**Questions :**

**Thème 1 : l’entreprise**

Pouvez-vous nous parler de vous, de votre parcours et de votre entreprise ?

Qui sont vos principaux concurrents sur le secteur ?

Comment vous différenciez-vous de vos concurrents sur le marché ?

Votre entreprise a-t-elle une clientèle type ?

Si oui, quelle est la clientèle type de votre entreprise ?

Comment communiquez-vous sur votre entreprise ?

**Thème 2 : les produits vendus par l’entreprise**

Quels sont vos canaux de distribution pour vendre vos produits ?

Votre entreprise a-t-elle recours à de la sous-traitance ?

**Thème 3 : les avis clients**

Comment mesurez vous la satisfaction client ?

Sur quoi portaient principalement les avis des clients ?

**M. Émilien DEYGAS, Responsable.**

**Manufacture de Jean**

**99 Cours Fauriel**

**42000 Saint-Étienne**

**Numéro de téléphone : 04 77 41 31 60 / Adresse mail : fauriel@manufacture-jean.fr**

**Thème 1 : l’entreprise**

1/ Pouvez-vous nous parler de vous, de votre parcours et de votre entreprise ?

**Parcours de la personne interviewée :** 6 ans d’études dans le métier, travail chez WEISS pendant 2 ans, boulanger pâtissier à Portland aux États-Unis pendant 1 an et demi.

**L’entreprise :** ouverture en 2020 soit il y a quatre ans suite à une opportunité.

2/ Qui sont vos principaux concurrents sur le secteur ?

Les principaux concurrents de l’entreprise sont : Farineur (avantage du concurrent : parking), Marie Blachère, Xavier Gaufrand

3/ Comment vous différenciez-vous de vos concurrents sur le marché ?

La boulangerie organise des visites de l’établissement pour que les clients puissent voir la production des produits.

4/ Votre entreprise a-t-elle une clientèle type ?

Oui, l’entreprise a une clientèle type.

5/ Si oui, quelle est la clientèle type de votre entreprise ?

Les habitants autour de la boulangerie, commissariat/policiers (300-400 policiers), professionnels dans des bureaux, étudiants de l’école des mines.

6/ Comment communiquez-vous sur votre entreprise ?

L’entreprise communique sur Facebook, Linkedin, Instagram, sur leur site internet, Instagram environ tous les 6 mois.

**Thème 2 : les produits vendus par l’entreprise**

7/ Quels sont vos canaux de distribution pour vendre vos produits ?

Les seuls canaux de distribution sont les établissements de la boulangerie Manufacture de Jean, c’est-à-dire dans la boulangerie présente à Saint-Étienne et dans la deuxième boutique présente à Unieux, à côté de Firminy.

8/ Votre entreprise a-t-elle recours à de la sous-traitance ?

Nous n’avons pas eu de réponse à cette question.

**Thème 3 : les avis clients**

9/ Comment mesurez vous la satisfaction client ?

Celle-ci est mesurée grâce aux retours en direct des clients, sur les réseaux sociaux tel que facebook et sur les avis et commentaires Google.

10/ Sur quoi portaient principalement les avis des clients ?

Il n’y a pas un seul sujet principal sur lequel portent les avis.

**M. Tristan THOMAS, Responsable et dirigeant.**

**La Confiserie des Arcades**

**33 Place Jean Jaurès / 33-37 Les Arcades**

**42000 Saint-Étienne**

**Numéro : 06 20 48 09 78 / Adresse mail :** [**t.thomas@confiseriedesarcades.fr**](mailto:t.thomas@confiseriedesarcades.fr)

**Thème 1 : l’entreprise**

1/ Pouvez-vous nous parler de vous, de votre parcours et de votre entreprise ?

**Parcours de la personne interviewée :** Maths infos responsable technique ingénierie de logiciel, secteur de l'hôtellerie responsable de gestion organisation grand événement, a repris l’entreprise familiale de son père en 2010.

**L'entreprise :** créée en 1956 par ses grands-parents. Elle est spécialisée dans la vente et la production de confiserie (haribo, anciennes, traditionnelles) et de chocolat français ( vrac, bonbons). Il y a 3 axes de croissance : les cafés de spécialité, l’épicerie fine MIF et le laboratoire DIY (DO IT YOURSELF). Une seconde boutique a été ouverte en 2018. La production locale (ligérienne) est en circuit court depuis 1 an. L’entreprise possède un site internet pour la vente de la production au niveau local, national et international.

2/ Qui sont vos principaux concurrents sur le secteur ?

Les concurrents de l’entreprise sont en BtoC : Chocolat Weiss, pâtissiers quelconques, Maison Gaulois, Chocolat des Princes, Maison Gaucher/ en BtoB : Chocolat Weiss, Jeff de Bruges

Au niveau des confiseries : toutes les petites boutiques / Au niveau des cafés : Maison Chauvet, Rouge Gourmand, Chapuis (pour le BtoB) / Au niveau des épiceries fines : Maison Cornand

3/ Comment vous différenciez-vous de vos concurrents sur le marché ?

Les avantages de l’entreprise par rapport à ses concurrents sont : leur expertise, les produits filières proposés et l’innovation constante

4/ Votre entreprise a-t-elle une clientèle type ?

Non, l’entreprise n’a pas de clientèle type puisqu’il y a trop de marchés différents, tout le monde est touché.

5/ Comment communiquez-vous sur votre entreprise ?

L’entreprise communique via les réseaux sociaux, leur site internet, les newsletter, les relations presse, les magazines et dans des résidences pour personnes âgées.

**Thème 2 : les produits vendus par l’entreprise**

6/ Quels sont vos canaux de distribution pour vendre vos produits ?

Les canaux de distribution de l'entreprise sont les boutiques.

7/ Votre entreprise a-t-elle recours à de la sous-traitance ?

Nous n’avons pas eu de réponse à cette question.

**Thème 3 : les avis clients**

8/ Comment mesurez vous la satisfaction client ?

Celle-ci est mesuré grâce aux avis Google (notée 5 étoiles sur 180 avis), aux feedback dans les boutiques.

9/ Sur quoi portaient principalement les avis des clients ?

Il n’y a pas un seul sujet principal sur lequel portent les avis.

**Responsable de la boutique.**

**Léonidas**

**140 Rue de la Montat, La Galerie espace Monthieu**

**42000 Saint-Étienne**

**Numéro : 04 77 01 70 38**

**Thème 1 : l’entreprise**

1/ Pouvez-vous nous parler de vous, de votre parcours et de votre entreprise ?

**Parcours de la personne interviewée :** Elle a fait des études scientifiques, des études d’art et elle veut se développer dans le tatouage et peut potentiellement ouvrir son salon de tatouage.

**L’entreprise :** créée en 1913, le magasin a été racheté plusieurs fois, mais elle n’est actuellement plus franchisée. Il y a un seul responsable par région.

2/ Qui sont vos principaux concurrents sur le secteur ?

L’entreprise a un seul concurrent direct qui est Jeff de Bruges, qui propose des chocolats ainsi que des glaces. Il propose environ les mêmes prix que Leonidas.

3/ Comment vous différenciez-vous de vos concurrents sur le marché ?

Pour se différencier de son concurrent direct qui est Jeff de Bruges, Leonidas propose des prix plus bas et plus attractifs. De plus Léonidas cherche à diversifier son assortiment en proposant des macarons et des confiseries.

4/ Votre entreprise a-t-elle une clientèle type ?

Oui, l’entreprise a une clientèle type.

5/ Si oui, quelle est la clientèle type de votre entreprise ?

La cible de Leonidas reste assez large puisqu'elle propose des produits divers et variés. Cela lui permet de toucher les jeunes avec des confiseries et les personnes plus âgées avec le chocolat.

6/ Comment communiquez-vous sur votre entreprise ?

Elle est présente sur les réseaux sociaux tels que Facebook et Instagram, mais aussi sur leur site internet. De plus, le patron passe à la télévision et fait donc de la relation presse sur des médias dans la région de Lyon, cependant cela couvre aussi la communication de Léonidas Monthieu.

**Thème 2 : les produits vendus par l’entreprise**

7/ Quels sont vos canaux de distribution pour vendre vos produits ?

L’entreprise est présente dans toute la France, dans des grandes villes ainsi elle a plusieurs points de ventes. De plus, le patron gère les livraisons. Enfin Léonidas propose un service de Click and Collect (cross canal).

8/ Votre entreprise a-t-elle recours à de la sous-traitance ?

Nous n’avons pas eu de réponse à cette question.

**Thème 3 : les avis clients**

9/ Comment mesurez vous la satisfaction client ?

Sur internet, la plupart des avis sont négatifs mais les personnes qui étaient satisfaites revenaient tout simplement en magasin cela représente les avis positifs (client fidèles)

10/ Sur quoi portaient principalement les avis des clients ?

Il n’y a pas un seul sujet principal sur lequel portent les avis.

**Mme. Audrey RIVOIRE, Responsable de la boutique.**

**Les Comptoirs de Mathilde.**

**14 Rue Général Foy**

**42000 Saint-Étienne**

**Numéro : 04 77 01 82 16**

**Thème 1 : l’entreprise**

1/ Pouvez-vous nous parler de vous, de votre parcours et de votre entreprise ?

**Parcours de la personne interviewée :** Responsable de la boutique depuis 5 ans. Avant elle travaillait dans la grande distribution. Elle a fait des études de commerce (spécialisée en vente)

**L’entreprise :** créée en 2007 par Richard Fournier, les chocolats sont fabriqués à la manufacture.

2/ Qui sont vos principaux concurrents sur le secteur ?

L'entreprise a un concurrent principal : Chocolat WEISS

3/ Comment vous différenciez-vous de vos concurrents sur le marché ?

Tous les produits sont originaires du Comptoir de Mathilde (chocolats, pâtes à tartiner, baba au rhum), aucun produit n’est d’une autre marque.

4/ Votre entreprise a-t-elle une clientèle type ?

Avant oui la clientèle type était composée de personnes âgés de plus de 55 ans et souvent plus féminine mais aujourd'hui l’entreprise connaît du changement avec une clientèle plus jeune et plus d'hommes.

6/ Comment communiquez-vous sur votre entreprise ?

Il existe un service de communication pour 7 ou 8 boutiques qui sont rattachées à la maison mère. De plus, l'entreprise communique grâce à la carte de fidélité et sur les réseaux sociaux comme Instagram.

**Thème 2 : les produits vendus par l’entreprise**

7/ Quels sont vos canaux de distribution pour vendre vos produits ?

Les produits sont principalement vendus dans les boutiques Les Comptoirs de Mathilde. De plus, les produits sont vendus dans certaines jardineries (Gamm’ vert) grâce à des partenariats.

8/ Votre entreprise a-t-elle recours à de la sous-traitance ?

Nous n’avons pas eu de réponse à cette question.

**Thème 3 : les avis clients**

9/ Comment mesurez vous la satisfaction client ?

La satisfaction client est mesurée grâce aux avis Google (positifs)

10/ Sur quoi portaient principalement les avis des clients ?

Les avis portent principalement sur les vendeurs (sympathie, accueil, etc) et sur les produits (goût, qualité, etc). Certains avis portent aussi sur le service fidélité.