apprécié donc tu peux ne pas ...ou bien si le soir, par exemple, tu peux arriver les gens n'ont plus trop faim, donc binhh si c'est un gâteau, le gâteau... tu vois, il sera périmé. Tandis que là, tu as la liberté de le consommer de façon plus libre parce que tu le sors et c'est congelé. Fin, c'est un produit..

Hannah : Quel facteur pourrait influencer votre achat ? Practicité, apport nutritionnel, ingrédients ?

Samuel : J'ai déjà répondu à cette question-là plusieurs fois Hannah.

Hannah : Oui .

Samuel : Là, tu reposes la même question.

Hannah : Oui.

Samuel : Donc, ça sera la même réponse, non ?

Hannah : Si tu veux, je passe. (rire) Pour finir, nous avons pensé à une barre céréales pour élargir la gamme et s'ouvrir à des personnes qui ne consomment pas de glace habituellement et pour répondre aux attentes qui demandent des encas plus pratiques et faciles à transporter que les glaces.

Samuel : Pour Noël ?

Hannah : Non, juste une barre céréales. Que pensez-vous de ce produit ?

Samuel : C'est autre chose. On a basculé vers autre chose.

Hannah : Oui.

Samuel : On a fini la glace de Noël.

Hannah : Oui, glace sans sucre, glace... Là, je t'ai dit qu'on passe aux barres céréales.

Samuel : Glacée ?

Hannah : Non ?

Samuel : On n'est plus dans la glace. On est resté dans le dessert, non même pas ?

Hannah : Non, non , on est dans les snacks.

Samuel : Dans les snack ... Barres céréales... Ouais si on veut, qu'est-ce qu'il faut que je dise dessus ?

Hannah : Que penses-tu de cette innovation ? Est-ce que c'est une bonne innovation ?

Samuel : Ce n'est pas une innovation.

Hannah : Oui, mais une barre céréales Magnum !

Samuel : Ah bon bah Magnum vient dans la barre céréales qui existe depuis 20 ans. Je la demande à voir. Il faut la goûter. (ton ironique/ Sarcastique)

Hannah : Faut la goûter (rire) Ce serait peut-être quelque chose avec des graines ou

Samuel : Une barre céréales, oui.J'espère pour eux qu'ils vont mettre des graines. (rires)

Hannah : Par exemple, ce n'est pas une barre pour les sportifs. C'est...

Samuel : Pourquoi ?

Hannah : Ce n'est pas une barre protéinée. C'est une barre céréales pour un petit snack quoi. Comme un petit gâteau.

Samuel : Ouais

Hannah : Ce n'est pas une barre énergisante.

Samuel : Ouais

Hannah : Ce n'est pas leur cible.

Samuel : Oui, oui.Alors, il faut une barre céréales pourquoi ?

Hannah : Pour...

Samuel : Parce que ce n'est pas sexy en soi une barre céréales. Tu vois ce que je veux dire ? Entre manger un Nut, un Mars, ou un Mickey Way, ou un Bounty, tu vois chaque fois c'est une création qui est différente. Même un Lyon. Tu vois c'est croustillant, c'est chocolaté. Le Bounty, tu vois c'est bien frais par exemple. C'est du chocolat avec...

Hannah : Avec la noix de Coco

Samuel : De la noix de coco. C'est une création qui en soi est intéressante. Là, je n'ai même pas .. j'ai même du mal à imaginer une barre céréales magnum, bon, tu sais pas . La barre céréales elle existe déjà, elle a été faite déjà pour les sportifs, ce n'est pas pour rien. C'est que les céréales amènent les apports pour les sportifs. Donc là, ils veulent faire une barre céréales récréative, je ne sais pas comment.

Hannah : Moui

Samuel : Ce n'est pas énergisante en tout cas.

Hannah : Non. Pas spécialement, ça pourrait.

Samuel : Je dirais que ce n'est pas la démarche la plus simple. C'est pour attirer un gourmand.

Hannah : Oui .

Samuel : Donc bon, je n'ai aucune idée quoi. C'est-à-dire qu'effectivement, comme dis maman si c'est pour faire croire à un gourmand qui fait du sport,

Hannah : Bon, ... non

Samuel : Il faut voir le marketing. Il faut voir le produit, il faut voir le marketing, je ne sais pas.

Hannah : Quelle place les barres de céréales occupent-elles dans votre alimentation ?

Samuel : Zéro

Hannah : Aucune ? (blanc) Donc, quels seraient vos critères pour choisir une barre de céréales ? (rire) Bah du coup, ...

Samuel : J'en ai eu mangé quand je partais en randonnée et que j'avais peur d'une hypoglycémie . J'avais acheté des barres de céréales. Mais, je ...ça change. Ça change des... barres habituelles, Mars et tout ça. Mais à bien réfléchir, je trouve qu'un Mars, c'est intéressant.

Hannah : Oui, C'est aussi contre l'hypoglycémie. Au final, il y a du sucre.

Samuel : Par contre, par contre , le Mars va fondre que la barre de céréales dans un sac, c'est des graines enveloppées de miel, ou des choses comme ca, même si ça peut..

Hannah : s'aplatir.

Samuel : S'aplatir un peu.. En tout cas, c'est moins sensible à la chaleur.

Hannah : C'est vrai

Samuel : Je dirais, je ne suis pas consommateur de barres de céréales parce qu'en termes de goût, je n'ai pas eu de

Hannah : Coup de cœur.

Samuel : de coup de cœur. Moi, j'étais plutôt sucré.

Hannah : Après, sa serait pas salée

Samuel Après, je trouve ça plus sain que..

Hannah : Oui

Samuel : Après, ce n'est plus un acte de plaisir. Ce n'est plus un acte et que j'essaye d'éviter de manger entre les repas. Donc déjà, cette barre, elle aurait plutôt tendance à être remplacée par une pomme s'il y avait eu un besoin ou par un fruit.

Hannah: Ok

Samuel :Donc, je n'en consomme pas pour cette raison-là. C'est une barre chocolatée, finalement où, qui ne dit pas son nom.

Hannah : Oui, oui..

Samuel : C'est maquillé un petit peu c'est à dire que tu penses que tu prends ça, mais c'est très riche en sucre et tout ce qu'on veut et si tu ne fais pas l'histoire d'une activité derrière, je pense que ce n'est pas très bon. Il vaut mieux prendre un fruit.

Hannah : Donc, vous préféreriez un fruit ?

Samuel : Oui . Si j'avais ce besoin, déjà, j'évite de manger entre les repas. Si j'avais ce besoin, j'irais plutôt vers un fruit. Autrement, si j'ai vraiment envie de me faire plaisir, je vais directement vers un mars ou un Bounty.

Hannah : Quelque chose qui donne vraiment envie.

Samuel : Oui, je me fais plaisir.

Hannah : Euhh..

Samuel : Même un Raider.

Hannah : C'est quoi ?

Samuel : Tu ne connais pas le Raider ?

Hannah : Non ..

Samuel : Deux coupe faim. C'était le Twix. C'était , c'est un biscuit. Ils sont doubles.

Hannah : Le Twix, je connais.

Samuel : Oui bah , c'est le Twix.

Hannah : Quelles sont vos attentes vis-à-vis de ce type de produit ?

Samuel : Aucune.

Hannah : Aucune. Quelles sont vos motivations ? Pas de motivation d'achat du coup.

Samuel : Bah non.

Hannah : Bah non, du coup... Quel avantage vous fera la consommation de ce type de produit ? Si je résume bien...donc..

Samuel : Quel avantage ou freins ?

Hannah : Bah freins...

Samuel : Ce que j'ai expliqué depuis le départ. J'essaye d'éviter de manger entre les repas. Si je dois manger pour une raison X, je fais de la randonnée, j'ai besoin, je prendrais peut-être une barre de céréales parce qu'elles ne font pas. Par contre, après, si j'ai...

Hannah : Il y aurait du chocolat.

Samuel : Et que j'ai besoin d'aller à la machine. De toute façon, dans les machines distributeurs,

Hannah : Oui

Samuel : Tu ne vois quasiment pas de barre céréales. Tu vois plutôt...

Hannah : Des Kinder.

Samuel : Ouais, voilà .

Hannah : Je suis d'accord . Êtes-vous préoccupé par votre santé ? Donc oui...

Samuel : A chaque fois que tu vas poser la question ?

Hannah : Oui.

Samuel : Bah ouais, qui ne l'est pas ?Parce que la question est je suis préoccupé par ma santé parce qu'elle n'est pas bonne ou naturellement, ce n'est pas que je suis préoccupé mais que ma santé me paraît importante et que je sais qu'il y a deux choses importantes à veiller. C'est le sommeil, la qualité du sommeil et l'alimentation. Donc je ne suis pas un fou de Dieu. Je ne suis pas préoccupé par ma santé. Je, je ...qui ne peut ne pas être intéressé par sa santé ?

Hannah : Non c'est vrai, c'est vrai . Et pour conclure cet entretien, qu'est-ce que vous en avez retenu ?

Samuel : (blanc) Alors sur quoi Hannah? Sur le fond, la forme ?

Hannah : Qu'est-ce que tu as retenu de l'entretien global ? Tu t'en fiches ? Qu'est-ce que tu en as retenu ? Tu peux dire le fond, la forme ? Ce qui t'a marqué ?

Samuel : Euhh...

Hannah : Quant aux les trois produits.

Samuel : Je trouve que les questions, elles étaient trop systématiques par rapport aux produits et que tu n'as pas bien introduit au départ le fait qu'on allait parler de trois produits distinctement.

Hannah : Oui .

Samuel : C'est juste comme ça, ça c'est sur la forme. Après, sur même la façon d'animer, c'est qu'il y a effectivement malheureusement des moments où il n'y a pas besoin de répéter la question puisque la porte a été fermée dès le départ. Bon ça, ça vient peut-être un peu de mes choix aussi. C'est-à-dire que si je ne mange pas de barre à chocolater pour des raisons que j'ai soumis de manger entre les repas, ça ferme la porte à toute une série de questions. Et que c'est des fois un peu vague.

Hannah : Oui

Samuel : C'est-à-dire que je ne comprenais pas l'attente qui avait derrière la question. Donc de savoir mieux l'envelopper à l'oral.

Hannah : Là c'est trop tard. Et parmi les trois produits innovants, lequel choisiriez-vous si vous étiez dans un magasin ? (blanc) Parmi la glace sans sucre, la bûche , où

Samuel : Oui mais il y en a un qui est festif pour les fêtes. Si je suis.....

Hannah : Oui bah..

Samuel : Je ne pourrais pas prendre celui-là, j'aurais bien aimé l'essayer. Et là c'est pas l'été et donc je ne mange pas de glace. Et je te dis, je ne prends pas de barre céréales. Donc là..

Hannah : Oui mais je te demande quand même d'en choisir un.

Samuel : Ouais..

Hannah : Ouais, si là tu barres dans les couloirs, dans un super magasin, dans un super carrefour.

Samuel : Je ne vais pas manger de glace en hiver.

Hannah :Oui mais papa, sois un peu open. Je te demande de choisir celui que tu as préféré.

Samuel : Oui, bah..

Hannah : Qui te donne le plus envie d'acheter. Par exemple la barre, ça ne te donne pas du tout envie de l'acheter parce que tu n'aimes pas ça.

Samuel : Ouais.

Hannah : Qu'est-ce qui te donne envie d'acheter ?

Samuel : Une glace en hiver non plus.

Hannah : Non, tu ne veux pas la bûche non plus.

Samuel : Je te dis, la bûche...

Hannah : Mais, toi tu m'as dit que le sucre, la glace sans sucre, ça dépend comment elle a été faite. Je te demande si tu préfères entre la glace sans sucre ou la bûche.

Samuel : Et c'est ça que tu me demandes ?

Hannah : Oui, qu'est-ce que...

Samuel : C'est-à-dire que moi, le produit de Noël, j'aurais bien aimé l'essayer à Noël.

Hannah : Ah mais voilà.

Samuel : Là en ce moment, non.

Hannah : Je ne te demande pas là maintenant.

Samuel : Ce que je t'ai expliqué, c'est que pour moi, le produit festif ne doit pas être présent toute l'année.

Hannah : Non, mais je me doute bien. Je te demande un de c'est quatre si tu es en hiver ou si tu étais...

Samuel : A Noël ..



Hannah : Parmi les trois, lequel aurait pu le plus t'intéresser ? Pas maintenant, mais genre...

Samuel : Bah, tout les trois, parce que les trois s'adressent à des...

Hannah : Je suis d'accord, mais celui qui te donne le plus de la salive à la bouche...

Samuel : Les trois partent dans des directions différentes, donc les trois peuvent être intéressants.

Hannah : Non, mais je suis d'accord.

Samuel : Bah voilà ta réponse.

Hannah : Mais si tu dois choisir un des trois produits...

Samuel : Ben non, je ne peux pas, les trois m'intéressent. Ah ouais ? Alors, ok, il faut le dire.(rires) Eh bien, la bûche de Noël à Noël...

Hannah : Oh, super, super ! (rire) Un grand merci à vous pour votre participation à cette étude sur le produit innovant. Votre avis nous a... (rire)

Samuel : Éclairé ?

Hannah : Précieux et... (rire)

Samuel : Indispensable

Hannah : Nous ont beaucoup aidé. Nous vous souhaitons une excellente soirée et au revoir.

Samuel : Merci, au revoir.

Entretien Jasmine 12 ans, Collégienne:

Chérine: Bonjour, merci d'avoir accepté de participer à notre étude. Cet entretien durera une trentaine de minutes. Je me présente je suis Chérine ZAHRI et je suis étudiante à l'université de Montpellier. Dans le cadre de nos études, nous devons réaliser une étude sur des produits innovants. L'objectif de cette dernière est de définir le produit innovant qui répond au mieux aux besoins et aux attentes des consommateurs. Si cela ne vous dérange pas, nous allons vous enregistrer. Toutes les informations recueillies seront strictement anonymes et confidentielles. Alors, pour commencer, que mangez-vous généralement en été ?

Jasmine : Oh ben... en été, je mange souvent des salades, c'est frais, c'est léger. Après, il y a aussi les fruits, j'aime bien. Ah et puis parfois des pizzas, ouais.

Chérine : D'accord, donc principalement des salades et des fruits... mais il n'y a pas d'aliments spécifiques que vous ne mangez qu'en été ?

Jasmine : Bah si, les fruits, comme je disais, les pastèques, les melons... des choses comme ça quoi. Après bon, la pizza, c'est toute l'année hein !

Chérine: Haha, oui, je vois. Et sinon, que faites-vous en général pendant l'été ?

Jasmine : Ben l'été, on se baigne, on va à la plage... c'est les vacances quoi.

Chérine : D'accord, alors maintenant, je vais vous poser une question plus précise. Quelle place occupent les glaces dans votre alimentation ? Vous en mangez beaucoup ou pas ?

Jasmine : Euh... non, pas trop. Enfin, avant, j'en mangeais plus, mais maintenant moins.

Chérine : Ah, et pourquoi vous en mangez moins maintenant ?

Jasmine : Bah je sais pas... peut-être parce que j'ai moins envie, ou alors j'y pense moins. Et puis bon, faut faire attention au sucre aussi.

Chérine : D'accord, et quand vous en consommez, c'est à quelle occasion ? Plutôt l'été ou ça vous arrive aussi en hiver ?

Jasmine : Oh ben surtout l'été ! Mais des fois en hiver aussi, ouais.

Chérine : Ah, donc même en hiver, vous pouvez avoir envie de glace ?

Jasmine : Oui, ça peut arriver. Si je suis chez quelqu'un et qu'il y en a, pourquoi pas.

Chérine : D'accord. Et en moyenne, vous en mangez combien de fois ? Genre une fois par semaine ?

Jasmine : Non, non, pas toutes les semaines. Une fois par mois, peut-être ? Enfin, ça dépend.

Chérine : D'accord. Et quand vous choisissez une glace, qu'est-ce qui est important pour vous ?

Jasmine : Ben... je sais pas trop. Je regarde le goût surtout.

Chérine : Est-ce que c'est vous qui choisissez vos glaces en général ?

Jasmine : Pas toujours, ça dépend. Des fois, c'est mon papa qui les achète.

Chérine : Et quand c'est vous, vous optez plutôt pour quel type de glace ?

Jasmine : J'aime bien les glaces genre Kinder.

Chérine : D'accord. Et où achetez-vous vos glaces en général ?

Jasmine : Oh ben, au supermarché... Auchan, Casino... des endroits comme ça.

Chérine : Et ça vous arrive d'en acheter ailleurs, genre à la plage par exemple ?

Jasmine : Non, jamais.

Chérine : Jamais ? Même en plein été quand il fait super chaud ?

Jasmine : Non, non, je préfère acheter en magasin.

Chérine : D'accord. Et avez-vous une marque de glace préférée ?

Jasmine : Euh... Haagen-Dazs.

Chérine : Haagen-Dazs, ok. Et d'autres marques que vous aimez bien ?

Jasmine : Non, pas spécialement.

Chérine : Et que pensez-vous de Magnum ? Est-ce que vous trouvez que cette marque propose des innovations intéressantes ?

Jasmine : Magnum ? C'est les glaces avec du chocolat autour, c'est ça ?

Chérine : Oui, c'est ça !

Jasmine : Ah, ok. Ben... non, je trouve pas ça fou.

Chérine : Même avec les nouvelles saveurs qu'ils proposent ?

Jasmine : Non, ça m'attire pas spécialement.

Chérine : D'accord. Maintenant, parlons d'une innovation. On a pensé à une glace sans sucre, pour les personnes qui veulent faire attention à leur santé sans renoncer au plaisir d'une glace. Qu'en pensez-vous ?

Jasmine : Oh ben... ouais, c'est bien, je suppose.

Chérine : Et pourquoi ça ?

Jasmine : Parce que le sucre, c'est pas top pour la santé, donc si ça permet d'en manger sans culpabiliser, pourquoi pas.

Chérine : Vous seriez intéressé personnellement ?

Jasmine : Pas vraiment, non.

Chérine : D'accord. Parlons maintenant d'une autre idée : une bûche glacée Magnum pour Noël. Qu'en pensez-vous ?

Jasmine : Ah, ça peut être sympa, ouais.

Chérine : Et vous l'achèteriez ?

Jasmine : Peut-être, ça dépend.

Chérine : Qu'est-ce qui pourrait vous motiver à l'acheter ?

Jasmine : Si c'est à la mode, pourquoi pas.

Chérine : Dernière innovation : une barre de céréales Magnum, pour un en-cas plus pratique que la glace. Qu'en pensez-vous ?

Jasmine : Ah, c'est bien pour ceux qui aiment pas les glaces et qui veulent un truc facile à emporter.

Chérine : Vous en achèteriez ?

Jasmine : Non, moi, j'en mange pas des barres de céréales.

Chérine : D'accord. Pour conclure, parmi ces trois innovations, laquelle vous semble la plus intéressante ?

Jasmine : La barre de céréales.

Chérine : Pourquoi ?

Jasmine : Parce que c'est pratique.

Chérine : Super, merci pour votre participation ! Vos réponses vont beaucoup nous aider pour notre étude. Merci encore et très bonne journée !

Jasmine : Merci, au revoir !

Entretien Farras 48 ans, Cadre:

Chérine : Bonjour, merci d'avoir accepté de participer à notre étude. Cet entretien durera environ une trentaine de minutes. Je m'appelle Chérine Zahri, je suis étudiante à l'université Montpellier. Dans le cadre de nos études, nous devons réaliser une étude sur des produits innovants. L'objectif est de comprendre quel produit répond le mieux aux attentes des consommateurs. Avant de commencer, je tiens à préciser que cet entretien ne sera pas enregistré, comme vous l'avez demandé. Toutes les informations recueillies resteront strictement anonymes et confidentielles. Donc, pour commencer, on va parler un peu de vos habitudes en été. Dites-moi, que mangez-vous généralement l'été ?

Farras : L'été, on mange plus léger, hein, avec la chaleur... Beaucoup de salades, des grillades aussi. Et puis bien sûr, des fruits, comme la pastèque, le melon, les pêches...

Chérine : Ah oui, les fruits, c'est vrai qu'ils sont très appréciés l'été ! Et sinon, est-ce qu'il y a des plats ou des aliments que vous consommez uniquement pendant cette saison ?

Farras : Hm... oui, disons que les barbecues, c'est vraiment une chose qu'on fait plus souvent en été. Et aussi, parfois, on mange des plats plus frais comme du taboulé ou du gazpacho.

Chérine : D'accord, et sinon, en été, vous aimez faire quoi ? Vous avez des plans particuliers cette année ?

Farras : Généralement, on essaie de partir un peu, que ce soit à la mer ou à la montagne. Cette année, je ne sais pas encore... Peut-être qu'on ira voir la famille ou qu'on fera quelques week-ends par ci par là. Mais sinon, on profite du beau temps, on se promène, on fait des pique-niques...

Chérine : Très bien ! Maintenant, on va parler d'un aliment en particulier : les glaces ! Quelle place occupent-elles dans votre alimentation ?

Farras : Eh bien... j'en mange de temps en temps, mais beaucoup moins qu'avant. Quand j'étais plus jeune, j'en mangeais assez souvent, mais aujourd'hui c'est plus occasionnel.

Chérine : D'accord, donc c'est plus un plaisir ponctuel qu'une habitude. Et à quelle occasion vous arrive-t-il d'en consommer ?

Farras : L'été surtout. Quand il fait chaud, c'est rafraîchissant. Parfois aussi après un repas, comme dessert. Et puis, bon, si on est en vacances ou qu'on se balade en ville, ça peut arriver d'en prendre une.

Chérine : Et en hiver, est-ce que vous en mangez aussi ou c'est vraiment réservé aux beaux jours ?

Farras : Moins, mais ça peut arriver, oui. Surtout si c'est une glace un peu plus gourmande, comme une coupe avec du chocolat fondu ou une glace au caramel... ça passe crème même en hiver !

Chérine : Ah oui, c'est vrai que certaines glaces sont plus adaptées à la saison froide ! Et quand vous choisissez une glace, quels critères sont les plus importants pour vous ?

Farras : Le goût, déjà. Si ça ne me plaît pas, peu importe la marque ou le prix, je ne vais pas la prendre. Ensuite, la texture aussi... J'aime bien quand c'est crémeux, pas trop glacé ou dur. Et puis la qualité des ingrédients, ça compte aussi.

Chérine : D'accord ! Et où achetez-vous généralement vos glaces ? Plutôt en grande surface, en glacier artisanal ou en restauration ?

Farras : Ça dépend. En général, on achète des bacs ou des bâtonnets en grande surface, c'est plus pratique. Mais si on sort et qu'on passe devant un bon glacier, ça nous arrive d'en prendre.

Chérine : Et vous avez une marque de glace préférée ?

Farras : Hmm... J'aime bien Häagen-Dazs. Leurs parfums sont bons, et la texture est top. Après, Magnum aussi, c'est une valeur sûre.

Chérine : Justement, en parlant de Magnum, que pensez-vous de cette marque ?

Farras : C'est une bonne marque, ils ont des produits de qualité. Leur chocolat est bon, bien croquant. Ils innovent souvent avec de nouveaux goûts aussi j'ai remarqué.

Chérine : Justement, trouvez-vous que Magnum propose des innovations intéressantes ?

Farras : Oui, je trouve qu'ils essaient de se renouveler. Après, certaines innovations sont plus marquantes que d'autres. Mais en général, ils savent attirer les consommateurs avec des nouvelles recettes.

Chérine : Passons maintenant à un concept que nous avons imaginé : une glace sans sucre. L'idée, c'est de proposer une alternative plus saine pour les personnes qui veulent manger des glaces sans culpabiliser. Qu'en pensez-vous ?

Farras : C'est une bonne idée, oui. Beaucoup de gens font attention au sucre, donc ça pourrait plaire.

Chérine : Est-ce que vous êtes vous-même sensible aux produits sans sucre ?

Farras : Pas spécialement. Mais si le goût est au rendez-vous, pourquoi pas !

Chérine : Quels seraient, selon vous, les avantages et les inconvénients d'une telle glace ?

Farras : L'avantage, c'est évidemment que c'est mieux pour la santé. L'inconvénient, ce serait si ça altère le goût. Parce que souvent, les produits sans sucre n'ont pas la même saveur...

Chérine : Une autre innovation à laquelle nous avons pensé : une bûche glacée Magnum pour Noël. Qu'en pensez-vous ?

Farras : Ah, c'est original ! En général, on mange des bûches pâtissières, mais pourquoi pas une bûche glacée, ça peut changer.

Chérine : Quels seraient vos critères pour choisir une bûche glacée ?

Farras : Le goût, évidemment, mais aussi la présentation. Une bûche de Noël, ça doit être joli sur la table.

Chérine : Pour finir, nous avons pensé à une barre de céréales Magnum. C'est une alternative pour ceux qui veulent un en-cas pratique et gourmand. Vous en pensez quoi ?

Farras : C'est une bonne idée. Il y a de plus en plus de gens qui cherchent des snacks pratiques.

Chérine : Vous mangez souvent des barres de céréales ?

Farras : Pas trop, mais ça m'arrive.

Chérine : Vous en achèteriez ?

Farras : Je ne pense pas, pourquoi pas pour les enfants mais j'en suis pas spécialement fan.

Chérine : Pour conclure, parmi ces trois produits innovants, lequel vous intéresserait le plus ?

Farras : Hm... Je dirais la bûche glacée, ça pourrait être sympa à tester pour Noël.

Chérine : Merci beaucoup pour votre temps et vos réponses !

Farras : Avec plaisir !

Entretien Isabelle, 59 ans, commerçante:

Lily : Bonjour, alors merci d'avoir accepté de participer à notre étude. Cet entretien durera environ une trentaine de minutes. Heu je m'appelle donc Lily Barberin, je suis étudiante à l'IUT de Montpellier et dans le cadre de nos études, nous devons réaliser une étude sur des produits innovants. L'objectif de cette étude est donc de définir le produit innovant qui correspond heu le mieux aux besoins et aux attentes des consommateurs. Donc avant de commencer, je tiens à préciser que cet entretien sera enregistré comme nous l'avons convenu et que toutes les informations recueillies resteront strictement anonymes et confidentielles. Donc heu pour commencer heu, je vais vous poser une question très simple. Que mangez-vous l'été ?

Isabelle : Plutôt des salades, hum *réflexion* plutôt des choses fraîches. J'évite des plats lourds heu, bien sûr, la crème, les choses comme ça. Heuu j'aime... les glaces, puis après tout ce qui est crudités heuu.

Lily : Et donc heu vous mangez pas trop de plats à base de crème, vous avez dit ?

Isabelle : Oui, ben tout ce qui est plats lourds, en sauce, tout ça, j'évite l'été.

Lily : Et donc heu vous mangez, vous avez dit, des salades et des glaces heu peut-être un peu ?

Isabelle : Alors oui, ben tout ce qui est frais en fait hein, donc plutôt des glaces, des fruits frais. Hum... j'évite un peu les gâteaux, si je peux *sourire*. Hum... on fait attention un peu à notre ligne, on essaye en tout cas l'été. Donc heu oui, après tout ce qui est heu..., oui tomates mozza, heu... salades composées, choses comme ça. Voilà, j'adore l'été. *blanc* Heu après heu..., qu'est-ce que je pourrais dire d'autre hum...? Je bois beaucoup d'eau, je, j'aime pas le soda, donc heu plutôt de l'eau, toujours fraîche. Hum... *blanc*

Lily : Et donc, vous avez dit que vous n'aimez pas manger trop de glace en été ?

Isabelle : Alors, si, moi j'aime bien manger de la glace. Après, je ne suis pas une fan inconditionnelle de la glace, en général. Mais si je dois manger un dessert, ça sera plutôt quelque chose de frais. Donc heu..., oui, une glace, c'est assez sympa, quoi. Ça passe bien, surtout des glaces à l'eau. C'est plutôt sympa.

Lily : Oui donc, plutôt des sorbets ?

Isabelle : Voilà, plutôt des sorbets, exactement.

Lily : OK, vous êtes pas trop glace... ?

Isabelle : Ben, il ne faut pas exagérer. Après..., j'aime bien aussi la glace... au lait. Enfin, voilà, classique. Mais bon, j'essaye de mixer, par exemple, des parfums avec un peu de sorbet. Et éventuellement, un parfum, genre, noix de coco, qui est... ma faiblesse. Heu voilà, j'essaye de mixer avec des glaces aux fruits qui sont plus sorbets, quoi. Voilà.

Lily : Bon. *tentative de prise de parole du répondant* Oui, vous alliez...

Isabelle : Non, j'allais dire peut-être mangue. Par exemple, mangue coco, j'adore. Donc heu, voilà.

Lily : OK, donc heu super. Donc, pour rentrer peut-être un peu plus dans le thème et pour connaître un peu plus en profondeur votre point de vue concernant heu les glaces, heu quelle place elles occupent dans votre alimentation en, en général ?

Isabelle : Alors, pas une très grande place, parce que je ne suis pas heu... L'hiver, par exemple, je ne mange absolument pas de glace. Je ne suis pas très dessert glacé, etc. Voilà. L'été, par contre, j'aime bien, voilà de temps en temps, des sorbets heu.... Voilà. Comme je viens de dire, voilà, tout ce qui est sorbet et, et un peu de glace aussi heu...

Lily : Donc, vous consommez des glaces essentiellement en été ?

Isabelle : Oui.

Lily : Et heu... à quelle fréquence ?

Isabelle : *réflexion* On va dire une à deux fois par semaine.

Lily : OK. Et heu... quel

Isabelle : Maximum

Lily : Et quels paramètres privilégiez-vous dans le choix de-d'une glace ?

Isabelle : Ben le parfum, en premier, bien sûr. Et puis après, voilà, j'essaye de privilégier aussi le fait que ça soit un sorbet. Plutôt glace à l'eau que glace au lait. Mais enfin bon, après, tout dépend du parfum quand même.

Lily : Est-ce que... Où achetez-vous vos glaces ?

Isabelle : Alors, souvent à Picard, surgelé. Après, sinon, moi, mon plaisir, c'est quand même de les consommer en terrasse, dans un café, etc. Voilà, ça, c'est le plaisir un peu de l'été. On s'installe à une

terrasse et... Voilà, on se prend une petite coupe de glace. C-Ça allie le plaisir avec le, un moment convivial, un moment sympa, quoi.

Lily : Et en restauration aussi, peut-être ?

Isabelle : Oui, ou au restaurant, voilà. En dessert, au restaurant. Mais un peu plus que personnellement, chez moi. Chez moi, je vais plutôt acheter éventuellement des glaces. Et donc, chez Picard, plutôt.

Lily : Et donc, est-ce que vous avez une préférence pour une marque en particulier ?

Isabelle : Alors, si je prends... Ben souvent, je prends des glaces plutôt faites de façon artisanale. Des choses comme ça. Bon, après, il y a la marque Carte d'Or que tout le monde connaît. Mais sinon, moi, je- j'essaye plutôt... Par exemple, des fois, je sais qu'ils font des sorbets au chocolat. Donc ça, par exemple, je prends. Et souvent, c'est des ateliers un peu plus heu... qui sont fait... des ateliers artisanaux, quoi voilà. Qui sont, qu'on trouve même en supermarché, d'ailleurs. Des fois, des, des petites glaces comme ça. Qui sont un peu plus chères, mais avec des parfums un peu plus originaux, voilà.

Lily : Et qu'est-ce que vous pensez de la marque Magnum ?

Isabelle : Ah oui, ça, c'est bon. Mais moi, c'est moins mon... mon type de glace, quoi, voilà. Mais sinon, oui, c'est... C'est des glaces qui sont bonnes, hein. Vanille, noix de pécan, là. Enrobage au chocolat, souvent. Ou au chocolat blanc, enfin bon. Ma fille aime, aime ça.

Lily : Et est-ce que vous trouvez que Magnum propose des innovations intéressantes ?

Isabelle : Oui, quand même. Ils ont souvent des, des... nouveaux parfums, je trouve. Notamment, donc la dernière fois, j'ai regardé, c'était au chocolat blanc. Il y a pas mal de petites choses qui changent tous les ans. Il y a plein de formes, en plus. Ils les font en mini, en grand. Enfin, ça, c'est pas mal. Donc, oui. Quand je dois prendre, par exemple, si j'ai des amis qui viennent, je vais prendre plutôt Magnum effectivement.

Lily : Donc, maintenant, nous allons rentrer dans le sujet des innovations. Donc, notre première, nous avons pensé à une glace sans sucre, pour répondre aux attentes des clients qui aimeraient consommer peut-être plus souvent, sans avoir à se soucier des conséquences sur leur santé, ou alors peut-être sur leur poids. Donc, que pensez-vous de cette innovation ?

Isabelle : Oui, très bonne innovation. Ça je trouve ça, c'est très, très bien. Après, il faut que ça soit bon, quand même hein *rire*. Mais oui, bien sûr, ça, c'est une très bonne idée. Je trouve ça très bien. D'ailleurs, c'est un peu la tendance, je pense, même des, des desserts. Heu... La tendance est quand même aux desserts de moins en moins trop sucrés, de plus en plus allégés en sucre, quand même, et pourtant, qui ont quand même beaucoup de goût. Donc, oui, c'est une bonne idée.

Lily : Et donc, vous, personnellement, est-ce que vous êtes sensible aux produits sans sucre ?

Isabelle : Oui. J'essaye de faire attention donc.... Après, attention, il faut que ça soit sans sucre, mais pas avec de l'aspartame. J'ai horreur du goût de l'aspartame donc heu.... Mais sans sucre, ou allégés, en tout cas, où ils font attention à pas trop sucer, oui, je suis sensible à ça. Parce que même moi, quand je fais moi-même des gâteaux, par exemple, je divise souvent la dose indiquée par deux, donc oui... voire par trois. Donc, oui, je suis sensible au fait qu'il y ait..., en tout cas, beaucoup moins de sucre.

Lily : Et donc, vous faites ça parce que vous êtes peut-être préoccupée par votre santé ou par heu...

Isabelle : Oui.

Lily : Pourquoi vous faites ça ?

Isabelle : Pour la san-, pour le, bon pour le poids, pour la santé. Et puis, parce que je trouve que souvent, c'est trop sucré. Maintenant, on est habitué à manger un peu moins sucré. Donc, je trouve que c'est meilleur. J'aime plus tellement les choses trop sucrées.

Lily : Et quel, du coup, avantage verriez-vous à consommer ce type de produits ? Donc, une glace sans sucre.

Isabelle : Parce que ça me plairait, parce que... Alors, peut-être, déjà, je cubabiliserais un petit peu moins. *rire* Et puis... et puis parce que, justement, le goût me plairait. Parce que ça serait moins lourd, enfin, voilà, moins riche voilà.

Lily : Et quel fra, du coup ? Qu'est-ce qui vous... Qu'est-ce qui vous plairait moins, du coup ? Enfin, qu'est-ce qui pourrait vous freiner à consommer ?

Isabelle : Ah ben, si vraiment le goût était trop... Il faut quand même que le goût soit là. Voilà. Justement, c'est tout le problème. Il faut que le dosage soit, soit bien, pour qu'il y ait quand même du plaisir. En enlevant un maximum de côté négatif du sucre, quoi.

Lily : Et donc, peut-être, hormis le goût et l'aspect sans sucre, quel facteur pourrait influencer votre achat ?

Isabelle : Hum... Ben, le côté bonne santé, le côté hum... original, de la chose. Heu... voilà. Oui, original. Et puis, le côté santé. Si le goût y est heu..., ça me motiverait.

Lily : Bien. Donc, je pense que on peut passer, du coup, à la deuxième innovation. Donc, pour pallier la saisonnalité de la glace, nous avons imaginé peut-être une bûche de Noël. Donc, pour ceux qui aimeraient déguster une bûche glacée le soir de Noël en famille. Donc, qu'est-ce que vous pouvez penser de cette innovation ?

Isabelle : Oui, bien sûr. Il y a beaucoup de gens qui aiment..., qui aiment, qui adorent la bûche glacée. Moi, par goût, je préfère la bûche pâtissière. Mais... beaucoup de, de gens, et beaucoup de mes amis d'ailleurs, aim- préfèrent plutôt la bûche glacée. Donc... Et d'ailleurs, chez Picard, je reprends Picard *rire*, mais chez Picard, il y a beaucoup de belles bu-bûches glacées, souvent, des fois, proposées par des... des desserts de grands chefs, un peu, des, des recettes amenées par un grand chef, avec des designs un peu originaux et tout ça. Oui, bien sûr.

Lily : Et donc, quelles seraient vos attentes vis-à-vis de ce produit ?

Isabelle : Une bûche glacée ? Qu'elle soit jolie, qu'elle représente bien Noël, que ce soit joli à mettre sur la table de Noël ou quoi, bien sûr. Et puis après, bien sûr ben..., le goût, le design, le goût original, un peu, parce que ça, c'est quand même sympa. Et après, le design, bien sûr, parce que le jour de Noël, on a envie d'offrir une jolie glace, enfin, un joli dessert à ses convives.

Lily : Et quels critères heu..., en général, influencent vos choix de desserts festifs ?

Isabelle : Ah ben le... le goût, l'harmonie des parfums *pause* et le design. *blanc* L'originalité, l'harmonie et l'originalité des... du mélange des parfums, et le design, bien sûr, quand même, il faut que ça soit joli, forcément.

Lily : Et plus précisément, peut-être..., plus concret ?

Isabelle : *réflexion* Ben concrètement, ça va être quand même surtout heu l'harmonie et la subtilité des parfums, qui vont heu... qui vont quand même m'interroger. Après..., plus concrètement, il y a le prix aussi, bien sûr hein. Mais bon, c'est Noël, alors si c'est pour Noël, on peut un peu plus se lâcher sur le prix. Mais bon, le prix aussi, bien sûr, peut faire, peut jouer, ça dépend combien on est en famille. Heu, moi, je l'ai moins regardé parce qu'on n'est pas très nombreux, par exemple. Mais c'est sûr que si on est une famille qui se réunit à 12 ou 15 ou 20, heu... là, on est obligé de faire bien plus attention, quand même, au prix des desserts proposés, ça c'est sûr. Il y a quand même le facteur prix qui est important.

Lily : Et donc, quelles seraient vos motivations heu d'achat pour du coup un- cette bûche ?

Isabelle : Ben, je vous dis, l'équation, je me répète un peu, mais l'équation en fait entre le prix, heu... le fait que les parfums me plaisent, ou plaisent au plus grand nombre. Si on est une grande famille, il faut que ça plaise un peu à tout le monde. Et... et puis, bon, que ça soit quand même joli, bien sûr, à mettre sur la table. Et je vous dis, si on est nombreux, il faut quand même que le prix soit là.

Lily : Et donc, quels freins, autre que ce que vous m'avez indiqué, pourraient..., du coup, vous réfréner à l'achat de ce produit ?

Isabelle : *réflexion* Trop... pas assez original. Il faut quand même que ça soit... il faut quand même que ça soit un peu original pour Noël. Donc, une glace trop... trop basique, quoi. Heu... bon, moi, personnellement, ça me... retiendrait, voilà. J'aimerais quand même, pour Noël, une petite pointe d'originalité.

Lily : Et quels facteurs, du coup, pourraient influencer votre achat ? La praticité, l'apport nutritionnel, les ingrédients...

Isabelle : Ah oui, ben les ingrédients, parce que si c'est des ingrédients qui sont quand même... garantis, par exemple, frais, etc. Oui, bien sûr, ça ça peut..., tout ça c'est des choses qui peuvent influencer hein, bien sûr, mon achat. La garantie de produits frais, sains..., un peu moins de sucre, par exemple. *réflexion*

Lily : L'apport nutritionnel, donc ?

Isabelle : Oui, l'apport nutritionnel, voilà. Ben ça pourrait compter, après, c'est Noël. Si, si, si on parle vraiment d'une bûche de Noël, bon, Noël, on fait un peu moins attention. *rire*

Lily : Et la praticité, est-ce que cela jouera dans le packaging..., la forme de la bûche... ?

Isabelle : Ah bah oui, ça, bien sûr, oui. Oui, oui, ça, la forme de la bûche va compter heu.... Le côté pratique pour la... pour la conserver, etc. Oui, bien sûr, ça va, ça va quand même compter. Mais bon, ça ne va pas être le critère premier, quand même.

Lily : Et donc..., maintenant, je pense que l'on peut passer au dernier thème. Donc..., pour finir, nous avons pensé à une barre de céréales pour élargir la gamme et s'ouvrir à des personnes qui ne consomment pas de glace habituellement. Et donc, pour répondre à des attentes qui pourraient

demander des encas plus pratiques et plus faciles à transporter que, que les glaces. Heu donc, que pensez-vous de cette innovation ?

Isabelle : Oui, ça, j'adore. Moi, je suis très barre de céréales, donc heu..., ou barre alimentaire. Fin..., tout ce qui est barre alimentaire. Des fois, moi, ça peut m'arriver de l'été, par exemple, justement, de ne pas trop manger le midi, de me manger une barre de céréales, heu si j'ai pas trop le temps, parce que je, je rentre du travail, tout ça. Donc heu, oui, ça, ça peut être intéressant.

Lily : Et donc, quelle place les barres de céréales occupent-elles dans votre alimentation ?

Isabelle : Oh, pas une immense part, mais... Mais bon, j'aime bien quand même, de temps en temps, consommer une barre de céréales *réflexion*. Voilà, si je reviens d'une marche heu... à quatre heures, ou ça m'arrive. Donc voilà, l'été, comme je travaille pas mal, que, si je rentre tard du...du marché, moi, par exemple, ça peut m'arriver de manger une barre ou deux barres de céréales. Voilà, ça, oui.

Lily : Et donc, quels seraient vos critères pour choisir une barre de céréales ? Qu'est-ce qui vous ferait plus choisir une barre qu'une autre ?

Isabelle : Alors, les... les fruits secs, j'adore *rire*. Hum... Tout ce qui est un peu fruits secs. Heu, pas trop, trop d'enrobage chocolat, parce que l'été, le problème, c'est que ça fond. Donc, si on la prend avec soi, ben après c'est tout fondu. C'est un peu le problème de *rire*. Sinon, j'aime beaucoup hein enrobé de chocolat, mais c'est un peu le problème de l'été. Heu sinon, moi, c'est tout ce qui est un peu, en général c'est des mixages de fruits secs. Là, tout ça, j'aime beaucoup.

Lily : Et donc, quelles sont vos attentes vis-à-vis de ce type de produit ?

Isabelle : Ben pratique à manger. Bon en général, c'est quand même pas trop trop... fin c'est étudié pour être énergétique, mais pas trop sucré quand même. Heu... pour redonner un peu d'énergie, mais pas de façon trop grasse ou trop sucrée non plus. Hum... et... et que ça ait bon goût hein *rire*.

Lily : Et donc..., quelles seraient vos motivations d'achat ? Donc, côté pratique...

Isabelle : Alors, le côté pratique, bon le prix quand même un peu hein. Hum... mais bon, j'en mange pas tout le temps, donc c'est pas non plus un frein. Ça serait pas un frein non plus, à moins que ça soit affreusement cher. Mais sinon, ça serait pas un frein. Heu... le goût et la praticité. Pour manger. Voilà. C-c'est mes deux principaux... et puis, quand même, la teneur énergétique hein. Enfin, bon, voilà. Pour pas que ça soit non plus quelque chose qui explose en calories hein.

Lily : Et donc..., ce serait des freins, donc, le prix, un prix trop élevé ?

Isabelle : Ben un prix vraiment trop élevé, oui, quand même. Enfin, bon. Après, comme j'en mange pas beaucoup et que ça remplace un peu... Pour moi, ça remplace presque un repas. Donc heu bon. Mais faut pas non plus que ça soit un prix incroyable... Voilà. Et puis heu..., oui, la teneur en- énergétique, quand même. Si c'est vraiment trop..., trop, trop gras, non, je prendrais pas.

Lily : Trop sucré, heu... ?

Isabelle : Voilà, trop sucré, trop gras, non, je prendrais pas. Parce que pour moi, la barre énergétique, ça reste dans, dans ma tête quelque chose de quand même sain. Donc, faut pas que ça soit quelque chose qui soit..., voilà, gras ou trop sucré ou... à teneur en calories trop élevée.

Lily : Et donc, les ingrédients, présents, pourraient influencer votre achat ? Donc, les fruits secs ?

Isabelle : Ah oui, oui, moi, tout ce qui est mélange de fruits secs, des choses naturelles, genre fruits secs avec du miel, des choses comme ça. Heu... voilà. Ça ça serait... Ça serait des choses qui me plairaient.

Lily : Donc, on peut dire que vous êtes...

Isabelle : Ou abricots secs ou voilà, enfin, tout ce qui est fruits secs.

Lily : Donc, vous pourriez dire que vous êtes préoccupée par votre santé ?

Isabelle : Oui. Je fais attention quand même de... De bah, de limiter en tout cas..., voilà, trop de choses en excès. *blanc*

Lily : Bon, je pense donc qu'on peut conclure cet entretien. Donc, pour terminer, j'aimerais bien savoir ce que vous avez retenu de l'entretien.

Isabelle : Ben que vous proposiez plusieurs choses de, d'i-, fin innovantes. Heu... surt-, donc au niveau glace et barres de céréales. Heu... il y a des choses qui, qui me correspondent bien. Comme la glace, un nouveau parfum peut-être de glace pour l'été. Bon, moi personnellement, un peu moins pour l'hiver parce que je suis moins glace, glacée l'hiver. Bon. Et je trouve qu'il y en a déjà beaucoup aussi. Donc..., enfin, il y a beaucoup de choix aussi. Mais bon..., pourquoi pas hein. Et après, plutôt la barre protéinée. Enfin, tout ce qui est barres céréales, moi oui, ça me... ça me plairait assez. Voilà, donc j'ai retenu ça que je trouvais que c'était des bonnes idées.

Lily : Et donc, parmi ces trois produits innovants, lequel choisiriez-vous lors de votre prochain achat ?

Isabelle : Je pense plutôt la glace, de l'été.

Lily : La glace sans sucre ?

Isabelle : La glace sans sucre.

Lily : Bien. Bon ben, du coup, un grand merci à... à vous pour votre participation à cette étude. Votre avis a beaucoup compté pour nous. Et donc, bonne journée à vous.

Isabelle : Merci beaucoup, bonne journée à vous.

Entretien Brian, 23 ans, étudiant:

Lily : Bonjour, alors merci d'avoir accepté de participer à notre étude. Cet entretien, il va durer environ une trentaine de minutes. Je m'appelle Lily Barberin, je suis étudiante à l'IUT de Montpellier. Dans le cadre de nos études, nous devons réaliser une étude sur des produits innovants. L'objectif de cette étude est de définir un produit innovant qui correspond le mieux aux besoins et aux attentes des consommateurs. Et donc, avant de commencer, je tiens à préciser que cet entretien sera enregistré, si cela ne vous dérange pas, et toutes les informations recueillies resteront strictement anonymes et confidentielles. Donc pour commencer, je vais vous demander heu que mangez-vous l'été ?

Brian : Alors Bonjour, tout d'abord. Et heu alors l'été, heu je mange, je suis très varié, donc en alimentation, l'été, je fais attention à mon alimentation. Donc heu je mange tout ce qui est sain, plutôt. Et après, ça dépend, parce que j'ai des vacances, donc là, je me permets de me faire plaisir. Donc heu je peux manger heu des bonnes choses, enfin des des glaces, des des produits assez, assez gourmands en sucre, de base. Et donc voilà, parce que c'est la base de mon alimentation en été.

Lily : Donc vous mangez des produits gourmands l'été ?

Brian : Oui, oui je me fais plaisir, pendant les vacances.

Lily : Pendant les vacances. Bien d'accord, donc, on va aborder le premier thème.

Brian : Ouais

Lily : Heu donc pour rentrer un peu plus dans le thème du sujet, et pour connaître un peu plus en profondeur votre point de vue concernant les glaces, heu quelle place occupent les glaces dans votre alimentation ?

Brian : Alors, comme je disais plus tôt, humm c'est un produit que je mange assez rarement, mais que j'aime bien, parce que c'est c'est bon, comme la plupart des gens aiment ça hehe *petit rire*. Et du coup humm, c'est une place heuu ça, je dirais que c'est une place heu ça a peu de place dans ma vie quand même. Et du coup, du coup, du coup, heuu je mange que l'été, l'été les glaces, parce que c'est que l'été que je bouffe des glaces, que ce soit en famille ou entre amis, tout ça. Donc heu, voilà.

Lily : À quelles occasions vous pouvez consommer ?

Brian : Heuu en soirée entre amis ou après des restaurants, dans un restaurant, heu quand je sors, je sors de chez moi.

Lily : Et à quelle fréquence ?

Brian : Fréquence heu, je dirais heu *blanc* deux, trois fois par semaine.

Lily : OK, et quel heu paramètre est-ce que vous privilégiez pour heu le choix de, d'une glace ?

Brian : Paramètre, alors que ce soit assez déjà, l'aspect me donne envie. Donc heu si c'est heu, le produit s'il est assez vendeur si..., si..., si il est assez attractif, parce que j'aime c'est les belles choses, ça me donne envie de manger.

Lily : *rire*

Brian : *rire* Donc heu, heuu *rire*, donc hum je dirais heu... Je dirais... Wow *paroles incompréhensibles* Heu *rire* Je dirais... Tu m'as dit quoi déjà ? *rire franc de l'enquêteur et du répondant*

Lily : Du coup, quel paramètre privilégiez-vous pour les glaces, oui du coup, vas-y ?

Brian : Donc heu, déjà que ça me donne envie, ettt heu que ce soit assez heu heu maison, bien ar-artisanal, j'aime bien tout ce qui est artisanal, et fait maison, bio, tout ça. Donc heu, moins de produits chimiques, tout ça, je suis moins fan. Donc, voilà.

Lily : Donc, vous privilégiez plus peut-être les glaciers ?

Brian : Les glaciers, ouais. Ouais, c'est ça, tout à fait. Heu ou même des restaurants hein. Les restaurants qui prennent des bons, des bons glaciers ar-artisanaux.

Lily : Et est-ce que vous avez une marque heu préférée du coup ? Heu si vous achetez heu pas, pas des glaces, du coup, oui artisanales, heuu

Brian : Ouais, plutôt commerciales. Bon, après, il y en a des connues comme Magnum. Donc heu, je l'achète assez rarement. Mais, mais elles sont assez qualitatives par rapport à d'autres, *pause* d'autres glaces qu'on propose *pause* en général.

Lily : Ben, ça tombe bien, du coup heu, vous parlez de la marque Magnum. Que pensez-vous heu de cette marque, du coup, heu Magnum ?

Brian : Alors, alors cte marque hum, comme je le disais tout à l'heure, c'est une marque qui, qui est un peu au-dessus des autres marques que peut proposer d'autres chaînes. Et c'est, c'est assez bon, je trouve, ce qu'ils font. Donc heu, ils sont assez innovateurs, ce qu'ils font. Donc, des fois, des fois, il y a des nouveautés, j'ai envie de goûter ce qu'ils proposent. Et donc heu, donc c'est souvent le produit que je prends en tant que glace.

Lily : Donc, vous trouvez que Magnum fait des innov- fait des produits innovateurs ?

Brian : Assez souvent, ouais. Ils font pas mal de pubs et tout, donc ça se voit assez facilement. Donc, soit dans le cinéma et tout, ça se voit assez facile. Et donc, c'est vrai que ça donne envie, comme c'est, ça peut être affiché ou proposé, vendu. Donc heu, oui, c'est, c'est la principale glace que je prends.

Lily : Vous ne prenez pas d'autres glace ?

Brian : C'est-à-dire ?

Lily : Vous consommez pas d'autres marques vous voulez dire ?

Brian : Si, j'en consomme. Comme je disais tout à l'heure, je, j'préfère les, les, les glaces heu qui sont faites bio, donc tout ça. Mais si, des fois, que ce soit au cinéma, *paroles incompréhensible* loisirs, comme ça, j'ai envie d'une glace ou quoi, je vais prendre ça.

Lily : OK. Et donc, vous ne consommez pas d'autres marques industrielles, en quelque sorte heu ?

Brian : Non, je ne suis pas trop fan de ça.

Lily : Donc heu, et vous aimez bien la marque Magnum ?

Brian : Bien, c'est un grand mot, parce que bien, c'est quand même des... C'est pas, c'est pas, c'est pas I- les glace que je préfère, mais heu oui, c'est, c'est la marque heu que que j'apprécie le plus, on va dire.

Lily : Et pourquoi vous ne prenez cette marque plutôt qu'une autre ?

Brian : Comme je disais, l'aspect marketing, marketing, heu tout ce qui est vendeur, les pubs, tout ça, mais ç- même après tout ce que j'ai goûté, c'est ce que je préfère en termes de goût.

Lily : Bien, on peut passer donc au deuxième thème. Alors heu, pour vous expliquer, nous avons pensé à une glace heu sans sucre, heu qui pourrait répondre heu à des attentes de clients qui aimeraient peut-être consommer plus souvent des glaces, sans avoir à se soucier des conséquences, soit sur leur santé ou même sur leur poids. Heu et donc, que vous pouvez penser heu que pensez-vous de cette innovation ?

Brian : Alors, déjà, ça serait, c'est une bonne idée, parce que la glace, on sait que ça apporte beaucoup de sucre, donc les gens heu ça peut attirer pas mal de personnes pour ça, dont moi, parce que je fais attention à mon... ce que je mange. Et après, il faut que ce soit le goût soit bon aussi, parce que si

c'est, sinon, il faut que ce soit aussi qualitatif que ce qu'il propose avant. Donc pourquoi pas, ça pourrait être intéressant à, à tester.

Lily : Et donc, vous êtes sensible aux produits au sucre, puisque vous êtes sensible à votre santé ?

Brian : C'est ça,

Lily : c'est ce que vous avez dit ?

Brian : en fait, je fais attention, même si j'ai pas, j'ai pas de soucis, pour l'instant. Donc heu, mais c'est important sa santé, donc heu il faut faire, faut faire attention. C'est ce que je me fixe. *petit rire*

Lily : *rire* Et est-ce que vous êtes préoccupé, parce que du coup, vous faites attention à votre santé heu, et est-ce que vous faites plutôt attention à votre poids ?

Brian : Mon poids, après, c'est pour le travail que je fais aussi, donc je dois, que je dois avoir une heu bonne santé. C'est primordial pour m-mon travail. Donc heu oui, donc c- oui on peut aussi heu y inclure le poids et tout, donc heu.... Et on sait que la population est de plus en plus obèse, donc ça peut être des, des solutions pour heu alterner nos envies comme nos envies de tous les jours.

Lily : Et donc heu, on voit quel avantage vous pourriez y voir, mais quel frein heuu pourrait heu... ?

Brian : Quel frein, je dirais le goût. Si c'est, si c'est bon, déjà, ce serait le premier critère. Si c'est pas bon, les gens, ils achèteront pas la glace.

Lily : Et heu du coup, heu qu'est-ce qui heuu pourrait influencer votre achat, du coup, pour heu, pour heu votre santé ?

Brian : Ben comme vous l'avez dit, c'est zéro sucre, donc heu c'est pour ça que ça m'intéresse, enfin ça m'intéresserait. Ça peut éviter de prendre du poids pour une glace.

Lily : C'est vrai.

Brian : Qu'en pensez-vous ? *ironique*

Lily : *rire* Donc ensuite, on pourrait passer au thème 3. Donc heu, je pourrais heu, on va, je vais vous exposer une autre hum idée que l'on a eue heu pour pallier à la saisonnalité de la glace, qui souvent on retrouve, comme vous l'avez dit, en été. Nous avons imaginé une bûche de Noël heu pour ceux qui aimeraient potentiellement la déguster de la glace heu en, en hiver, ben du coup, surtout à la période festive, fin des fêtes des fin, de fin d'année, et donc déguster une bûche glacée le soir de Noël. Heu que pensez-vous de cette idée ?

Brian : Alors C'est une idée totalement différente de la précédente, mais hum *reflexion* pourquoi pas ? pourquoi pas ? Parce que les bûches de Noël, c'est... tout le monde aime ça pour les fêtes. Donc heu ça serait une bonne idée, après voir si c'est pareil, si c'est bon et heu... Parce qu'il y a quand même beaucoup de concurrence avec... fin d'autres personnes qui font ça, donc notamment des boulangeries tout ça qui sont faites maison. Est-ce que ça serait bon ? Parce que j'imagine que ça ne serait pas fait maison heuuu *reflexion* de la marque, par la marque. Est-ce que ça peut intéresser les gens ? Humm pour ma part, ça pourrait pas m'intéresser, puisque c'est industriel. Ettt, et on sait qu'il y a beaucoup plus de, de conservateurs de, de sucre dans, dans ces aliments-là.

Lily : Et donc, quelles seraient vos attentes vis-à-vis de ce produit ?

Brian : heuu mes attentes hum ? *blanc* Bah comme je le disais avant, pour moi, ça ne marcherait pas de mon côté, mais heu faire une bonne pub, parce que ça y, ça va y savent déjà bien faire. Mais, ou alors avoir un goût, se démarquer des autres, avoir un goût assez spécial un peu, qu'on ne retrouve pas ailleurs. Ça pourrait être le, le petit truc qui, qui fait que, qu'on se dirigerait vers ça.

Lily : Et heuu du coup, quels heu, quels facteurs pourraient influencer votre achat ? Peut-être la praticité, l'apport nutritionnel, les ingrédients ?

Brian : Ouais, mpff nutritionnel, ben si ce n'est pas trop sucré, pourquoi pas, par rapport aux autres. Heu sinon heu, en termes de goût, voilà si c'est un peu différent, si c'est bon. Mais hum mais sinon heu, sinon, sinon, sinon, j'dirais... Enfin, moi, je sais que mon choix il sera pas, vers, vers ça, c'est mon avis.

Lily : OK, parce que... Parce que c'est sûrement trop industriel.

Brian : Industriel, et ce n'est pas les produits qui m'attirent pour moi. Quand on fait des fêtes, on veut que ce soit fait maison, que ce soit bon. Quand c'est industriel, c'est, c'est c'est, c'est jamais moins bon que c'est fait maison.

Lily : Oui, et après, il existe des produits...

Brian : Pour ma part, c'est mon choix. Mais après, pourquoi pas, il faudrait tester pour voir si c'est bon. Donc heu mais il faudrait un truc qui, qui différencie des autres. Il faut qu'il soit à la hauteur de ce que... Et après, le prix aussi. Le prix il peut rentrer en compte. Parce que c'est, c'est une marque qui est pas donnée. Parce que, parce que ça essaie de faire des choses qualitative. Mais heuu du point que ce soit fait maison, on sait que c'est aussi cher fait maison. Donc ça peut aussi heu, ça peut aussi intéresser les personnes si c'est moins cher et attractif. Mais pour ma part, je reste sur mon opinion.

Lily : Donc vous seriez prêt peut-être à payer un prix un peu plus cher, si c'est, si ce serait pour avoir une meilleure qualité ?

Brian : Ben oui, parce que

Lily : Pour quelque chose avec peut-être avec des ingrédients...

Brian : c'est un événement qui arrive une fois par an, une fête de fin d'année. Donc heu autant prendre quelque chose qui est qualitatif. Qui soit bon.

Lily : Bien. Heu ensuite, on peut, pour finir, je pense passer heu à la dernière innovation. Donc la barre au céréales. Donc nous avons imaginé cette barre pour élargir, heu élargir la gamme. Et s'ouvrir donc à des personnes qui ne consomment pas de glace habituellement. Peut-être comme vous qui ne consommez que occasionnellement. Et pour répondre donc à des attentes qui demandent peut-être des encas plus pratiques et faciles à transporter que des glaces. Donc que pensez-vous de, de cette idée ?

Brian : Alors heu, pourquoi pas ? Parce que, fin c'est un domaine qui me semble qui ne sont pas hum... C'est pas leur domaine. Je ne crois pas qu'ils ont fait des barres de céréales auparavant. Donc ça serait nouveau pour eux. Heu après, ce qui est, ce qui serait intéressant pour nous, s'ils veulent toucher une gamme de, dans le secteur, enfin tous les gens qui sont sportifs, qui font attention à leur alimentation, c'est de mettre, de faire des barres protéinées. Qui font, que nous servent avant les entraînements, pour une collation d'après-midi. Donc ça on en prend souvent d'ailleurs. On prend souvent des barres de céréales. Donc heu ça serait intéressant de ce côté-là. Et après, après c'est de voir si ça ça intéresse les gens aussi. Si ce n'est pas trop cher non plus. Parce que, parce que les barres de céréales, il y'en a

pas mal. Et bon Magnum, je sais que ce n'est pas le moins cher d'un produit. Mais à voir ce qu'ils proposent.

Lily : Et donc est-ce que vous pourriez heu intégrer des... Parce que vous aviez, avez mentionné que vous a-, vous consommez régulièrement des barres de céréales protéinées.

Mais est-ce que vous pourriez intégrer des barres de céréales non protéinées ?

Brian : Non, c'est sucré *paroles incompréhensibles*.

Lily : Donc ça serait plus, toujours par rapport à votre santé ?

Brian : Par rapport à ma santé, pour si ouais, ma condition physique. Heuu parce qu'il faut tenir ma ligne. Donc heu, et c'est pas heu autant prendre des barres de céréales, pour moi, autant prendre quelque chose qui est protéiné. Qui a très peu de sucre. Je ne verrais pas l'avantage que je pourrais avoir en essayant de prendre ça.

Lily : Et donc quels sont les freins pour ce type de produit que vous, que vous voyez ?

Brian : Ben si c'est, déjà c'est le prix, c'est cher. Heu ça peut freiner beaucoup de personnes, fin pour moi. Parce que donc l'alimentation a augmenté. Enfin, se nourrir, ça a augmenté depuis quelques années. Donc heu ça devient difficile à nous de payer. Si en plus pour une barre de céréales de 4 barres ou 6 barres, il faut payer heu un prix assez conséquent sur tout le reste. Et en plus si ça porte du sucre, qui est mauvais pour la santé. Ça peut freiner pas mal de personnes. Pour heu voilà et sinon, après, pour une part de personnes, ça peut intéresser aussi, parce qu'ils aiment le sucre, tout ça. Donc ça attire aussi, forcément. Donc heu y'a, ça peut marcher, ça peut marcher.

Lily : Et hum... *réflexion*

Brian : Et donc vous vouliez... ?

Lily : Et donc comme vous l'avez mentionné précédemment, vous avez dit que le secteur de la barre de céréales était réputé, qui, qu'il y en avait plein. Et heu si vous deviez vous pencher hum vers une barre de céréales, heu qu'est-ce qui vous ferait choisir Magnum et pas une autre marque ?

Brian : *Blanc* Heu bah justement, comme je le disais précédemment, le prix d'abord. C'est, c'est malheureusement, je le dis souvent, mais c'est, c'est le facteur numéro 1. Heuu après, ça serait le goût. Le goût, ce qu'ils peuvent proposer aussi. Donc heu, voir ce qu'ils peuvent proposer. Moi, j'aime plus ce qui est plutôt fruits, fruits secs, tout ça, avec des amandes, tout ça. Parce que c'est plein de, de, de fibres, de vitamines, de, de protéines. Donc c'est ce que je recherche moi, pour ma part. Mais... mais ouais c'est ce qu'ils pourraient proposer de la gamme. Ça pourrait être la différence que je pourrais acheter pour.... tout ce qui est sucre et tout, Nesquik, enfin tout ça, y'a plein, c'est que sucre. C'est pas pour moi.

Lily : Bien, bon bah je pense que nous av- nous avons fini. Qu'est-ce que vous avez pu retenir de, de cet entretien ?

Brian : Alors que *paroles incompréhensibles* c'te marque a quand même des innovations assez intéressantes. Pourquoi pas ? Parce que... qui touche la société aujour- d'aujourd'hui, qui est en partie l'obésité quand même, qui est un facteur majeur maintenant, qui cause la santé de beaucoup de personnes. Et donc heu, moi, ce qui m'intéresse, c'est tout ce qui est les glaces qu- zéro sucre, les, l- barres protéinés, tout ça. C'est très intéressant, parce que ça, ça affecte beaucoup de personnes aujourd'hui. Il y a beaucoup plus de personnes qui vont, qui font du sport, qui font attention à c'qui

mangent. Donc c'est vraiment le..., le... c'est vraiment une idée, des idées qui sont assez heu, assez... intéressantes autour de ça. Voilà

Lily : OK. Et donc heu, pour finir, parmi ces trois produits heu, lequel vous pourriez heu choisir heu, être susceptible d'acheter, si vous les aviez, devant vous ?

Brian : Alors, pour, par curiosité, j'aimerais bien tester la glace, parce que, pour voir le goût, si c'est bon. Parce que si c'est bien et que, je serais curieux comment ils font leur glace zéro sucre. Parce qu'une glace, on sait que c'est quand même sucré. C'est ça qui apporte heu la gourmandise de, de cet aliment-là. Et d'essayer si c'est bon, pour voir. Après heu, donc les barres, ça m'intéresse aussi, parce que de mon côté, c'est... j'en, j'en mange tous les jours. Heuu donc heu ça peut rentrer là-dedans. Et pour la bûche, la bûche..., je serais... je serais... Oh pff... je sais pas, je serais aussi intéressé de goûter, mais à voir, à voir heu... mais c'est pas trop... mon optique.

Lily : Et donc, si vous deviez en choisir qu'une ?

Brian : Entre les trois ? la glace.

Lily : La glace ?

Brian : La glace.

Lily : Ben écoutez, un grand merci heu à vous pour heu, pour votre participation à cette étude sur heu, ben sur ce prod-, fin ces produits innovants. Votre avis a beaucoup compté pour nous. Heu bonne journée et au revoir.

Brian : Merci beaucoup, ce, ce fut un plaisir de vous parler.

Lily : Moi aussi.

Brian : Au revoir.

Entretien Florence, 50ans, Psychologue:

Sacha: Bonjour, merci d'avoir participé à notre étude. Cet entretien durera une trentaine de minutes. Je m'appelle Sacha Le Bourdais, je suis étudiant à l'IUT de Montpellier. Dans le cadre de nos études, nous devons réaliser une étude sur des produits innovants. L'objectif de cette étude est de définir le produit innovant qui répond au mieux, aux besoins et aux attentes des consommateurs. Avant de commencer, je tiens à préciser que cet entretien sera enregistré, si cela ne vous dérange pas. Toutes les informations recueillies resteront strictement anonymes et confidentielles. Donc pour commencer, que mangez-vous l'été ?

Florence: Des glaces, des fruits, des choses plutôt rafraîchissantes parce que l'été on a chaud. Et effectivement, on inspire moins à des gâteaux classiques et on a plus envie de choses qui puissent rafraîchir, qui soient un peu moins lourdes en fin de repas. L'été, on mange moins. Moi personnellement, je mange énormément de salades. Et c'est vrai que pour avoir ma note de sucré, c'est des fruits ou des glaces.

Sacha: D'accord. Donc vous cherchez à éviter les aliments lourds, les aliments entre guillemets chauds. Vous cherchez plus simplement quelque chose de frais, de léger.

Florence: Exactement, j'ai besoin de légèreté, de fraîcheur parce qu'on a moins d'appétit l'été.

Sacha: D'accord. Absolument. Ensuite, pour connaître un peu mieux votre positionnement par rapport à la glace, quelle place occupent les glaces dans votre alimentation ?

Florence: Alors les glaces, c'est surtout le week-end où je fais des repas un petit peu plus riches que la semaine. Et ça reste un moment de gourmandise qui est donc rafraîchissant, sucré. Je suis quelqu'un qui a beaucoup de mal à finir un repas sans sucré. Et c'est vrai que l'été, les glaces, c'est quand même le dessert idéal pour moi.

Sacha: D'accord. Quelle est la fréquence de votre consommation de glace ?

Florence: C'est au moins tous les week-ends, le samedi soir, le dimanche midi. C'est vrai que ça soit des sorbets ou des esquimaux. Après, ça peut être aussi un moment sur la plage où je vais avoir envie d'acheter une glace l'après-midi. Donc, je consomme au moins, je pense, trois fois par semaine des produits glacés.

Sacha: D'accord. Donc, vous consommez des glaces trois fois par semaine et en priorité le week-end.

Florence: Oui.

Sacha: Quel paramètre privilégiez-vous dans le choix d'une glace ?

Florence: La saveur, bien sûr, et son prix aussi.

Sacha: D'accord. Où achetez-vous vos glaces ? En grande surface, dans un glacier artisanal ou encore en restauration ?

Florence: Alors, je peux prendre une glace au restaurant, bien sûr. J'en achète sinon en grande distribution. Chez Picard-sur-Gelée également. Et puis, comme je vous le disais, sur une plage, c'est l'après-midi. Je vais avoir envie d'une petite note sucrée, rafraîchissante parce qu'il fait chaud.

Sacha: Bien sûr. Avez-vous une marque de glace préférée ?

Florence: Oui. J'aime beaucoup les glaces Gervais. J'aime beaucoup aussi les Magnums.

Sacha: D'accord. Justement, que pensez-vous de la marque Magnum ?

Florence: Magnum, pour moi, c'est très savoureux. C'est des esquimaux qui sont copieux aussi et il y a une grande palette de choix.

Sacha: D'accord. Trouvez-vous que Magnum propose des innovations intéressantes ?

Florence: Oui, parce qu'il propose à la fois des grands esquimaux, des plus petits, chocolat blanc, éclat de noisette. Il y a beaucoup de choix.

Sacha: D'accord. Nous avons pensé à une glace sans sucre pour répondre aux attentes des clients qui aimeraient consommer plus souvent sans avoir à se soucier des conséquences sur leur santé ou sur leur poids.
Que pensez-vous de cette innovation ?

Florence: Je trouve que c'est une innovation extrêmement intéressante. Personnellement, je fais vraiment attention à mon poids. Si j'avais la possibilité de pouvoir consommer une glace avec peu de sucre, ce serait formidable.

Sacha: D'accord. Êtes-vous sensible aux produits sans sucre de manière plus générale ? Tout à fait. Je consomme déjà beaucoup de produits sans sucre.

Florence: Tout à fait. Je consomme déjà beaucoup de produits sans sucre.

Sacha: D'accord. Vous êtes donc préoccupée par votre santé ?

Florence: Oui, je suis préoccupée par ma santé et surtout par mon poids. Je pense que je fais partie des 90% de femmes qui font attention à leur ligne. D'autant plus qu'à un certain âge, c'est un peu plus compliqué de faire attention. Un produit sans sucre m'intéresse toujours.

Sacha: D'accord. Quelles seraient vos attentes pour une glace sans sucre ?

Florence: Mes attentes pour une glace sans sucre, ce serait qu'elle reste quand même savoureuse, bien qu'elle ait moins de sucre.

Sacha: Une glace savoureuse, malgré qu'elle ait moins de sucre... Est-ce que vous pouvez développer ?

Florence: Qu'elle ait du goût, c'est la principale chose que je vais lui réclamer.

Sacha: Je vois. D'accord. Quels avantages ou quels freins voyez-vous à consommer ce type de produit ? Je réitère, quels avantages ou quels freins vous voyez à consommer une glace sans sucre ?

Florence: Je ne vois pas du tout de frein, parce que je vous dis, au contraire, je serais plutôt séduite par l'idée. Et les avantages, encore une fois, c'est de pouvoir se faire plaisir tout en faisant attention à sa ligne.

Sacha: D'accord. Quelles sont vos motivations d'achat pour une glace sans sucre ?

Florence: Celle, encore une fois, de pouvoir en manger plus souvent, parce que ça n'aura pas d'impact sur mon poids.

Sacha: D'accord. Est-ce que vous en avez encore d'autres, par exemple, des motivations d'achat qui pourraient être basées sur l'argent ?

Florence: Il faut qu'elle reste accessible. C'est vrai que si elle doit être le double des glaces normales, peut-être qu'effectivement, je me poserai la question.

Sacha: Donc, vous recherchez une glace à la fois savoureuse, mais qui peut être donc entre guillemets healthy, avoir des bienfaits sur votre santé, mais qu'elle ne soit pas non plus trop chère. Quelque chose d'accessible. D'accord. Qu'est-ce qui pourrait vous motiver, du coup, ou au contraire, vous dissuader d'acheter ces glaces ?

Florence: Mais je ne vois que ça. Ou alors, si elles n'étaient pas bonnes, bien évidemment. Bien sûr.

Sacha: Donc, elle a toujours la recherche d'une saveur, mais aussi la recherche d'un tarif abordable. D'accord. Ensuite, pour pallier à la saisonnalité de la glace, nous avons imaginé une bûche de Noël, pour ceux qui aimeraient déguster une bûche glacée le soir de Noël en famille. Que pensez-vous à nouveau de cette innovation ?

Florence: C'est intéressant parce que je pense que la bûche glacée à Noël, c'est vraiment le dessert privilégié. Ce sont des repas qui sont plutôt conséquents. On a rarement faim à la fin du repas, mais ça permet d'apporter une touche sucrée qui est quand même importante.

Donc, la bûche glacée, c'est un bon compromis. Ça fait digérer aussi. Ça passe tout seul.

Et ça reste, encore une fois, une note sucrée qui est quand même intéressante sur un repas de Noël.

Sacha: D'accord. En conséquence de ça, quelles sont vos attentes vis-à-vis de ce type de produit ?

Florence: Alors, mes attentes, ça serait la saveur. Ça serait aussi le fait qu'elle soit jolie. Parce que quand vous faites un repas de Noël, l'esthétisme aussi est important. Par exemple, qu'il y ait un décor de Noël. Moi, j'ai encore des enfants jeunes et c'est vrai que c'est important qu'il y ait un joli décor sur ma bûche.

Sacha: D'accord. Et donc, quels critères influencent votre choix de dessert festif ?

Florence: C'est le fait que ça soit une belle présentation, que ça soit savoureux et festif. Ça veut dire qu'on a déjà bien mangé avant et que ça soit aussi léger, que les gens ne s'écoeurent pas sur le dessert que je leur propose.

Sacha: D'accord. Et donc, quelles sont vos motivations d'achat pour une bûche magnum ?

Florence: Pour une bûche magnum, ça serait d'avoir la qualité magnum, comme on peut la trouver dans les esquimaux proposés ou même les bagues de glace qu'ils peuvent proposer. Et que ça soit, encore une fois, joli à regarder.

Sacha: D'accord. Voyez-vous des avantages ou même des inconvénients à choisir une bûche glacée magnum ?

Florence: Ah non, je ne vois que des avantages si, encore une fois, ça a la saveur de magnum. C'est des glaces que tout le monde aime et le fait d'avoir, encore une fois, une bûche jolie et de cette qualité-là, je trouve ça très attractif.

Sacha: D'accord. Le choix d'utiliser une bûche de Noël industrielle ne vous dérange absolument pas ?

Florence: Non, pas du tout, parce que j'ai l'habitude d'acheter des bûches industrielles, d'une part. Elles sont bonnes. Et encore une fois, je vous dis, avec le label magnum, même que ce soit industriel, c'est quand même de toute façon beaucoup plus abordable aussi en termes de prix que les bûches glacées vendues chez les boulangers. Parce que ça, c'est une réalité. Ça reste des produits très chers et franchement, pour des saveurs très agréables.

Sacha: Pour vous, la marque magnum est donc gage de qualité ? Et donc, quels facteurs, à nouveau, pourraient influencer votre achat dans l'achat d'une bûche magnum, comme le fait de sa praticité ou finalement de son coût ou encore son prix ou même encore son apport nutritionnel ?

Florence: Ma motivation, ça serait d'acheter une bûche de bonne qualité qui reste encore une fois bien plus abordable qu'une bûche glacée chez le boulanger, qui soit bonne et qui soit en même temps belle à regarder. Puisque je vous dis, ce critère à Noël me semble quand même très important.

Sacha: Bien sûr. Pour finir, nous avons pensé à une barre de céréales pour élargir la gamme et s'ouvrir à des personnes qui ne consomment pas de glace habituellement. Et pour répondre à des attentes qui demandent des encas plus pratiques et faciles et à transporter que les glaces. Finalement, des barres

de céréales qui permettraient de pallier au problème de réfrigération et de transport de la glace. Que pensez-vous de cette innovation ?

Florence: Écoutez,c'est intéressant parce que moi qui ai par exemple très peu de temps pour déjeuner et qui en même temps fait pas mal de sport, je consomme déjà des barres céréales. Et c'est vrai qu'il y a un côté pratique de se nourrir rapidement de façon gourmande avec quelque chose qu'on peut emmener effectivement partout et qui se mange rapidement et de façon pratique.

Sacha: D'accord. Vous cherchez donc quelque chose à consommer qui est pratique et qui se mange rapidement. Pour rebondir sur votre fréquence de consommation, quelle est la place des barres de céréales dans votre alimentation ?

Quelle place occupe-t-elle ?

Florence: Alors, c'est effectivement consacré à des déjeuners qui seront donc rapides, ce qui correspond pour moi à 5 jours de la semaine.

Sacha: D'accord. Quels seraient vos critères pour choisir une barre de céréales ?

Florence: Mes critères ça serait la quantité de sucre dedans, ce qu'elle m'apporte véritablement sur le plan nutritionnel, bien sûr aussi sa saveur, le fait que ça soit bon. Et puis aussi sa grandeur, parce que parfois il y a des barres céréales qui sont trop conséquentes et le fait que ça soit un format pas trop grand me semble en tout cas pour moi important.

Sacha: D'accord. Vous cherchez donc un produit pas très bourratif mais finalement qui répond à des attentes d'apport nutritionnel de votre part.

Florence: Exactement.

Sacha: D'accord. Quelles sont vos motivations du coup d'achat pour une barre de céréales ?

Florence: Mes motivations ça sera donc sa taille, si elle est trop grande ça ne m'intéresse pas, ce sera sa saveur et puis son prix bien sûr.

Sacha: D'accord. Quels avantages ou quels freins voyez-vous à consommer ce type de produit dans la vie de tous les jours ou même simplement dans n'importe quelles occasions ?

Florence: Je n'ai pas de freins puisque je vous dis j'en consomme déjà. D'accord. Pour le côté pratique, gourmand et nutritionnel.

Sacha: D'accord. Vous pourriez donc voir des barres de céréales à un repas de famille ?

Florence: Ah ça non.

Sacha: Et pour quelles raisons ?

Florence: Au cours d'un pique-nique peut-être mais sinon à table ce n'est pas des barres de céréales que je vais servir à ma famille. D'accord. Par contre effectivement un pique-nique ça peut être très très bien.

Sacha: Vous associez donc les barres de céréales à un aliment de restauration entre guillemets rapide et sommaire ?

Florence: Oui et mobile surtout. D'accord. Le fait qu'on puisse l'emporter avec

soi et le consommer à peu près n'importe où.

Sacha: D'accord. Ensuite une autre de mes questions. Quels facteurs pourraient influencer votre achat ?

Florence: Donc effectivement le côté pratique, l'apport nutritionnel. Et le prix.

Sacha: D'accord. Et est-ce que les ingrédients impactent aussi votre choix ?

Florence: Oui bien sûr. Il ne faut pas que les ingrédients soient trop originaux. Moi je pense que j'ai un peu les goûts de tout le monde. J'aime principalement la vanille, le chocolat, des barres au caramel. Voilà. Donc après si effectivement c'est des barres céréales avec du gingembre, des choses un petit peu originales de ce type, je ne serais pas forcément attirée.

Sacha: D'accord. Pour conclure cet entretien, parce qu'effectivement c'est la fin, qu'avez-vous retenu de l'entretien ?

Florence: Eh bien que Magnum essaie de sortir des produits innovants. Donc une glace sans sucre qui peut être très attractive. Je parle des femmes parce que je crois que c'est principalement les femmes qui contrôlent leur poids et qui en même temps restent gourmandes. Une bûche glacée. Et effectivement si c'est la qualité Magnum avec des parfums noisettes comme peut faire Magnum, c'est vrai que ça peut être tout à fait intéressant.

Et quant à la barre céréales, bah oui pareil, ça peut être effectivement la barre céréales pour le côté pratique dont on a déjà parlé, ça peut être tout à fait bien.

Sacha: D'accord. Parmi ces trois produits innovants, lequel choisiriez-vous lors de votre prochaine achat ?

Florence:

La glace sans sucre. Parce que vraiment trouver une glace sans sucre savoureuse, ça serait vraiment tout à fait intéressant.

Sacha: D'accord. Écoutez, un grand merci pour votre participation à cette étude sur le produit innovant. Vos avis nous sont précieux et nous aideront beaucoup. Nous vous souhaitons une excellente journée et au revoir.

Florence: au revoir

Entretien Phillippe, 55 ans, Salarié:

Sacha : Bonjour Phillippe, merci beaucoup de prendre le temps de participer à notre étude. L'entretien durera environ 30 minutes. Je m'appelle Sacha Le Bourdais et je suis étudiant à l'IUT de Montpellier. Dans le cadre de nos études, nous menons une recherche sur des produits innovants. L'objectif de cette étude est de déterminer quel produit innovant répond le mieux aux besoins et attentes des consommateurs. Avant de commencer, je tiens à préciser que cet entretien sera enregistré, si cela ne vous dérange pas. Toutes les informations recueillies seront strictement anonymes et confidentielles. Pour commencer, pouvez-vous me dire ce que vous mangez de manière récurrente pendant l'été ?

Phillipe : L'été, je mange souvent des repas plus légers, comme des salades et des fruits frais. J'évite les plats lourds, surtout à midi, pour ne pas avoir de coup de fatigue. En revanche, je n'ai pas vraiment d'affinité particulière pour les glaces, même si j'en mange de temps en temps.

Sacha : D'accord, donc vous privilégiez des aliments frais, mais les glaces ne sont pas vraiment un

élément clé de votre alimentation estivale. Quel rôle jouent-elles dans votre alimentation ?

Phillipe :Les glaces ne sont pas très présentent dans mon alimentation. J'en mange rarement, seulement quand il fait très chaud ou en été, mais je ne les recherche pas particulièrement. Pour moi, ce n'est qu'une petite douceur occasionnelle, pas un incontournable.

Sacha :D'accord, vous en consommez donc occasionnellement. À quelle fréquence consommez-vous des glaces ?

Phillipe :Je pense que je mange des glaces peut-être une fois tous les 15 jours, si ce n'est pas moins. Je préfère des fruits frais ou d'autres desserts plus légers. La glace reste un plaisir occasionnel.

Sacha :Quel paramètre privilégiez-vous dans le choix d'une glace ?

Phillipe :Je dirais que c'est avant tout la saveur, mais je reste assez simple dans mes choix. Je n'ai pas non plus un budget très élevé pour ça, donc le prix reste un critère important.

Sacha :Où avez-vous l'habitude d'acheter vos glaces ? En grande surface, chez un glacier artisanal, ou ailleurs ?

Phillipe :Pour être honnête, je les achète principalement en grande surface, rarement dans des glaciers artisanaux. Je préfère des produits simples et accessibles.

Sacha :Avez-vous une marque de glace préférée ?

Phillipe :Non, je ne suis pas particulièrement fidèle à une marque de glace. J'achète surtout ce qui est en promotion ou ce qui est facilement accessible. Les grandes marques comme Magnum ne me tentent pas spécialement.

Sacha :Que pensez-vous de la marque Magnum en particulier ?

Phillipe :Magnum, ce n'est pas une marque qui me séduit beaucoup. J'ai l'impression que c'est une glace un peu trop sucrée et surtout assez cher. Ce n'est pas un produit que je cherche particulièrement à acheter.

Sacha :Est-ce que vous pensez que Magnum propose des innovations intéressantes ?

Phillipe :Je ne suis pas vraiment convaincu par leurs innovations. À part quelques nouvelles saveurs de temps en temps, je trouve qu'ils restent un peu dans le classique. Pour moi, c'est un produit qui ne se démarque pas vraiment des autres.

Sacha :Nous avons réfléchi à une glace sans sucre pour ceux qui souhaitent continuer à consommer des glaces tout en faisant attention à leur santé. Qu'en pensez-vous ?

Phillipe :Je ne suis pas sûr que ce soit une grande innovation. Personnellement, je n'ai pas de problème avec le sucre tant que je ne consomme pas trop. Une glace sans sucre pourrait manquer de goût, et je ne suis pas convaincu que ça soit réellement plus sain.

Sacha :Vous êtes donc moins sensible à des produits plus sains ?

Phillipe :Pas forcément. Je préfère un bon produit, même s'il contient un peu de sucre, plutôt qu'une version sans sucre qui pourrait avoir un goût artificiel ou moins agréable.

Sacha :Quelles seraient vos attentes si une glace sans sucre était lancée sur le marché ?

Phillipe :Je m'attends à ce qu'elle soit aussi savoureuse que les glaces classiques, mais je doute que cela soit possible sans compromettre le goût. Pour être honnête, je ne vois pas trop l'intérêt de ce type de produit pour moi.

Sacha :Quels seraient selon vous les avantages ou les freins à consommer une glace sans sucre ?

Phillipe :Les avantages, c'est d'éviter le sucre, mais je ne suis pas sûr que ce soit nécessaire. Et le principal frein, ce serait sûrement le goût. Si c'est pour manger quelque chose de moins bon juste pour éviter le sucre, je ne suis pas convaincu.

Sacha :Est-ce que le prix serait un facteur important dans votre décision d'achat ?

Phillipe :Oui, totalement. Si la glace sans sucre est plus chère, cela pourrait être un frein pour moi, surtout si je trouve que le goût ne justifie pas la différence de prix.

Sacha :Concernant la saisonnalité des glaces, nous avons aussi pensé à une bûche glacée pour Noël. Qu'en pensez-vous ?

Phillipe :Une bûche glacée à Noël, ce n'est pas vraiment ce que je privilégie. Je préfère des desserts plus classiques pour les fêtes, comme une bûche traditionnelle ou un autre gâteau plus festif. La bûche glacée me semble un peu trop légère pour un repas de Noël.

Sacha :Quelles sont vos attentes pour une bûche glacée à Noël ?

Phillipe :Si je devais en acheter, je m'attendrais à ce qu'elle soit bien présentée et surtout qu'elle soit assez consistante pour accompagner un repas copieux. Mais je préfère de loin un dessert plus riche et traditionnel pour Noël.

Sacha :Et concernant la marque Magnum, vous seriez intéressé par une bûche glacée Magnum ?

Phillipe :Non, je ne suis pas très attiré par une bûche Magnum. Je pense que ce n'est pas vraiment adapté à un repas de Noël. Si je devais choisir une bûche glacée, ce serait plutôt un produit maison ou d'une marque plus classique.

Sacha :Enfin, nous avons réfléchi à des barres de céréales pour élargir la gamme de produits. Qu'en pensez-vous ?

Phillipe :Les barres de céréales, pourquoi pas, mais ce n'est pas vraiment mon truc. J'en mange de temps en temps, mais je préfère d'autres encas comme des fruits ou des snacks salés. Les barres de céréales, c'est souvent trop sucré à mon goût.

Sacha :Quels critères privilégiez-vous quand vous choisissez une barre de céréales ?

Phillipe : Je fais attention à la quantité de sucre et aux ingrédients. J'aime quand c'est simple, sans trop d'additifs. La taille de la barre n'est pas très importante pour moi, mais si elle est trop sucrée, je ne l'achèterai pas.

Sacha : Quels seraient vos facteurs de motivation pour acheter une barre de céréales ?

Phillipe : Le goût, bien sûr, mais surtout que ce soit un encas équilibré. Si c'est trop sucré, je vais vite passer à autre chose.

Sacha : Est-ce que les ingrédients influencent aussi votre choix ?

Phillipe : Oui, je préfère les barres avec des ingrédients naturels, sans trop d'arômes ou d'ajouts artificiels. Des saveurs simples comme chocolat ou fruits, mais pas de trucs trop exotiques.

Sacha : Pour conclure, si vous deviez choisir un de ces produits innovants, lequel choisiriez-vous ?

Phillipe : Franchement, je ne suis pas convaincu par la glace sans sucre. J'aurais tendance à choisir la barre de céréales si elle est équilibrée.

Sacha : Merci beaucoup, Phillippe, pour votre participation à cette étude. Vos réponses sont très précieuses. Je vous souhaite une excellente journée !

Phillipe : Merci à vous, au revoir !

D. Tableau des résultats du produit innovant retenu

RÉPONDANTS	Glace sans sucre	Bûche de Noël	Barre de céréales
Jasmine (Chérine)			X
Phillipe (Sacha)			X
Brian (Lily)	X		
Laura (Mathis)			X
Pauline (Hannah)			X
Samuel (Hannah)		X	
Céline (mathis)			X
Farras (Chérine)		X	
Florence (Sacha)	X		
Isabelle (Lily)	X		
TOTAL	3	2	5

E. Grille de codage

Thèmes	Sous thèmes	Samuel	Pauline	Isabelle	Brian	Jasmine
Les glaces	Habitude de consommation	"de moins en moins" "L'été, à la rigueur, peut-être à Noël, avec la bûche glacée. Mais autrement, l'été, l'été ."	"Je vous avoue que j'en mange très peu. Je n'aime pas beaucoup les glaces" "Ma consommation personnelle, moi, je n'aime pas les glaces, mais j'en achète en tant que mère de famille pour mes enfants qui apprécient." "Uniquement l'été. Pour les enfants, goûter ou dessert." "ça va être des achats passagers. "	« j'aime bien manger de la glace » « surtout des glaces à l'eau » « plutôt des sorbets » « j'essaye de mixer, par exemple, des parfums avec un peu de sorbet » « j'essaye de mixer avec des glaces aux fruits qui sont plus sorbets » « L'hiver, par exemple, je ne mange absolument pas de glace » « Je ne suis pas très dessert glacé » « L'été, par contre, j'aime bien » « de temps en temps » « une à deux fois par semaine »	« un produit que je mange assez rarement » « je mange que l'été » « en famille ou entre amis » « quand je sors de chez moi » « deux, trois fois par semaine »	« Euh... Pas trop, avant j'en mangeais plus mais maintenant moins. » « Surtout l'été et parfois en hiver » « Une fois par mois peut-être »
	Critères de choix	"Artisanale."	"j'aime les petits formats pour eux." "les petites glaces ou sinon des pots aussi avec des boule"	« le parfum, en premier » « j'essaye de privilégier aussi le fait que ça soit un sorbet » « Plutôt glace à l'eau que glace au lait » « tout dépend du parfum quand même » « je prends des glaces plutôt faites de façon artisanale. » « des ateliers artisanaux [...] qu'on trouve même en supermarché » « Qui sont un peu plus chères, mais avec	« l'aspect me donne envie. » « le produit s'il est assez vendeur, [...] assez attractif » « j'aime bien tout ce qui est artisanal, et fait maison, bio »	« Je sais pas trop, je regarde le goût surtout »

			des parfums un peu plus originaux »			
Points d'achats	“grande surface, et chez un glacier.” “Et au restaurant...Rarement ”	“En grande surface. ”	« souvent à Picard, surgelé » « mon plaisir, c'est quand même de les consommer en terrasse, dans un café » « s'installe à une terrasse » « Oui, ou au restaurant » « En dessert, au restaurant » « un peu plus que personnellement, chez moi » « chez Picard, plutôt »	« ou même des restaurants » « bons glaciers ar-artisanaux »	« Au supermarché, Auchan, Casino... des endroits comme ça »	
La marque Magnum	“Magnum, c'est ce que je considère comme correct, mais sans plus.”	“Je pense que c'est qualitatif.”	« c'est moins mon type de glace » « C'est des glaces qui sont bonnes » « Ils ont souvent des nouveaux parfums » « Il y a pas mal de petites choses qui changent tous les ans » « Il y a plein de formes » « Ils les font en mini, en grand » « si j'ai des amis qui viennent, je vais prendre plutôt Magnum » « Ils les font en mini, en grand »	« est un peu au-dessus des autres marques » « c'est assez bon » « ils sont assez innovateurs » « Ils font pas mal de pubs » « c'est vrai que ça donne envie » « c'est ce que je préfère en termes de goût. » « jpréfère les, les, les glaces heu qui sont faites bio »	« Non, je trouve pas ça fou... »	
Les glaces sans sucre	Avis sur l'innovation	“Donc ça, c'est une chose qui aurait pu m'intéresser. Le l'alternative au sucre avec les produits de substitution, je n'ai pas du tout	“Ça m'intrigue beaucoup” “c'est innovant, c'est très innovant.”	« très bonne innovation » « c'est très, très bien » « il faut que ça soit bon » « c'est un peu la tendance » « La tendance est quand même aux desserts de moins en moins trop sucrés » « Donc, oui, c'est une bonne idée »	« c'est une bonne idée » « il faut que ce soit le goût soit bon aussi, » « il faut que ce soit aussi qualitatif »	« C'est bien je suppose, parce que le sucre c'est pas top pour la santé, pourquoi pas »



		confiance.” “Sans sucre, j'y crois pas, puisque c'est quand même un dessert.”			
Sensibilité aux produits sans sucre	“Non, pas du tout.”	“Oui, surtout quand les enfants ont été bés,” “Je suis sensible effectivement au , à la quantité de sucre dans les produit” “Donc, je fais attention à la quantité de sucre dans le produit fini.”	« J'essaye de faire attention » « il faut que ça soit sans sucre, mais pas avec de l'aspartame » « où ils font attention à pas trop sucrer, oui, je suis sensible à ça » « oui, je suis sensible au fait qu'il y ait..., en tout cas, beaucoup moins de sucre » « J'aime plus tellement les choses trop sucrées » « je trouve que souvent, c'est trop sucré » « pour le poids, pour la santé »	« je fais attention, même si j'ai pas de soucis pour l'instant » « c'est important sa santé » « je dois avoir une heu bonne santé. C'est primordial »	« Non, mais je dis surtout ça pour les autres (personnes sensibles au sucre »
Motivations d'achat	“c'est une dose diminuée de sucre,”	“Qu'elle soit justement le plus naturelle possible.” “, orienté santé, apport nutritionnel.”	« je cubabiliserais un petit peu moins » « puis parce que, justement, le goût me plairait » « ça serait moins lourd [...] moins riche » « le côté hum... original, de la chose [...]Et puis, le côté santé »	« c'est zéro sucre, donc heu c'est pour ça que ça m'intéresse » « Ça peut éviter de prendre du poids pour une glace »	« Rien, parce que je m'en fous un peu... »

	Freins à l'achat	“produit alternatif au sucre”	“, mais je ne vais pas aller chercher spécialement le sans sucre parce qu'il y a forcément des additifs qui sont pire que le sucre naturel.”	« si vraiment le goût était trop... » « Il faut quand même que le goût soit là » « Il faut que le dosage soit bien, pour qu'il y ait quand même du plaisir. »	« je dirais le goût »	//
Bûche glacée	Avis sur l'innovation	“Alors de Magnum ça pourrait être intéressant” “Ah ouais, moi manger une glace à Noël, ça ne me dérange pas du tout”	“ C'est très bien.”	« Il y a beaucoup de gens [...] qui adorent la bûche glacée » « je préfère la bûche pâtissière »	« idée totalement différente de la précédente » « pourquoi pas ? » « après voir si c'est pareil, si c'est bon » « ça pourrait pas m'intéresser » « il y a beaucoup plus de, de conservateurs de, de sucre »	« Ça peut être sympas ouais. »
	Critères de choix	“À Noël, finalement, il n'y a pas beaucoup d'alternatives.” “c'est où tu vas vers un gâteau... Le fait qu'il n'y ait pas trop de fruits fait que la glace peut avoir son sens.”	“Qu'il y ait une partie un peu fruit, justement pas lourde, que ce ne soit pas lourde.”	« Qu'elle soit jolie, qu'elle représente bien Noël » « Ce soit joli à mettre sur la table de Noël » « Le goût, le design, le goût original » « Le design, bien sûr » « Le prix aussi, bien sûr, peut faire, peut jouer » « L'équation en fait entre le prix, le fait que les parfums me plaisent » « Il faut que ça plaise un peu à tout le monde » « Ça soit quand même joli » « L'harmonie et	« Le prix il peut rentrer en compte » « Ça peut aussi intéresser les personnes si c'est moins cher et attractif » « Autant prendre quelque chose qui est qualitatif » « Une bonne pub »	« Une glace chocolat »

				I'originalité des... du mélange des parfums »		
Motivations d'achat	“L'avantage, je dirais, au niveau préparation, tu ne t'embête pas,”	“Oui un truc pas trop lourd. Un dessert équilibré même si c'est un dessert glacé” “En avantage, j'ai le plaisir de partager un dessert familial. ”	« On a envie d'offrir une jolie glace » « J'aimerais quand même, pour Noël, une petite pointe d'originalité »	« Avoir un goût, se démarquer des autres » « On veut que ce soit fait maison » « En termes de goût, voilà si c'est un peu différent » « Il faudrait un truc qui, qui différencie des autres »	« Euh... Non, à part si c'est à la mode »	
Freins à l'achat	“je n'ai pas aimé dans ces bûches de Noël, c'est le côté carton-pâte.”	“ Je vois aucun frein. ”	« je préfère la bûche pâtissière » « il faut quand même que le prix soit là. » « pas assez original » « une glace trop... trop basique »	« Industriel, et ce n'est pas les produits qui m'attirent pour moi » « si ce n'est pas trop sucré, pourquoi pas »	//	
Barre céréales	Avis sur l'innovation	“ce n'est pas sexy en soi une barre céréales.” “ce n'est pas la démarche la plus simple. C'est pour attirer un gourmand.”	“Ah oui, ça, ça me plairait bien, mais pas si c'est surprotéiné”	« Oui, ça, j'adore » « de ne pas trop manger le midi, de me manger une barre de céréales » « oui, ça, ça peut être intéressant »	« pourquoi pas ? » « ce qui serait intéressant [...] de faire des barres protéinées » « nous servent avant les entraînements » « on en prend souvent d'ailleurs » (des barres protéinés) « il y'en a pas mal »	« Bah je pense que c'est bien pour les personnes qui n'aiment pas les glaces et qui ont la flemme de prendre des glaces dans leur sac »
	Critères de choix	“je vais directement vers un mars ou un Bounty.”	“Mais tu vois avec du chocolat noir,” “Là je regarde si en premier ça parlait de céréales... ”	« Alors, les... les fruits secs, j'adore » « Tout ce qui est un peu fruits secs » « Mixages de fruits secs » « Tout ce qui est mélange de fruits secs, des choses	« Le goût, ce qu'ils peuvent proposer aussi » « Si ce n'est pas trop cher non plus » « j'aime plus ce qui est plutôt fruits, fruits secs, tout ça, avec des	« Je n'en mange pas »

			naturelles, genre fruits secs avec du miel » « Que ça ait bon goût » « La teneur énergétique »	amandes, tout ça. » « Parce que c'est plein de, de, de fibres, de vitamines, de, de protéines”	
Motivations d'achat	“c'est moins sensible à la chaleur. ”	“De prendre cette habitude-là du goûter, pour pas être affamée en rentrant, par exemple, et manger plus sainement le soir, et créer une habitude.” “ Si elle s'inscrit dans une démarche nutritionnelle, enfin, et c'est tout, franchement, oui, ça pourrait...” “ en fonction de comment il est composé, de sa composition. ” “Oui, voilà, sésame, graines de courge, tout ça.”	« Le goût et la praticité. Pour manger » « Pour redonner un peu d'énergie, mais pas de façon trop grasse ou trop sucrée non plus » « Pratique à manger »	//	« Rien »
Freins à l'achat	“Après, ce n'est plus un acte de plaisir. Ce n'est plus un acte et que j'essaye d'éviter de manger entre les repas.” “C'est une barre chocolatée, finalement où, qui ne	“Si c'est que du sucre, que du....” “Et c'est beaucoup trop riche, comme certains céréales. Sur le frein, ce serait qu'il y ait trop d'apports, que ce soit trop calorique.”	« pas trop sucré » « trop sucré, trop gras, non, je prendrais pas » « Pas trop, trop d'enrobage chocolat » « Bon le prix quand même un peu » « Ça serait pas un frein non plus, à moins que ça soit affreusement cher » « Pour pas que ça soit non plus	« Je ne verrais pas l'avantage que je pourrais avoir en essayant de prendre ça. » « autant prendre quelque chose qui est protéiné » « le prix d'abord » « si ça porte du sucre, qui est mauvais pour la santé » « tout ce qui est	//

		dit pas son nom.”		quelque chose qui explose en calories »	sucre [...] C'est pas pour moi »	
Choix final	Le produit	La bûche de Noël	La barre céréales		La glace	La barre céréales
	Choix de ce produit	“tu as la liberté de le consommer de façon plus libre parce que tu le sors et c'est congelé”	/		« pour voir le goût » « je serais curieux comment ils font leur glace zéro sucre » « par curiosité »	« Parce que c'est pratique même si je n'en mange pas »

Thèmes	Sous thèmes	Céline	Laura	Farras	Florence	Phillipe
Les glaces	Habitudes de consommation	“ Euh... Assez peu fréquente. Non, j'en mange rarement...” “ce n'est pas un aliment que je consomme régulièrement. Un peu en été, mais ça reste occasionnel.”	“Très peu, j'en mange rarement.” “Plutôt en été, parfois le soir devant la télé ou en vacances à l'étranger.”	« Eh bien, j'en mange de temps en temps, mais beaucoup moins qu'avant. Quand j'étais plus jeune, j'en mangeais assez souvent, mais aujourd'hui c'est plus occasionnel. » « L'été surtout. Quand il fait chaud, c'est rafraîchissant. Parfois aussi après un repas, comme dessert. Et puis, bon si on est en vacances ou qu'on se balade en ville, ça peut arriver d'en prendre une. »	“Alors les glaces, c'est surtout le week-end où je fais des repas un petit peu plus riches que la semaine.”	“ Je pense que je mange des glaces peut-être une fois tous les 15 jours, si ce n'est pas moins. Je préfère des fruits frais ou d'autres desserts plus légers. La glace reste un plaisir occasionnel.”

Critères de choix	<p>“Le Magnum, oui... Sinon, parfois des marques distributeurs ou des sous-marques, mais le format Magnum revient souvent.”</p> <p>“surtout des glaces artisanales locales, quand on en trouve.”</p>	<p>“Le parfum, surtout la vanille.”</p>	<p>« Le goût déjà. Si ça ne me plaît pas, peu importe la marque ou le prix je ne vais pas la prendre. Quand c'est crémeux, pas trop glacé ou dur. La qualité. »</p>	<p>“La saveur, bien sûr, et son prix aussi.”</p>	<p>“Je dirais que c'est avant tout la saveur, mais je reste assez simple dans mes choix. Je n'ai pas non plus un budget très élevé pour ça, donc le prix reste un critère important.”</p>
Points de ventes	<p>“En vacances, au restaurant...” “En grande surface euh ... Ça arrive, mais ce n'est pas très fréquent.”</p>	<p>“En grande surface pour une consommation à domicile et chez des glaciers artisanaux en vacances. En revanche, je n'en prends jamais au restaurant.”</p>	<p>« En grande surface, ou chez un glacier occasionnellement. »</p>	<p>“Alors, je peux prendre une glace au restaurant, bien sûr. J'en achète sinon en grande distribution. Chez Picard-sur-Gelée également. Et puis, comme je vous le disais, sur une plage, c'est l'après-midi. Je vais avoir envie d'une petite note sucrée, rafraîchissante parce qu'il fait chaud.”</p>	<p>“Pour être honnête, je les achète principalement en grande surface, rarement dans des glaciers artisanaux. Je préfère des produits simples et accessibles.”</p>
La marque Magnum	<p>“C'est très bon, oui. Ouais, c'est une valeur sûre.”</p>	<p>“C'est ma marque préférée”</p>	<p>« C'est une bonne marque, ils ont des produits de qualité. Leur chocolat est</p>	<p>“Magnum, pour moi, c'est très savoureux.”</p>	<p>“Magnum, ce n'est pas une marque qui me séduit beaucoup. J'ai l'impression</p>



			<p>“C'est une valeur sûre. J'aime leurs produits et je les achète régulièrement.”</p>	<p>bon et bien crocant. Ils innovent souvent avec de nouveaux goûts aussi. »</p>	<p>C'est des esquimaux qui sont copieux aussi et il y a une grande palette de choix.”</p>	<p>que c'est une glace un peu trop sucrée et surtout assez cher. Ce n'est pas un produit que je cherche particulièrement à acheter.”</p>
La glace sans sucre	Avis sur l'innovation	<p>“ Personnellement, ça ne m'attire pas du tout.”</p> <p>“Si je mange une glace, c'est pour me faire plaisir, donc je veux du sucre et du goût.</p> <p>Si j'en consommais plus souvent, je serais peut-être plus sensible à l'argument du sucre réduit, mais là, non.”</p>	<p>“Cela ne me tente pas, j'ai peur que le goût ne soit pas satisfaisant.”</p>	<p>« C'est une bonne idée, oui. Beaucoup de gens font attention au sucre, donc ça pourrait plaire. »</p>	<p>“Je trouve que c'est une innovation extrêmement intéressante.</p> <p>Personnellement, je fais vraiment attention à mon poids. Si j'avais la possibilité de pouvoir consommer une glace avec peu de sucre, ce serait formidable.”</p>	<p>“ Je ne suis pas sûr que ce soit une grande innovation. Personnellement, je n'ai pas de problème avec le sucre tant que je ne consomme pas trop. Une glace sans sucre pourrait manquer de goût, et je ne suis pas convaincu que ça soit réellement plus sain.”</p>
	Sensibilité aux produits sans sucre	<p>“Oui, pour des produits que je consomme régulièrement, comme les yaourts par exemple, je fais attention.</p>	<p>“Pas vraiment, j'aime le sucre.”</p> <p>“je ne me prive pas lorsque j'ai envie d'un aliment sucré.”</p>	<p>« Pas spécialement. Mais si le goût est au rendez-vous, pourquoi pas ! »</p>	<p>“Je ne vois pas du tout de frein, parce que je vous dis, au contraire, je serais plutôt séduite par l'idée.</p> <p>Et les avantages, encore une fois, c'est de pouvoir se faire plaisir tout en</p>	<p>“Pas forcément. Je préfère un bon produit, même s'il contient un peu de sucre, plutôt qu'une version sans sucre qui pourrait avoir un goût artificiel ou moins agréable.”</p>

	Mais pour les glaces, non.”			faisant attention à sa ligne.”		
Motivations d'achat	“ Le goût, avant tout. Il faudrait qu'elle ait vraiment du goût et que le sucre soit compensé d'une manière ou d'une autre, avec un édulcorant ou autre chose. Mais je ne veux pas une glace fade.”	“L'avantage serait un bénéfice pour la santé.”	« L'avantage, c'est évidemment que c'est mieux pour la santé. »	“Celle, encore une fois, de pouvoir en manger plus souvent, parce que ça n'aura pas d'impact sur mon poids.” “Il faut qu'elle reste accessible. C'est vrai que si elle doit être le double des glaces normales, peut-être qu'effectivement, je me poserai la question.”	“Les avantages, c'est d'éviter le sucre, mais je ne suis pas sûr que ce soit nécessaire. Et le principal frein, ce serait sûrement le goût.”	
Freins à l'achat	“je ne veux pas une glace fade.”	“Le principal frein serait le goût”	« L'inconvénient, ce serait si ça altère le goût. Parce que souvent, les produits sans sucre n'ont pas la même saveur... »	“vous recherchez une glace à la fois savoureuse, mais qui peut être donc entre guillemets healthy, avoir des bienfaits sur votre santé, mais qu'elle ne soit pas non plus trop chère. “(-”Mais je ne vois que ça.”)	“Si c'est pour manger quelque chose de moins bon juste pour éviter le sucre, je ne suis pas convaincu.”	
Bûche glacée	Avis sur l'innovation	“Ça peut être intéressant ! Les produits Magnum	“C'est une bonne idée, pourquoi pas.” “Oui, surtout avec les	« Ah, c'est original ! En général, on mange des bûches pâtissières, mais	C'est intéressant parce que je pense que la bûche glacée à Noël, c'est	“Une bûche glacée à Noël, ce n'est pas vraiment ce que je privilégie. Je préfère des

	<p>sont de bonne qualité, j'apprécie leur goût. Je serais curieux de goûter."</p>	<p>parfums spécifiques à Magnum. Leur positionnement haut de gamme peut bien fonctionner sur ce segment."</p>	<p>pourquoi pas une bûche glacée, ça peut changer. »</p>	<p>vraiment le dessert privilégié. Ce sont des repas qui sont plutôt conséquents. On a rarement faim à la fin du repas, mais ça permet d'apporter une touche sucrée qui est quand même importante. Donc, la bûche glacée, c'est un bon compromis. Ça fait digérer aussi. Ça passe tout seul. Et ça reste, encore une fois, une note sucrée qui est quand même intéressante sur un repas de Noël.</p>	<p>desserts plus classiques pour les fêtes, comme une bûche traditionnelle ou un autre gâteau plus festif. La bûche glacée me semble un peu trop légère pour un repas de Noël."</p>
Critères de choix	<p>"Un bon goût, une belle présentation..."</p>	<p>"Qu'il rappelle l'esprit des bûches traditionnelles, avec des parfums comme chocolat ou fruits." "Son aspect festif et sa correspondance avec l'image d'une bûche de Noël."</p>	<p>« Le goût, évidemment, mais aussi la présentation. Une bûche de Noël, ça doit être joli sur la table. »</p>	<p>"C'est le fait que ça soit une belle présentation, que ça soit savoureux et festif."</p>	<p>"Si je devais en acheter, je m'attendrais à ce qu'elle soit bien présentée et surtout qu'elle soit assez consistante pour accompagner un repas copieux. Mais je préfère de loin un dessert plus riche et traditionnel pour Noël."</p>

	Motivations d'achat	"La qualité de la marque, l'innovation du produit... Si Magnum fait une bûche, c'est sûrement parce qu'il y a un concept intéressant derrière."		//	"Pour une bûche magnum, ça serait d'avoir la qualité magnum, comme on peut la trouver dans les esquimaux proposés ou même les bagues de glace qu'ils peuvent proposer. Et que ça soit, encore une fois, joli à regarder."	"Non, je ne suis pas très attiré par une bûche Magnum. Je pense que ce n'est pas vraiment adapté à un repas de Noël."
	Freins à l'achat	" Le prix, probablement."		//	//	//
Barre aux céréales	Avis sur l'innovation	"Oui, ça peut être intéressant. J'achète parfois des barres céréalier, surtout pour les enfants, donc pourquoi pas. "		« C'est une bonne idée. Il y a de plus en plus de gens qui cherchent des snacks pratiques. »	"Écoutez, c'est intéressant parce que moi qui ai par exemple très peu de temps pour déjeuner et qui en même temps fait pas mal de sport, je consomme déjà des barres céréales. Et c'est vrai qu'il y a un côté pratique de se nourrir rapidement de façon gourmande avec quelque chose qu'on peut emmener effectivement partout et qui se mange rapidement et de façon pratique.	3Les barres de céréales, pourquoi pas, mais ce n'est pas vraiment mon truc. J'en mange de temps en temps, mais je préfère d'autres encas comme des fruits ou des snacks salés. Les barres de céréales, c'est souvent trop sucré à mon goût.3

	Critères de choix	"Les goûts proposés, la teneur en sucre "		« Je ne pense pas, pourquoi pas pour les enfants mais j'en suis pas spécialement fan. »	"Mes critères ça serait la quantité de sucre dedans, ce qu'elle m'apporte véritablement sur le plan nutritionnel, bien sûr aussi sa saveur, le fait que ça soit bon. Et puis aussi sa grandeur, parce que parfois il y a des barres céréales qui sont trop conséquentes et le fait que ça soit un format pas trop grand me semble en tout cas pour moi important."	"Je fais attention à la quantité de sucre et aux ingrédients. J'aime quand c'est simple, sans trop d'additifs. La taille de la barre n'est pas très importante pour moi, mais si elle est trop sucrée, je ne l'achèterai pas."
	Motivations d'achat	Le côté pratique, facile à transporter. C'est un goûter complet, avec pas mal de variétés de goûts disponibles. On peut le prendre au bureau, au sport... C'est pratique."		//	"Mes motivations ça sera donc sa taille, si elle est trop grande ça ne m'intéresse pas, ce sera sa saveur et puis son prix bien sûr."	"Le goût, bien sûr, mais surtout que ce soit un encas équilibré. Si c'est trop sucré, je vais vite passer à autre chose."
	Freins à l'achat	"la teneur en sucre – je ferais plus attention que pour une glace, car j'en achèterais plus souvent. Et bien sûr, le prix."		//	//	

Choix final	Le produit	“La barre de céréales”	La glace	La bûche de Noël	La glace sans sucre	barre de céréales
	Choix de ce produit	“ Parce que j’achète ce type de produit assez régulièrement, donc pourquoi ne pas essayer une nouvelle version proposée par Magnum ? S’ils maintiennent leur qualité habituelle, ça peut être une bonne option.”	« il y a des choses qui me correspondent bien.Comme la glace »	« Ça pourrait être sympas à tester »	“Parce que vraiment trouver une glace sans sucre savoureuse, ça serait vraiment tout à fait intéressant.”	“J’aurais tendance à choisir la barre de céréales si elle est équilibrée.”



F. Retranscription des discussions de groupes (BRAINSTORMING)

Lily : Bonjour à tous et merci d'être venus avec nous aujourd'hui pour cette discussion de groupe qui durera environ une heure. Nous sommes du coup Lily Barberin et Hannah Hossel, actuellement étudiantes à l'IUT de Montpellier en BUT Technique de commercialisation. Dans le cadre de notre étude sur de nouveaux produits innovants, nous avons cherché à déterminer lequel serait le plus attractif pour les consommateurs. C'est du coup la barre de céréales qui est ressortie en tête. Ce produit se distingue par sa capacité à être pratique et saine pour la santé. Votre avis est donc essentiel pour nous aider à trouver des idées de noms et de packaging adaptés. Avant de débuter, voici quelques règles simples pour que notre échange soit le plus enrichissant possible. Tout d'abord, on critique pas les idées des autres. Il n'y a ni bonne ou mauvaise réponse. Laissez libre cours à votre imagination. N'hésitez pas à partager toutes vos idées, même les plus originales. Ensuite, il faut maximiser le nombre d'idées. Plus il y a d'idées, mieux c'est. Et enfin, n'hésitez pas à rebondir sur celles des autres en faisant des liens. Cela peut permettre d'enrichir la réflexion.

Hannah : Comme mentionné précédemment, l'objectif de cette discussion est donc de trouver des idées de noms et de packaging pour ce produit. Nous commencerons par rechercher des noms pertinents, puis nous dé-discuterons des aspects liés au packaging par la suite. Et pour terminer, je tenais à préciser que, comme convenu à l'avance, cet échange sera enregistré. Bien sûr, toutes les informations recueillies resteront strictement confidentielles et anonymes. Donc, le nom est un élément à ne pas négliger, car il permet de représenter la marque et est une présence dans l'esprit des consommateurs. Il doit être mémorable, lisible et être facile à prononcer. Donc, si vous avez quelques idées ou quelques pistes, vous pouvez commencer. Juste, du coup, la marque, c'est Magnum.

Zoé : Est-ce qu'on peut avoir une photo du produit ?

Lily : Oui. *montre la photo*

Anastasia : Ah, elle est hyper élégante, en vrai.

Nada : Elle est énorme

Hannah : Et donc, la barre, ce serait une barre aux céréales. Du coup, une barre avec plusieurs céréales. Avec du chocolat en dessous.

Zoé : Glacé ?

Hannah : Non, une barre... juste céréales. Une barre de céréales. Et du coup, c'est au chocolat. Chocolat noir. Il y a aussi des graines.

Anastasia : Heu... Chocochoc ?

Zoé : C'est bien, je trouve, mais c'est un peu banal quoi.

Anastasia : Écoutez, il fallait une première idée...

Lily : Non, mais c'est bien.

Zoé : Mag-choc, pour faire référence à Magnum ?

Andy : Mag-choc ?

Zoé : Oui, mag-choc.

Andy : Ah, ça, j'aime bien.

Anastasia : Heu... Vous avez d'autres idées ?

blanc

Gabin : Mac-barre

rires

Anastasia : Non mais c'est bien.

Lily : Peut-être pour vous aider, quels mots vous viennent en tête quand vous pensez à Magnum ?

En chœur : Glace.

Gabin : Chocolat.

Nada : Été.

Anastasia : Occasionnel, genre t'en mange pas tous les jours, quoi.

Zoé : Tous les jours de l'été.

rires

Lily : Croquant, ça pourrait être peut-être une bonne piste.

Andy : Ah oui.

Anastasia : Hum... Croque-Mag. Non, ça fait trop McDo, je trouve.

Andy : Oui, ça fait croque-monsieur.

approbation des autres

Quentin : C'est tous des jeux de mots. Vous avez pas d'idées, justement, normales ?

Zoé : Ah, bah... bah, barre aux céréales, Magnum.

Nada : Non, mais ça, c'est le sous titre que tu vas mettre.

Quentin : Simplement, tu gardes le nom de marque, Magnum, et tu mets qu'une barre de céréales en bas.

Hannah : Hum... on aurait aimé un nom spécifique à la gamme.

Quentin : La McBar, sinon ?

Hannah : Après, on peut peut-être explorer un nom en anglais.

blanc

Anastasia : Mais, mais barre de céréales en anglais...

Lily : Vous pouvez faire des recherches, si vous voulez, pour... Je sais pas,

Gabin : Mag...

Andy : C'est transparent.

Anastasia : Ah, oui.

Lily : Quentin, peut-être en anglais, t'as des idées ?

Quentin : Hum... pas là, tout de suite, mais...

Anastasia : C'est dur, un nom.

Anastasia : Choco-bar

Zoé : Elle va être que chocolat ?

Lily : Chocolat et céréales.

Zoé : Gold bar.

Anastasia : Pourquoi gold ?

Nada : Là, ça serait si ça avait été au Caramel.

Zoé : Parce que Magnum, ils sont un peu doré-noir.

Hannah : Mais il y a des graines.

Zoé : Ah oui, il y a des graines, ça peut faire référence au blé.

Nada : Oui. Mais bon, pas trop au chocolat.

Andy : Hum... Magnum Break.

Anastasia : Ah, j'aime bien, j'aime ça.

Hannah : Vous en pensez quoi, les garçons ?

Quentin : Heu... ben ça reprend un peu kitkat, je trouve, mais bon...

Gabin : Ouais, ça va en vrai.

Zoé : Comme nom en anglais sinon crunch Magnum.

Anastasia : Crunch Magnum ?

Gabin : Moi, je dirais...

Nada : Au pire, on n'est pas obligés de mettre Magnum, franchement.

Quentin : M Crunch.

Gabin : Choco Pouce, un truc comme ça, je sais pas.

Anastasia : Choco Pouce ? Pourquoi ?

Quentin : M Crunch. Pour Magnum et Crunch.

Zoé : M Crunch.

Anastasia : Ah ! j'aime bien M Crunch !

Andy : M Crunch ?

Quentin : Pour Magnum et...

Gabin : Choco Crunch, moi, je dis.

Anastasia : Andy ?

Andy : Moi, j'aime bien M Crunch.

Lily : M Crunch. Est-ce que vous trouvez que ça sonne bien ?

Tout le monde sauf Nada : Ouais. M Crunch.

Nada : Non.

Zoé : Non ?

Nada : M Crunch. Je sais pas, on dirait un truc déjà, je sais pas...

Zoé : Ouais, OK, oui.

Anastasia : Mais justement, t'as l'impression de le connaître alors que ça existe pas.

Nada : Ouais, mais moi ça me fait plus penser à un fast-food, genre si j'entends M Crunch.

Andy : Ah, ouais ?

Gabin : C'est vrai que ça fait pas trop référence à Magnum.

Zoé : Et M Bar ?

Gabin : Le M de Magnum, c'est pas...

Andy : Mais à M Bar, on reste sur le français.

Anastasia : Chocomac ? Enfin, après on peut rester sur le français.

Nada : Après en soit on n'est pas obligé de mettre magnum dans le titre

Gabin : Eh oui hein, quand tu manges des bonbons Schtroumpf, c'est schtroumpf pas haribo

Zoé : Oui après c'est parce que ça a l'apparence des Schtroumpf mais oui

Nada : Comment on dit céréales en anglais ?

Anastasia : céréales.

Nada : Ah ouais ? C'est...

Gabin : Choc bar. C'est pas mal, hein ?

rires

Anastasia : C'est pas si mal, en fait.

Quentin : Mais on rigole, c'est pas mal en vrai, la choc bar.

Anastasia : Non, en vrai, ça peut résonner pour les jeunes, en vrai, choc bar.

Zoé : Ouais. Si votre cible, c'est les jeunes, ouais, choc bar, c'est bien.

Andy : Non, c'est moche.

Nada : Ça fait pas élégant...

Zoé : En vrai, je peux comprendre. Magnum c'est plus une marque luxueuse et tout.

Anastasia : Ouais mais c'est un truc que les jeunes ils mangent les barres de céréales.

Andy : Non mais les jeunes ils vont pas acheter ça c'est trop cher.

Nada : Tu vas pas payer ton truc genre 6€ alors que le truc s'appelle choc bar, fin non.

rires

Gabin : Et Choc bar en deux mots, genre, choc, ici, comme choc, et bar...

Nada : Oui, mais est-ce que c'est élégant ?

Andy : En plus, choc bar, ça me fait penser vraiment au truc des blagues, genre.

Quentin : Pocket bar, pocket bar.

Gabin : Ah, ça, c'est pas mal.

Anastasia : Hé !

Quentin : La pocket bar, elle va dans la poche, elle se mange à n'importe quel moment.

Gabin : *paroles incompréhensibles* Un petit stick.

Anastasia : Hum...bof stick. Moi, j'aime pas trop, je préfère Quentin, je crois.

Zoé : Il a dit quoi Quentin ?

Andy : Pocket bar.

Nada : C'est peut-être un peu long, non ?

Gabin : Moi, ça me fait penser à pocket, non ? Hein ? À la poche.

Tout le monde : Bah oui, c'est ça. C'est le but.

rires

Nada : C'est pour dire que ça rentre dans la poche genre.

Zoé : Moi, j'aime bien, mais je sais pas, je trouve que c'est pas hyper attractif non ?

Quentin : Ah ouais ?

Zoé : Choco, ouais, un truc chocobar.

Lily : Donc déjà, pour l'instant, que seraient les idées que, depuis le début, que vous avez un peu retenues d'idées de noms ? Peut-être pour qu'on...

Gabin : Chocobar. Ouais, chocobar ou... Pocket bar.

Quentin : Pocket bar. Avec le M, là. La chocopocket, sinon.

Zoé : C'était quoi ? La chocopocket. M-bar. M-bar, ça va être ça.

Andy : M-bar, c'était bien.

Quentin : Ouais ? M-bar.

Anastasia : M-bar.

Hannah : Toi, tu devrais retenir, Gabin, quelle idée de nom, si tu devais en retenir une. Ou plusieurs.

Gabin : Moi, je dirais, ouais, pareil, M-bar, en vrai.

Andy : M-bar. Peut-être si on pouvait partir un peu de la même base, peut-être modifier, combiner les idées. M-bar.

Lily : OK. M-bar. M-bar, vous voudriez pas essayer de combiner ? Vous avez pensé à... Parce que... Est-ce que quelqu'un, ça lui a dérangé, cette idée ? Je me rappelle plus.

Nada : Non, mais c'était un autre truc, M-crunch. Il y avait crunch, je sais pas quoi. Crunch-bar.

Anastasia : Crunch-bar. M-bar, c'est bien. C'est bien avec le mot, t'en pensais quoi ?

Zoé : Ouais, j'aimais bien, mais je pensais que c'était plus M-crunch que M-bar. Stick, ça fait plus comme ça, tu vois. Alors que M-bar, c'est plus quelque chose comme ça. Stick... Non, j'aime pas.

Andy : Ça fait vraiment un bâton. Ouais, ça fait vraiment... C'est bâton, en fait. C'est pas un stick.

Hannah : Et Quentin, si tu avais des idées pour améliorer un peu le nom que tu as proposé ?

Quentin : Je sais pas si vous préférez peut-être un nom de marque plus court ou plus long. M-bar, c'est assez court. Si vous voulez plus long, je sais pas. Je sais pas comment vous le prenez. Peut-être plutôt court, pour que ce soit plus mémorable. M-bar avec un M majuscule. Non, tu peux pas. Mémoriser. C'est bien avec des... Ouais, c'est bien. Donc, bar, vous l'écrirez comme une barre ? B-A-R. Avec un B. Mais genre, c'est très... Tu le vois comment, toi ? B-A-R-R-E. Comme une barre.

Lily : Genre à la française ?

Quentin : Mais ça dépend où est-ce que vous voulez la commercialiser. Genre si c'est en France ou si vous vous visez plus loin.

Lily : Pour l'instant, je pense que ce sera une portée française. Et Gabin, qu'est-ce que...

Gabin : Moi, j'aime bien M-bar.

Hannah : Toi, tu restes sur M-bar ?

Gabin : Ouais, mais avec A-R à la fin. A-R, donc comme le lieu. Peut-être deux R. Comme barre en anglais.

Lily : Donc est-ce que... Tout le monde est d'accord sur M-bar ? Après, de toute façon, on peut en garder plusieurs. Si on devait garder, donc peut-être pour faire un résumé avant de... Si on devait garder quelques options, quelle serait celle que vous avez préférée ? Donc M-bar, j'imagine ? Il y avait Pocket que... Il avait dit. Pocket-bar ? Ouais, Pocket-bar, c'est pas mal aussi.

Hannah : Il y a pas un truc où elle a dit Choco quelque chose ? M-choco. M-choco. M-choco.

Lily : M-choco ? Donc on garderait M-bar, M-choco... Et Pocket-bar. Pocket-bar. Mais vous l'avez déjà dit, ça.

Hannah : Ça sonne pas bien. Ça sonne pas bien. Et donc, est-ce qu'on garde M-crunch ou pas ? Ouais, M-crunch, en vrai, j'aime bien.

Lily : Oui, c'est bien. J'aime bien. On peut toujours la garder.

Hannah : Voilà. OK. Bon bah, donc on a eu plusieurs idées de noms, c'est super.

Donc maintenant, on va pouvoir réfléchir au packaging. Donc ça repose sur plusieurs éléments clés. Le choix des couleurs est essentiel car il permet de refléter les valeurs de la marque et d'attirer l'attention des consommateurs.

Les matériaux aussi jouent un rôle important. Par exemple, en optant pour du carton recyclé ou un packaging écoresponsable. Et aussi, la forme est un élément déterminant.

Elle doit être pratique et répondre aux attentes des consommateurs en termes d'usage et de transport. Donc vous pouvez donner vos premières idées pour le packaging. Déjà, les couleurs de Magnum, noir et doré.

Anastasia : Je pense que vous deux, il faut insister un peu plus sur le doré parce que c'est un produit que tu prends dans la journée et genre le doré, ça fait un peu plus journée, tu vois, genre bonne humeur, etc. Ouais, soleil. Et c'est quelque chose que tu vas prendre dans la journée pour avoir une collation.

Je pense que vous devriez insister un peu plus sur le doré que sur l'aspect sombre qu'on voit en général chez ces marques.

Hannah : Gabin, un avis sur la couleur ?

Gabin : Moi, je suis pas sûr exactement que ce soit le même packaging que pour les glaces, mais pour les barres. Donc pour le packaging en carton autour, en carton recyclé, mais exactement comme les glaces. Et pareil pour le packaging du produit, exactement comme les glaces, sauf que ça change pas trop.

Lily : Et toi, Andy ?

Andy : Ouais, pareil, en carton, c'est mieux que...

Lily : Mais qui s'ouvre comme pour le paquet de glaces ?

Andy : Ouais. Les couleurs, même couleur que la marque de base, Magnum.

Hannah : Et avec combien de barres dans un paquet, par exemple ?

Andy : Deux, je crois que c'est bien deux.

Zoé : Deux ? Ah non, quatre plus cinq. En plus, c'est un truc individuel.

Andy : Ah, c'est dans un paquet de chocolat. Tu voulais dans la boîte, encore ?

Zoé : Mais non, pas dans la boîte. Mais après, elle est grosse, je pense que ça suffit pour la journée. On a pas vu que c'était surprise par petits paquets. Des fois, il y a souvent deux barres de céréales dans un petit paquet.

Quentin : Moi, je vais commencer par c'est quoi les saveurs, si vous restez sur chocolat, du coup, pour pas tromper le consommateur, vous faites un truc chocolat, couleur chocolat, simple, logo

Magnum. Et sinon, si vous faites, je sais pas, aux fruits et tout, pareil, vous changez en fonction du goût, quoi. Enfin, pour moi, c'est comme ça que je le vois.

Lily : Tu mettrais du doré ?

Quentin : Pas spécialement.

Hannah : Les garçons, du coup, niveau couleur et nombre, peut-être un packaging devrait réunir combien de barres pour vous ?

Gabin : Pour moi, dans le petit paquet où on consomme la barre, il devrait y en avoir qu'une. Et après, dans la boîte, il devrait y en avoir cinq, je pense, c'est classique.

En fait, le fait qu'il n'y en ait qu'une, ça ramène le côté prestigieux de Magnum, parce que Magnum, c'est connu pour que ça soit prestigieux, on va dire. En général, t'en manges qu'une dans la journée, t'en manges pas deux.

Hannah : Ouais, OK. Donc, vous tenez la semaine. Et donc, quels détails pourraient faire la différence en rayon au niveau du packaging ?

Anastasia : Un truc comme un peu à l'image du Magnum, quoi, un peu luxueux, prestigieux, qui nous dit que c'est une très bonne barre de céréales. Que le logo Magnum, il soit en gros, parce qu'on fait tous confiance à Magnum, en vrai.

Nada : Et le nom aussi, en gros. Ouais, c'est ça, que le nom, il soit en gros pour qu'on sache que Magnum a lancé un nouveau produit. C'est intéressant, on le connaît pas.

Zoé : C'est-à-dire, le premier packaging, en mode avec un logo nouveau pour marquer l'attention, et après, on va enlever. Quand ça marche. Oui, leur appétissir au fur et à mesure.

Hannah : Et Gabin, qu'est-ce que tu en penses ?

Gabin : Je suis du même avis qu'elles. Donc, faire quelque chose qui se voit en mode nouveau. Ouais, exactement, je remarque pas en gros New avec... Par exemple, marquer New en noir avec un rond doré autour.

Lily : OK, donc en reprenant les couleurs de Magnum. Et les barres, à peu près, de quelle taille ?

Gabin : Des petites barres ou des... Tailles normales.

Lily : C'est quoi, normal ?

Gabin : Je sais pas.

Hannah : Donc, on peut reprendre l'entretien puisque... Enfin, la discussion, puisque quelqu'un a dû partir malheureusement précipitamment. Donc, on en était au packaging. On avait évoqué qu'on pouvait prendre un packaging à peu près de 5 barres avec des sachets individuels.

Et donc, on avait parlé d'un packaging aux couleurs peut-être noires et dorées, comme Magnum. Est-ce que vous avez peut-être des choses à redire là-dessus ? Concernant les couleurs, je me disais qu'on a plus l'habitude de voir les glaces Magnum dans des packagings marrons avec un côté un peu

doré, du coup, sur le logo. Du coup, je pense que ça serait mieux de rester sur un côté marron clair, comme ils font, parce que le noir, ça va faire un peu trop sombre pour le côté barres de céréales.

Zoé : Moi, je pense que je préfère plus marron foncé, en tout cas, personnellement, que marron clair pour les barres de céréales, parce que Magnum, je vois plus un marron foncé qu'un marron clair. Après, je pense que ça dépend si c'est au chocolat noir ou si c'est au chocolat au lait, la barre de céréales, et ça, ça change rien. C'est au chocolat noir.

Nada : Du chocolat noir plus marron foncé, ouais. Et donc, pour continuer, est-ce qu'on pourrait peut-être utiliser un emballage texturé ou gaufré pour peut-être donner envie ? Moi, je pense qu'il faut pas partir sur un emballage texturé, dans le sens où c'est un produit, quand même, qui a vachement de texture, déjà, au départ. Tu vois ce que je veux dire ?

Zoé : Ouais, c'est la simplicité. Ouais, c'est la simplicité. Puis je pense que si c'est texturé, t'auras plus de mal à le transporter dans ton sac, dans tes affaires et tout, que si c'est lisse, quoi. Mais peut-être juste le M du Magnum, ça peut être un peu texturé.

Anastasia : Après, moi, ce dont j'ai peur, c'est que si tu commences à faire un packaging texturé, forcément, le coût de revient sera plus élevé. Donc ton coût d'achat sera plus élevé. Et le coût de vente va augmenter. Le coût de vente va augmenter. Donc, en fait, le problème, c'est que si tu fais une barre de céréales trop chère... Pas beaucoup de gens vont l'acheter. Donc je sais pas si tu devrais mettre de l'argent dans un packaging, en fait. Enfin, autant, je veux dire. Surtout que Magnum, c'est déjà une marque assez connue. Pas besoin de miser trop sur le packaging.
Misez plus sur la vente. Et après, si ils veulent plus tard, s'ils ont une bonne clientèle...

Andy : Est-ce que peut-être que sinon, on pourrait essayer un emballage réutilisable ou compostable ? En tout cas, je pense que t'as des réglementations, donc t'as pas le choix.

Anastasia : Non, des trucs recyclables, t'es obligée d'avoir des trucs recyclables.

Hannah : Mais des produits qui sont faits à partir de matériaux recyclés, c'est pas obligé. On va voir si c'est pas trop cher. En tant que consommateur, vous préfériez peut-être...

Gabin : Moi, ça dépendra du prix, je pense.

Quentin : Pour une barre de céréales, je pense que je voudrais bien être... Le prix, ça repart à rien. En fait, je voudrais bien être terre-terre, mais si c'est trop cher, ils vont pas spécialement mettre plus cher pour la terre. Et puis personne, en vrai, personne, pas grand monde, va faire attention à ça.

Lily : Ouais, c'est vrai. C'est vrai. Et donc... Concrètement, à quoi ressemblerait le packaging, du coup, la forme ? Juste, est-ce que vous pouvez revenir concrètement à...

Zoé : Mais dans quel sens ? Pour les deux ou pour les cinq ? Le packaging extérieur ou l'emballage ?

Lily : Le packaging extérieur.

Anastasia : Quelque chose de carré, recto... Vas-y, quoi. On aura l'horizontal ou la verticale ?

Andy : À plat, je pense, parce que le problème, c'est que vertical, j'ai peur que ça désint... Genre, ça désolidarise les barres de céréales. Tu vois ce que je veux dire ? Les céréales. Genre, j'ai peur qu'en fait, si c'est droit, ça prenne trop de choc.

Zoé : Moi, je sais pas. À plat, ce serait mieux que debout. Mais si c'est à plat... Parce que toi qui fais la mise en rayon, on serait... Moi, pour la mise en rayon, les barres céréales, elles sont toutes à plat, y en a aucune qui est comme ça.

Nada : Oui, non, mais à plat, comme ça ? À plat, comme ça. Comme ça ? Genre, en bas, ouais, OK. Genre, ça monte comme ça.

Andy : Sur le packaging, ça sera... Sur un truc, voilà, grand, basé, rectangle. Moi, j'ai peur que si tu passes quelque chose de vertical, ça prenne trop de choc, en fait, quand tu les poses, etc. Et du coup, ça se désintègre.

Zoé : Ouais, ça serait pire. Tu vas ouvrir le... Enfin, le fait que ça se casse, tu vas ouvrir le truc, le truc sera déjà cassé, les gens vont pas... Ouais. Ils vont être un peu dégoûtés.

Anastasia : OK. Et donc... Avec une ouverture, par contre, qui... Moi, je pense pas à une ouverture, vraiment, comme ils avaient dit précédemment, glace, mais une ouverture vraiment, genre... De base, le truc, il y a en haut, enfin, dans des... Je sais pas, genre, juste tu ouvres le morceau de carton. Et après, ça puisse se refermer. Parce que si c'est un truc de glace, c'est pas un truc qui va spécialement vraiment se refermer. Et après, c'est un peu, genre, si tu l'as dans ton sac, ça sort les trucs. Pourquoi elle a besoin de refermer le packaging ? Tu vas le poser dans ton placard et tu vas pas mettre des trucs au-dessus. Mais surtout que t'as le packaging et t'as l'emballage qui protège les barres de céréales.

Zoé : Bah non, mais c'est... Moi, j'ai toujours acheté comme ça. Moi, j'ai toujours acheté comme ça et c'est pratique dans mon sac parce que du coup, ça reste dans la boîte. C'est comme les trucs de céréales, en soi.

Hannah : Gabin, t'as un avis ?

Gabin : Moi, je pense à l'emballage. Je sais pas si vous voyez, c'est une petite bande et tu la tires comme ça juste pour enlever une petite bande mais sans abîmer le paquet non plus, quoi. Après, du coup, ça restera ouvert. Y a pas le truc où le paquet sera fermé.

Hannah : En mode ouverture face ?

Gabin : Ouais, oui, voilà, c'est ça.

Hannah : Mais du coup, c'est un truc qui se referme après comme ça ?

Gabin : Ah oui, mais qui rentre dans le... Comme les paquets...

Hannah : Ah, mais en mode truc de céréales ?

Gabin : Oui, genre juste on a une petite ouverture et on passe à un petit paquet. Vous pensez que je vais vous parler d'une... Ah ouais ? Ah non, non, non ! Vraiment un truc qui se referme, un petit truc de carton, un truc...

Nada : Oui, ça, c'est une bonne idée, ça va peut-être... Euh, non, ouais, je suis d'accord avec lui.

Lily : Et donc, l'emballage du coup, des barres en elles-mêmes, vous verriez ça comment ?

Anastasia : Là-bas, ici. C'est basique, comme tous les autres paquets. Un truc qui se ferme sur le côté comme ça, tac. On voit bien le côté chocolat. Oui, voilà. Le design dessus, vous verriez quoi, peut-être, sur le design du plastique, du coup, j'imagine.

Zoé : En vrai, moi, j'aime bien genre en mode quand l'emballage, ça reflète ce qu'il y a à l'intérieur. Je sais pas comment dire. Tu vois le produit.

Nada : Ouais, tu vois le produit, là. Peut-être qu'on voit sur le bout, juste un morceau de la barre de céréales et après la marque. Et juste un bout comme si le paquet était déjà ouvert.

Andy : Oui, mais c'est super bien, ça fait qu'on peut penser à tout. Ça fait qu'elle a une image de ce que tu vas manger, genre. Moi, je suis d'accord.

Quentin : Ça donne plus envie. Ouais. OK.

Lily : Vous avez peut-être d'autres suggestions, non, à apporter ? Rien de plus à dire, je pense. C'est quoi, le prix ? Vous avez pensé au prix, ou pas ? Je pense que ça augmentera à peu près au prix du marché. Juste, est-ce que vous pouvez faire peut-être un petit résumé de toutes les idées qu'on a développées ? Peut-être les meilleures, peut-être que celles qui vous ont un peu marquées.

Anastasia : On commence par les noms ? M-Bar. Ouais. M-Bar.

Gabin : Il y avait Pocket... C'était quoi, déjà ? Pocket Choco ? Choco Pocket ? Choco. Moi, j'aimais bien M-Crunch. M-Crunch, ouais.

Hannah : Je crois. Donc, on fait peut-être un vote. Qui vote pour M-Bar ? C'est M-Bar ou Pocket... On avait M-Crunch, je crois, aussi, qui avait été mentionné, M-Bar et Pocket-Bar.

Quentin : M-Crunch, ça dépasse un peu... C'est M-Crunch. M-Crunch, c'est ça ? À la marque, Crunch. Ouais.

Zoé : Ah oui, c'est vrai. Moi, j'aimais bien. Je trouve que même... Comment s'appelle la marque que j'achetais ? Un truc... Vert. Nature Valet. Nature Valet. Ils ont une gamme qui s'appelle Crunch.

Lily : OK. Crunch. Donc après, le vote ne sera pas déterminant, mais oui, on peut faire un vote. Qui voterait M-Bar, du coup ? Bah, tout le monde. Tout le monde. Tout le monde.

Donc M-Bar au lieu de Pocket-Bar, plutôt. OK. Et sur le packaging, est-ce qu'il y a vraiment des choses qui vous ont marquées et que vous voulez absolument avoir... Sur le packaging ? L'ensemble, tout ce qui concerne le packaging.

Anastasia : Ouais, les côtés un peu trois, c'est pas grand-chose. C'est un détail que je voudrais... Et vraiment, sur le packaging cartonné, montrez vraiment les petits trucs de graines pour montrer que c'est vraiment des trucs de céréales et tout.

Zoé : Ouais. Il faut qu'il y ait un peu ça, quoi. On dit ? Ouais.

Andy : Moi aussi, j'aimerais bien voir le côté chocolat sur le packaging, pas que voir des graines et tout, mais voir ce chocolat.

Lily : OK. Bon, bah, bien, j'espère que... Enfin, j'espère que cet entretien, cette discussion vous aura plu. Merci en tout cas beaucoup d'avoir participé à cette discussion. Ce fut un plaisir, vous avez beaucoup aidé et je pense qu'on peut en terminer. Vos idées ont été précieuses. Pour nous aider à définir son nom et son packaging avant de... Ouais, mais encore merci pour votre temps et votre engagement. Merci. Bonne journée.