

## Big Data

### I.Introduction

#### 1. Présentation brève de l'entreprise “Kaviari Delikatessen”

Kaviari Delikatessen est une épicerie vendant des produits d'épicerie fine et proposant un comptoir de dégustation. En passant des Pastrami de saumon aux salades végétales, chaque jour, des plats faits maison y sont préparés à base de fruits de mer et de produits végétaux.



Le concept de ces épiceries vient tout simplement de l'origine du mot “Delikatessen”. En effet en Allemand, delikat signifie “délicat” et essen signifie “manger”. Là-bas, les Delikatessen sont des magasins vendant des produits provenant d'épiceries raffinées. De l'autre côté du globe, aux Etats-Unis et au Canada, les Delicatessen sont des épiceries faisant également office de snack où l'on peut commander des plats préparés à emporter ou même à consommer sur place. Kaviari Delikatessen a ainsi trouvé l'harmonie parfaite entre ces deux concepts d'épiceries venant de deux cultures différentes : c'est un réel succès ! Kaviari delikatessen possède en effet à l'heure actuelle six boutiques dans Paris dont la boutique au 57 rue Cler dans le 7ème arrondissement à laquelle nous nous sommes particulièrement intéressés.

#### 2. Notre analyse de données : mise en contexte de la collecte de données

57 rue Cler dans le 7ème arrondissement de Paris, c'est à cette adresse que nous nous sommes rendues afin de proposer nos services. En effet, cette épicerie nous a directement “tapé dans l'œil” du fait de sa devanture plutôt alléchante. Kaviari Delikatessen c'est un esprit convivial et chaleureux, des produits frais et faits maison, un comptoir de dégustation mettant en avant différents mets préparés directement sous les yeux des clients. Il y en a pour tous les goûts puisque l'enseigne propose diverses variétés de saumons, de salades et de tarama à en perdre la tête. Pour mieux comprendre les comportements d'achat des clients de la boutique du 7ème, nous avons souhaité réaliser une analyse poussée de ses ventes.

Pour ce faire, nous avons réussi à obtenir près de 700 tickets de caisse correspondants aux 7 premiers jours de ce mois de novembre (du 1er au 7 novembre 2021) ainsi que le premier jour de la période de Noël de l'année 2020 (correspondant au 22 décembre 2020). Ajouter les tickets de la période de noël nous semblait effectivement pertinent car le nombre de ventes était plus élevé qu'en temps normal. Nous avons également retiré l'ensemble des tickets de caisse pour lesquels les clients n'avaient acheté qu'un seul produit puisque cela ne pouvait nous permettre d'identifier les produits étant souvent achetés ensemble. Plus généralement, les tickets avec un seul produit ne pouvaient nous renseigner sur les préférences d'achat des consommateurs. Enfin, dans le but de pouvoir les traduire sous un format reconnu par notre logiciel d'analyse de données nommé “R”, nous avons décidé de réaliser un lexique reprenant par ordre alphabétique l'ensemble des produits présents sur ces tickets (*cf en annexe le lexique et le fichier de transaction R*).

L'analyse de ces données brutes, après traitement, nous permettra alors de pouvoir proposer des recommandations spécifiques, notamment pour la période de noël approchant à grands pas. Lors de ce projet, notre groupe de 9 étudiants tentera de trouver des solutions opérationnelles afin d'optimiser les ventes de cette épicerie fine à travers la réalisation d'algorithme à l'aide du Logiciel R. L'ensemble sera résumé et illustré dans le rapport fourni en parallèle.

## II.Le listing “R”

### Démarrage :

```
>library(arules)  
  
>ticket=read.transactions(file.choose(),header=T,cols=1,rm.duplicates=T,sep=";",format="basket")  
  
>inspect(ticket)
```

Ce qui nous a permis d'afficher les 699 tickets de notre base sur R.

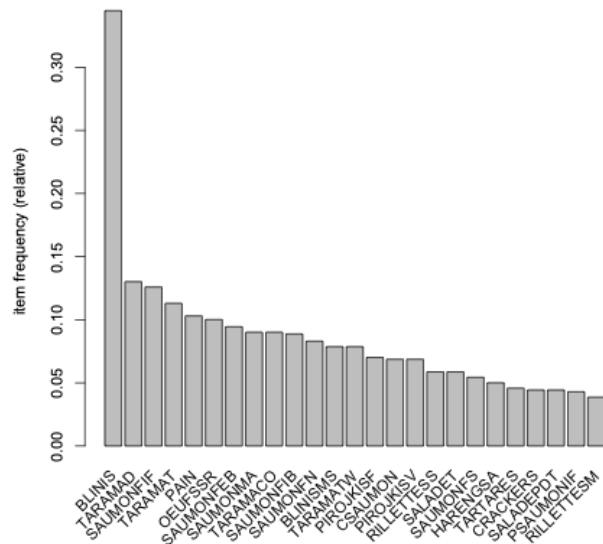
```
>itemFrequency(tickets)  
  
>sort(itemFrequency(ticket),decreasing=T)
```

### **1. Les produits les plus achetés**

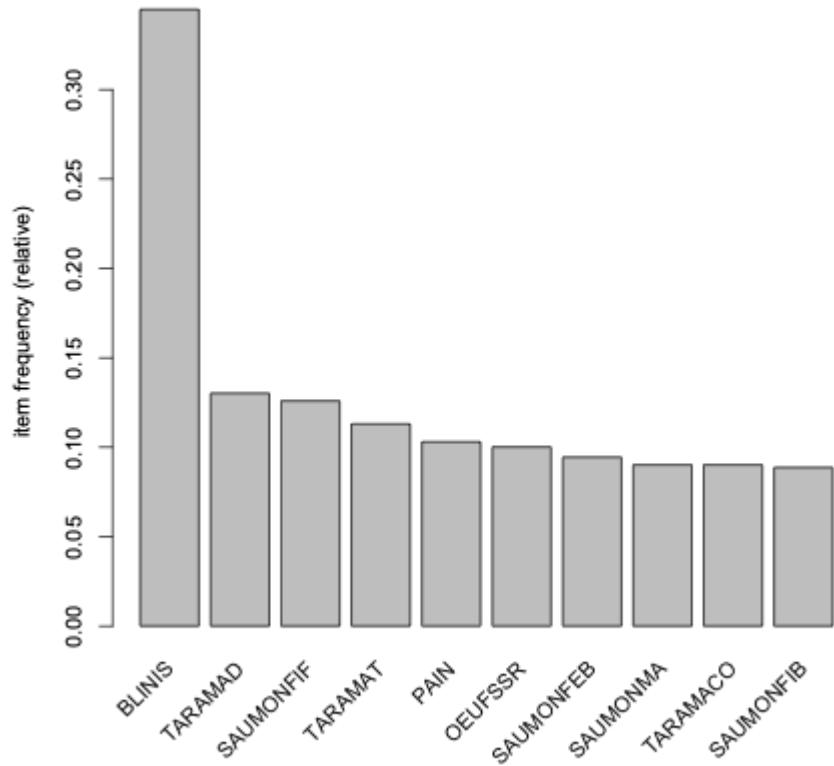
```
>itemFrequencyPlot(tickets,topN=30)
```

Pour les 30 ou voir si moins ou +

Déterminer si plusieurs produits se démarquent particulièrement des autres en termes de fréquence d'achat (par ex 3 en particulier sont les plus achetés) = se concentrer sur eux pendant nos tests. On remarque que les Blinis, le Tarama Delikatessen et le Saumon Fumé Ile Feroe sont les produits vendus le plus fréquemment.



```
>itemFrequencyPlot(ticket,topN=10)
```



## 2. La détermination de règles pertinentes

Afin d'avoir un maximum de règles pertinentes pour pouvoir établir des recommandations et des liens entre les produits, nous avons choisi un support de 0.02 ainsi qu'une confiance égale à 0.02. Voici la commande rentrée dans “R” :

`>theo=apriori(ticket,parameter=list(supp = 0.02,conf = 0.02,target="rules",minlen=2))`

Nous avons ensuite décidé de classer ces règles dans l'ordre décroissant afin de pouvoir identifier en “un coup d’œil” quelles étaient celles étant les plus intéressantes, c'est-à-dire celles avec un lift différent de un et surtout supérieur à 1. Il nous permettra d'effectuer les tests suivants avec des règles plus intéressantes. Plus le lift est élevé, mieux la règle sera. C'est en effet un indicateur très intéressant pour notre analyse. Nous avons alors continué l'analyse “R” en utilisant cette commande :

`>inspect(sort(theo,by="lift"))`

En conséquence, nous avons obtenu 49 règles, présentées ci-dessous. Seulement 39 règles ont un lift supérieur à 1. Ceux ayant des lifts inférieurs à 1 correspondent plutôt à des négations par exemple : acheter des blinis implique de ne pas acheter de pain (règle

49).

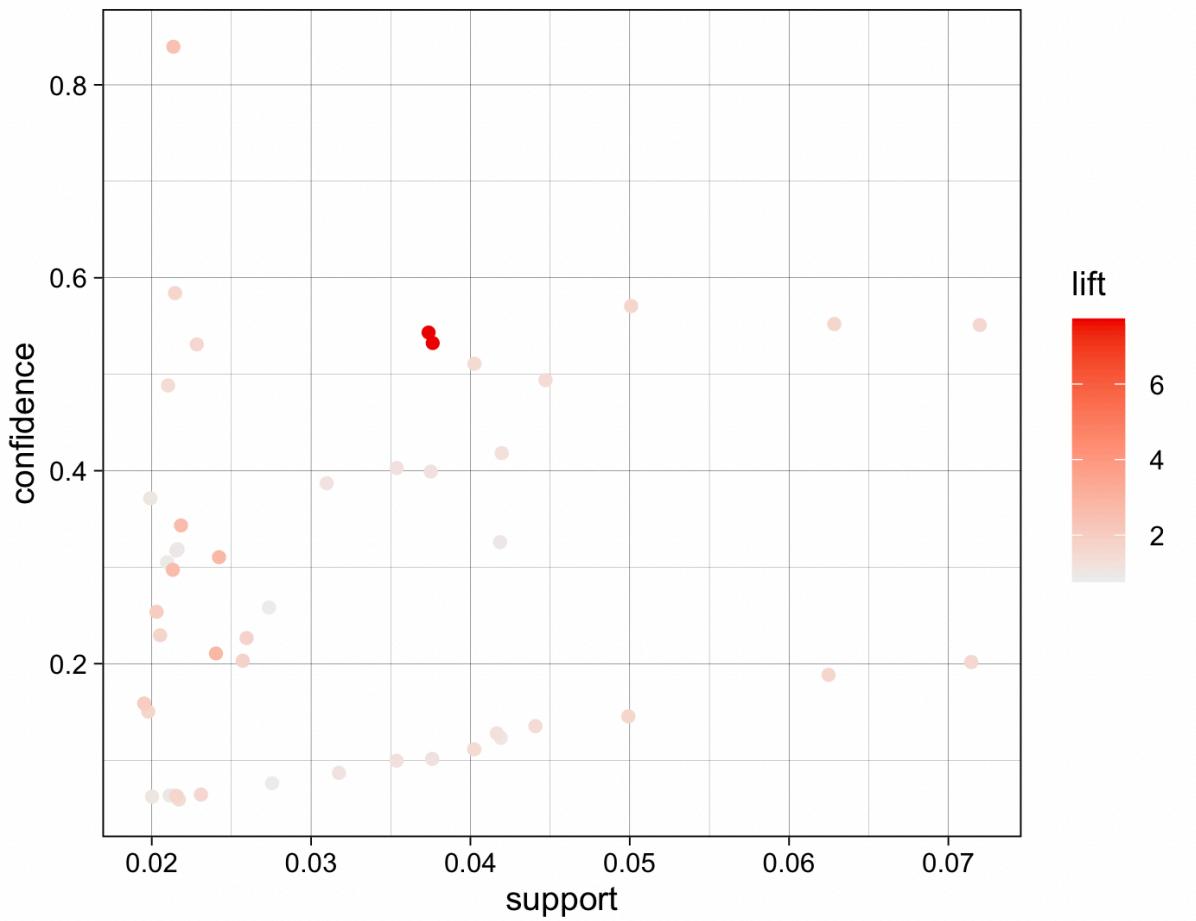
	lhs	rhs	support	confidence	coverage	lift	count
[1]	{PIROJKISF}	=> {PIROJKISV}	0.03719599	0.53061224	0.07010014	7.7270408	26
[2]	{PIROJKISV}	=> {PIROJKISF}	0.03719599	0.54166667	0.06866953	7.7270408	26
[3]	{TARAMATW}	=> {TARAMAT}	0.02432046	0.30909091	0.07868383	2.7348677	17
[4]	{TARAMAT}	=> {TARAMATW}	0.02432046	0.21518987	0.11301860	2.7348677	17
[5]	{BLINIS,TARAMAD}	=> {TARAMAT}	0.02145923	0.30000000	0.07153076	2.6544304	15
[6]	{BLINIS,TARAMAT}	=> {TARAMAD}	0.02145923	0.34090909	0.06294707	2.6186314	15
[7]	{TARAMAD,TARAMAT}	=> {BLINIS}	0.02145923	0.83333333	0.02575107	2.4170124	15
[8]	{BLINISMS}	=> {SAUMONFIF}	0.02002861	0.25454545	0.07868383	2.0219008	14
[9]	{SAUMONFIF}	=> {BLINISMS}	0.02002861	0.15909091	0.12589413	2.0219008	14
[10]	{TARAMAT}	=> {TARAMAD}	0.02575107	0.22784810	0.11301860	1.7501739	18
[11]	{TARAMAD}	=> {TARAMAT}	0.02575107	0.19780220	0.13018598	1.7501739	18
[12]	{TARAMAD}	=> {SAUMONMA}	0.02002861	0.15384615	0.13018598	1.7069597	14
[13]	{SAUMONMA}	=> {TARAMAD}	0.02002861	0.22222222	0.09012876	1.7069597	14
[14]	{SAUMONFI}	=> {BLINIS}	0.02145923	0.57692308	0.03719599	1.6733163	15
[15]	{BLINIS}	=> {SAUMONFI}	0.02145923	0.06224066	0.34477825	1.6733163	15
[16]	{BLINIS}	=> {SAUMONFIB}	0.05007153	0.14522822	0.34477825	1.6373310	35
[17]	{SAUMONFIB}	=> {BLINIS}	0.05007153	0.56451613	0.08869814	1.6373310	35
[18]	{TARAMAT}	=> {BLINIS}	0.06294707	0.55696203	0.11301860	1.6154210	44
[19]	{BLINIS}	=> {TARAMAT}	0.06294707	0.18257261	0.34477825	1.6154210	44
[20]	{TARAMAD}	=> {BLINIS}	0.07153076	0.54945055	0.13018598	1.5936346	50
[21]	{BLINIS}	=> {TARAMAD}	0.07153076	0.20746888	0.34477825	1.5936346	50
[22]	{PSAUMONIF}	=> {BLINIS}	0.02288984	0.53333333	0.04291845	1.5468880	16
[23]	{BLINIS}	=> {PSAUMONIF}	0.02288984	0.06639004	0.34477825	1.5468880	16
[24]	{BLINIS}	=> {TARAMATW}	0.04005722	0.11618257	0.34477825	1.4765749	28
[25]	{TARAMATW}	=> {BLINIS}	0.04005722	0.50909091	0.07868383	1.4765749	28
[26]	{BLINIS}	=> {TARAMACO}	0.04434907	0.12863071	0.34477825	1.4271883	31
[27]	{TARAMACO}	=> {BLINIS}	0.04434907	0.49206349	0.09012876	1.4271883	31
[28]	{CRACKERS}	=> {BLINIS}	0.02145923	0.48387097	0.04434907	1.4034266	15
[29]	{BLINIS}	=> {CRACKERS}	0.02145923	0.06224066	0.34477825	1.4034266	15
[30]	{OEUFSSR}	=> {BLINIS}	0.04148784	0.41428571	0.10014306	1.2016005	29
[31]	{BLINIS}	=> {OEUFSSR}	0.04148784	0.12033195	0.34477825	1.2016005	29
[32]	{BLINIS}	=> {SAUMONMA}	0.03576538	0.10373444	0.34477825	1.1509583	25
[33]	{SAUMONMA}	=> {BLINIS}	0.03576538	0.39682540	0.09012876	1.1509583	25
[34]	{SAUMONFEB}	=> {BLINIS}	0.03719599	0.39393939	0.09442060	1.1425877	26
[35]	{BLINIS}	=> {SAUMONFEB}	0.03719599	0.10788382	0.34477825	1.1425877	26
[36]	{SAUMONFN}	=> {BLINIS}	0.03147353	0.37931034	0.08297568	1.1001574	22
[37]	{BLINIS}	=> {SAUMONFN}	0.03147353	0.09128631	0.34477825	1.1001574	22
[38]	{SAUMONFS}	=> {BLINIS}	0.02002861	0.36842105	0.05436338	1.0685739	14
[39]	{BLINIS}	=> {SAUMONFS}	0.02002861	0.05809129	0.34477825	1.0685739	14
[40]	{SAUMONFIF}	=> {BLINIS}	0.04148784	0.32954545	0.12589413	0.9558186	29
[41]	{BLINIS}	=> {SAUMONFIF}	0.04148784	0.12033195	0.34477825	0.9558186	29
[42]	{CSAUMON}	=> {BLINIS}	0.02145923	0.31250000	0.06866953	0.9063797	15
[43]	{BLINIS}	=> {CSAUMON}	0.02145923	0.06224066	0.34477825	0.9063797	15
[44]	{PIROJKISV}	=> {BLINIS}	0.02145923	0.31250000	0.06866953	0.9063797	15
[45]	{BLINIS}	=> {PIROJKISV}	0.02145923	0.06224066	0.34477825	0.9063797	15
[46]	{PIROJKISF}	=> {BLINIS}	0.02145923	0.30612245	0.07010014	0.8878821	15
[47]	{BLINIS}	=> {PIROJKISF}	0.02145923	0.06224066	0.34477825	0.8878821	15
[48]	{PAIN}	=> {BLINIS}	0.02718169	0.26388889	0.10300429	0.7653873	19
[49]	{BLINIS}	=> {PAIN}	0.02718169	0.07883817	0.34477825	0.7653873	19

**Figure 3 : Les 49 règles rangées par lift décroissant**

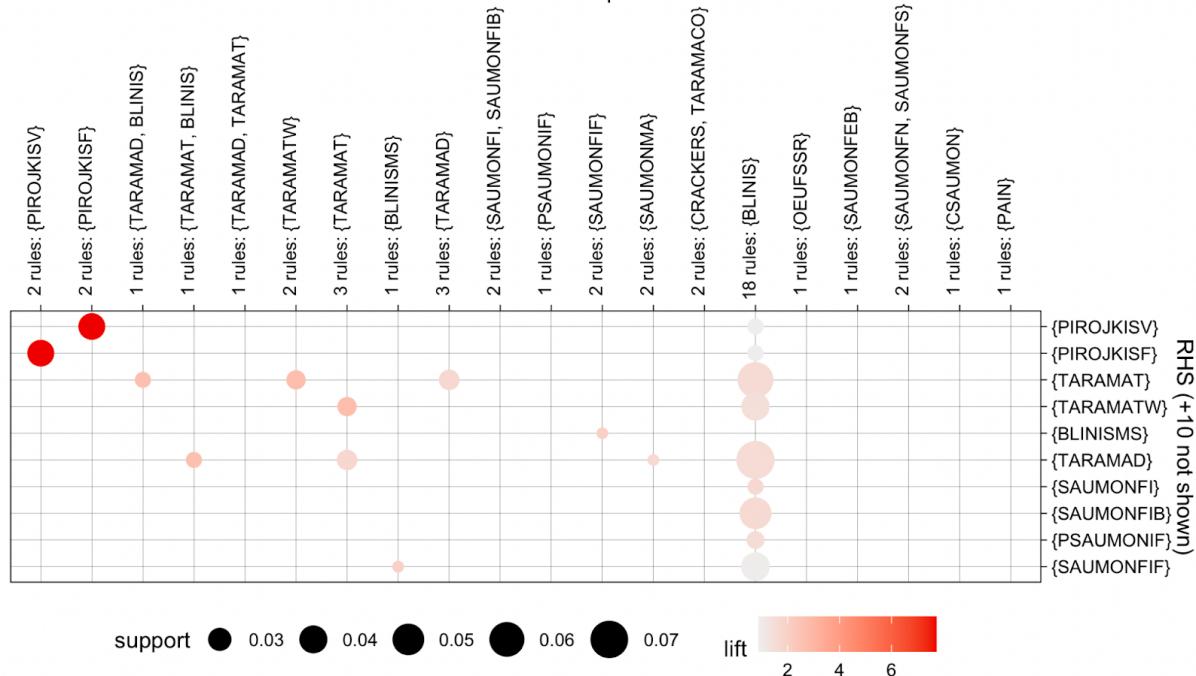
Concernant celles ayant un lift supérieur à 1, nous avons pris le parti de seulement garder les lift supérieurs ou égaux à 1,40. Sachant qu'un lift se situant autour de 1 témoigne d'une mauvaise règle, nous avons considéré que ce "seuil" était acceptable pour déterminer les meilleures règles. Nous avons alors sélectionné les 29 premières règles.

Voici la représentation graphique des 49 règles, réalisée grâce à la commande :

### Scatter plot for 49 rules



Items in LHS Groups



Et le second avec la commande : `>plot(theo,method="grouped")`

### 3. Implication d'achat : l'indicateur RHS

Suite à la détermination des produits les plus fréquemment achetés et des règles les plus pertinentes pour notre analyse, nous avons décidé de calculer l'indicateur de RHS. Nous avons réalisé cet indicateur sur les produits les plus achetés, en fonction de leur fréquence d'achat (*cf sous partie 1*). L'objectif du calcul du RHS sur ces produits conduit à identifier l'implication d'achat d'un produit *bestseller* sur un autre. Cela revient à se poser la question suivante : L'achat de ce produit implique d'acheter quel autre produit ?

Dans notre cas, les produits les plus achetés sont, pour rappel : les blinis, le tarama delikatessen, le saumon îles féroé, le tarama à la truffe et le pain. Ce qui nous intéresse ici est d'obtenir les fréquences d'apparition, à la virgule près, pour continuer l'analyse. En réalisant la commande suivante nous pouvons ainsi obtenir les fréquences d'apparition au pourcentage près : `>sort(itemFrequency(ticket),decreasing=T)`

Cela permet d'être encore plus précis tout en corroborant les résultats déjà mis en avant par les graphiques montrant les produits les plus achetés (*cf sous partie 1*).

**Voici les résultats affichés par "R" :**

BLINIS	TARAMAD	SAUMONFIF	TARAMAT	PAIN	OEUFSRR	SAUMONFEB
0.344778255	0.130185980	0.125894134	0.113018598	0.103004292	0.100143062	0.094420601
SAUMONMA	TARAMACO	SAUMONFIB	SAUMONFN	BLINISMS	TARAMATW	PIROJKISF
0.090128755	0.090128755	0.088698140	0.082975680	0.078683834	0.078683834	0.070100143

**Figure 4 : Fréquences d'apparition des 14 produits les plus vendus**

Nous pouvons constater que les blinis ont une fréquence d'apparition d'environ 34,48%, suivi du tarama delikatessen (13,02%), du saumon des îles féroé (12,59%) puis du tarama à la truffe et enfin du pain (10,30%). Il est ainsi évident que le blini est le produit le plus vendu de la boutique. Nous pourrions presque le qualifier de produit d'achat courant tant sa présence est récurrente sur les tickets de caisse collectés. Il peut donc être intéressant, entre autres, de découvrir quel autre produit implique l'achat de blinis. Nous avons donc réalisé la commande suivante : `>inspect(subset(theo,(rhs%in%c("BLINIS"))))`

**Voici les résultats affichés par "R" :**

lhs	rhs	support	confidence	coverage	lift	count
[1] {PSAUMONIF}	=> {BLINIS}	0.02288984	0.5333333	0.04291845	1.5468880	16
[2] {SAUMONFI}	=> {BLINIS}	0.02145923	0.5769231	0.03719599	1.6733163	15
[3] {SAUMONFS}	=> {BLINIS}	0.02002861	0.3684211	0.05436338	1.0685739	14
[4] {CRACKERS}	=> {BLINIS}	0.02145923	0.4838710	0.04434907	1.4034266	15
[5] {CSAUMON}	=> {BLINIS}	0.02145923	0.3125000	0.06866953	0.9063797	15
[6] {PIROJKISF}	=> {BLINIS}	0.02145923	0.3061224	0.07010014	0.8878821	15
[7] {PIROJKISV}	=> {BLINIS}	0.02145923	0.3125000	0.06866953	0.9063797	15
[8] {TARAMATW}	=> {BLINIS}	0.04005722	0.5090909	0.07868383	1.4765749	28
[9] {SAUMONFN}	=> {BLINIS}	0.03147353	0.3793103	0.08297568	1.1001574	22
[10] {SAUMONFEB}	=> {BLINIS}	0.03719599	0.3939394	0.09442060	1.1425877	26
[11] {TARAMACO}	=> {BLINIS}	0.04434907	0.4920635	0.09012876	1.4271883	31
[12] {SAUMONFIB}	=> {BLINIS}	0.05007153	0.5645161	0.08869814	1.6373310	35
[13] {SAUMONMA}	=> {BLINIS}	0.03576538	0.3968254	0.09012876	1.1509583	25
[14] {OEUFSRR}	=> {BLINIS}	0.04148784	0.4142857	0.10014306	1.2016005	29
[15] {SAUMONFIF}	=> {BLINIS}	0.04148784	0.3295455	0.12589413	0.9558186	29
[16] {PAIN}	=> {BLINIS}	0.02718169	0.2638889	0.10300429	0.7653873	19
[17] {TARAMAT}	=> {BLINIS}	0.06294707	0.5569620	0.11301860	1.6154210	44
[18] {TARAMAD}	=> {BLINIS}	0.07153076	0.5494505	0.13018598	1.5936346	50
[19] {TARAMAD, TARAMAT}	=> {BLINIS}	0.02145923	0.8333333	0.02575107	2.4170124	15

**Figure 5 : RHS calculé pour le produit "blini"**

Si nous considérons seulement les règles ayant un lift supérieur ou égal à 1,40 (seuil choisi en amont), nous pouvons voir que 9 produits impliquent fortement l'achat de blinis. Lorsque les clients achètent des plaques de saumon des îles Féroé, du saumon fumé irlandais, des crackers, du tarama tobiko et wasabi, du tarama au corail d'oursin, du saumon fumé irlandais bio ou encore du tarama à la truffe ils achètent aussi généralement des blinis. Enfin, acheter à la fois du tarama delikatessen et du tarama à la truffe implique aussi d'acheter des blinis.

Dans l'hypothèse où un client achèterait du saumon fumé irlandais, la probabilité pour qu'il achète également des blinis est de 57,69%, ce qui n'est pas négligeable. Cela peut être analysé de la même manière pour les autres produits cités ci-dessus, en s'intéressant à la confiance (confidence). Celle-ci nous permet en effet de connaître la probabilité qu'un client achète des blinis lorsqu'il achète un produit donné. Plus la confiance est élevée, plus il est probable que les blinis soient présents dans les transactions contenant un produit donné.

Au regard des produits les plus achetés, nous avons continué cette analyse avec le calcul du RHS du tarama delikatessen, ayant une fréquence d'apparition d'environ 13%. C'est le deuxième produit le plus acheté par les clients de la boutique. Voici les résultats obtenus avec la commande suivante :

`>inspect(subset(theo,(rhs%in%c("TARAMAD"))))`

**Figure 6 : RHS calculé pour le produit “tarama delikatessen”**

lhs	rhs	support	confidence	coverage	lift	count
[1] {SAUMONMA}	=> {TARAMAD}	0.02002861	0.2222222	0.09012876	1.706960	14
[2] {TARAMAT}	=> {TARAMAD}	0.02575107	0.2278481	0.11301860	1.750174	18
[3] {BLINIS}	=> {TARAMAD}	0.07153076	0.2074689	0.34477825	1.593635	50
[4] {BLINIS,TARAMAT}	=> {TARAMAD}	0.02145923	0.3409091	0.06294707	2.618631	15

Toujours en considérant seulement les règles ayant un lift supérieur ou égal à 1,40, nous pouvons observer que 4 produits impliquent fortement l’achat de tarama delikatessen. Ici, le seuil du lift n’était pas un critère déterminant puisque l’ensemble des règles affichées par “R” ont un lift largement supérieur. Nous pouvons ainsi noter que lorsque les clients achètent du saumon mariné à l’aneth, du tarama à la truffe, des blinis et enfin à la fois des blinis et du tarama à la truffe, ils achètent aussi généralement du tarama delikatessen.

Dans l’hypothèse où un client achèterait du saumon mariné à l’aneth, la probabilité pour qu’il achète également du tarama delikatessen est de plus de 22,22% selon le calcul de la confiance. Cela peut être analysé de la même manière pour les autres produits cités ci-dessus, par exemple avec l’achat à la fois de blinis et de tarama à la truffe où la probabilité d’acheter également du tarama delikatessen est de 34,09%.

Nous avons ensuite continué l’analyse avec le calcul du RHS du saumon fumé des îles féroé. En réalisant la commande suivante, voici les résultats affichés par le logiciel :

```
>inspect(subset(theo,(rhs%in%c("SAUMONFIF"))))
```

lhs	rhs	support	confidence	coverage	lift	count
[1] {BLINISMS}	=> {SAUMONFIF}	0.02002861	0.2545455	0.07868383	2.0219008	14
[2] {BLINIS}	=> {SAUMONFIF}	0.04148784	0.1203320	0.34477825	0.9558186	29

**Figure 7 : RHS calculé pour le produit “saumon fumé des îles féroé”**

Dans ce cas précis, une seule règle est affichée par “R”. On peut ainsi voir que seul l’achat de blinis faits maison implique l’achat de saumon fumé des îles féroé. Or pour rappel, ce produit est le troisième produit le plus acheté de la boutique avec près de 12,59% de fréquence d’achat.

De plus, dans l’hypothèse où un client achèterait des blinis faits maison, la probabilité pour qu’il achète également du saumon fumé des îles féroé est de 25,45%, selon le calcul de la confiance.

Notre analyse s’est ensuite poursuivie avec le calcul du RHS du tarama à la truffe, produit également très apprécié des clients de la boutique puisqu’il est le quatrième produit le plus acheté avec 11,13% de fréquence d’achat. Nous avons réalisé la commande suivante : >inspect(subset(theo,(rhs%in%c("TARAMAT"))))

lhs	rhs	support	confidence	coverage	lift	count
[1] {TARAMATW}	=> {TARAMAT}	0.02432046	0.3090909	0.07868383	2.734868	17
[2] {TARAMAD}	=> {TARAMAT}	0.02575107	0.1978022	0.13018598	1.750174	18
[3] {BLINIS}	=> {TARAMAT}	0.06294707	0.1825726	0.34477825	1.615421	44
[4] {BLINIS,TARAMAD}	=> {TARAMAT}	0.02145923	0.3000000	0.07153076	2.654430	15

**Figure 8 : RHS calculé pour le produit “tarama à la truffe”**

L’ensemble des règles affichées par “R” pour le tarama à la truffe ont un lift supérieur au seuil fixés. Nous avons alors 4 règles pertinentes et pouvons alors remarquer que 4 produits impliquent fortement l’achat de tarama à la truffe : le tarama tobiko & wasabi, le tarama delikatessen, les blinis, et à la fois les blinis et le tarama delikatessen.

Dans l’hypothèse où un client achèterait à la fois du tarama delikatessen et des blinis, la probabilité pour qu’il achète également du tarama à la truffe est de 30%, ce qui est plutôt intéressant. Ce résultat corrobore ceux trouvés pour les RHS précédents : nous pouvons remarquer une réciprocité dans les implications puisque nous avons montré que si un client achète à la fois des blinis et du tarama à la truffe, ils achètent aussi généralement du tarama delikatessen. De la même manière, nous avons trouvé que si un client achetait du tarama à la truffe ainsi que du tarama delikatessen, il achetait également des blinis.

Ces sont donc trois produits fortement achetés ensemble, l’achat de chacun d’entre eux implique souvent l’achat des autres. L’ensemble des autres règles mises en avant ici viennent également confirmer ce lien entre ces trois produits.

Grâce au calcul du RHS pour le tarama à la truffe, nous pouvons aussi remarquer que la probabilité qu’un client en achète sachant qu’il souhaitait acheter du tarama tobiko & wasabi est de 30,91%.

Nous avons également décidé de réaliser le RHS pour le tarama Tobiko & Wasabi afin de compléter nos recommandations. Voici la commande :

```
>inspect(subset(theo,(rhs%in%c("TARAMATW"))))
```

lhs	rhs	support	confidence	coverage	lift	count
[1] {TARAMAT}	=> {TARAMATW}	0.02432046	0.2151899	0.1130186	2.734868	17
[2] {BLINIS}	=> {TARAMATW}	0.04005722	0.1161826	0.3447783	1.476575	28

**Figure 9 : RHS calculé pour le produit “tamara Tobiko et Wasabi”**

Nous pouvons constater que seul l’achat de deux produits implique généralement l’achat de tarama Tobiko & Wasabi : le tarama à la truffe et le blini. Ainsi, un client achetant des blinis augmente de 11,6% la probabilité d’acheter du tarama Tobiko & Wasabi.

#### 4. Indicateur d'implication : le LHS

Nous avons décidé de compléter l'analyse du RHS par l'analyse grâce au LHS qui nous permet de voir quel produit implique l'achat d'un autre. Ici nous souhaitons notamment comprendre quels produits achète un client lorsqu'il achète des blinis. Cela nous paraissait être une analyse essentielle puisque ce produit est le plus vendu de la boutique.

**Voici la commande réalisée dans "R":**

```
>inspect(subset(theo,(lhs%in%c("BLINIS"))))

   lhs                  rhs      support  confidence coverage    lift    count
[1] {BLINIS}        => {PSAUMONIF} 0.02288984 0.06639004 0.34477825 1.5468880 16
[2] {BLINIS}        => {SAUMONFI}  0.02145923 0.06224066 0.34477825 1.6733163 15
[3] {BLINIS}        => {SAUMONFS}  0.02002861 0.05809129 0.34477825 1.0685739 14
[4] {BLINIS}        => {CRACKERS} 0.02145923 0.06224066 0.34477825 1.4034266 15
[5] {BLINIS}        => {CSAUMON}   0.02145923 0.06224066 0.34477825 0.9063797 15
[6] {BLINIS}        => {PIROJKISF} 0.02145923 0.06224066 0.34477825 0.8878821 15
[7] {BLINIS}        => {PIROJKISV} 0.02145923 0.06224066 0.34477825 0.9063797 15
[8] {BLINIS}        => {TARAMATW}  0.04005722 0.11618257 0.34477825 1.4765749 28
[9] {BLINIS}        => {SAUMONFN}  0.03147353 0.09128631 0.34477825 1.1001574 22
[10] {BLINIS}       => {SAUMONFEB} 0.03719599 0.10788382 0.34477825 1.1425877 26
[11] {BLINIS}       => {TARAMACO}  0.04434907 0.12863071 0.34477825 1.4271883 31
[12] {BLINIS}       => {SAUMONFIB} 0.05007153 0.14522822 0.34477825 1.6373310 35
[13] {BLINIS}       => {SAUMONMA}  0.03576538 0.10373444 0.34477825 1.1509583 25
[14] {BLINIS}       => {OEUFSSR}   0.04148784 0.12033195 0.34477825 1.2016005 29
[15] {BLINIS}       => {SAUMONFIF} 0.04148784 0.12033195 0.34477825 0.9558186 29
[16] {BLINIS}       => {PAIN}     0.02718169 0.07883817 0.34477825 0.7653873 19
[17] {BLINIS}       => {TARAMAT}   0.06294707 0.18257261 0.34477825 1.6154210 44
[18] {BLINIS}       => {TARAMAD}   0.07153076 0.20746888 0.34477825 1.5936346 50
[19] {BLINIS, TARAMAT} => {TARAMAD} 0.02145923 0.34090909 0.06294707 2.6186314 15
[20] {BLINIS, TARAMAD}=> {TARAMAT} 0.02145923 0.30000000 0.07153076 2.6544304 15
```

**Figure 10 : LHS calculé pour le produit "blinis"**

Nous pouvons ainsi remarquer que l'achat de blinis implique l'achat d'une multitude d'autres produits tels que le saumon fumé irlandais, le tarama Tobiko & Wasabi ou encore le tarama corail d'oursin. Nous pouvons aussi noter que l'achat simultané de blinis et de tarama à la truffe entraîne l'achat de tarama delikatessen. Nous obtenons au total 20 implications. Cependant, au regard des règles les plus pertinentes, c'est-à-dire ayant un lift supérieur à 1,40, nous pouvons retenir que 10 implications sont particulièrement intéressantes.

Afin de compléter nos recommandations, notamment sur la partie "Formule saumon & Blinis", nous avons également décidé de réaliser le LHS pour le saumon fumé des îles féroé et pour le saumon fumé irlandais bio. **Voici ces deux commandes dans "R":**

```
>inspect(subset(theo,(lhs%in%c("SAUMONFIF"))))

   lhs                  rhs      support  confidence coverage    lift    count
[1] {SAUMONFIF} => {BLINISMS} 0.02002861 0.1590909 0.1258941 2.0219008 14
[2] {SAUMONFIF} => {BLINIS}   0.04148784 0.3295455 0.1258941 0.9558186 29
```

**Figure 11 : LHS calculé pour le produit "saumon fumé des îles féroé"**

Nous pouvons remarquer que l'achat de saumon fumé des îles féroé implique d'achat de blinis maison. En effet, lorsqu'un client achète de ce type de saumon, la probabilité pour qu'il achète aussi des blinis maison est de 15,9%. Ce pourcentage est assez intéressant pour notre analyse.

Nous avons réalisé la même commande pour le saumon fumé irlandais bio, **la voici :**

```
>inspect(subset(theo,(lhs%in%c("SAUMONFIB"))))

   lhs                  rhs      support  confidence coverage    lift    count
[1] {SAUMONFIB} => {BLINIS}  0.05007153 0.5645161 0.08869814 1.637331 35
>
```

**Figure 12 : LHS calculé pour le produit "saumon fumé irlandais bio"**

De la même manière que pour le saumon précédent, le saumon fumé irlandais bio implique l'achat de blinis. Ici, lorsqu'un client achète de ce type de saumon, la probabilité pour qu'il achète aussi des blinis est de 56,5%. Ce résultat montre ainsi une grande corrélation entre ces deux produits.

Les deux dernières commandes nous ont semblé pertinentes puisqu'elles nous informent sur la nature du produit acheté suite à l'achat d'un saumon fumé des îles féroé (figure 11) puis d'un saumon fumé irlandais bio (figure 12).

## II. Réalisation de tests divers

### 1. Test du Khi 2

Le but de cette partie est de vérifier si les règles trouvées en amont (*cf partie 1*) pouvaient être considérées comme significatives. Même si le lift peut nous renseigner sur la fiabilité d'une règle donnée, il nous semblait intéressant d'apporter une analyse complémentaire. Pour cela, nous avons tout d'abord réalisé un test du Khi-2. Voici la commande que nous avons utilisé :

```
>interestMeasure(theo,transactions=ticket,measure=list("chisquared"),significance=T)
```

**Figure n°13 : Ensemble des probabilités affichées pour chaque règle, test de significativité du Khi-2**

```
> interestMeasure(theo,transactions=ticket,measure=list("chisquared"),significance=T)
[1] 2.634689e-02 2.634689e-02 1.114488e-02 1.114488e-02 7.525116e-01 7.525116e-01 9.556334e-02 9.556334e-02
[9] 6.258722e-01 6.258722e-01 2.731465e-03 2.731465e-03 3.964079e-40 3.964079e-40 5.549369e-01 5.549369e-01
[17] 6.258722e-01 6.258722e-01 1.711834e-06 1.711834e-06 7.561174e-03 7.561174e-03 5.633948e-01 5.633948e-01
[25] 3.772298e-01 3.772298e-01 9.921614e-03 9.921614e-03 1.371012e-04 1.371012e-04 2.285491e-02 2.285491e-02
[33] 3.621907e-01 3.621907e-01 1.971126e-01 1.971126e-01 7.477788e-01 7.477788e-01 1.273217e-01 1.273217e-01
[41] 6.163217e-03 6.163217e-03 2.518613e-05 2.518613e-05 1.059991e-05 1.059991e-05 9.950120e-06 1.778496e-05
[49] 1.465668e-05
```

Au regard de ces résultats, nous pouvons constater que certaines règles sont réellement significatives, ce qui signifie que ce sont de très bonnes règles". Ainsi, celles-ci sont des règles véritablement représentatives de ce qu'il se passe en boutique.

Par ailleurs, pour que les règles soient statistiquement significatives, il faut que leur probabilité soit inférieure à 5% (significativité inférieure à 0,05). Voici les règles étant significatives selon le test du Khi-2 : La règle 1, 2, 3, 4, 11, 12, 13, 14, 19, 20, 25, 26, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 39, 40, 43, 44, 45, 46, 48, 49.

Nous pouvons ainsi remarquer que 28 règles sont, selon le test du Khi-2, statistiquement significatives. Néanmoins, en comparant les règles jugées significatives par le test du Khi-2 et celles ayant des lifts supérieures à 1,40 en partie 1, il semblerait que les règles 1,2,3,11,12,13,14,19,20,25,26 et 29 soient de très bonnes règles.

Cependant, n'ayant collecté qu'un échantillon restreint de tickets, nous avons décidé de compléter cette analyse par un test de Fisher Exact, beaucoup plus précis que celui du Khi-2. Celui-ci nous semble davantage pertinent.

### 2. Test de Fisher exact

Pour réaliser le test Fisher Exact, voici la commande réalisé dans "R" :

```
> interestMeasure(theo,transactions=ticket,measure=list("fishersExactTest"))
```

```
> interestMeasure(theo,transactions=ticket,measure=list("fishersExactTest"))
[1] 2.351404e-02 2.351404e-02 1.149700e-02 1.149700e-02 4.381736e-01 4.381736e-01 7.245852e-02 7.245852e-02
[9] 7.375741e-01 7.375741e-01 5.008474e-03 5.008474e-03 5.402705e-21 5.402705e-21 7.701763e-01 7.701763e-01
[17] 7.375741e-01 7.375741e-01 3.196715e-05 3.196715e-05 6.666062e-03 6.666062e-03 3.287775e-01 3.287775e-01
[25] 2.261058e-01 2.261058e-01 8.260891e-03 8.260891e-03 1.702979e-04 1.702979e-04 2.384245e-02 2.384245e-02
[33] 2.186469e-01 2.186469e-01 1.242001e-01 1.242001e-01 6.677362e-01 6.677362e-01 9.534059e-01 9.534059e-01
[41] 7.747938e-03 7.747938e-03 3.307374e-05 3.307374e-05 1.407466e-05 1.407466e-05 2.315373e-05 1.632370e-04
[49] 1.513811e-04
```

**Figure n°14 : Ensemble des probabilités affichées pour chaque règle, test de Fisher Exact**

A la manière du test du Khi-2, nous pouvons également remarquer de nombreuses règles peuvent être considérées comme significatives. Nous pouvons aussi remarquer certaines différences entre les résultats de ce test et du test du Khi-2. Selon le Test du Fisher Exact, ce sont les règles 1, 2, 3, 4, 5, 6, 19, 20, 23, 24, 25, 26, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, qui sont statistiquement significatives puisque leur significativité est inférieure à 0,05 donc 5%.

De la même manière que pour le test du Khi-2, nous pouvons retenir que ce sont les règles 1, 2, 3, 4, 5, 6, 19, 20, 23, 24, 25, 26, 29 qui sont significatives car elles ont toutes un lift supérieur à 1,40 dans la partie 1. Nous privilégions ainsi les résultats du test de Fisher Exact à celui du Khi-2 pour déterminer quelles sont les réellement véritablement significatives et nous nous baserons sur ce dernier résultat pour notre analyse.

#### IV. Nos recommandations

Nos recommandations se focalisent sur **trois objectifs principaux** : valoriser les produits étant les moins achetés, continuer à fidéliser tout en attirant davantage de consommateurs vers les produits *best sellers* - ayant fait le succès de l'enseigne - et faire découvrir la totalité de l'offre proposée par la boutique.

Pour établir nos recommandations, nous nous sommes basés sur la totalité des produits offerts par la boutique. Notre premier objectif était d'énoncer des recommandations pertinentes, pouvant éventuellement être appliquées dans la réalité afin de participer à l'augmentation du chiffre d'affaires du point de vente et d'optimiser les caractéristiques de l'offre.

**Recommandation 1 :** Proposer un "panier apéro" tarama et blinis



Si l'on s'intéresse à la fréquence d'achat des produits Kaviari, nous pouvons constater que le produit "blinis" a une fréquence d'apparition dans nos tickets de 34,47%. Il est donc de loin le produit le plus vendu de la boutique. Comme on peut le constater sur la figure 3, le produit "blinis" apparaît dans 20 des 29 règles les plus pertinentes, ayant un lift supérieur à 1,40.

Il nous a donc semblé judicieux de proposer à Kaviari Delikatessen de créer un "**panier apéro**" composé de blinis et de toutes variétés de tarama : au corail d'oursin, delikatessen, tobiko et wasabi, truffe, œufs cabillaud, nature et suédois kalles original (en association par exemple de deux types). En achetant ce panier, les clients auront donc la possibilité de goûter à la fois des blinis et deux pots de tarama différents, à servir ensemble. Le blini servirait alors ici de produit d'appel, à mettre absolument en avant dans l'épicerie. Toutefois, pour mettre en place cette formule, nous conseillons particulièrement d'associer les blinis au tarama delikatessen (13% de fréquence d'achat) et celui à la truffe (11% de fréquence d'achat), qui sont les types de tarama les plus vendus. De plus, le calcul du RHS pour les blinis (cf figure 5) nous a montré que, dans l'hypothèse où un client achèterait simultanément du tarama à la truffe et du tarama delikatessen, la probabilité pour qu'il achète également des blinis serait de plus de 83%. Même si le tarama delikatessen reste le deuxième produit le plus vendu dans la boutique du 7ème, on observe malgré tout un fort contraste entre variétés puisque les autres types de tarama sont beaucoup moins vendus. Nous pensons notamment au tarama Tobiko & Wasbi (fréquence d'achat de 7,9%) ou encore au tarama au corail d'oursin (fréquence d'achat de 9%). Le calcul du RHS du tarama Tobiko & Wasabi (cf figure 9), nous a permis de constater que l'achat d'un tarama à la truffe, augmentait la probabilité d'acheter du tarama Tobiko & Wasabi de 21,5%. Nous pouvons ainsi conseiller l'association du tarama à la truffe et du tarama tobiko & wasabi.

La boutique pourrait également faire le choix d'associer, dans le cadre de ce duo de tarama, un des taramas *bestsellers* et un des taramas les moins vendus afin de profiter de la notoriété de l'un pour faire connaître l'autre. Ils pourront notamment goûter l'un des taramas les plus appréciés par la clientèle de la boutique : le tarama à la truffe ou le tarama delikatessen. Le second pot serait ainsi l'un des taramas les moins vendus tels que le tarama Tobiko & Wasabi (7,9% de fréquence d'achat) et le tarama au corail d'oursin (9% de fréquence d'achat). Il serait d'ailleurs encore plus intéressant de proposer dans cet objectif le tarama aux œufs de cabillaud (2,6% de fréquence d'achat), encore moins vendu.

D'une manière générale, nous sommes convaincus que proposer ces "paniers apéro" permettra à Kaviari Delikatessen d'augmenter la valeur de son panier moyen au global tout en augmentant ses ventes. Ajouté à cela, cela permettra de faire découvrir aux clients différents types de taramas et de leur faire tester des variétés plus originales. Cette proposition pourrait finalement augmenter la fréquence d'achat de taramas étant aujourd'hui les moins vendus.

**Recommandation 2 : Proposer un pirojmix**



Ensuite, nous suggérons à Kaviari Delikatessen la création d'un "**Pirojmix**", une formule combinant à la fois les pirojkis au fromage et à la viande (trois pièces de chaque). Encore une fois, si on observe les règles les plus pertinentes, on peut constater que les deux règles impliquant ces deux produits possèdent chacune d'elles l'un des lifts les plus élevés, avec respectivement 7,27. Cela veut dire que ces deux règles sont représentent très bien le comportement d'achat des consommateurs en boutique. De fait, acheter des pirojkis au fromage augmente de 53,1% la probabilité d'acheter des pirojkis à la viande. A l'inverse, acheter des pirojkis à la viande augmente de 54,2% la probabilité d'acheter des pirojkis au fromage.

De plus, ce sont des produits bien appréciés des clients puisqu'ils sont dans le top 30 des produits les plus vendus : le pirojki au fromage est notamment le 14ème produit le plus vendu avec une fréquence d'achat de 7% (*cf.figure 4*).

Nous avons ainsi décidé d'associer ces deux spécialités dans le but de créer une formule spéciale, idéale pour accompagner tout type de repas, et faire découvrir à ceux qui ne les connaîtraient pas encore, les "meilleurs pirojkis de Paris". En proposant cette association gourmande et généreuse, nous espérons encourager les clients ayant craqué pour cette formule à acheter, lors de leurs prochaines visites, les autres sortes de pirojkis. Cette formule aurait donc pour avantage de fidéliser les clients déjà amateurs de ces pirojkis tout en attirant ceux ne s'étant jamais laissé tenté. En amenant de potentiels nouveaux clients à essayer ces produits de la gastronomie russe, cela permettra de stimuler davantage la vente de ces produits.

**Recommandation 3 : Formule saumon & blinis**

Comme nous avons pu l'observer tout au long de ce rapport, l'importance des blinis dans les ventes de l'entreprise est évidente. De plus, au regard des différents calculs de LHS, le saumon est un produit qui est souvent acheté suite à l'achat d'un autre produit de la boutique, notamment en complément des blinis.



Ainsi, en achetant des blinis, la probabilité d'acheter également du saumon fumé irlandais BIO (le 10ème produit le plus vendu de la boutique) est de 14,5% au regard de l'indicateur "confidence". Nous pouvons également noter que l'achat de saumon fumé irlandais augmente la probabilité d'acheter des blinis de plus 56,5%, ce qui n'est pas négligeable. Enfin, si un client décide d'acheter l'un des saumons fumés les plus vendus de la boutique, c'est-à-dire le saumon fumé des îles féroé (3ème produit le plus vendu), la probabilité pour qu'il achète aussi des blinis maison est de 15,9%. Nous pouvons ainsi affirmer qu'il existe une réelle corrélation entre l'achat de ces deux types de produits, perçus comme complémentaires. Cela est également confirmé par le calcul du RHS pour les blinis (*cf figure 5*), où la probabilité d'acheter des blinis suite à l'achat de saumon fumé irlandais et saumon fumé irlandais bio est respectivement de 57,7% et 56,5%. Nous pouvons ainsi conseiller à Kaviari Delikatessen de favoriser l'association de ces types de saumon avec les blinis, dans le cadre de cette formule. Le concept serait donc de proposer des blinis accompagnés d'un certain type de saumon, selon la volonté de la boutique. Cette formule pourrait

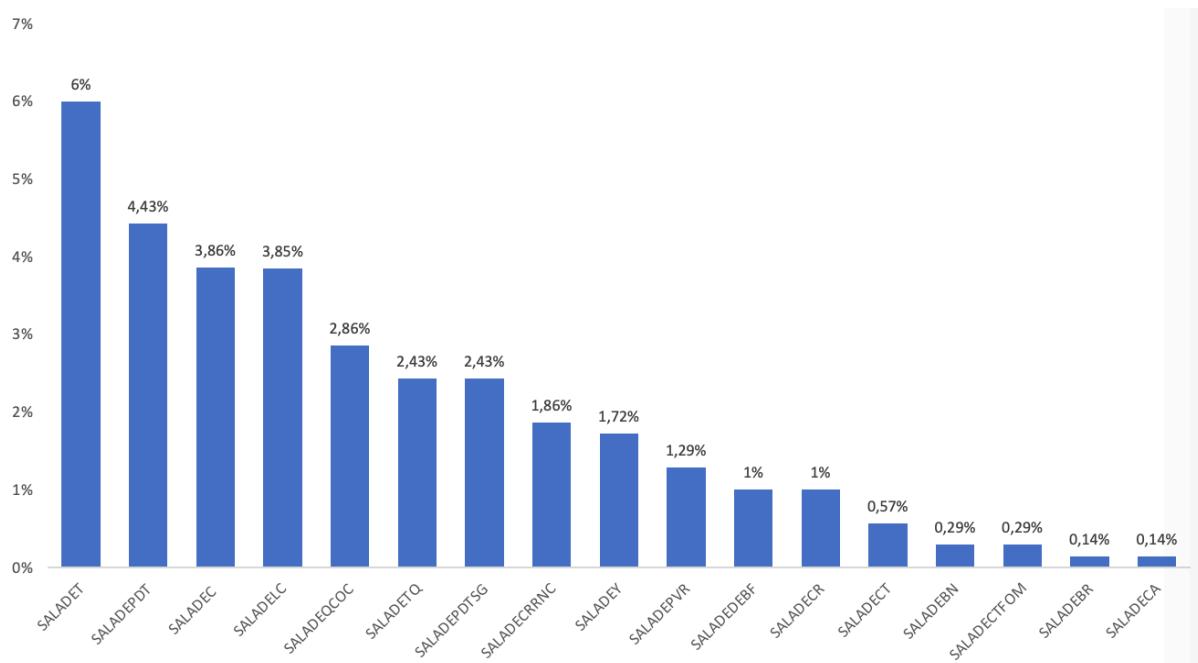
à la fois permettre de mettre en avant des saumons phares, souvent achetés avec des blinis, et des saumons moins vendus. Le prix de la formule pourra évidemment varier selon la quantité vendue du type de saumon choisi. Par exemple, l'achat d'une formule blinis + saumon fumé des îles féroé reviendrait plus cher que l'achat d'une formule blinis + saumon mariné pastrami. Nous pensons toutefois qu'il serait intéressant de proposer un prix plus avantageux lorsque le client achète ces produits dans le cadre de cette formule. Cela serait gagnant-gagnant : le panier moyen augmenterait significativement tout comme la satisfaction clientèle grâce à cette option plus économique.

D'une manière globale, cette offre permettra au magasin de maximiser les ventes des variétés de saumons phares tels que le saumon fumé Îles Féroé et le saumon fumé Irlandais Bio et de mettre en lumière d'autres variétés moins achetées telles que le saumon mariné pastrami. La formule, pouvant être perçue comme plus avantageuse et plus pratique, pourrait inciter davantage de client à passer à l'achat, d'autant plus que le prix d'un saumon est souvent assez élevé.

#### **Recommandation 4 : Formule Déjeuner Healthy**

En analysant nos 49 règles (*cf figure 3*), même celles jugées les moins pertinentes car ayant un lift inférieur à 1,40, nous remarquons que les produits de type salade n'apparaissent quasiment pas. Cependant, durant l'analyse de nos tickets, il était clair pour chacun d'entre nous que ce type de produits était souvent acheté. Cette absence dans les règles de "R" et la non-pertinence des règles impliquant ce type de produit ne signifie pas une erreur de traitement mais s'explique par le fait que Kaviari Delikatessen propose un large choix de salades. Nous aurions ainsi pu regrouper toutes les variétés de salades en un seul produit afin d'obtenir plus de règles et une fréquence d'apparition plus élevée mais nous avons jugé qu'il était plus pertinent pour notre commanditaire de distinguer chacune d'entre elles.

En observant le tableau récapitulatif ci-dessous, nous constatons que les salades les plus vendues sont : la Salade Tuna (fréquence d'apparition de 6%), la Salade de Pomme de Terre (fréquence d'apparition de 4,43%), la salade de crevettes (3,86%) et la Salade de Lentilles et de Champignons (fréquence d'apparition de 3,85%). À elles trois, leur fréquence d'apparition est ainsi de 18,14%.



La "**Formule Déjeuner Healthy**" pourrait donc contenir un menu proposant dans un premier temps un choix entre les trois salades les plus vendues puis dans un second temps un dessert en choisissant soit un Yaourt Spiruline Kiwi soit un Yaourt à la Fraise Mara des Bois et cela accompagné d'une boisson (bouteille d'eau ou un café pour 1€ de plus). Cela permettrait d'atteindre une nouvelle cible de clients: étudiants ou par exemple, personnes qui travaillent et ont peu de temps pour manger.

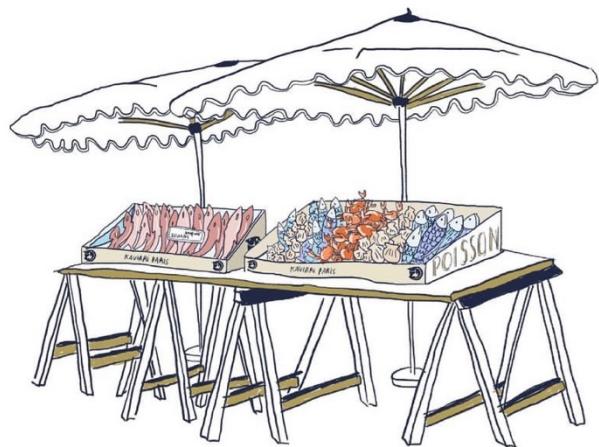
**Recommandation 5 :** Dégustations festives



Afin de promouvoir ses produits, nous proposons à l'enseigne de créer des journées dégustation exclusives pour “Inviter Kaviari à votre table”. Celles-ci auront pour objectif de faire découvrir les produits phares de la boutique tels que le saumon des îles Féroé ou encore les fameux blinis, parfaits pour servir lors des repas de fête. Cela permettrait aussi de proposer des produits encore peu connus ou encore de présenter les nouveaux arrivages saisonniers. Il serait alors judicieux de présenter ensemble les produits complémentaires tels que le saumon et les blinis, souvent achetés ensembles, ainsi que l'ensemble des taramas les plus vendus tout en valorisant ceux étant encore peu vendus. Nous souhaiterions, à cette occasion, davantage capter l'attention des consommateurs et des clients potentiels afin de stimuler l'achat d'impulsion (ou achat spontané). La façon de présenter et le choix de la place de chaque produit dans la vitrine, sur le stand et dans la boutique, seront ainsi également essentiels afin de générer des ventes additionnelles et d'augmenter le panier moyen.

Ces journées dégustation pourraient en effet prendre la forme d'un stand disposé devant le magasin afin d'être au plus près des passants. Cet événement aurait un double objectif : attirer à la fois les personnes ne connaissant pas la marque et inciter les personnes déjà clientes à revenir faire leur achat pour les fêtes et pour toute autre occasion. Ainsi, réaliser cette activité lors des fêtes de Noël permettrait d'attirer de nouveaux clients grâce à l'effet de découverte et à la possibilité de pouvoir goûter gratuitement et en petite quantité certains produits. Cela peut en effet davantage inciter les passants à entrer dans la boutique et finalement à passer à l'achat : nous proposons ainsi de stimuler l'achat spontané.

Il est à noter qu'en cette période festive de Noël, la boutique située dans la Rue Cler est un centre d'intérêt majeur pour ses décorations lumineuses, son ambiance et ses stands de Noël... Tous les éléments nécessaires sont donc réunis afin de mener à bien cette opération “séduction”. Ajouté à cela, dans la mesure où l'ambiance entre les commerçants présents dans la rue Cler est relativement conviviale, il pourrait être également envisageable pour la boutique de réaliser un stand en collaboration avec d'autre(s) enseigne(s) de la rue pour favoriser les achats locaux.



Toutefois, nous pensons que ces journées dégustation ne devraient pas se limiter aux fêtes de fin d'année. Il serait intéressant pour la boutique d'organiser de tels événements à des dates prédéfinies en créant un calendrier annuel, afin d'augmenter sa notoriété et d'attirer encore plus de nouveaux clients.

#### **Recommandation 6 : Paniers découverte**

Permettre l'augmentation des achats des produits les moins vendus est une des problématiques que nous souhaitions traiter dans notre étude. Afin de pallier au fait que certains produits aient une fréquence d'apparition moindre, nous avons trouvé intéressant de proposer à Kaviari Delikatessen de vendre des "**paniers découvertes**". Ceux-ci auraient des thèmes différents afin de valoriser certains produits étant moins achetés du fait du rayonnement d'autres produits tels que les blinis ainsi que certains saumons et taramas. Cela pourrait également augmenter le panier moyen et attiser la curiosité de certains. Il faudrait ainsi également penser à proposer un prix attractif mais juste afin d'inciter davantage le client à choisir d'acheter un



panier.

Tout d'abord, nous proposons de créer un panier découverte intitulé "**délices maritimes**". Celui-ci pourrait contenir des rillettes de saumon, des rillettes de maquereaux, des petites sardines à l'huile d'olive et des smorrebrod aux crevettes. Il permettrait aux acheteurs de se plonger dans un univers marin aux multiples saveurs. Cette proposition cible des produits aux fréquences d'achat très diverses. En effet, les petites sardines à l'huile d'olive enregistrent une fréquence de vente de 2,57%, les smorrebrod aux crevettes de 1,57% quand les rillettes de saumon et les rillettes de maquereaux sont des produits un peu plus vendus avec respectivement 5,9% et 3,9% de fréquence d'achat.

Sur le même modèle, nous pouvons conseiller un “panier trio de poissons” permettant aux clients d’en découvrir plusieurs sortes, dont celui le plus vendu de la boutique. Dans ce trio, il y aurait du saumon fumé des îles féroé (12,6% de fréquence d’achat), du hareng à la sauce aneth (5% de fréquence d’achat) mais aussi du matjes grand nord nature (2,3% de fréquence d’achat). Comme vous l’aurez compris, toutes les variétés sont mises à l’honneur ! Nous souhaitions en effet attiser la curiosité des clients, souhaitant peut-être goûter de nouvelles saveurs.



Enfin, le “panier plaisir sucré” composé de strudel à la pomme (3,58%), de ginger shot (1,29%), de roulé à la cannelle (3,15%) et de fondant baulois (1,89%) version minis et individuels proposera aux clients de découvrir une autre facette de Kaviari Delikatessen. L’épicerie fine vend en grande partie du salé mais propose également - à notre grand bonheur - quelques produits sucrés. D’après nous, il serait vraiment intéressant de mettre en avant ce type de produit afin de booster la partie “snack”. Rien de mieux qu’un bon goûter énergétique aux cultures et saveurs multiples. De quoi ravir les papilles des enfants comme des adultes.

#### **Recommandation 7 :** Proposer des ventes privées aux clients de la boutique

D’après notre analyse, nous trouverions également intéressant pour la boutique Kaviari Delikatessen de réaliser des ventes privées pour les clients inscrits dans le programme de fidélité. Ceux-ci pourraient leur être proposés à certains jours de l’année. A cette occasion, les membres du fichier fidélité pourraient ainsi profiter de réductions exclusives sur des produits phares, tels que le saumon, ainsi que de produits offerts pour “récompenser” leur fidélité. Cette dernière offre pourrait alors être proposée en fonction des sommes qu’ils auraient éventuellement déjà dépensées dans la boutique.

Afin de maximiser la portée d’une telle opération promotionnelle, nous pouvons recommander d’utiliser des outils Drive-to-Store tels que l’envoi d’un SMS à chacune des personnes du fichier client de la boutique. Cela aurait pour but de les inciter à se déplacer directement en magasin. Encore une fois, cette exclusivité serait l’occasion pour Kaviari d’accroître ses ventes, de fidéliser une niche précise de sa clientèle, et de contrer le fait que la demande pour ce type de produits exclusifs ne soit très élevée qu’à des périodes précises de l’année telles que les fêtes de fin d’année.

Il se peut également que certaines personnes ne soient pas encore inscrites dans le fichier client de la boutique et souhaitent en faire partie afin de profiter des ventes privées. Cette opération pourrait alors également permettre d’accroître le fichier client de la boutique en incitant les consommateurs à s’inscrire.

#### **Recommandation 8 :** Cours de cuisine recettes déli maison

Enfin, nous pensons que proposer des cours de cuisine et des recettes en lien avec les produits vendus par la boutique pourrait être également positif pour Kaviari Delikatessen. Cela nous semble d’autant plus pertinent que l’enseigne propose déjà des recettes directement à ses clients qui peuvent tenter de les reproduire chez eux.



Les recettes de cuisine seraient principalement axées sur des idées faciles et réalisables par tout le monde. Nous pensons également que celles-ci devraient mettre en avant des produits best-sellers, ou des produits moins vendus mais perçus comme nobles tels que la truffe. Par ailleurs, les cours de cuisine seraient l'opportunité pour la boutique de fidéliser sa clientèle ainsi que de promouvoir ses produits: à la fin de chaque cours, les participants, en dégustant le plat préparé par leur soin, pourraient ainsi souhaiter acheter à l'avenir les produits de la boutique afin de reproduire la recette apprise. Kaviari Delikatessen pourrait également penser à proposer des prix réduits aux élèves ayant achevé le cours, les encourageant d'autant plus à passer à l'achat (uniquement à l'issue du cours). En ce sens, la marque choisirait alors d'axer sa stratégie sur la relation client, ce qui permettrait de les fidéliser davantage.

## **ANNEXES**

### 1. Notre lexique pour traitement des tickets

#### *Lexique rangé par ordre alphabétique*

##### **A :**

ANCHOIS EXTRA CANTABRIQUE : ANCHOISEC  
ANCHOIS BOQUERONES : ANCHOISB  
ANGUILLE FUMEE SAUVAGE : ANGUILLEFS  
AQUAVIT APTEKARSKY : AQUAVITA  
ARTICHAUTS BRAISÉS HUILE OLIVE : ARTICHAUTSBHO

##### **B :**

BADOIT ROUGE : BADOIT  
BAIE DE GOJI : BAIEGOJI  
BARETTE CHOCOLATÉE : CHOCOLAT  
BILLECART BRUT NATURE : BILLECARTBN  
BIERE LAPIN KULTA : BIERELK  
BISCUIT DE NOEL : BISCUIT  
BISQUE HOMARD : BISQUEH  
BOUTARGUE CRAC CALIBRE : BCC  
BOLLINGER ROSÉ : BOLLINGERR  
BRISURES 1ER CHOIX TRUFFES NOIRES : BRISURESTN  
BROUILLY : BROUILLY  
BRUSCHETTA THON TOMATES : BRUSCHETTATT  
BLINIS MAISON: BLINISMS  
BLINIS COCKTAIL : BLINIS  
BERTHILLON CLASSIQUE: BERTHILLONCLA

##### **C :**

CAKE CITRON: CAKEC  
CAKE FRUITS : CAKEF  
CAFE BOB O LINK : CAFE  
CAPRES PANTELLERIA : CAPRESP  
CARPACCIO DE TRUFFES : CARPTRU  
CARPACCIO SAUMON CRU : CARPSC  
CAVIAR KRISTAL : CAVIARK  
CAVIAR PRESTIGE : CAVIARP  
CHABLIS PROPRIETES: CHABLISP  
CHABLIS DAME NATURE : CHABLISDN  
CHAIR TOURTEAU: CHARTOU  
CHIPS À LA TRUFFE D'ÉTÉ : CHIPST  
CHINON LES ROYAUX BIO: CHINONLRB  
CORAIL D'OURSIN ESPAGNE: CORAILES  
CHORIZO DE BELLOTA IBERIQUE : CHORIZOBI

CHUTES SAUMON : CSAUMON  
CITRONS CONFITS : CITRONC  
CITRON PIECES: CITRONP  
COEUR DE SAUMON ARTIC : CSAUMONA  
COEUR DE SAUMON ECOSSAIS : CSAUMONE  
COEUR DE SAUMON NORVEGIEN : CSAUMONN  
CONFITURE AU YUZU : CONFY  
CONCOMBRES MARINÉS : CONCOMBRES  
COOKIE DLK: COOKIE  
CORAIL OURSIN : OURSIN  
CORNICHONS MALOSSOLS AIGRE DOUX : CORNICHONSMAD  
CORNICHONS MALOSSOL : CORNICHONSM  
CORNICHONS EXTRA FIN : CF  
CRACKERS : CRACKERS  
CRÈME AOC ISIGNY: CAOC  
CRÈME CRUE 44% : CREMEC  
CRÈME DE MARRON TUBE: CREMEMARRONT  
CAFÉ LATTE GLACÉ: CAFELATTE  
CREMA ALLA NOCCIOLA: CREMAAL  
CROCCA IN BOCCA NATURE : CROCCABN  
CROCCA IN BOCCA SESAME : CROCCABS  
CHUTES SAUMON: CHUTSAU

**D :**

DELICE DE POIS CHICHE À LA TRUFFE : DELICEPCT  
DELICE ASPERGES À LA TRUFFE : DELICEAT  
DÉLICE D'ARTICHAUTS À LA TRUFFE : DELICEART

**E:**

EAU EVIAN: EAU  
EPINE VINETTE : EPINEV  
EMIETE THON GERMON; ETG

**F :**

FLEUR DE SEL: FLEUR  
FOCCACCIA POUR SANDWICH : FOCCACIA  
FOIE DE MORUE : FOIEM  
FOIE DE MORUE FUMÉ AU BOIS DE HÊTRE : FOIEMORUEF  
FOIE GRAS : FOIEG  
FONDANT BAULOIS INDIVIDUEL: FONDANTBI  
FROMAGE AU CAVIAR : FROMAGECV  
FUZEP : FUZE TEA PECHE  
FILETS ANCHOIS: FILETSAN  
FINNCRSIP : FINN  
FINANCIER/MUFFIN : FM  
FORMULE DEJEUNER: FD

**G :**

GAMBAS SCANDINAVES : GAMBASS  
GAMBAS KASHMIR : GAMBASK  
GATEAU FROMAGE BLANC : GFB  
GIMBER SHOT : GSHOT  
GIMBER : GIMBER  
GRAINE DE CHIA : GRAINECHIA  
GRAN SASSO TERA VERA: GRANSAS

**H :**

HARENG MSC CURRY: HARENGC  
HARENG MSC SAUCE ANETH: HARENDSA  
HARENG MSC SHERRY : HARENGS  
HARENG NATURE : HARENG  
HARENG MARINÉ BISMARCK : HARENGMB  
HARENG MAJTES : HARENGM  
HOMARD CANADA : HOMARDC  
HUILE OLIVES : HO  
HUILE D'OLIVE ARÔME TRUFFE BLANCHE : HUILEAT  
HUILE OLIVES MULTI PARCELLAIRE MILIONIS : HOMUL  
HUILE OLIVES D'OURSIN ESPAGNE : HOESPA  
HALLAH : HALLAH

**J :**

JAMBON BELLOTA: JBELLOTA  
JUS DE POMME: JPOMME

**K :**

KOULIBIAC : KOULIBIAC  
KOMBUCHA THÉ BLANC NATURE :KTHE  
KOMBUCHA VERVEINE FLEUR D'ORANGER: KOMBUCHAVER

**L :**

LOMO BELLOTA: LOMO  
LIMONADE MORTUACIENNE : LIMO

**M :**

MATJES GRAND NORD NATURE: MATJESGN  
MATJES GRAND NORD FUMÉ : MATJESGNF  
MAYONNAISE FINE À LA MOUTARDE DE DIJON : MAYOM  
MENDIANT AU LAIT : MENDIANTL  
MENETOU SALON BLANC CLOS DU PRESSOIR : MENETOUSBCP  
MEZZ OLIVE KALAMATA :MEZEO  
MIEL 100% THYM : MIEL  
MINI CITRONS BELDI: MINICITR  
MINI CROUSTADES: MINIC  
MINI CITRONS BELDI: MINICIB  
MILLEFEUILLE FOIE GRAS CANARD TRUFFÉ : FOIEGCT  
MOUTARDE EN GRAIN POT GRES : MOUTARDEG  
MOUTARDE DE DIJON POT GRÈS : MOUTARDED  
MOULES A L'ESCABECHE: MOULESESC  
MOULES A LA PROVENCALE: MOULESPRO

**N :**

NOISETTES BIO : NOISETTES  
NECTAR DE FRAISE: NECTARF

**O :**

OEufs CABILLAUD FUMÉ : OEUFSFC  
OEufs DE SAUMON ROYAL : OEUFSRR  
OEufs DE SAUMON VERRINE: OEUFSVV  
OEufs DE SAUON POT : OEUFSSP  
OEufs DE TOBIKO WASABI: OEUFSTW  
OEufs DE TRUITE : OEUFSSTR

OEufs de lompe noirs: OEUFSLN  
Oignons braisés huile olive : OIGNONSBHO  
Olives kalamanta à l'huile d'olive : OLIVESKHO  
Olives siciliennes dénoyautées - bornibus : OLIVESSDB  
Olives vertes : OLIVEV

**P :**

Pain noir: PAIN  
Pain poujauran petit: PPP  
Part de cake: CAKE  
Pâte en croûte : PATEC  
Petites sardines citron : SARDINESC  
Petites sardines huile olives : SARDINESHO  
Pickles le grand mixte : PICKLESGM  
Pinot noir les Ursulines: PINOTN  
Pinot noir rouge les Ursulines: PINOTNR  
Pirojkaya viande : PIROJKAYAV  
Pirojkis fromage: PIROJKISF  
Pirojkis viande: PIROJKISV  
Planche en bois DLK: PLANCHE  
Plaque de flétan fumé: PFLETANF  
Plaque saumon fumé islandais : PSAUMONFI  
Plaque saumon fumé inorvegien : PSAUMONFN  
Plaque saumon îles féroé : PSAUMONIF  
Plaque thon albacore: PTHONA  
Plaque thon albacore fumé : PTHONAF  
Poivre noir de Kampot : POIVREN  
Poivre voastiperifery: PPOIVREV  
Porte couteau : PCOUTEAU  
Pot de tarama nature : PTARAMA  
Poudre de cannelle casse: POUUDRECANNE  
Punitions poilane: PUNITIONS  
Préparation pour brouillade : PREPARATIONB  
Pickles concombre aneth : PICKLESC  
Pickles chou-fleur curcuma : PICLESCH  
Poulpes marinés aux arômes: POULPESMAA

**R :**

Raifort : RAIFORT  
Rillettes homard : RILLETTESSH  
Rillettes maquereau : RILLETTESM  
Rillettes saint-jacques: RILLETTESSJ  
Rillettes saumon : RILLETTESS  
Rillettes d'araignée de mer : RILLETTESAR  
Rillettes thon : RILLETTEST  
Roulé cannelle: ROULE  
Riz japonais: RIZP

**S :**

Salade betterave feta : SALADEBF  
Salade betterave noisettes : SALADEBN  
Salade carotte : SALADECA  
Salade carotte, pommes vertes et raisin : SALADEPVR  
Salade chou rouge : SALADECR  
Salade chou rouge, raisin et noix de cajou : SALADECRRNC  
Salade coleslaw : SALADECOL  
Salade concombre tomate feta olive et menthe : SALADECTFOM

SALADE CONCOMBRE TZATZIKI : SALADECT  
SALADE CREVETTES : SALADEC  
SALADE DE POMME DE TERRE : SALADEPDT  
SALADE DE POMMES DE TERRE SAUCE GRAVLAX: SALADEPDTSG  
SALADE LENTILLES et CHAMPIGNONS : SALADELC  
SALADE QUINOA, PATATE DOUCE, COURGE, FIGUE ET AMANDE: SALADEY  
SALADE QUINOA, CAROTTE, OLIVES ET CURRY: SALADEQCOC  
SALADE TABOULÉ DE QUINOA : SALADETQ  
SALADE TUNA : SALADET  
SARDINES HUILE D'OLIVE BIO LOCAL : SARDINESHO  
SAUCE ANETH : SAUCEA  
SAUCE ANETH BIO: SAUCEAB  
SAUCE GRAVLAX : SAUCEG  
SAUCE YUZU: SAUCEY  
SAUMON FUME ECOSSAIS : SAUMONFE  
SAUMON FUMÉ ÉCOSSAIS BIO: SAUMONFEB  
SAUMON ILE FEROE : SAUMONIF  
SAUMON FUMÉ ILE FEROE : SAUMONFIF  
SAUMON FUMÉ IRLANDAIS : SAUMONFI  
SAUMON FUMÉ IRLANDAIS BIO: SAUMONFIB  
SAUMON FUMÉ NORVEGIEN : SAUMONFN  
SAUMON FUMÉ SAUVAGE: SAUMONFS  
SAUMON MARINÉ : SAUMONM  
SAUMON MARINÉ ANETH: SAUMONMA  
SAUMON MARINÉ PASTRAMI : SAUMONMP  
SIROP D'ERABLE: SIROPERA  
SMORREBROD SAUMON FUME : SSAUMONF  
SMORREBROD CREVETTES : SCREVETTES  
SMORREBROD MATJES ET POMME DE TERRE: SMPT  
SMORREBROD OEUFS: SOEUFFS  
SMORREBROD PASTRAMI: SPASTRAMI  
SMORREBROD SAUMON MARINÉ ANETH: SSAUMONM  
SMORREBROD CHÈVRE FRAI, FIGUE, OLIVE ET PISTACHE : SCHEVRE  
SMORREBROD COMTE, POIRE CONFIT, NOISETTE: SCOMTEP  
SOUPE BUTTERNUT COMTE: SBC  
SOUPE BUTTERNUT ET CHATAIGNES À LA TRUFFE : SBT  
SOUPE LENTILLES : SOUPEL  
SOUPE LENTILLES ET CHAMPIGNONS: SOUPELC  
SOUPE LENTILLES CORAIL CURRY : SOUPELCC  
SOUPE SAISON : SOUPES  
SPAGHETTI CHITARRA : SPAGHETTICH  
SPRATS FUMÉS HUILE OLIVE : SPRATSFHO  
STRUDEL POMMES : STRUDEL

**T :**

TARAMA AU CORAIL D'OURSIN :TARAMACO  
TARAMA DELIKATESSEN: TARAMAD  
TARAMA TOBIKO ET WASABI : TARAMATW  
TARAMA TRUFFE : TARAMAT  
TARAMA OEUFS CABILLAUD : TARAMAOC  
TARAMA NATURE : TARAMAN  
TARAMA SUEDOIS KALLES ORIGINAL :TARAMAS  
TARTARE ALGUES OLIVES NOIRES: TARTAREA  
TARTARE SAUMON: TARTARES  
THE NOIR: THENOIR  
THON BLANC HUILE OLIVE  
THON BLANC GERMON HO : THONBG  
TOMATES SEMI SECHEES : TOMATESSS

TRUFFES NOIRES : TRUFFESN  
TRUFFES MELANOSPORUM; TRUFFESM

V :

VELOUTE SAINT JACQUES : VELOUTESJ  
VELOUTE A L'OURSIN : VELOUTEO  
VINAIGRE DE CIDRE : VINAIGREC  
VELOUTÉ DE TOMATE : VELOUTET  
VELOUTÉ D'ASPERGES : VELOUTEA  
VENTRÈCHE DE THON GERMON HUILE OLIVE : VENTRECHETGHO  
VODKA TSARSKARYA : VODKA  
VODKA BELUGA NOBLE : VODKABN  
VODKA HERBE BISON : VODKAB  
VODKA FRANCAISE PYLA : VODKAFP  
VODKA ZOLADKOWA TRADI : VODKAZT

Y :

YAOURT SPIRULINE KIWI: YAOURTSP  
YAOURT FRAISE MARA DES BOIS: YAOURTFRA

2. Fichier de transaction saisi dans le logiciel R

1,TARAMACO,BLINIS,SAUMONFI  
2,HARENGBA,SALADECR,RILLETTESM,SARDINESHO  
3,STRUDEL,CAKEF  
4,HO,PSAUMONIF,ANCHOISEC,CONFITURE,CAFE,PAIN  
5,CSAUMONA,RILLETTESS,RILLETTESH  
6,SAUMONFE,SALADEPDT,SALADEC  
7,SAUMONM,TARAMACO,RILLETTESS,PIROJKISV,PAIN,VIN  
8,SAUMONFS,BLINIS  
9,PSAUMONIF,PSAUMONFI,TARAMAD,OEUFSRR,POUILLY,BLINIS,FLEUR  
10,SAUMONFIF,OEUFSRR,SARDINESHO  
11,SALADET,SALADELC  
12,SALADELC,SSAUMONF  
13,BLINIS,SALADEC,TARAMAT,SAUMONFE  
14,SAUMONMSE,PIROJKISF  
15,TARAMATW,FINNCRISP  
16,SAUMONFN,OEUFSRR,SARDINESHO  
17,TARAMATW,FOIEM,SAUMONFE,SSAUMONM  
18,SSAUMONM,SCREVETTES,SALADELC,RILLETTESS  
19,BLINIS,TARAMACO,SAUMONFS,RILLETTESM,CONCOMBRES,PAIN  
20,TARAMAD,HARENGBA21,CONCOMBRES,TARAMACO,PAIN  
21,TARAMACO,RILLETTESS  
22,TARTARES,PSAUMONIF  
23,SAUMONFS,SAUMONFIF,RILLETTESM,TARTARES  
24,SCREVETTES,SPA STRAMI,PIROJKISV,SALADETQ,ROULE,PCOUTEAU  
25,VELOUTET,SAUMONM,HARENGB,PIROJKISV,PIROJKISF  
26,CONCOMBRES,SALADETQ,SALADEPDT  
27,MATJESGN,SALADELC  
28,SAUMONFN,SALADEPDT,BLINIS  
29,SOJA,BLINIS,CAVIARK,SOUPEL,PAIN,VODKA,SOJA,CHIPS,CUILLIERE,TARAMAD,RILLETTESM,SALADEL  
C,SALADEPDT,CRACKERS,CITROUILLE  
30,RILLETTESS,SALADEPDT,HARENGB,TARAMAD,GFB  
31,HARENGBA,SALADECR,RILLETTESM,SARDINESHO  
32,TARAMACO,BLINIS,SAUMONFI  
33,STRUDEL,CAKEF  
34,PCOUTEAU,SAUMONFE,SALADEPDT,SALADEC

35,PAIN,SALADECR,SALADEC  
36,BLINIS,PIROJKISV,RILLETTESS,PFLETANF,SARDINESC,SPRATSFHO,SARDINESHO  
37,BLINIS,SAUMONFE  
38,OURSIN,CAPRESP  
39,SAUMONM,CHORIZOBI,HARENGSA,SALADELC  
40,HARENGSA,PIROJKISF,PIROJKISV,SALADET,VIN,CSAUMON  
41,SAUMONFI,BLINIS  
42,PAIN,SAUMONFN,HARENGSA  
43,FONDANTBI,SAUMONFN,TARAMATW  
44,SAUMONFIF,PAIN,TARAMAT  
45,BIÈRE,CONFITURE,OLIVES  
46,SAUMONFN,SALADETQ  
47,TARAMACO,RILLETTESS  
48,ANGUILLEFS,PIROJKISF,RILLETTESM,PIROJKISV,CHUTNEY,PAIN  
49,PIROJKISV,PIROJKISF,TARAMAD,CRACKERS,FONDANTBI  
50,OLIVES,VINAIGRE  
51,CSAUMON,ROULE  
52,CSAUMON,BLINIS  
53,PIROJKISV,PIROJKISF,STRUDEL  
54,TARAMACO,RILLETTESS,SALADET  
55,SAUMONM,VIN  
56,PSAUMONFI,CSAUMONN  
57,CRACKERS,SALADET,RILLETTESS,SALADETQ  
58,SARDINESHO,SALADEPDT,SALADELC  
59,SOUPEL,OEUFSSV,SAUMONM,SALADEBN,CHIPS,SOUPES  
60,CRACKERS,SOUPES,SAUMONM  
61,VODKA,SAUMONFI  
62,PIROJKISF,PIROJKISV,CSAUMON,HARENGSA  
63,TARTARES,SALADEC,HALVA  
64,BLINIS,PIROJKISV,CRACKERS  
65,STRUDEL,BRUSCHETTATT,SAUMONFI  
66,TARAMACO,HARENG  
67,PIROJKISV,STRUDEL,BLINIS,TARAMAT,SARDINESHO,SAUMONFIF  
68,TOMATESSS,ARTICHAUTSBHO,OIGNONSBHO,BOUTARGUE,TARTARES,SALADEPDT  
69,BLINIS,TARTARES,PIROJKISF  
70,TARAMAD,CRACKERS  
71,GSHOT,BLINIS,PIROJKISV,SARDINESC  
72,CONCOMBRES,HARENGSA,HARENGS  
73,SAUMONFE,TARAMAT,HARENGC,BLINIS,PIROJKISF  
74,HOMARDC,CSAUMON,OEUFSSV  
75,SAUMONFE,SAUMONFS,HARENG,TARAMACO,SALADELC,CONCOMBRES  
76,CSAUMONN,SAUMONFI,SALADEPDT  
77,SAUCEA,SAUMONM,SAUMONFI  
78,SAUMONFIF,ANGUILLEFS,TARAMAD  
79,SAUMONFIF,SALADECR,TARAMAD  
80,BLINIS,SAUMONFIF,RILLETTESM,RILLETTESS,TARAMAD,TARTARA,CRACKERS  
81,BLINIS,SAUMONM,CAKEF  
82,BLINIS,SAUMONFIF,SAUMONFS  
83,TARAMAD,PIROJKISV  
84,SAUMONFI,SALADELC,SALADETQ,HARENG,BLINIS,CREME  
85,SAUMONFE,BLINIS,TARAMAD,RILLETTESM  
86,SAUMONFIF,HARENG,RILLETTESS  
87,SAUMONM,TARAMAD,SCREVETTES,SSAUMONF  
88,CREME,SSAUMONF,HARENG  
89,CSAUMON,SALADET  
90,VODKA,SAUMONFE,SALADEPDT,TARTAREA  
91,TARAMACO,PAIN,HOMARDC,MAYONNAISE,HARENGSA,SALADECR  
92,GLACE,PIROJKISV,PIROJKISF,HARENGC

93,PIROJKISV,BLINIS,CSAUMONFE,CORNICHONS,SAUCEA,HARENGC,HARENGSA,SAUMONM,SAUMONFIF  
94,FOIEM,SAUMONFI  
95,SALADET,PIROJKISV,SAUMONFS  
96,PSAUMONFI,FINNCRISP  
97,BLINIS,SAUMONFIF,TARAMAD,HARENGS  
98,BLINIS,TARAMATW  
99,MATJESGN,SALADEC,SALADET,TARAMATW,VIN  
100,SAUMONFIF,BOUTARGUE  
101,PIROJKISV,CAKEF,RILLETTESM,VIN  
102,RILLETTESM,SALADELC,SALADECR,  
103,VELOUTESJ,PIROJKISF  
104,RILLETTESM,SALADEC,FONDANTBI  
105,SALADETQ,MATJESGN  
106,THONBHO,FINNCRISP,PAIN  
107,SALADET,SALADEC,SALADEPDT,GSHOT,BLINIS,TARAMATW,SODA,GLACE,CRACKERS  
108,BLINIS,TARAMATW, TARAMAD,TARAMACO  
109,SALADETQ,RILLETTESS  
110,OEUFSSV,TARAMATW  
111,HARENGC,HARENGSA,PIROJKISV  
112,SAUCE,BLINIS,SAUMONFI,OEUFSSR  
113,SSAUMONF,EAU,SSAUMONM  
114,PUNITIONS,HO  
115,PAIN,SALADELC,SALADEY  
116,JBELLOTA,JPOMME  
117,ROULE,COOKIE  
118,CAKE,COOKIE  
119,CAKEC,MATJESGN,LOMO,ROULE  
120,CSAUMONN,TARAMAD,PAIN,HARENGSA  
121,SAUMONMA,HARENGSA  
122,CSAUMON,TARAMACO  
123,SALADEC,SALADEPDT  
124,TARTARES,TARTAREA  
125,SAUMONFS,TARAMAD,SALADET,STRUDELP  
126,PSAUMONIF,SARDINESC,ANCHOISEC,GSHOT  
127,SALADETQ,PIROJKISF  
128,OEUFSSR,TARAMAD,BLINIS,SCREVETTES,ROULE,CONCOMBRES,SALADEY  
129,SSAUMONM,SMPT,RILLETTESH,RILLETTESSJ  
130,CSAUMONN,FONDANTBI,PAIN,TARTARES,CONCOMBRES,SALADEPDT,TARAMAT  
131,PIROJKISF,SALADELC,RILLETTESM  
132,BLINIS,TARAMACO,PFLETANF,PTHONA,ANGUILLEFS  
133,PAIN,FINNCRISP,CRACKERS,SALADET,TARAMAT,OEUFSSR  
134,BLINIS,PSAUMONIF,TARAMAT  
135,CSAUMONE,TARAMAT,CRACKERS  
136,SAUMONMA,BLINIS,PIROJKISF  
137,BLINIS,SAUMONFE,LOMO  
138,BLINIS,SAUMONMA,SALADELC,SARDINESC  
139,SALADET,SAUMONFIF  
140,PLANCHE,BLINIS,TARAMAT  
141,TARAMAT,SAUMON,SAUMONFS,CSAUMONE,CSAUMON  
142,BLINIS,SARDINESC,PSAUMONIF,TARAMACO  
143,BLINIS,PSAUMONIF,SALADECR,SBC,GSHOT,TARAMAT  
144,CSAUMON,BLINIS,CAOC  
145,TARTAREA,MINIC  
146,HARENGSA,RILLETTESS  
147,TARTAREA,MINIC  
148,BLINIS,SAUMONFI,RILLETTESM,OEUFSSR,CAOC  
149,FINNCRISP,OEUFSSR,TARAMAD,GSHOT  
150,TARAMAD,PAIN,FEUR

151,PIROJKISF,SALADEPDT  
152,RILLETTESMA,MOUTARDEG,SARDINESHO  
153,OEUFSSV,BLINIS,PIROJKISV,TARAMAT  
154,SAUMONFE,TARAMAD  
155,SAUMONFN,SAUMONFIF,SAUMONFS  
156,SAUMONFI,ROULE,PIROJKISV,BADOIT,BLINIS  
157,SAUMONMA,BLINIS  
158,ROULE,SAUMONFE  
159,AQUAVITA,SAUMONFIF,SAUMONFE,SAUMONFN,OEUFSSR,SALADEPDT,TARTARES  
160,BLINIS,CRACKERS,SAUMONFI,TARAMAD,TARAMAT  
161,CSAUMON,HARENG  
162,CRACKERS,MOUTARDEG,BLINIS,RILLETTESS,SALADETQ  
163,SAUMONFI,HARENGSA  
164,PIROJKISF,PAIN,BLINIS,SAUMONMA  
165,PIROJKISF,PIROJKISV,BLINIS,HARENGC,PSAUMONIF,CORNICHONSMAD,TARAMACO,SALADEBF,OEUF  
SSR  
166,SALADELC,SALADEC,SALADEPDT,CRACKERS,GFB  
167,SAUMONFE,TARAMAT,RILLETTESM,SALADEPDT  
168,PIROJKISV,PIROSKISF  
169,PAIN,SAUMONMA,SALADEBN,SALADETQ,HARENGSA  
170,PFLETANF,VINAIGREC,ROULE  
171,BLINIS,SAUMONFE  
172,BLINIS,HOMARDC,PSAUMONIF,SALADEC,SALADEPDT  
173,BLINIS,SAUMONMP,TARAMAD  
174,BLINIS,SAUMONFE,TARAMACO,STRUDEL  
175,OLIVESKHO,ROULE,PIROJKAYAV,SAUMONFI,BLINIS,TARAMAN  
176,BLINIS,TARAMAT,TARAMATW  
177,SPAGHETTICH,SAUMONFE  
178,CSAUMON,FOIEMORUEF  
179,SCREVETTES,CHIPST,KOULIBIAC,BROUILLY  
180,SMPT,PIROJKISF,PIROJKISV,CONCOMBRES  
181,BLINIS,CSAUMON,TARAMATW,ROULE  
182,SSAUMONF,SSAUMONMA,BLINIS,TARAMAD,TARAMACO,GFB,ROULE  
183,PAIN,RILLETTESS  
184,EXPRESSO,CAPPUCCINO  
185,CRACKERS,BILLECARTBN  
186,KOULIBIAC,SALADECOL,SALADECTFOM,SCREVETTES,SSAUMONF,SAUMONMA,PTHONAF  
187,HARENG,HARENGSA,HOMARDC  
188,ANCHOISB,BLINIS,OEUFSSR,TARAMAT,TARAMAD,HARENGS,CSAUMON  
189,SARDINESHO,CRACKERS,BLINIS,HARENGSA,CSAUMON,SAUMONFI,MINIC,RILLETTESM,TARAMAD,TA  
RAMAT  
190,CSAUMON,TARAMATW,HALLAH  
191,SARDINESHO,CRACKERS,BLINIS,HARENGSA,CSAUMON,SAUMONFI,MINIC,RILLETTESM,TARAMAD,TA  
RAMAT  
192,SARDINESHO,CRACKERS,BLINIS,HARENGSA,CSAUMON,SAUMONFI,MINIC,RILLETTESM,TARAMAD,TA  
RAMAT  
193,CSAUMONN,SAUMONFIF  
194,SAUMONFIF,SALADEPDT  
195,SSAUMONF,SSAUMONM  
196,SAUMONFI,BLINIS,PIROJKISV  
197,SSAUMONF,SSAUMONM,STRUDEL,RILLETTESM,TARTARES,SALADET,SALADELC,CRACKERS  
198,CSAUMONE,SAUMONFI,SAUMONFN,SAUMONMA,BLINIS  
199,SCREVETTES,SSAUMONF,SSAUMONM,BLINIS  
200,CAPPUCCINO,EXPRESSO  
201,SAUMONMA,CSAUMON  
202,SAUMONMA,TARAMAT  
203,CSAUMON,TARAMACO,TARTARES,HARENG  
204,SAUMONMP,SAUMONFIF,HALLAH,PAIN

205,BLINIS,CAKEC,SAUMONMA,TARAMAD,SALADEPDT  
206,KOULIBIAC,STRUDEL  
207,SEL,DELICEPCT,PREPARATIONB,HO,TARAMAD,BLINIS  
208,SAUMONFI,VENTRECHETGHO  
209,BLINIS,OLIVESSDB,SAUMONFIF  
210,STRUDEL,RILLETTESM  
211,STRUDEL,PIROJSKISF,KOULIBIAC  
212,BRISURESTN,CARPACCIOT,TRUFFESN,HO,GRAINECHIA,BAIEGOJI,EPINEV,PAIN,KOULIBIAC  
213,MATJESGN,SALADECRNC,POIVREN  
214,BLINIS,PSAUMONIF  
215,SAUMONFIF,BLINIS  
216,TARAMAD,SAUMONMA  
217,BLINIS,TARAMAD,SAUMONFE,SAUMONMA,CAOC  
218,ROULE,PIROJKISF,PIROJKISV,GFB,STRUDEL,CAFE,SARDINESHO  
219,CSAUMON,SAUCEA  
220,TARAMAD,RILLETTESS  
221,OEUFSSR,SAUMONMA,SAUMONMP,CSAUMONC,BLINIS,SALADEC,OEUFSR,SALADELC,TARAMACO  
222,BLINIS,CRACKERS,SAUMONFS,SAUMONFIF,TARAMATW  
223,SAUMONFI,KOULIBIAC,MENDIANTL,SALADECRNC,SALADELC  
224,SAUMONFIF,SAUMONMA,CRACKERS  
225,SSAUMONM,SCREVETTES  
226,SAUMONFS,CAOC  
227,MENETOUSBCP,CSAUMONE,CRACKERS,BLINIS,TARAMAT,CAOC,MENDIANTL  
228,TARAMAT,TARAMATW,BLINIS  
229,CSAUMON,SALADET,SALADELC,SALADETQ  
230,RILLETTESS,TARAMACO,CSAUMON,MINIC  
231,BLINIS,TARAMATW,RILLETTESS,SALADETQ,PAIN  
232,CONCOMBRES,SALADELC,SAUMONFS  
233,SAUMONFIF,TARAMACO,TARTAREA,NOISETTES  
234,BLINIS,CAOC,SAUMONFI,TARAMAD,TARAMACO,SALADEPDT,CONCOMBRES,STRUDEL,NOISETTES,P  
AIN  
235,RILLETTESS,PAIN,PIROJKISS,PIROJKISF,SAUMONFI  
236,TARAMAT,BLINIS  
237,PIROJKISF,PIROJKISV,TARAMATW,TARTARES  
238,PIROJKISF,PIROJKISV,SALADEC,BLINIS  
239,TARAMAT,TARAMATW,CRACKERS,CONCOMBRES  
240,SALADECRNC,HARENGC,SALADET,HARENGSA,RILLETTESS,PAIN  
241,BLINISMS,SAUMONFIF,TARAMAT,TARAMATW,COOKIE  
242,SAUMONFIB  
243,BLINIS,SAUMONFIB,CAOC,PIROJKISV,PIROJKISF,ROULE  
244,PIROJKISV,PIROJKISF,SALADETQ,SALADET  
245,PAIN,CSAUMONE  
246,TARAMATW,TARAMAD  
247,RILLETTESS,HARENG,ANGUILLEFS,TARTAREA,MINIC  
248,PIROJKISV,SSAUMONF,SAUMONFIF  
249,CODRNICHONSMAD,PIROJKISV,PIROJKISF  
250,SAUMONMA,TARAMAD,TARAMAT,BLINIS  
251,CRACKERS,CSAUMON,HARENGA,SALADEPDT,SALADEC  
252,CSAUMON,HARENGC,SALADECT,RILLETTESM,PAIN,TARTAREA  
253,SAUMONFIF,CORNICHONSM  
254,PAIN,BLINISMS,SALADECT,RILLETTESM  
255,BLINISMS,BLINIS,SAUMONFIF,FOIEMORUEF,BOLLINGERR  
256, SAUMONFEB,MAYOM,SPAGHETTICH  
257,SAUMONFIF,HO,BLINIS,SAUMONFEB,SALADEC,RILLETTESS,TARTARES,SAMONMA,RILLETTESM,SALADEPDT,SALADECRNC,CAOC  
258,SAUMONFN,SAUMONMA,MATJESGN,RILLETTESAR,BLINIS  
259,TARAMAD,BLINISMS,SAUMONFIF  
260,TARAMAD,RILLETTESS,SALADEC

261,TARAMAS,PTARMA,PSAUMONFI,PIROJKISV,GIMBER,CORNICHONSM,OEUFSVV,TARAMAN  
262,HO,OLIVEKHO,MEZEZO,CAFE,SAUMONFS  
263,SALADETQ,TARAMAT,SALADELC,OEUFSRR  
264,RAIFORT,SARDINEC  
265,TARAMAT,HARENCG  
266,HOMARD,C,MAYOM,KOMBUCHAVER,HARENGA,SOUPELCC,BIERELK  
267,CRACKERS,CONCOMBRES  
268,CSAUMON,HARENGS,COOKIE  
269,GSHOT,FONDANTBI  
270,SAUMONFIF,SAUMONFE,HARENGA  
271,HARENGA,TARAMAD,KOULIBIAC,COOKIE,BLINISMS  
272,KOULIBIAC,MIEL,SALADLC,SALADEPDT,SALADECOL,PAIN,SALADEC,SALADETQ  
273,FOCCACCIA,PROJKISV,PROJKISF,SAUMONFIB,OEUFSR,TARAMAS,PAIN,BLINIS,CRACKERS,SALADECR  
RNC,SALADETQ  
274,SAUMONDI,CREMEAOC,BLINIS  
275,TARAMAD,TARAMATW  
276,CONFY,TARTARES,RILLETTESS  
277,CONFY,TARTARES,RILLETTESS,MIEL  
278,SAUMONFE,HARENGN,SALADEPDT,TARAMAD  
279,PAIN,TARTARES,TARAMAT  
280,BLINIS,SSAUMONF,TARAMAD,PIROJKISF,SALADEPDT,SALADET,BLINIS  
281,TARAMAD,TARAMAT,CSAUMON  
282,BLINIS,TARAMAD,SALADET,OEUFSRR  
283,SAUMONMA,PIROJKISV,TARTARES,TARAMAD,SALADEC  
284,HOAT,CARPTU,OEUFSRW  
285,SAUMONFIB,SALADECRN,BLINIS  
286,SARDINESHO,OEUFSR,TARAMAD,SAUMONFS  
287,GFB,SALADECTFOM,HARENGA  
288,PSAUMONFIF,CORNICHONSMAD,SARDINESHO,PAIN  
289,SSAUMONF,SCREVETTE,SALADELC,SALADEPDT,RILLETTESSM,PAIN,ROULE  
290,PAIN,CRACKERS,BLINIS,SAUMONFE,TARAMACO  
291,PAIN,CRACKER,FONDANTBI,BLINIS,SAUCEA,TARAMAT,TARAMATW,SALADEC,CSAUMONFN,CSAUMO  
NFE  
292,SSAUMONF,SSAUMONMA,SCREVETTES  
293,BLINIS,SAUMONFN,TARAMAT,SALADEC  
294,CSAUMON,TARAMCO  
295,CSAUMON,TARAMACO  
296,SARDINESHO,PIROJKIS,THONBG  
297,BLINIS,SAUMONFIF  
298,SAUMONMA,TARAMACO,OEUFSR,BLINIS  
299,SAUMONFIF,SAUCEA,THONAF,MIEL,TARAMACO,CONCOMBRES  
300,CONCOMBRES,SALADECRN  
301,BLINIS,TARAMACO,TARAMAT,TARAMATW  
302,OLIVEV,MEZE  
303,RILLIETTESSM,SALADET  
304,HALLAH,PSAUMONIF,PAIN  
305,BLINIS,TARAMAT,SAUMONMP,OEUFSST,CREMEAOC  
306,CSAUMON,RILLETTESS,SALADEC  
307,BLINISMS,SAUMONFIF,TARAMATW  
308,HARENGSA,BLINISMS,BERTHILLONCLA  
309,GSHOT,CRACKERS,RILLETTESS,TARAMAD  
310,PAIN,KOULIBIAC,CSAUMON  
311,SAUMONMA,SALADEY  
312,PSAUMONIF,SALADELC,SALADEY,SALADET,HARENGSA,KOMBUCHAVER  
313,TARTARES,PAIN,PSAUMONIF,PPOIVREV  
314,YAOURTSPY,YAOURTFRA,PAIN,OEUFSR,SAUMONFIF  
315,CHABLISP,CHABLISP,SAUMONFEB,TARAMATW,BLINISMS  
316,KOMBUCHAVER,PAIN,SAUMONFN,SALADECRN,SALADELC,SALADEPV,SALADEY

317,SALADEY,STRUDEL,PSSAUMONM  
318,BLINISMS,BLINISMS,CHABLISP,SAUMONMA,SALADEY,STRUDEL  
319,BLINIS,PAIN,CRACKERS,SALADECRRNC,SALADEPVR,SALADET  
320,BLINISMS,SALADET,CRACKERS,SSAUMONF,SSAUMONM,PAIN  
321,BLINIS,KOULIBIAC,TARAMAD  
322,SAUMONFEB,FONDANTBI,PAIN,SSAUMONF  
323,SSAUMONM,SCOMTEP  
324,OEUFSTW,TARTAREA,PAIN  
325,OEUFSLN,POULPESMAA  
326,SAUMONFIB,TARAMACO  
327,CAFELATTE,PIROJKISF,PIROJKAYAV  
328,MOULESESC,MOULESPRO  
329,SSAUMONF,SCOMTEP,ROULE  
330,TARAMAT,TARAMATW,TARAMACO,PAIN,BLINISMS,NECTARF,ROULE  
331,PINOTN,PINOTNR  
332,PINOTNR,CREMAAL  
333,SAUMONFEB,BLINISMS,GRANSAS,SALADEY,CAOC  
334,TARAMATW,TARTARES,FD,SPASTRAMI,PAIN  
335,SALADEY,SALADEPDT  
336,CHUTSAU,SALADEY  
337,SALADEPVR,ROULE,SAUMONFEB  
338,SALADECRRNC,ROULE  
339,MOULESPRO,MOULESPRO,MOULESPRO  
340,RILLETTESS,PIROJKAYAV,HALLAH  
341,RILLETTESS,PIROJKAYAV,HALLAH,ROULE,PIROJKISV  
342,SAUMONMA,PAIN,BLINISMS,TARTARES  
343,OEUFSSR,SALADECRRNC  
344,RILLETTESS,SALADECRRNC  
345,RILLETTESS,PIROJKAYAV,HALLAH  
346,SAUMONFEB,SAUMONFS  
347,BLINIS,BLINISMS  
348,SAUMONFEB,SAUMONFEB  
349,CAVIARP,OEUFSSV,\cb4 CARPTRU,\cb1 BRISURESTN,HOMUL,CF,HOESPA,CORAILES  
350,HARENCGC,SALADET,HARENDSA  
351,HARENCGC,SALADET,HARENDSA  
352,SBC,HALLAH,MATJESGN  
353,MATJESGN,SBC,HALLAH  
354,BLINISMS,SALADET,OEUFSSR,CITRONP,PSAUMONFN  
355,MINICITR,SALADET  
356,PSAUMONFI,SPRATSFH  
357,OEUFSSR,BLINISMS,CREMEC,SALADEPDT,CONCOMBRES  
358,PSAUMONFI,BLINISMS,STRUDEL  
359,CHUTSAU,TARAMAT,TARTARES  
360,SAUMONFEB,POUDRECANNE  
361,SAUCEAB,SALADET,SAUMONFN  
362,SALADEPVR,SALADET,SAUMONFIB,SAUMONFIF,CREMEC,BLINISMS  
363,SALADEY,SALADET  
364,SAUMONFEB,SAUMONFS,BLINISMS  
365,JBELLOTA,SAUMONMA,BLINISMS  
366,STRUDEL,PKOULIBIAC,SALADEPDTSG  
367,TARAMAD,HARENCGC,SALADEPDTSG,SAUMONFEB,SALADEQCOC,BLINISMS  
368,BLINIS,TARAMAD,TARAMACO  
369,CSAUMON,TARAMATW,SALADET  
370,SAUMONMA,OEUFSSV,CREMEC  
371,SALADEPDTSG,SALADEQCOC,TARAMACO,HARENQ,ROULE  
372,TARAMATW,BLINIS,CHINONLRB,PICLESCH,OLIVESKHO,SPRATSFH  
373,KOULIBIAC,PIROJKAYAV,PIROJKISF,SALADEPVR  
374,SBC,HALLAH,MATJESGN,ROULE

375,SBC,HALLAH,MATJESGN,ROULE,PPP,PIROJKISF  
376,SAUMONFS,SAUMONFN,MATJESGN  
377,SAUMONFIB,TARAMAD,PAIN  
378,SAUMONMA,SALADEC,OEUFSSR,TARAMATW,CONCOMBRES,HARENNS,HARENGSA,PIROJKAYAV,ST  
RUDELPM,MATJESGN  
379,SAUMONFS,TARAMACO  
380,MINIC,SSAUMONF,BLINIS,TARAMAD,RILLETTESM  
381,SAUMONFN,SAUMONFEB,SAUMONFIF,SAUMONFIB,SALADEC,CONCOMBRES,BLINISMS,HALLAH,SOEU  
FS,SCHEVRE,SALADET,GIMBER  
382,SSAUMONF,SCREVETTES,CONCOMBRES,OEUFSSR,TARAMAT,SALADELC,SOEufs  
383,CREMEMARRONT,SIROPERA,MINICIB,SAUCEY,GSHOT  
384,SAUCEY,MINICIB,JBELLOTA,PIROJKAYAV  
385,BLINISMS,OEUFSSR  
386,SOEufs,PAIN  
387,PIROJKAYAV,PIROJKISF,SSAUMONF  
388,SAUMONFEB,BLINISMS  
389,SAUMONFEB,PIROJKAYAV,PIROJKISF  
390,CSAUMONE,CAOC,SALADEPVR,SALADEY  
391,RILLETTESH,RILLETTESM,RILLETTESS,HALLAH  
392,OEUFSSR,CAOC,BLINISMS  
393,HARENGSA,CONCOMBRES  
394,SAUMONFN,SAUCEA,TARAMACO,BLINISMS,SAUMONFN,SAUMONFIF,CAOC  
395,VELOUTEO,PIROJKAYAV,SALADET  
396,SAUMONFEB,OEUFSSV,BLINISMS  
397,MINIC,CSAUMONN,RILLETTESS,TARAMAD,HARENCG,HARENGSA,CONCOMBRES,TARTAREA  
398,BLINISMS,SAUMONFIF,PIROJKISV,STRUDEL,SALADET,FONDANTBI,FONDANTBI,BLINISMS  
399,SALADECRNC,SAUMONFIF,PIROJKAYAV,PIROJKISF  
400,MINIC,HARENG,HARENGSA  
401,PAIN,CAKEF  
402,HO,PSAUMONIF,RIZP,TARAMATW,HALLAH  
403,CSAUMON,TARAMAD  
404,TARAMAT,CSAUMON  
405,PSAUMONIF,SALADEPDTSG,RILLETTESS,BLINISMS  
406,SAUMONFN,BLINISMS,SALADET,PIROJKISV  
407,SAUMONFIF,HARENCG,TARAMACO,RILLETTESS,SAUMONFIF  
408,SAUMONMA,TARAMAD,CONCOMBRES  
409,SPRATSFH,CSAUMON,MATJESGN,BLINISMS  
410,SAUMONFN,CHAIRTOU,PIROJKAYAV  
411,FILETSAN,THENOIR,BLINISMS,SAUMONFEB  
412,FOIEMORUEF,RILLETTESAR,BLINIS,TARAMAD,CHUTSAU,SPRATSFH  
413,BLINISMS,SAUMONFEB  
414,SAUMONFS,BLINISMS,SALADELC  
415,OEUFSSV,SARDINESC  
416,TARAMAD,SAUMONMA,SALADET,CHIPST  
417,RILLETTESS,PIROJKAYAV,BLINISMS  
418,SALADELC,TARAMAD,SAUMONMA  
419,BLINISMS,SCREVETTES,HARENGSA,TARAMAD  
420,CSAUMONE,SAUMONFEB,TARAMAD  
421,CITRONP,SALADETQ,CONCOMBRES,PAIN  
422,TARAMAT,TARAMATW,BLINIS,TARAMAT  
423,TARAMAT,COOKIE,BLINISMS,SAUMONMA,SAUMONFIF  
424,TARAMAT,PAIN,CSAUMONN,SALADECT,SALADEPDTSG,FINN,TARAMAT,FONDANTBI  
425,FLEUR,RILLETTESAR,PIROJKISF  
426,PIROJKISF,RILLETTESS  
427,CAVIARK,CAVIARK,BLINSMS  
428,RILLETTESM,TARAMT,TARAMAT,CONFY,PREPARATIONB  
429,TARAMAT,BCC,TARAMACO  
430,SAUMONFE,ETG

431,VODKA,SAUMONMA,CF,HUILEAT,HO,HOMUL  
432,SAUMONFN,SAUMONFIF  
433,CSAUMONN,CSAUMONN,FINN,OEUFSRR  
434,SAUMONIFIF,SAUMONFN,SAUMONMA,RILETTESM  
435,BLINIS,TARAMAD,PSAUMONIF  
436,BLINIS,OEUFSRR,TARAMAD  
437,SAUMONIF,FINN  
438,BLINIS,ANGUILLEFS  
439,TARAMAT,TARAMAD,BLINIS,SAUMONFE,VELOUTEA,VELOUTEO,PFLETANF  
440,STUDELP,SAUMONFEB  
441,BLINIS,SAUMONFIF  
442,BLINIS,RILETTESM,TARAMACO,OEUFSRR,BLINIS,SAUMONFN,SAUMONFEB  
443,TARAMAT,TARAMATW  
444,SAUMONFIB,BLINIS  
445,STUDELP,BLINIS,VODKA  
446,BLINIS,SAUMONFIB,TARAMAD,OEUFSRR,TARAMAT,SAUMONFIB,SAUMONMA  
447,SAUMONIF,RILETTESS,TAMARACO,BLINIS  
448,TARAMAT,SALADEPTSG,SAUMONFIB,SALADEBF,OEUFSRR,FOIEG,HARENGC,HARENGSA  
449,FOISG,SAUMONFIB,SAUMONFIF  
450,HARENGC,SAUMONFIF  
451,STUDELP,SAUMONMA,SAUCEA,BLINIS,RILETTESS  
452,VODKA,TARAMACO,SAUMONFN  
453,SAUMONFIF,CAOC,CAOC  
454,SAUMONFN  
455,SAUMONFIB,SAUMONFIB,SALADEBF  
456,BLINIS,TARAMAT,TARAMAD  
457,SAUMONFIF,BLINIS,BLINIS,TARAMATW  
458,TARAMAT,SAUMONFN,BLINIS  
459,TARAMATW,CHAIRTOU  
460,TARAMAT,TARAMACO,TRUFFESM,TRUFFESM  
461,BLINIS,PSAUMONIF,SARDINESC  
462,BLINIS,SAUMONFN,TARAMAD  
463,OEUFSV,BLINIS,SAUMONMP,SAUMONFIB,SAUMONFEB  
464,TARAMAD,VELOUTEO,BLINIS,SAUMONFEB,VELOUTEA,PFLETANF  
465,BLINIS,CAVIARP  
466,TARAMAT,TARAMAD,VELOUTEO,BLINIS,SAUMONFEB,VELOUTEA,PFLETANF  
467,SAUMONFIB,HARANGN,HARGENGNS,SAUMONFN  
468,SAUMONFEB,SAUMONFIB  
469,SAUMONFN,HARENGSA,SAUMONFIF,BLINIS,SAUMONFN,HARENGSA,SAUMONFIF,PIROJKISF,PIROJKIS  
V,HARENGSA,FOIEG,PPP,STRUDELP  
470,SAUMONFEB,OEUFSRR  
471,SAUCEAB,BLINIS,SAUMONFEB  
472,BLINISC,PSAUMONIF  
473,BLINIS,PSAUMONIF  
474,SAUMONFN,BLINIS  
475,CAVIARK,BLINIS,SAUMINMA,PIROJKISF  
476,SAUMONMA,RILETTESS,PIROJKISF  
477,OEUFSRR,SAUMONFEB,BCC  
478,CAVIARK,BLINIS,SAUMONFN,SAUMONMA,  
479,BLINIS,CAVIARP,OEUFSV,TARAMAT,CSAUMONN,TARATARS,FOIEGN,PSAUMONFI  
480,SAUMONFIB,GFB  
481,SAUMONFEB,CHAIRTOU  
482,BLINIS,TARAMATW,TARAMAD,PSAUMONIF  
483,BLINIS,CAOC  
484,PIROJKISV,PIROJKISF,SAUMONFIF,BCC  
485,PSAUMONIF,OEUFSRR  
486,TARAMACO,TARAMAD,TARAMAT,OEUFSRR  
487,TARAMATW,TARAMAD,TARAMAT,TARAMACO,BLINIS

488,OEUFSSR,SAUMONFEB,PSAUMONIF  
489,SAUMONIF,BLINIS,TARAMAT,TARAMAD  
490,TARAMAT,TARAMAD  
491,SAUCEA,SAUMONFN,SAUMONMA,PIROJKISV,PIROJKISF,OEUFSSR,TARAMAD,ANGUILLEFS  
492,PIROJKISF,PIROJKISV,OEUFSSR,ANGUILLEFS,VODKA,VODKA,TARTARES,AQUAVITA,PAIN  
493,PIROJKISF,PIROJKISV,OEUFSSR,PAIN,VODKA,VODKA,AQUAVITA,TARTARES,OEUFSSR  
494,SAUMONFIB,TARAMAD,BLINIS  
495,BLINISC,OEUFSSR,TARAMAT,TARTARES,SAUMONFE,CHAIRTOU  
496,PIROJKISF,PIROJKISV,OEUFSSR,ANGUILLEFS,VODKA,VODKA,TARTARES,AQUAVITA,PAIN  
497,PIROJKISF,PIROJKISV,VODKA,SAUMONFN  
498,TARAMAD,FINN,BLINIS  
499,BLINIS,CAVIARN,SAUMONFIB,TARAMAT  
500,VODKA,CAVIARK,SAUMONFN  
501,BLINIS,OEUFSSV,CSAUMON,VODKA  
502,CSAUMON,SAUMONFN,SAUMONMA  
503,PAIN,SALADET,OEUFSSR,TARAMATW,PREPARATIONB,STUDELP,BLINIS,SAUCEAB  
504,SALADET,RILETTEM,SALADEBF,SALADECOL,SALADEPVR  
505,SALADET,PAIN  
506,SAUMONMA,SAUCEAB,PIROJKISF,PIROJKISV,RILETTESM,RILETTES  
507,SAUMONFN,SAUMONFIB,PFLETANF  
508,PIROJKISF,PIROJKISV,BLINIS,SAUMONMA,TARAMAD,SAUMONFIF,CSAUMON,  
509,TARAMAD,TARAMAT,BLINIS,SAUMONFIB  
510,BLINIS,BLINIS,TARAMACO  
511,SAUMONFEB,SAUMONMA,SAUMONMP  
512,SAUMONFIF,SAUMONMP  
513,BLINIS,PSAUMOIF  
514,OEUFSSR,FINN  
515,CAVIARK,BLINIS,SAUMONFN,CAOC  
516,SAUMONFIF,TARAMAT  
517,SAUMONFIF,BLINIS,CAOC  
518,SAUMONFEB,BLINIS  
519,SAUMONIF,OEUFSSR,BCC  
520,PAIN,TARAMAT,OEUFSSV,BLINIS,CAOC  
521,SALADEPVR,SALADEPDTSG  
522,SAUMONFIB,FOIEGN  
523,TARAMACO,SAUMONFN  
524,CSAUMON,SALADEPDTSG,SALADECOL,TARAMAT,TARAMATW,BLINIS,PAIN  
525,SAUMONFIF,BLINIS  
526,BLINIS,SAUMONFIB,SAUMONMP,RILLETESS,OEUFSSR,SAUMONFN,CORNICHONSMAP,CAOC,TARAM  
AD,SALADT,TARAMAT,TARAMATW  
527,TARTARES,BLINIS,TARTARES,SAUMONFIB  
528,VODKABN,PAIN,BLINIS,BLINIS  
529,SAUMONFN,SAUMONFIF  
530,PAIN,CAOC,BLINIS,CSAUMONN,OEUFSSR,SALADEBR,SALADEPVR,TARAMAT,GSHOT  
531,CARPSC,SPRATSFHO,SARDINESHO,BLINIS,FOIEG,FOIEGCT,BRISURESTN,HUILEAT,SALADET,SAUMONF  
EB,CORNICHONSMAD,PSAUMONFI  
532,SAUMONMA,SAUMONFN,TARAMACO,SALADEC,BLINIS,ANGUILLESFS,SAUMONMA,SAUMONFN  
533,TARAMATW,BLINIS,PIROJKISF  
534,SAUMONFIF,STRUDELP,PIROJKISF,PIROJKISV,PAIN  
535,BLINIS,SALADET,TARAMAT,SAUMONFN,SAUMONFIB  
536,BLINIS,CAVIARK,SAUMONFN,TARAMACO,HARENG,SAUMONFIF  
537,TARTARES,CSAUMON,HARENG  
538,BLINIS, SAUMONIF,TARAMAD,SALADET,PIROJKISF,PIROJKISV,GIMBERS,VENTRECHETGHO  
539,CRACKERS,BLINIS,ANGUILLEFS,TARAMACO,TARAMATW,RILLETESS,SAUMONFIF,SAUMONMP  
540,PIROJKISF,PIROJKISV,BLINIS,CAVIARP,SAUMONFEO  
541,PSAUMONIF,BLINIS,CAOCI  
542,OEUFSSR,VODKA,BLINIS  
543,GAMBASS,PAIN,HOMARDC,PFLETANF,SAUMONFEB,SAUMONIF

544,TARAMACO,TARAMAT  
545,TARAMACO,TARAMAT,SAUMONFIB,BLINIS  
546,SAUMONFN,SAUMONFE,SAUMONFIF,SAUMONFIB,SALADEPDTSG  
547,ANGUILLEFS,PFLETANF,SALADEPDTSG,GAMBASK,MATJESGNF,SAUMONFEB,SAUMONFIB,CAVIAROP  
548,TARAMACO,ANGUILLEFS,CONCOMBRES,SAUMONFEB  
549,SAUMONFIF,VODKAB,BLINIS,TARAMACR,SALADEPDTSG  
550,RILLETTEST,MINIC,CAVIAROP  
551,BLINIS,VODKABN,GAMBASK,SAUMONFS,TARAMAOC  
552,BLINIS,SAUMONFEB  
553,SAUMONMA,SALADEPDTSG,OEUFSLN  
554,CORNICHONSMAD,OEUFSSR,CAVIAROP,SAUMONFIF  
555,SALADEC,TARTARES,CSAUMON,SAUMONFIF,PAIN  
556,BLINIS,CORNICHONSMAD,TARAMAOC,HARENSA,PAIN  
557,SAUMONFEB,SAUMONFS,BLINIS  
558,SAUMONFN,HARENGMB  
559,OEUFSCF,OEUFSSR,BCC,OEUFSCF,SAUMONFS  
560,SAUMONFN,SAUMONFS  
561,SAUMONFS,SAUMONFIB,SAUMONFN,SAUMONFEB,TARAMAOC,CAVIAROP  
562,SAUMONFN,SAUMONFIF,TARAMACO,OEUFSSR,MATJESGNF,BLINIS  
563,SAUMONMP,SAUMONFE,SAUMONFIR  
564,BLINIS,SALADEC,TARTARES,TARAMACO  
565,SAUMONMA,SAUMONFEB  
566,SAUMONFIB,SAUCEG,BLINIS,CAVIAROP  
567,SAUMONFIF,CAVIAROP  
568,TARTARES,CSAUMON,SAUMONFS,SAUMONFIF,SAUMONFN,SAUMONFEB  
569,BLINIS,SAUMONMA,TARTARES,BLINIS,TARAMAOC  
570,SAUMONFIB,TRUFFEMOEFSR,HARENGM,BLINIS  
571,BLINIS,THONAF,TARAMAOC,VODKAFP,CAVIAROP  
572,SAUMONFIB,BLINIS,TARAMACO,OEUFSSR  
573,SAUMONFIB,GAMBASS,DELICEAT  
574,SAUMONFIF,SAUMONFIB,SAUMONFEB,BLINIS,MINIC,RILLETTEST,SALADEPDTSG  
575,CHUTSAU,SAUMONFEB  
576,SAUMONFIB,SAUMONFEB,TARAMACO,TARAMAOC  
577,PAIN,CROCCABN,FINN,PICKLESGM,RILLETTESTM,TARTAREA,BLINIS,SALADEPDTSG,SAUMONFIB,PAIN  
578,SAUMONFIB,SAUMONFS,OEUFSSV,BLINIS,SPRATSFH  
579,BLINIS,SAUMONFIB  
580,SAUMONFIB,SAUMONFS  
581,SAUMONFS,SAUMONFIB,RILLETTEST,BLINIS  
582,SAUMONFIB,OEUFSSR,SALADEPDTSG,MATJESGNF,CAVIAROP  
583,SAUMONFS,SAUMONFI,GAMBASS  
584,TARAMAOC,TARAMACO,OEUFSLN,BLINIS,SAUMONFN  
585,SAUMONMANOEUFSSR,PAIN  
586,SAUMONFN,SALADEPDTSG,SALADEC,TARTARES  
587,SAUMONFS,SAUMONFIF,VODKAZT,MARJESGN,HARENGC  
588,OEUFSSR,CSAUMON,TRAMACO,BLINIS  
589,PFLETANF,BLINIS,TARAMAOC,HARENGS,SAUMONFIB  
590,TARAMAT,VODKAZT,BLINIS,SAUMONMP,SAUMONMA,SAUMONFS,SAUMONFIF  
591,SAUMONFEB,TARAMATW,CSAUMON,HARENGS  
592,OEUFSSV,BLINIS,SAUMONFIB,PAIN  
593,SAUMONFIF,CAVIARK,TARAMATW  
594,BLINIS,OEUFSSV,SAUMONFS,CAVIARKS,PAIN  
595,CAVIAROP,BLINIS,FOIEG,SAUMONFIB  
596,SAUMONFS,SAUMONFIF,DELICEART,BLINIS  
597,SAUMONFN,HAREGNSA,TARTARES,BISQUEH,PAIN  
598,SAUMONFN,PAIN,CONCOMBRES,RILLETTEST,OEUFSSR,CAVIAROP,FOIEG,SALADEPDTSG,BLINIS,PAIN,  
SAUMONFEB,SAUMONFIB,SAUMONFN  
599,CHIPST,CHABLISP,SAUMONMA,SAUMONFIF,SAUMONFEB,BLINIS  
600,BLINIS,SAUMONFIB,SAUCEG,OEUFSSR,HARENGSA,TARAMAOC

601,BLINIS,SAUMONFS  
602,TARAMATW,TARAMAOC  
603,SAUMONFEB,BLINIS  
604,SAUMONFIB,BLINIS,TARAMAOC,GAMBASS  
605,SAUMONFIB,BLINIS,TARAMAOC,GAMBASS  
606,SAUMONFIB,BLINIS,TARAMAOC,GAMBASS  
607,SAUMONMA,TARAMAOC,TARAMAT,SAUMONFS,SAUMONFI  
608,OEUFSSR,TARAMAOC,BLINIS,SAUMONFS  
609,SAUMONMA,PAIN  
610,TARAMAOC,SAUMONFEB,SAUMONFIF  
611,SAUMONFIF,SAUMONFEB,TARAMAOC  
612,CITRONP,SAUONFS,BLINIS,BLINIS,CITRONC,HARENGSA,PEIN  
613,TARAMAOC,MARJESGN,SAUMONMA,SAUMONFS,OEUFSSR,ANGUILLEFS,VODKAFF  
614,CHUSAU,MATJESGN,SAMONFEB  
615,SAUMONFIF,PPP,TARAMAD  
616,TARAMAD,SAUMONFEB,SAUMONMA,SAUMONFIB,BLINIS  
617,SAUMONMA,MATJESGN,PSAUMONIF,VODKA,OEUFSTR,BLINIS  
618,OEUFSSR,SAUMONFEB,BLINISMS  
619,BLINIS,SAUCEAB,SAUMONFEB  
620,TARAMACO,SAUMONFS,BLINIS  
621,CAOC,SAUMONIF,BLINISMS  
622,SAUMONFEB,BLINIS  
623,ANGUILLEFS,BLINIS,SAUMONFEB,SAUMONMA  
624,BLINIS,TARAMATW,CROCCABS  
625,SAUMONFIF,STRUDEL  
626,TARAMATW,TARAMAT,SAUMONFEB,SAUMONFIB,BLINIS,BLINIS,SAUMONMP,SAUMONMA  
627,BLINIS,CAVIARP  
628,OEUFSSR,CAVIARP  
629,OEUFSSR,SAUMONFIF  
630,TARAMATW,TARAMAT,CHIPST,SAUMONMP,THONBG  
631,CHABLISDN,CAOC,BLINISMS,STRUDEL,SAUMONFIF,CAVIARP  
632,BLINIS,CAVIARP,  
633,TARAMATW,BLINIS,SAUMONIF  
634,SAUMONFIF,SAUMONFIB,SAUMONFEB  
635,BLINISs,SAUMONIF  
636,CORNICHONSM,BLINIS,SAUMONFIF  
637,RILLETTESS,RILLETESM,TARAMAT  
638,SAUMONFIB,TARAMAT,OEUFSSV,PPP,BLINISMS  
639,OEUFSSR,TARAMATW,TARAMACO,TARAMAT,SAUMONFN,VODKA,BLINIS,CORNICHONSM  
640,SAUMONFN,CSAUMON,SAUMONFEB,BLINIS  
641,CHOCOLAT,FOIEG,TARAMACO,SALADEC,SAUMONFN,SAUMONMA,BLINIS,BLINIS,ANGUILLEFS  
642,BLINIS,BLINIS,CHOCOLAT,SAUMONFN,SAUMONMA  
643,BLINIS,SAUMONFEB,CSAUMON,TARAMAD  
644,BLINIS,TARAMAD  
645,BLINIS,SAUMONFIB,SALADET  
646,FILETSAN,THONBG,BLINIS,HARENGSA  
647,SAUMONMA,SAUMONFIB,PRIOKSF,PRIOKSIV,BLINISMS  
648,FOIEG,SAUMONFIF  
649,BLINIS,BLINIS,TARAMAD,TARAMAT,SAUMONFIF  
650,SAUMONFIF,HARENGS,SAUMONFEB,TARAMATW,SALADEPDT,PPP,MATJESGN  
651,OEUFSSR,TARAMAD,SAUMONFN,CAVIARK,BLINISMS,CROCCABS  
652,SAUMONFIF,BLINISMS,OEUFSSR  
653,TARAMAD,SALADEBF,SAUMONFIB,BLINIS,SAUCEA,  
654,SAUMONFIF,CSAUMON,BLINIS,BLINIS,OEUFSSR  
655,TARAMAT,TARAMACO  
656,CSAUMON,SAUMONIF,SARDINEHO  
657,AQUAVITA,BLINISMS,HARENGSA,SAUMONFIF  
658,SAUMONFIF,TARAMAD,BLINIS,BLINISMS

659,SALADECA,TARAMATW,TARAMAT,BLINIS  
660,SAUMONIF,BLINISMS,TARAMAD,BLINIS  
661,TARAMACO,SAUCEA,BLINIS,CSAUMONE,RILLETTESSJ  
662,BLINIS,BLINISMS  
663,HARENGS,SALADEPDT,SAUMONFEB,BLINIS  
664,BLINIS,SAUMONIF,SAUMONFEB  
665,SAUMONFEB,PRIOKISV  
666,RILLETTESS,TARAMATW,SAUMONFN,BISCUIT  
667,FROMAGECV,CSAUMON,BLINIS,PIROJKISF  
668,CAVIARP,FROMAGECV,SAUMONFIB,TARAMAD,SAUMONMA  
669,TARAMAD,TARAMACO,ANGUILLEFS,SAUMONMA,STRUDEL,BLINISMS  
670,BLINIS,MATJESGN  
671,SAUCEA,BLINISMS,SAUMONMA  
672,SAUMONFEB,BLINIS  
673,CAVIARP,BLINIS  
674,BLINIS,SAUMONFIB,OEUFSR,BLINIS  
675,SAUMONFN,SAUMONFIF  
676,OEUFSR,STRUDEL  
677,STRUDEL,PRIOKISF,PRIOKISV,SAUMONMA,SAUMONMP,SALADECOL,CRACKERS,BISCUIT,SAUCEA  
678,SAUMONIF,TARAMATW,TARAMAD,BLINIS,ANGUILLEFS,PFLETANF,PRIOKISV,PRIOKISF,CORNICHON  
SM  
679,SALADEBF,PSAUMONFI  
680,SAUMONFIB,SALADEBF,BLINISMS  
681,SAUMONFIB,OEUFSR  
682,BLINIS,BLINISMS  
683,PSAUMONIF,SAUMONIF  
684,BLINISMS,SAUMONFEB  
685,PRIOKISF,BLINIS,RILLETESM  
686,BLINIS,OEUFSV,PSAUMONIF  
687,BLINISMS,SAUMONMA,OEUFSR,SALADECOL  
688,TARAMATW,SAUMONFIF,BLINISMS  
689,VODKA,OEUFSR,BLINIS  
690,PSAUMONIF,SAUMONIF  
691,SAUMONMA,SAUMONFIB,BLINIS,OEUFSR,CSAUMONE,PSAUMONIF  
692,SAUMONFEB,TARAMATW,TARAMACO,BLINIS,CSAUMONFN,PSAUMONIF  
693,CAVIARP,BLINIS,OEUFSR,TARMACO,PSAUMONFI  
694,TARAMACO,SAUMONIF  
695,PSAUMONIF,SAUMONMA,TARAMAT,TARAMACO  
696,TARAMAT,TARAMATW,OEUFSR,CAVIARP,BLINIS  
697,SAUMONFEB,RILLETTESS,BLINIS,CORNICHONSMs  
698,SAUMONMA,SAUMONFIB,BISCUIT  
699,SAUMONFN,HO