



MISSION 2 :

ÉTUDE QUALITATIVE : DÉFINITION
DU CONCEPT INNOVANT



Sommaire

Introduction.....	3
I/ Stratégie d'enquête.....	4
1) Les problématiques managériales.....	4
2) Les problématiques d'enquêtes.....	4
3) Les objectifs de l'étude.....	4
4) La forme des entretiens.....	4
5) L'ordre des entretiens.....	5
II/ Les guides d'entretien.....	5
1) Le guide d'entretien pour les entretiens individuels semi-directif.....	5
A) L'introduction.....	6
B) La consigne de départ.....	6
C) Le centrage du sujet.....	6
D) L'approfondissement du sujet.....	7
E) La conclusion.....	9
2) Le guide d'animation pour l'entretien de groupe (TGN).....	9
A) L'introduction.....	9
B) Consigne de départ.....	10
C) Le guide d'animation.....	10
III/ Les échantillons.....	11
1) Les échantillons des entretiens individuel semi-directif.....	11
A) L'échantillon idéal.....	11
B) L'échantillon réel.....	11
2) Les échantillons de l'entretien de groupe (TGN).....	12
C) L'échantillon idéal.....	12
D) L'échantillon réel.....	12
IV/ L'analyse des données.....	12
1/ L'analyse du contenu des entretiens semi-directifs.....	
A) La transcription des données.....	12
B) Définition de l'unité de codage.....	13
C) La construction de la grille de codage.....	13
D) Le codage des données.....	14
E) L'analyse des données.....	14
F) Le rapport de synthèse.....	14
2/ L'analyse de contenu de la discussion de groupe (TGN).....	16
A) La transcription des données.....	16
B) Définition de l'unité de codage.....	16
C) La construction de la grille de codage.....	16
D) Le codage des données.....	17
E) L'analyse des données.....	17
F) Le rapport de synthèse.....	17
Conclusion.....	17
Annexes.....	18

Introduction

La première mission consistait à mener une étude de marché approfondie sur l'entreprise Lay's. L'objectif principal était d'effectuer une analyse SWOT, une méthode permettant d'identifier les forces et les faiblesses de l'entreprise ainsi que les opportunités et les menaces de son environnement.

A partir de nos résultats, nous avons été en capacité de proposer 4 produits innovants pour la marque Lay's, chacun répondant aux besoins spécifiques du marché identifiés au cours de l'étude telles que les tendances actuelles ou les attentes des consommateurs.

Pour rappel, nos 4 produits innovants proposés sont :

- Des chips veggie qui répondent à la forte croissance du nombre de consommateurs soucieux de leur bien-être dû à l'intérêt d'une alimentation plus saine et respectueuse de l'environnement.
- Un packaging innovant qui répond aux préoccupations de durabilité, de praticité et de modernité mais également aux préoccupations environnementales.
- Une glace Lay's qui permettrait à la marque d'explorer un nouveau marché afin d'attirer un public plus jeune.
- La personnalisation de chips qui répond à la demande croissante des consommateurs pour des produits personnalisés et uniques.

Au cours de cette deuxième mission, nous serons amenés à mener des entretiens individuels afin d'identifier le produit innovant le plus pertinent pour la marque Lay's. L'objectif est également de déterminer le nom le plus adapté pour le produit sélectionné grâce à un entretien de groupe.

Ces échanges nous permettront d'adopter une approche collaborative garantissant que le produit choisi répondra aux besoins des consommateurs.

I/ Stratégie d'enquête

1) Les problématiques managériales

Concernant les entretiens individuels, notre objectif est d'identifier le produit innovant le plus pertinent pour la marque Lay's. Ainsi, la problématique managériale pour ces entretiens est :

- Quel nouveau produit Lay's devrait commercialiser pour se démarquer tout en conservant son identité ?

Concernant l'entretien de groupe dont l'objectif est de déterminer le nom le plus adapté pour le produit choisi, la problématique managériale est :

- Comment le choix d'un nom influence l'intérêt des consommateurs et leur décision d'achat ?

-

2) Les problématiques d'enquêtes

En nous aidant des problématiques managériales, nous avons pu identifier les problématiques d'enquêtes pour chaque entretien.

Pour les entretiens individuels, la problématique d'enquête est la suivante :

- Quelles sont les attentes et les préférences des consommateurs ainsi que les freins à leur consommation ?

Pour l'entretien de groupe, la problématique d'enquête est la suivante :

- Quel nom attire le plus les consommateurs et les inciteraient à acheter ce produit ?

-

3) Les objectifs de l'étude

Pour structurer notre étude et répondre de la manière la plus pertinente aux problématiques, nous avons identifié plusieurs objectifs généraux. Ces objectifs visent à orienter notre démarche de manière claire et cohérente en nous permettant de guider nos actions.

- Identifier le produit le plus pertinent pour Lay's
- Trouver le nom le plus adapté du produit innovant
- Identifier les intentions d'achat des consommateurs
- Évaluer l'impact d'un produit innovant sur l'image de la marque Lay's

-

4) La forme des entretiens

Pour réaliser cette étude, nous avons dû définir une forme d'entretien individuel ainsi qu'une forme d'entretien de groupe.

Concernant les entretiens individuels, nous avons opté pour une approche semi-directive. Ce choix suit une suite logique car la méthode semi-directive nous offre l'opportunité de structurer les échanges tout en préservant une certaine liberté d'expression aux répondants. Ce format est pertinent dans le cadre de notre étude car il nous permettra de mieux comprendre les attentes, les préférences et les éventuels freins à l'achat rencontrés par les participants. Cette approche nous facilitera également l'atteinte de nos objectifs en récupérant des données qualitatives essentielles pour une analyse approfondie.

Concernant l'entretien de groupe, nous avons opté pour le groupe nominal (TGN) car il offre une structure de discussion rigoureuse qui permet d'optimiser la génération et l'évaluation des idées. Cette méthode permet d'éviter l'influence de certains participants sur le reste du groupe et garantit que chaque individu puisse exprimer librement ses propositions. Il favorise également une meilleure diversité et richesse dans les propositions de noms. Cette approche permet une évaluation progressive et objective des idées grâce aux phases successives de génération, de regroupement et d'évaluation des idées.

5) L'ordre des entretiens

Nous avons décidé de débiter par les entretiens individuels afin de mieux comprendre les besoins, attentes et préférences des participants. Grâce à ces échanges, nous serons en mesure de recueillir des informations précieuses pour identifier le produit ayant le plus grand potentiel. Cette étape nous permettra ainsi de sélectionner le produit innovant le plus pertinent pour notre étude.

Une fois le produit sélectionné, nous effectuerons l'entretien de groupe. Cet échange collaboratif nous permettra d'explorer les différentes suggestions, d'analyser les perceptions et d'identifier le nom le plus adapté en tenant compte des préférences du marché.

II/ Les guides d'entretien

1) Le guide d'entretien pour les entretiens individuels semi-directif

Pour affiner la stratégie de Lay's, nos entretiens individuels s'organisent autour de deux grandes problématiques : "Quel nouveau produit Lay's devrait commercialiser pour se démarquer tout en conservant son identité ?" et "Quelles sont les attentes et les préférences des consommateurs ainsi que les freins à leur consommation ?".

Ici, l'objectif est triple : comprendre les motivations et freins à l'achat, analyser les préférences en matière de produits apéritifs et identifier l'innovation la plus pertinente pour Lay's.

Pour rappel, ce guide vise à identifier l'innovation la plus susceptible de séduire les consommateurs. Afin de garantir une analyse rigoureuse et pertinente, nous avons structuré l'entretien autour de quatre grandes thématiques, permettant une exploration approfondie des perceptions et attentes des répondants.

Pour assurer le bon déroulement des entretiens individuels, nous avons conçu un guide organisé en plusieurs étapes. L'entretien débutera par une introduction visant à contextualiser l'échange et à en préciser les objectifs. Une consigne de départ, bien que non directement liée à notre étude, servira à mettre le répondant à l'aise. L'entretien suivra une approche en entonnoir, débutant par des thèmes généraux avant de se centrer progressivement sur l'aspect qui nous intéresse le plus. Cette structuration permettra d'orienter la réflexion du répondant et de recueillir des réponses plus approfondies. Les différentes thématiques et sous-thématiques définies garantiront une couverture complète des aspects clés de notre analyse. Enfin, une conclusion permettra au participant de synthétiser les points essentiels abordés tout en le remerciant pour son temps et sa contribution.

Dans ce guide d'entretien, chaque thème est introduit par une question ouverte afin d'encourager le répondant à s'exprimer librement sur le sujet. Chaque thème est également

décliné en sous-thèmes, permettant une exploration plus détaillée des différents aspects. Puis, nous avons prévu des questions de relance afin de guider le répondant et de l'aider à approfondir ses réponses. Ces questions de relance visent à clarifier ou à explorer davantage certains points afin de recueillir des informations plus riches et pertinentes. Elles sont placées en italique pour signaler leur caractère complémentaire et de soutien à la question principale.

A) L'introduction

Lors des 5 minutes d'introduction, nous commencerons par nous présenter puis nous exposerons les objectifs de l'étude. Nous préciserons aussi la durée de l'entretien et garantirons au répondant la confidentialité de ses réponses. Nous le formulerons de la manière suivante :

“ Bonjour et merci de participer à cet entretien d'environ 30 minutes. Je me présente, [prénom, nom], étudiante en Techniques de Commercialisation à l'IUT de Montpellier-Sète. Dans le cadre de ma formation, je réalise des entretiens afin d'identifier le produit innovant le plus adapté aux attentes des consommateurs. L'objectif est de mieux comprendre vos préférences, vos habitudes et vos attentes en matière de snacking, afin de sélectionner un produit qui y répondra au mieux. Avant de commencer, si cela vous convient, j'aimerais enregistrer cet échange. Soyez assuré(e) que vos réponses resteront totalement anonymes et confidentielles. ”

B) La consigne de départ

A la suite de notre introduction, nous énoncerons une consigne de départ visant à mettre le répondant à l'aise dès le début de l'échange. En effet, sous l'influence de biais extérieurs les premières réponses ont souvent tendance à être banales. Ainsi, cette consigne devra prendre la forme d'une question générale, simple à aborder et favorisant l'échange. Dans le cadre de notre étude, celle-ci est la suivante :

- **Selon vous, quel est le produit incontournable lors d'un apéro ?**

C) Le centrage du sujet

Une fois la consigne de départ annoncée, nous approfondirons notre étude en suivant donc la méthode de l'entonnoir, allant du thème le plus général au thème qui nous intéresse le plus. Nous explorerons ainsi différents thèmes et sous-thèmes, chacun abordant un aspect du sujet pour une compréhension plus approfondie.

Ainsi, dans un premier temps, nous aborderons les habitudes de consommation des produits apéritifs. Cela permet au répondant de s'exprimer sur la fréquence d'achat, les occasions de consommation et les préférences en matière de produits apéritifs.

- **Thème 1 : Habitudes de consommation des produits apéritifs**

Question ouverte : À quel produit les produits apéritifs vous font penser ?

Sous-thèmes :

1 - Fréquence d'achat des produits apéritifs

- À quelle fréquence achetez-vous des produits apéritifs ?
- Achetez-vous des produits apéritifs lors de vos courses habituelles ou lorsque vous avez un besoin spécifique ?

2 - Occasion de consommation des produits apéritifs

- Quand consommez-vous généralement des produits apéritifs ?
- Avez-vous tendance à les consommer seul, en famille ou entre amis ?

3 - Préférences des produits apéritifs

- Privilégiez-vous toujours les mêmes produits ou aimez-vous essayer de nouvelles options ?
- Préférez-vous acheter des produits apéritifs en grande quantité ou de manière plus modérée ?

Objectifs :

- Comprendre les habitudes des consommateurs et d'achat de produits apéritifs
- Identifier les contextes et la fréquence de leur consommation

D) L'approfondissement du sujet

Une fois cette base posée, l'échange se centre sur la perception de la marque Lay's. Nous aborderons l'image de la marque, la qualité perçue de ses produits ainsi que les motivations et freins liés à son achat. L'analyse se fait de plus en plus spécifique en étudiant les avis des répondants sur la marque, sa qualité et les critères influençant leurs choix.

- **Thème 2 : Perception de la marque Lay's**

Question ouverte : Qu'est-ce qui vous plaît concernant la marque Lay's ?

Sous-thèmes :

1 - Image de la marque Lay's

- Comment percevez-vous l'image de la marque Lay's ?
- Quels adjectifs utiliseriez-vous pour décrire Lay's ?

2 - Qualité perçue des produits Lay's

- Quel est votre avis sur la qualité des produits Lay's par rapport à d'autres marques de chips ?
- Si vous pouviez modifier un aspect des produits Lay's, que choisiriez-vous ?

3 - Freins et motivations

- Quel critère est le plus important pour vous et pourquoi ?
- Les informations nutritionnelles influencent-elles vos choix d'acheter des produits Lay's ?

Objectifs :

- Évaluer la perception des consommateurs vis-à-vis des produits Lay's
- Identifier les aspects à améliorer

Puis progressivement, nous amenons le répondant à comparer Lay's avec ses concurrents pour affiner notre compréhension des critères influençant leur choix et identifier les éléments distinctifs de la marque.

- **Thème 3 : Concurrents**

Question ouverte : Quels sont les éléments qui vous font choisir Lay's plutôt qu'une autre marque de chips ?

Sous-thèmes :

1 - Attractivité

- *Quels sont les éléments qui rendent une marque de chips plus attractive ?*
- *Qu'est-ce qui vous attire dans les produits de Lay's par rapport à ses concurrents ?*

2 - Diversité des saveurs proposées

- *Trouvez-vous que Lay's propose un choix de saveurs suffisant par rapport aux autres marques de chips ?*
- *Y a-t-il un saveur que vous aimeriez voir apparaître ?*

3 - Innovation et différenciation

- *Selon vous, qu'est-ce qui rend une marque de chips plus innovante qu'une autre ?*
- *Connaissez-vous d'autres marques de chips qui mettent en avant les aspects plus sains ?*

Objectifs :

- Comprendre ce qui distingue Lay's de ses concurrents
- Évaluer la perception de l'attractivité, de la diversité, de l'originalité et de l'innovation de Lay's par rapport à ses concurrents

Finalement, nous approfondissons l'entretien en explorant les réactions des répondants face aux produits innovants que nous leur présentons afin de recueillir leurs impressions. Cette phase est essentielle car elle nous permet d'évaluer comment ces nouveaux produits répondent aux attentes des consommateurs.

- **Thème 4 : Nos produits innovants**

Question ouverte : Comment réagirez-vous face à la sortie d'un produit innovant de Lay's ?

Sous-thèmes :

1 - Des chips veggie

- *Qu'est-ce qui vous attirerait le plus dans des chips végétariennes par rapport aux chips traditionnelles ?*
- *Pensez-vous que la texture des chips végétariennes serait similaire à celle des chips classiques, ou préféreriez-vous une texture différente ?*

2 - Un packaging innovant

- *Qu'est-ce que vous apprécieriez dans un packaging innovant pour les chips Lay's (par exemple, un emballage écologique ou un design moderne) ?*
- *Comment un packaging innovant pourrait-il influencer votre décision d'achat ? (praticité, engagement écologique)*

3 - Une glace Lay's

- *Si une glace Lay's était lancée, quel goût ou type de glace vous semblerait le plus intéressant ?*

4 - La personnalisation de chips

- *Que pensez-vous de l'idée de personnaliser vos chips ? Comment cela pourrait-il améliorer votre expérience d'achat ?*

Objectifs :

- Comprendre les attentes des consommateurs concernant les innovations
- Identifier les améliorations à apporter à ces produits

E) La conclusion

La conclusion permet de mettre en avant l'innovation qui semble être la plus pertinente. Ainsi, nous leur demanderons de résumer les points clés abordés lors de l'entretien. Ce retour nous permet non seulement de valider la cohérence des réponses, mais aussi d'identifier l'innovation qui a le plus de potentiel sur le marché. Celle-ci prendra la forme suivante :

"Avant de conclure cet entretien, pourriez-vous faire un récapitulatif des points essentiels que nous avons abordés ? Je vous remercie sincèrement pour votre participation et pour avoir pris le temps de répondre à toutes mes questions."

2) Le guide d'animation pour l'entretien de groupe (TGN)

L'entretien de groupe a été réalisé afin de compléter l'étude qualitative commencée par les entretiens individuels. Cet entretien s'organise autour des deux problématiques suivantes : "Comment le choix d'un nom influence l'intérêt des consommateurs et leur décision d'achat ?" et "Quel nom attire le plus les consommateurs et les inciteraient à acheter ce produit ?"

Ici, les objectifs sont : identifier le nom le plus pertinent pour le produit innovant, comprendre les attentes d'un produit innovant et analyser les facteurs influençant le choix du nom.

Pour rappel, ce guide d'animation vise à identifier le nom le plus pertinent pour le produit innovant sélectionné grâce aux entretiens individuels réalisés précédemment. Nous avons structuré cet entretien en plusieurs étapes, destinées à assurer une progression permettant de recueillir des informations essentielles sur les préférences et les attentes des répondants vis-à-vis du nom. L'objectif est de susciter une discussion grâce à une animation méthodique afin d'identifier non seulement le nom qui attire le plus leur attention, mais aussi de comprendre les autres facteurs à leur choix.

Pour assurer son bon déroulement, l'entretien débutera par une introduction visant à contextualiser l'échange et à en préciser les objectifs. Chaque étape sera orientée autour de questions spécifiques permettant d'explorer les différents aspects du nom tout en incitant les répondants à développer leur réflexion. Enfin, une conclusion permettra aux répondants de synthétiser les points abordés tout en les remerciant pour leur temps et leur contribution.

A) L'introduction

"Bonjour à tous et bienvenue à cet entretien de groupe qui est consacré à la recherche d'un nom pour notre produit innovant. Ce produit est la personnalisation de chips, permettant ainsi aux consommateurs de choisir la saveur, la forme des chips ainsi que de personnaliser le packaging selon leurs préférences et envies"

B) Consigne de départ

Quels mots, idées ou images vous viennent à l'esprit quand vous pensez à un produit innovant et personnalisé ?

C) Le guide d'animation

Phase 1 : phase individuelles de génération d'idées

Lors de cette phase, l'animateur commence par présenter le produit de l'étude avant de fournir aux répondants toutes les informations nécessaires sur ce dernier tel que son utilité, ses caractéristiques...

Les répondants disposent ensuite d'un temps de réflexion individuelle pour générer un maximum de mots ou d'idées en lien avec ce produit. Cette phase individuelle permet à chaque répondant de s'exprimer librement sans être influencé par les autres. Son objectif est de favoriser la créativité et de recueillir une grande variété de propositions.

Elle prépare ainsi la phase collective où les idées seront partagées et discutées.

Phase 2 : Phase collective d'exposition des idées

Cette phase consiste à partager les propositions générées lors de la phase individuelle. Chaque répondant présente ses idées et les explique, ensuite, le groupe discute et réagit aux propositions en débattant de leurs points forts et en suggérant des améliorations ou des combinaisons d'idées.

Cette phase permet d'enrichir les propositions initiales grâce aux interactions effectuées au sein du groupe.

Phase 3 : Phase collective de regroupement d'idées

Cette phase intervient après l'exposition des idées. Lors de cette étape, les répondants travaillent collectivement pour regrouper et affiner les propositions en fonction de leur ressemblance ou de leurs thèmes.

L'animateur guide le groupe pour identifier les idées se ressemblant et pouvant être combinées afin de réduire la quantité d'idées tout en préservant la diversité.

Phase 4 : Phase individuelle d'évaluation d'idées

Ici, chaque participant évalue individuellement les propositions regroupées et affinées lors de la phase précédente.

Ils doivent réfléchir à la pertinence et à l'impact de chaque idée sur les critères de base tels que la mémorabilité, la prononciation, la lisibilité ou l'évocation de caractéristiques. Chaque répondant peut attribuer des notes pour les classer selon leur préférences.

A cette phase, les résultats individuels sont comptés pour identifier les noms qui ont le plus de potentiel.

Phase 5 : Phase collective de confrontation des résultats

Dans cette phase finale, l'animateur présente les évaluations des répondants en mettant en avant les noms ayant recueilli les meilleures notes. Les répondants peuvent ensuite confronter leur point de vue et discuter d'éventuelles divergences pour explorer en profondeur les raisons de leurs préférences. L'objectif est d'arriver à un consensus pour arriver à un nom final qui satisfera l'ensemble du groupe.

A la fin de cette phase, les répondants choisissent le nom qui leur semble être le plus adapté pour le produit.

III/ Les échantillons

1) Les échantillons des entretiens individuel semi-directif

A) L'échantillon idéal

L'échantillon idéal correspond à un groupe de participants sélectionnés selon des critères précis, en parfaite adéquation avec les objectifs de l'étude. Il représente le profil cible que nous souhaitons interroger afin d'obtenir des résultats pertinents et exploitables.

Ainsi, notre échantillon serait composé d'une vingtaine de personnes réparties de manière équilibrée. Parmi elles, 12 jeunes adultes âgés de 18 à 25 ans, une tranche d'âge généralement plus réceptive aux innovations alimentaires. Ces individus disposeraient d'un revenu moyen à élevé. Idéalement, ce groupe comprendrait 6 hommes et 6 femmes.

Parmi ces 12 jeunes adultes, nous souhaiterions interroger 8 consommateurs réguliers de chips, fidèles à des marques comme Lay's ou Pringles, attentifs aux tendances et sensibles aux nouvelles expériences gustatives. Les 4 autres seraient des non-consommateurs relatifs ou absolus.

Les 8 participants restants seraient des adultes âgés de 35 à 55 ans, également avec un revenu moyen à élevé. Ce groupe inclut 4 consommateurs réguliers de chips (2 hommes et 2 femmes) et 4 non-consommateurs relatifs ou absolus, également répartis entre hommes et femmes. Un facteur intéressant dans cette tranche d'âge sera la présence d'enfants dans le foyer qui pourrait influencer les habitudes d'achat et la perception des chips notamment en termes de choix nutritionnels et de sensibilisation aux alternatives plus saines. Donc, parmi ces 8 adultes, nous veillerons à inclure 4 parents.

B) L'échantillon réel

Notre échantillon réel est finalement composé de six personnes. Nous avons veillé à maintenir un échantillon représentatif en diversifiant les différents critères comme les tranches d'âge, le revenu moyen ou encore le sexe. Ainsi, nous avons pu avoir une répartition équilibrée entre les femmes et les hommes afin de garantir des résultats variés et complets.

- **Répondant 1** : Femme de 42 ans, travaillant dans le domaine de la santé, ayant un revenu moyen, consommatrice occasionnelle de Lay's et de ses concurrents
- **Répondant 2** : Homme de 19 ans, étudiant avec des revenus moyens, habitant en métropole, consommateur régulier de chips Lay's et de ses concurrents, en quête de nouveautés alimentaires.
- **Répondant 3** : Femme de 55 ans, travaillant dans le domaine de l'éducation, ayant un revenu moyen, consommatrice occasionnelle de chips.
- **Répondant 4** : Homme de 18 ans, étudiant, n'ayant pas de revenu, consommateur de chips Lay's et de ses concurrents, aimant les nouveautés.
- **Répondant 5** : Adolescent de 18 ans, n'ayant pas de revenu, habitant en métropole, consommatrice régulière de chips, aimant les produits innovants.

- **Répondant 6** : Femme de 25 ans, étudiante, ayant un revenu moyen, habitant en métropole, consommatrice occasionnelle de chips, aimant l'innovation.

2) Les échantillons de l'entretien de groupe (TGN)

C) L'échantillon idéal

Notre échantillon serait composé d'environ 8 personnes sélectionnées pour garantir une diversité dans les profils, tant en matière de genre, d'âge ou d'expériences. En ciblant des individus âgés de 18 à 30 ans, cette sélection permet d'atteindre une vision plus riche et nuancée des perceptions. Cette tranche d'âge est particulièrement pertinente car les individus sont plus réceptifs aux innovations alimentaires et ouverts à l'expérimentation de nouveaux produits. Ainsi, ces individus sont en capacité de rechercher et d'évaluer un nom pour la réussite d'un produit grâce à leur réceptivité aux nouvelles tendances et à leur connaissance des nouvelles valeurs telles que l'écologie ou l'originalité.

Afin d'assurer une parité et de refléter la diversité des points de vue, l'échantillon sera composé d'autant d'hommes que de femmes soit 4 hommes et 4 femmes. Cette parité est essentielle pour une analyse plus approfondie des différences et similitudes entre les sexes.

D) L'échantillon réel

Notre échantillon réel est finalement composé de 8 personnes. Nous avons veillé à garantir une représentativité maximale en respectant les critères de diversité. Ainsi, notre groupe est composé de 4 hommes et de 4 femmes, tous âgés de 18 à 25 ans. Cette répartition nous a permis d'assurer une meilleure prise en compte des perspectives. Nous avons également pris en compte les différences d'expériences pour obtenir des résultats plus nuancés de cette tranche d'âge. Notre échantillon comprenait des étudiants, jeunes actifs ayant des revenus différents.

IV/ L'analyse des données.

1/ L'analyse du contenu des entretiens semi-directifs

A) La transcription des données

Avant de débiter l'analyse de nos données, il était primordial de retranscrire avec la plus grande fidélité l'ensemble des discours recueillis lors de nos entretiens individuels. Toutes les retranscriptions ont été réalisées avec la plus grande rigueur afin de garantir une base d'analyse précise et fiable. Vous trouverez **en annexe 1** l'ensemble des transcriptions des six entretiens menés.

B) Définition de l'unité de codage

Ensuite, nous devons définir l'unité de codage, c'est-à-dire l'unité d'analyse sur laquelle repose notre travail.

Différentes options s'offraient à nous pour structurer cette analyse :

- **L'analyse lexicale**, qui repose sur l'étude des mots employés, leur fréquence et leur distribution au sein du discours.
- **L'analyse syntaxique**, qui examine la construction des phrases afin de mieux comprendre le sens des mots en fonction de leur contexte grammatical.
- **L'analyse thématique**, qui consiste à regrouper les phrases selon les thèmes abordés pour identifier les sujets dominants et les termes qui leur sont associés.

Après une réflexion au cours de laquelle nous avons réfléchi aux avantages et aux inconvénients de chaque approche, nous avons opté pour l'analyse thématique comme unité de codage car elle s'avère être la plus pertinente. Cette approche nous permet de dépasser l'analyse isolée des mots ou des phrases en offrant une vision plus globale et cohérente des discours recueillis. Contrairement à l'analyse lexicale, qui se limite à l'observation des mots sans prendre en compte leur signification dans un contexte plus large ou à l'analyse syntaxique qui s'attache à la structure grammaticale sans toujours en dégager le sens profond, l'analyse thématique permet de mettre en avant les idées principales et les enjeux sous-jacents des discours.

L'analyse thématique nous offre donc une compréhension plus fine et nuancée des contenus analysés, facilitant ainsi l'interprétation des résultats obtenus.

C) La construction de la grille de codage

Une grille de codage organise les données sous forme de tableau en regroupant les informations selon des catégories. Le codage permet ainsi de rendre les données qualitatives plus accessibles et exploitables.

Le tableau ci-dessous présente la grille de codage utilisée pour catégoriser les réponses des participants de manière claire et cohérente. Il regroupe donc nos quatre thèmes principaux ainsi que leurs sous-thèmes respectifs :

Thèmes	Sous-thèmes
1/ Habitudes de consommation des produits	Fréquence d'achat des produits apéritifs

apéritifs	
	Occasion de consommation des produits apéritifs
	Préférences des produits apéritifs
2/ Perception de la marque Lay's	Image de la marque Lay's
	Qualité perçue des produits Lay's
	Freins et motivations
3/ Concurrents des produits Lay's	Attractivité
	Diversité des saveurs proposées
	Innovation et différenciation
4/ Produits innovants de Lay's	Chips veggie
	Packaging innovant
	Glace Lay's
	Personnalisation des chips

D) Le codage des données

Grâce à notre unité de codage et à notre grille de codage, nous sommes désormais en capacité de classer et d'analyser le discours des répondants de manière structurée. Vous trouverez le tableau **en annexe 2**.

E) L'analyse des données

Concernant l'analyse des données, nous avons choisi d'adopter une analyse horizontale qui consiste à regrouper et synthétiser thème par thème les réponses des répondants. Cette approche nous a permis d'identifier les similitudes et différences entre les opinions de chaque répondant, de mettre en avant les réponses les plus pertinentes et de faciliter l'interprétation des résultats. Ainsi, l'analyse horizontale nous offre une vision globale et approfondie des perceptions.

F) Le rapport de synthèse

En ce qui concerne le thème 1, il ressort que les habitudes d'achat des produits apéritifs varient d'un répondant à l'autre. Certains les achètent de manière régulière, notamment lors de leurs courses habituelles tandis que d'autres privilégient un achat plus

occasionnel, souvent lors de besoins spécifiques ou lors de promotion. Ces produits apéritifs sont majoritairement consommés en famille ou entre amis, notamment lors de soirées ou de repas conviviaux. Cependant, quelques répondants indiquent les consommer seuls, bien que cela reste moins fréquent. Quant aux préférences, certains restent fidèles aux produits classiques tandis que d'autres aiment découvrir de nouvelles saveurs dès qu'ils en ont l'opportunité.

En ce qui concerne le thème 2, l'image de la marque Lay's est positive. Elle est perçue comme une marque connue, fiable et qualitative, offrant une large variété de saveurs. Son côté gourmand et réconfortant est apprécié par de nombreux répondants, bien que certains trouvent un manque d'originalité et expriment un besoin d'efforts supplémentaires pour offrir des options plus saines. La majorité des répondants s'accordent sur leur bon goût et leur fiabilité mais certaines remarques portent sur des points d'amélioration comme la réduction de la teneur en gras, l'ajout d'options plus saines ou encore l'introduction de nouvelles saveurs. Les freins et motivations sont principalement liés au prix, à la qualité et aux valeurs nutritionnelles. Bien que le goût soit un critère déterminant, le prix reste un facteur décisif pour de nombreux répondants qui peuvent privilégier des alternatives plus abordables.

En ce qui concerne le thème 3, l'attractivité de Lay's repose principalement sur la diversité de ses saveurs, la qualité de ses ingrédients et son bon rapport qualité-prix. Les répondants apprécient le croquant des chips, l'aspect visuel des paquets et la publicité. Certains sont attachés à la marque par habitude tandis que d'autres sont sensibles aux valeurs nutritionnelles. Bien que Lay's proposent une gamme variée incluant des saveurs classiques et quelques options plus originales, certains consommateurs estiment que d'autres marques, comme Bret's, offrent davantage d'innovations. D'autres expriment le souhait de voir des saveurs plus surprenantes, notamment des goûts épicés. Les attentes des consommateurs portent donc sur l'introduction de saveurs plus uniques comme des mélanges sucrés-salés. L'aspect marketing, notamment le packaging ou la publicité jouent également un rôle essentiel dans la perception de la marque. Certains répondants indiquent que Lay's devrait mettre plus en avant des options plus saines.

En ce qui concerne le thème 4, Les répondants apprécient les chips veggies si elles sont réellement plus saines et si elles conservent une texture croquante. L'aspect équilibré attire certains répondants bien que d'autres aient des doutes et trouvent l'idée fade. Sur le packaging innovant, l'accent est mis sur un emballage écologique, recyclable et pratique. Les répondants suggèrent un emballage refermable pour conserver le croquant des chips et l'utilisation de matériaux biodégradables. L'idée de la glace Lay's est mal perçue, les

répondants semblent sceptiques, certains trouvant difficile d'imaginer un mélange de saveurs de chips et de glace et d'autres exprimant clairement leur dégoût face à ce concept. Quant à la personnalisation de chips, elle suscite un fort intérêt surtout pour des occasions spéciales comme des anniversaires. Les répondants trouvent globalement l'idée amusante et apprécient l'idée de choisir différentes saveurs ou formes. Cependant, le prix est ici un facteur important car certains expriment leur doute, si cela devient trop cher, l'idée pourrait perdre son attrait. Finalement, le produit retenu par les répondants est : la personnalisation de chips.

2/ L'analyse de contenu de la discussion de groupe (TGN)

A) La transcription des données

Tout comme pour les entretiens individuels, nous avons mis en place un processus de transcription afin d'analyser de manière approfondie les échanges au sein du groupe de discussion.

Cette retranscription inclut l'ensemble des interactions, depuis l'énoncé de la consigne jusqu'à la conclusion de l'entretien afin de préserver la richesse des échanges et d'assurer une analyse la plus précise possible.

B) Définition de l'unité de codage

Dans le cadre de l'entretien de groupe, les échanges se déroulent sous la forme d'une discussion animée où plusieurs participants interagissent simultanément sous la supervision d'un animateur. Cette dynamique implique des prises de parole plus courtes et entrecroisées rendant nécessaire une adaptation de notre méthode d'analyse.

Nous avons décidé d'opter pour l'analyse lexicale. Contrairement à un entretien individuel où les réponses sont plus longues et développées, les discussions en groupe sont plus interactives et changent rapidement de sujet. L'analyse thématique ne nous aurait pas permis d'exploiter pleinement ces échanges, tandis que l'analyse syntaxique n'était aussi pas la plus pertinente dans ce contexte.

L'analyse lexicale nous permet ainsi d'examiner les mots utilisés par les participants et d'identifier les termes qui reviennent le plus souvent.

C) La construction de la grille de codage

Cette grille de codage comporte l'unique thème de cet entretien : le nom ; ainsi que ses 8 sous-thèmes respectifs.

	<u>Rép 1</u>	<u>Rép 2</u>	<u>Rép 3</u>	<u>Rép 4</u>	<u>Rép 5</u>	<u>Rép 6</u>	<u>Rép 7</u>	<u>Rép 8</u>
<u>Thème 1 : Le nom</u>								

1.1 : My Lay's								
1.2 : A Lay'sy								
1.3 : PersonnaLay's								
1.4 : Mon Croquant								
1.5 : Crisp'You								
1.6 : ChipsToMe								
1.7 : ChipsCrea								
1.8 : SaveursMix								

D) Le codage des données

Vous trouverez le tableau de codage **en annexe 5**.

E) L'analyse des données

Pour l'entretien de groupe, nous avons décidé de choisir l'analyse verticale qui consiste à synthétiser les principales attentes des répondants. Cette méthode nous a permis d'identifier les points positifs et les points faibles de chaque proposition de nom, tout en mettant en avant les critères essentiels des répondants.

F) Le rapport de synthèse

Les participants de l'entretien de groupe ont évalué plusieurs propositions de noms pour un produit innovant de personnalisation de chips. "My Lay's" a été très apprécié pour son côté personnel, sa simplicité et sa facilité de compréhension, tant au niveau national que international, bien que certains aient trouvé qu'il manquait d'originalité. "A Lay'sy" a été jugé trop compliqué et risquait de porter à confusion. "PersonnaLay's" a également été apprécié par son côté international et sa capacité à transmettre l'idée de personnalisation. Les autres noms tels que "Mon croquant" a été jugé trop larges et peu pertinents tandis que "Crisp'You" a manqué de lien avec le produit. "ChipsToMe" jugé comme moins original et "ChipsCrea" comme trop simple. "SaveursMix" a été considéré comme peu clair et pas assez percutant. Finalement, le nom retenu pour ce produit innovant est : My Lay's.

Conclusion

En conclusion, les différents entretiens menés ont joué un rôle essentiel dans notre compréhension des dynamiques de consommation. Les entretiens individuels nous ont permis d'identifier les préférences, les motivations ainsi que les freins à l'achat. Ils ont également été déterminants dans le choix du produit le plus pertinent à développer.

Par ailleurs, l'entretien de groupe a constitué une étape importante dans l'élaboration du nom de notre produit innovant, en veillant à ce qu'il soit en adéquation avec les attentes des consommateurs tout en restant fidèle à l'image de la marque Lay's.

Annexes

Annexe 1 : Retranscription des entretiens individuels :

- **Répondant 1** : Femme de 42 ans, travaillant dans le domaine de la santé, ayant un revenu moyen, consommatrice occasionnelle de Lay's et de ses concurrents

Doris : Bonjour et merci de participer à cet entretien d'environ 30 minutes. Je me présente, Doris Donajski, étudiante en Techniques de Commercialisation à l'IUT de Montpellier-Sète. Dans le cadre de ma formation, je réalise des entretiens afin d'identifier le produit innovant le plus adapté aux attentes des consommateurs. L'objectif est de mieux comprendre vos préférences, vos habitudes et vos attentes en matière de snacking, afin de sélectionner un produit qui y répondra au mieux. Avant de commencer, si cela vous convient, j'aimerais enregistrer cet échange. Soyez assuré(e) que vos réponses resteront totalement anonymes et confidentielles

Répondant 1 : Je n'ai pas très envie d'être enregistrée.

Doris : Pas de souci, cela va rester anonyme. Ce n'est pas obligatoire, on peut juste discuter librement.

Doris : Pour commencer, quand on parle d'apéro, qu'est-ce qui vous vient en tête ?

(Thème 1 : Habitudes de consommation des produits apéritifs)

Répondant 1 : quand on parle d'apéro, je pense tout de suite à un bon moment en famille ou entre amis, une jolie table avec quelques olives, des petits toasts, un bon verre et surtout des rires, de la convivialité... C'est ça, l'apéro ! Un moment de partage où on prend le temps de discuter, de se raconter nos journées.

Doris : et quand on parle de salé à l'apéro vous pensez à quoi d'autre ?

Répondant 1 : Oh, sans hésiter, les chips ! Mais bon, ça dépend... parfois des cacahuètes aussi, ou des biscuits apéritifs. Après, tout dépend avec qui je suis. Si c'est en famille, on va prendre plus de choses variées.

Doris : Vous en achetez souvent ?

Répondant 1 : Honnêtement, pas tout le temps. J'en prends quand je fais les courses, mais c'est surtout quand on reçoit du monde.

Doris : (Relance silencieuse)

Répondant 1 : Après, si je vois une promo, je peux en prendre sans forcément avoir une occasion spéciale.

Doris : Et quand vous en mangez, c'est plutôt seule, en famille ou entre amis ?

Répondant 1 : Plutôt en famille ou entre amis. Seule, ça arrive, mais c'est plus rare.

Doris : Plutôt en famille ou entre amis ? (relance question)

Répondant 1 : Oui, parce que c'est plus sympa de partager ces moments-là !

Doris : Vous prenez toujours les mêmes produits ou vous aimez tester de nouvelles choses ?

Répondant 1 : J'ai mes classiques, mais si je vois une nouvelle saveur qui me tente, je peux essayer. Mais bon, je reviens souvent aux mêmes goûts finalement.

Doris : Maintenant, parlons un peu de Lay's. (Thème 2 : Perception de la marque Lay's)

Doris : Qu'est-ce que vous aimez chez Lay's ?

Répondant 1 : Déjà, c'est une marque connue, donc on sait ce qu'on achète. Et puis, ils ont pas mal de choix niveau saveurs. Après, certaines saveurs sont meilleures que d'autres, mais globalement, c'est une valeur sûre.

Doris : Et en termes d'image, comment percevez-vous cette marque ?

Répondant 1 : Plutôt positive... mais je trouve qu'ils pourraient faire plus d'efforts sur le côté « sain ».

Doris : Si vous deviez la décrire en quelques mots ?

Répondant 1 : Gourmande, classique... mais pas très originale.

Doris : Pas très originale ? (relance en écho)

Répondant 1 : Oui, ils innovent, mais pas plus que d'autres marques, je trouve.

Doris : Et par rapport aux autres marques de chips, comment évaluez-vous la qualité ?

Répondant 1 : Franchement, c'est bien. Après, parfois, je trouve que certaines chips sont trop grasses.

Doris : Trop grasses ? (relance en écho)

Répondant 1 : Oui, on le sent sur les doigts, et ça donne une sensation un peu écœurante.

Doris : S'il y avait un aspect à améliorer, ce serait quoi ?

Répondant 1 : Peut-être un peu moins de sel et d'huile ? Et pourquoi pas plus de variété dans les textures ?

Doris : Maintenant, parlons un peu des concurrents de Lay's et de ce qui influence vos choix. (Thème 3 : Concurrents)

Doris : Qu'est-ce qui vous fait choisir Lay's plutôt qu'une autre marque ?

Répondant 1 : Bah... souvent c'est le prix, et puis la disponibilité. On en trouve partout.

Doris : Et quels éléments rendent une marque de chips plus attractive selon vous ?

Répondant 1 : Je dirais les saveurs originales et la qualité des ingrédients.

Doris : Vous trouvez qu'ils ont assez de saveurs originales ?

Répondant 1 : Oui et non. Il y a du choix, mais parfois, j'aimerais des goûts un peu plus surprenants.

Doris : Quelles saveurs aimeriez-vous voir apparaître ?

Répondant 1 : Peut-être quelque chose d'épicé mais équilibré, ou un mélange sucré-salé. Un peu comme les chips asiatiques, avec des notes sucrées et pimentées.

Doris : On va maintenant parler d'innovations et voir ce qui pourrait vous intéresser parmi de nouvelles idées de produits Lay's. (Thème 4 : Nos produits innovants)

Doris : Si Lay's lançait des chips végétariennes, qu'est-ce qui vous attirerait le plus ?

Répondant 1 : Si c'est vraiment plus sain et que le goût est au rendez-vous, pourquoi pas. Mais faut pas que ce soit fade non plus je n'ai pas envie de manger du papier.

Doris : Et niveau texture, vous attendez quelque chose de particulier ?

Répondant 1 : Ça dépend... mais j'aimerais que ça reste croustillant.

Doris : Et si Lay's innovait avec un packaging plus écologique ?

Répondant 1 : Ah, ça c'est bien. Surtout si c'est recyclable, parce que les emballages plastiques, c'est pas top. Mais honnêtement c'est pas le critère le plus important quand j'achète des chips. Par contre s'ils pouvaient éviter les emballages trop gros avec plein d'air dedans ce serait top c'est vraiment insupportable.

Doris : Une glace Lay's, vous en pensez quoi ?

Répondant 1 : Euh... bizarre, non ? Faudrait voir le goût, mais j'suis pas convaincue, je pense même que l'idée me dégoute.

Doris : Bizarre ? (relance en écho)

Répondant 1 : Oui, parce que chips et glace, ça ne va pas trop ensemble dans ma tête.

Doris : Et l'idée de personnaliser ses chips ?

Répondant 1 : Je trouve que l'idée de personnaliser les chips, c'est sympa pour une occasion spéciale, ça change un peu des classiques. C'est vrai que ça pourrait être amusant d'avoir des saveurs ou des formes qui plaisent à tout le monde, surtout quand on est plusieurs à grignoter ensemble. Mais bon, si ça coûte trop cher ou si c'est compliqué à trouver, ça perd un peu son charme. Moi, je dirais que si ça reste raisonnable, pourquoi pas ça peut vraiment faciliter la vie.

Doris : Parmi ces innovations, laquelle vous semble la plus intéressante ?

Répondant 1 : J'aime beaucoup l'idée des chips veggie et de la personnalisation des chips. Mais je ne suis pas encore sûre de quel serait vraiment mon préféré. Si je devais choisir, je pencherais plutôt pour la personnalisation des chips, mais seulement si le prix et la facilité d'accès sont aussi attractifs que l'idée elle-même.

Doris : Merci beaucoup pour votre temps et vos réponses ! Avant de conclure cet entretien, pourriez-vous faire un récapitulatif des points essentiels que nous avons abordés ?

Répondant 1 : Alors, on a parlé de l'apéro, des chips, et de Lay's. J'ai dit que j'aime bien l'idée des chips veggie et de la personnalisation des chips, mais que je choisirais plutôt la personnalisation, à condition que ce soit abordable et facile à trouver. Voilà, c'est à peu près ça je crois.

Doris : Super, je vous remercie sincèrement pour votre participation et pour avoir pris le temps de répondre à toutes mes questions.

- **Répondant 2** : Homme de 19 ans, étudiant avec des revenus moyens, habitant en métropole, consommateur régulier de chips Lay's et de ses concurrents, en quête de nouveautés alimentaires.

Doris : Bonjour et merci de participer à cet entretien d'environ 30 minutes. Je me présente, Doris Donajski, étudiante en Techniques de Commercialisation à l'IUT de Montpellier-Sète. Dans le cadre de ma formation, je réalise des entretiens afin d'identifier le produit innovant le plus adapté aux attentes des consommateurs. L'objectif est de mieux comprendre vos préférences, vos habitudes et vos attentes en matière de snacking, afin de sélectionner un produit qui y répondra au mieux. Avant de commencer, si cela vous convient, j'aimerais enregistrer cet échange. Soyez assuré(e) que vos réponses resteront totalement anonymes et confidentielles

Répondant 2 : Ouais, carrément.

Doris : Nickel, alors, pour commencer, quand on parle d'apéro, qu'est-ce qui vous vient direct en tête ?

Répondant 2 : Franchement, saucisson direct, c'est un classique.

Doris : Et si on parle de trucs salés pour l'apéro, vous pensez à quoi d'autre ?

Répondant 2 : Chips et saucisson, toujours les bases.

Doris : Vous en achetez souvent ?

Répondant 2 : Je dirais deux à trois fois par semaine, facile.

Doris : (Relance silencieuse)

Répondant 2 : Après, si je tombe sur une promo, ça peut me tenter, même si j'en ai pas forcément besoin.

Doris : Et quand vous en mangez, c'est plutôt seul, en famille ou entre potes ?

Répondant 2 : Plutôt seul ou avec des potes, genre quand y'a une occasion.

Doris : Vous restez sur les mêmes produits ou vous aimez bien tester des nouveautés ?

Répondant 2 : J'ai mes incontournables, je change pas trop.

Doris : Maintenant, parlons un peu de Lay's. (Thème 2 : Perception de la marque Lay's)
Qu'est-ce que vous aimez chez Lay's ?

Répondant 2 : Franchement, déjà leur collaboration avec Messi, et puis c'est bon quoi.

Doris : Et niveau image, comment vous percevez la marque ?

Répondant 2 : Positive, c'est une marque de confiance.

Doris : Si vous deviez la décrire en quelques mots ?

Répondant 2 : Euh... fiable, un peu chère, et qualitative.

Doris : Et comparé aux autres marques de chips, vous diriez que la qualité est comment ?

Répondant 2 : Franchement, c'est solide, on peut toujours compter sur eux.

Doris : S'il y avait un truc à améliorer, ce serait quoi ?

Répondant 2 : Honnêtement, je sais pas trop.

Doris : Et quel critère est le plus important pour vous et pourquoi ?

Répondant 2 : Franchement, le prix, c'est ce qui compte le plus. Quand t'es étudiant, t'as pas un budget illimité, donc forcément, si un produit est trop cher, tu vas chercher une alternative moins coûteuse, même si t'aimes bien la marque.

Doris : et, les informations nutritionnelles influencent-elles vos choix d'acheter des produits Lay's ?

Répondant 2 : RIRE, "oui bien sur" (avec un ton ironique)

Répondant 2 : En vrai pas vraiment, j'avoue que je regarde pas trop ça. Quand j'achète des chips, c'est pour le plaisir, pas pour faire attention aux calories.

Doris : D'accord, maintenant, parlons un peu des concurrents de Lay's et de ce qui influence vos choix. (Thème 3 : Concurrents)

Qu'est-ce qui vous fait choisir Lay's plutôt qu'une autre marque ?

Répondant 2 : Souvent, c'est le prix qui décide.

Doris : Et qu'est-ce qui rend une marque de chips plus attractive à vos yeux ?

Répondant 2 : Je dirais les goûts originaux et la qualité des ingrédients.

Doris : Vous trouvez que Lay's propose assez de saveurs originales ?

Répondant 2 : Oui, mais franchement, Bret's fait mieux niveau saveurs originales.

Doris : Y'a une saveur en particulier que vous aimeriez voir arriver ?

Répondant 2 : Un truc à l'alcool, genre au Ricard, ça pourrait être stylé.

Doris : On va maintenant parler d'innovations et voir ce qui pourrait vous plaire parmi de nouvelles idées de produits Lay's. (Thème 4 : Nos produits innovants)

Si Lay's lançait des chips végétariennes, qu'est-ce qui vous donnerait envie d'essayer ?

Répondant 2 : Rien, honnêtement, ça a l'air fade.

Doris : Et si Lay's proposait un packaging plus écologique ?

Répondant 2 : Franchement, ça changerait pas mon achat, mais si c'est refermable, là ouais, ça serait grave utile.

Doris : Une glace Lay's, vous en pensez quoi ?

Répondant 2 : Ça me dégoûte un peu, j'avoue, j'ai du mal à capter le concept.

Doris : Et l'idée de personnaliser ses chips ?

Répondant 2 : Ça peut être cool, mais tout dépend du prix.

Doris : Parmi toutes ces innovations, laquelle vous tente le plus ?

Répondant 2 : Je pense que la personnalisation des chips, c'est le plus intéressant.

Doris : Merci beaucoup pour votre temps et vos réponses ! Pour finir, vous pouvez me faire un petit récap des points importants qu'on a abordés ?

Répondant 2 : Alors, on a parlé de l'apéro, des chips et de Lay's. J'ai dit que j'aimais bien l'idée de personnaliser les chips, mais que ça dépendait du prix. Et voilà, je crois qu'on a fait le tour.

Doris : Parfait, merci encore d'avoir pris le temps de répondre, c'était super intéressant !

- **Répondant 3** : Femme de 55 ans, travaillant dans le domaine de l'éducation, ayant un revenu moyen, consommatrice occasionnelle de chips.

Interviewer : Bonjour et merci de participer à cet entretien d'environ 30 minutes. Je me présente, Léa Vaudois, étudiante en technique de commercialisation à l'IUT de Montpellier. Dans le cadre de ma formation, je réalise des entretiens afin d'identifier le produit innovant le

plus adapté aux attentes des consommateurs. L'objectif est de mieux comprendre vos préférences, vos habitudes et vos attentes en matière de snacking afin de sélectionner un produit qui répondra au mieux à vos besoins. Avant de commencer, si cela vous convient, j'aimerais enregistrer cet échange. Soyez assurés que vos réponses resteront totalement anonymes et confidentielles.

Répondant 3 : D'accord, pas de problème.

Interviewer : Pour commencer, selon vous, quel est le produit incontournable lors d'un apéro?

Répondant 3 : Les cacahuètes parce que ça se mange très bien à l'apéro. C'est des petites bouchées. Tout le monde aime ça et c'est pratique. Voilà.

Interviewer : D'accord, et s'il n'y a pas de cacahuètes, que prenez-vous ?

Répondant 3 : Je prends des crudités.

Interviewer : Ok maintenant si je vous dis produits apéritifs, à quoi cela vous fait penser ? Autre chose que des cacahuètes ?

Répondant 3 : Les chips. Les tartinables. Des petits biscuits salés. Voilà.

Interviewer : Et donc, à quelle fréquence achetez-vous des produits apéritifs ? Souvent ou très rarement ?

Répondant 3 : Très peu souvent.

Interviewer : Vous les achetez lors de vos courses habituelles ou lorsque vous avez un besoin spécifique ?

Répondant 3 : Lorsque j'ai un besoin spécifique comme une rencontre familiale, un apéritif dînatoire, un repas.

Interviewer : Ok donc vous avez plutôt tendance à les consommer en famille ou entre amis ?

Répondant 3 : Oui mais surtout en famille.

Interviewer : Vous arrive-t-il d'en consommer seule ?

Répondant 3 : Non jamais.

Interviewer : Et quand vous les consommez, donc généralement lors des rencontres familiales ou des repas, est-ce que vous privilégiez toujours les mêmes produits ou vous aimez essayer de nouvelles options ?

Répondant 3 : J'aime bien changer un peu, pour ne pas être lassé mais je fais aussi attention à acheter des produits qui plairont à tout le monde.

Interviewer : Vous préférez acheter des produits apéritifs en grande quantité ou de manière plus modérée ?

Répondant 3 : Quand il y a des invités j'en achète en grande quantité mais généralement c'est de manière plus modérée, sinon, après ça sèche et c'est pas bon.

Interviewer : Si je vous dis chips, vous pensez à quelle marque en premier ?

Répondant 3 : La marque Lay's. Ou sinon la marque Vico aussi.

Interviewer : Qu'est-ce qui vous plaît le plus concernant la marque Lay's ?

Répondant 3 : Elles sont très bonnes et il y a plusieurs saveurs. Il y a du choix.

Interviewer : Comment percevez-vous l'image de la marque Lay's ? Est-ce que pour vous c'est une bonne marque ?

Répondant 3 : Je pense que c'est une bonne marque reconnue mondialement pour les chips.

Interviewer : Quel adjectif utiliserez-vous pour décrire Lay's ?

Répondant 3 : Quel adjectif ? Je dirais réconfortant.

Interviewer : Pourquoi ?

Répondant 3 : Parce que les chips c'est addictif et on se sent bien quand on en mange.

Interviewer : Et votre avis sur la qualité des produits Lay's par rapport à d'autres marques de chips comme Vico, par exemple ?

Répondant 3 : Je pense qu'elles sont peut-être moins grasses.

Interviewer : Avez-vous une consommation régulière des chips Vico ?

Répondant 3 : Non, non, pas du tout.

Interviewer : Si vous pouviez modifier un aspect des produits Lay's, ce serait quoi ? Que ce soit les chips ou l'emballage ?

Répondant 3 : Alors je ne sais pas s'ils font des minis paquets, mais c'est bien des fois d'avoir des plus petits paquets pour pas que les chips se ramollissent quand on a des gros paquets.

Interviewer : Selon vous, quel est le critère le plus important et pourquoi ?

Répondant 3 : Qu'elles soient bien croustillantes et qu'elles ne soient pas trop salées.

Interviewer : Est-ce que le prix influence vos décisions ?

Répondant 3 : Bien sûr le prix ça influence oui. Je ne me vois pas acheter des chips chères vu que je n'en mange pas beaucoup.

Interviewer : Et concernant les informations nutritionnelles, cela influence également vos choix d'acheter les produits Lay's ?

Répondant 3 : Oui je regarde les catégories nutritionnelles. Quand c'est trop haut j'en achète pas.

Interviewer : Et à partir de quelles catégories vous décidez de ne pas acheter de chips ?

Répondant 3 : À partir de C.

Interviewer : Quels sont les éléments qui vous font choisir Lay's plutôt qu'une autre marque de chips ?

Répondant 3 : Son rapport qualité-prix. Le prix est abordable et les goûts différents qui existent.

Interviewer : Vous connaissez beaucoup des goûts de Lay's ?

Répondant 3 : Je pense qu'il y a la classique, il doit y avoir goût fumé, goût barbecue peut-être, des chips de légumes.

Interviewer : Du coup, c'est quoi les éléments qui rendent une marque de chips plus attractive ?

Répondant 3 : La valeur nutritionnelle, si elles ne sont pas trop grasses ou pas trop salées.

Interviewer : Trouvez-vous que Lay's propose un choix de saveurs suffisant par rapport aux autres marques de chips ?

Répondant 3 : Oui je sais qu'il existe beaucoup de saveurs, je ne pense pas que les autres marques de chips en aient autant.

Interviewer : Est-ce que vous connaissez d'autres saveurs que les autres marques de chips font mais pas Lay's ?

Répondant 3 : Je ne sais pas, je ne connais pas beaucoup les autres chips.

Interviewer : Un peu d'imagination, il y a une saveur que vous aimeriez voir apparaître ?

Répondant 3 : Une saveur que j'aimerais voir apparaître ? Les lentilles.

Interviewer : Saveur lentilles ?

Répondant 3 : Oui, parce que j'ai vu que d'autres chips le faisaient. Des chips de lentilles ou des chips de betterave ou de légumes en fait.

Interviewer : Quelle est la marque qui propose ça ?

Répondant 3 : Je ne sais pas, je ne m'en souviens plus.

Interviewer : Et vous pensez que ça marcherait pour Lay's, des chips saveurs lentilles ou légumes ?

Répondant 3 : Oui, je pense que les chips de légumes marcheraient car les gens commencent à manger moins gras.

Interviewer : Selon vous, qu'est-ce qui rend une marque de chips plus innovante qu'une autre ?

Répondant 3 : La publicité ou le packaging.

Interviewer : Connaissez-vous d'autres marques de chips qui mettent en avant les aspects plus sains ? Donc tout ce qui concerne la valeur nutritionnelle.

Répondant 3 : Je pense qu'il y a Vico parce que c'est aussi une marque connue. Il y a une autre marque de chips française aussi, mais je n'ai plus le nom en tête. Ah si, Bretz qui a l'air pas mal fait ça aussi.

Interviewer : Avant de vous présenter nos quatre produits innovants, je veux tout d'abord savoir comment réagirez-vous face à la sortie d'un produit innovant pour la marque Lay's ?

Répondant 3 : Je serais très curieuse de voir comment c'est. Quand on pense à Lay's, c'est les chips qui nous viennent en tête alors produit innovant, je suis vraiment curieuse.

Interviewer : Est-ce que si Lay's sort ce produit innovant vous aurez tendance à l'acheter ?

Répondant 3 : Oui, tout à fait.

Interviewer : Même si c'est quelque chose qui a une valeur nutritionnelle au-delà de C ?

Répondant 3 : Oui, pour goûter. Si ça me plaît, je goûterai.

Interviewer : Alors du coup nous avons quatre produits innovants à vous proposer. Donc tout d'abord, on a les chips veggies, des chips à base de légumes comme les petits pois, les carottes ou la patate douce. Qu'est-ce qui vous attirerait le plus dans des chips végétariennes par rapport aux chips traditionnelles ?

Répondant 3 : Je pense que l'aspect plus sain m'attirerait le plus. Que ce soit des chips à base de légumes ça donne l'impression que c'est plus équilibré, moins calorique ou moins gras.

Interviewer : Pensez-vous que la texture des chips végétariennes serait similaire à celle des chips classiques, ou préféreriez-vous une texture différente ?

Répondant 3 : Je pense qu'une texture similaire donnerait plus envie. J'ai du mal avec les textures différentes de celles qu'on connaît. Et puis les chips c'est censées rester croustillantes !

Interviewer : Ensuite notre deuxième produit innovant est un packaging innovant donc qui est plus soucieux de l'environnement, qui utilise moins de plastique... Qu'est-ce que vous appréciez dans un packaging innovant pour les chips Lay's, par exemple un emballage écologique ou un design moderne ?

Répondant : Oui un emballage écologique, on parle beaucoup de l'environnement en ce moment ce serait bien.

Interviewer : Comment un packaging innovant pourrait-il influencer votre décision d'achat ? En ce qui concerne la praticité ou l'engagement écologique ?

Répondant 3 : J'aimerais bien voir un packaging qui sort de l'ordinaire. On a toujours eu l'habitude de voir des sachets simples. Un sachet qui conserve le croustillant des chips peut être ou qui a une forme originale.

Interviewer : Très bien, ensuite, nous avons la personnalisation de chips. Donc ça se présente sur le site internet de Lay's où vous pouvez créer votre propre sachet de chips, où vous mettez la forme que vous voulez, les saveurs que vous voulez. Vous pouvez aussi personnaliser le packaging selon les événements. Que pensez-vous de l'idée de personnaliser vos chips ? Comment cela pourrait-il améliorer votre expérience d'achat ?

Répondant 3 : C'est rigolo ça, ça peut être marrant, ça peut être bien. Pour des anniversaires ou des repas ça peut mettre une bonne ambiance.

Interviewer : Et ensuite le dernier produit innovant est une glace Lay's.

Répondant 3 : Non, ça, vraiment pas.

Interviewer : Mais si une glace Lay's était lancée, quel goût ou type de glace vous semblerait le plus intéressant ?

Répondant 3 : Je sais pas, des goûts classiques que tout le monde aime mais ça m'attire pas ça.

Interviewer : Donc du coup parmi ces quatre produits que je vous ai présentés, quel produit trouvez-vous être le plus pertinent pour Lay's ?

Répondant 3 : Le premier.

Interviewer : Les chips veggies ?

Répondant 3 : Oui.

Interviewer : Donc, quelle amélioration devrions-nous faire sur ces produits ? S'il y a quelque chose que vous voulez changer ? Par exemple pour la glace Lay's qui ne vous a pas du tout convaincue, si vous devriez apporter une amélioration, ce serait quoi ?

Répondant 3 : Déjà, la glace et les chips, je trouve que ça se marie pas très bien. Ou alors, faire une chip sucrée à la limite. Mais une chip salée sur de la glace, je vois pas trop ce que ça peut donner.

Interviewer : Pouvez-vous me dire quel est votre produit préféré parmi les quatre?

Répondant 3 : Les chips veggies parce que je pense que c'est plus sain et ça passe mieux.

Interviewer : Avant de conclure cet entretien, pourriez-vous faire un récapitulatif des points essentiels que nous avons abordés ?

Répondant 3 : Alors on a parlé du packaging des chips Lay's, de comment attirer un peu plus de client avec des nouveaux produits, des produits apéritifs, des concurrents.

Interviewer : Je vous remercie sincèrement pour votre participation et pour avoir pris le temps de répondre à toutes mes questions.

- **Répondant 4** : Homme de 18 ans, étudiant, n'ayant pas de revenu, consommateur de chips Lay's et de ses concurrents, aimant les nouveautés.

Interviewer : Bonjour et merci de participer à cet entretien d'environ 30 minutes. Je me présente, Léa Vaudois, étudiante en technique de commercialisation à l'IUT de Montpellier. Dans le cadre de ma formation, je réalise des entretiens afin d'identifier le produit innovant le plus adapté aux attentes des consommateurs. L'objectif est de mieux comprendre vos préférences, vos habitudes et vos attentes en matière de snacking afin de sélectionner un produit qui répondra au mieux à vos besoins. Avant de commencer, si cela vous convient, j'aimerais enregistrer cet échange. Soyez assurés que vos réponses resteront totalement anonymes et confidentielles.

Répondant 4 : Ça me dérange pas d'être enregistré si c'est anonyme.

Interviewer : Oui, tout est entièrement anonyme. Pour commencer cet entretien, j'aimerais savoir quel est, selon vous, le produit incontournable lors d'un apéro?

Répondant 4 : Je dirai les chips, c'est facile à manger et il y a plein de goûts. Après j'aime un peu tout lors des apéros, je mange beaucoup sans trop faire attention à ce que c'est tant que je passe un bon moment et que c'est bon.

Interviewer : Qu'est-ce que vous achetez le plus en produit apéritifs ?

Répondant 4 : J'avoue que j'achète plus à boire moi. Mais d'habitude je prends des trucs facile à manger et rapide du genre des chips ou des cacahuètes. Mais j'aime bien prendre du saucisson aussi.

Interviewer : Achetez-vous rarement ou fréquemment des produits apéritifs ?

Répondant 4 : Ça dépend des moments. En ce moment j'en achète pas beaucoup mais je sais que l'été j'en achète beaucoup plus avec les soirées entre potes.

Interviewer : Donc vous en achetez généralement lors d'un besoin spécifique ?

Répondant 4 : Oui mais ça m'arrive d'en acheter lorsque j'en ai envie sans raison particulière.

Interviewer : Vous avez plutôt tendance à les consommer en famille, seul ou entre amis ?

Répondant 4 : Un peu de tout je dirais, ça dépend vraiment de la période des fois j'en mange pas pendant des semaines et d'un coup j'en consomme beaucoup avec mes proches. Mais si je devais choisir je dirais entre amis, les apéritifs c'est souvent lors d'un moment entre pote pour passer un bon moment

Interviewer : Consommez-vous toujours les mêmes produits ou aimez-vous diversifier ?

Répondant 4 : Non j'essaie toujours de nouvelles choses, j'aime bien tenter des produits que j'ai jamais goûté avant. Mais bon des fois j'aurai aimé ne pas tenter. Mais oui j'aime quand même changer de produits lorsque j'en ai l'occasion.

Interviewer : Maintenant parlons de Lay's, qu'est-ce qui vous plaît le plus concernant la marque ?

Répondant 4 : Ce que j'aime chez Lay's c'est que c'est une marque classique, les chips sont toujours bonnes et ils s'adaptent aux nouveautés avec leurs saveurs différentes, il y en a pour tout le monde.

Interviewer : Est-ce que pour vous, Lay's est une bonne marque ?

Répondant 4 : Oui pour moi c'est une bonne marque car déjà elle est populaire donc ça veut dire qu'elle propose de bonnes chips de qualité après j'ai jamais été déçu par Lay's, je me régale toujours quand j'en mange

Interviewer : Si vous deviez décrire Lay's en un mot, ce serait quoi ? Et pourquoi ?

Répondant 4 : Plaisir, parce que quand tu ouvres un paquet de Lay's c'est toujours pour passer un bon moment. Comme devant un film, avec des amis... c'est une marque qui fait toujours plaisir

Interviewer : Et votre avis sur la qualité des produits Lay's par rapport à d'autres marques de chips ?

Répondant 4 : Je trouve leur chips très bonnes, après par rapport aux autres marques de chips je vois pas trop de différences, je sais que certains les trouvent plus salé mais moi ça me dérange pas

Interviewer : Si vous pouviez modifier quelque chose dans les produits Lay's ce serait quoi ?

Répondant 4 : Peut être ajouter des options plus saines pour faire plaisir à plus de monde ou alors ne pas laisser autant d'air dans les paquets de chips, les remplir un peu plus.

Interviewer : Quel est le critère le plus important et pourquoi ?

Répondant 4 : C'est le goût, si les chips ne sont pas bonnes pour n'importe quelle raison j'en achèterai pas.

Interviewer : Le prix influence vos décisions ?

Répondant 4 : Oui, je ne peux pas me permettre d'acheter des chips trop chères. Faut quand même que ça rentre dans mon budget quand je suis au course

Interviewer : Quels sont les éléments qui vous font choisir Lay's plutôt qu'une autre marque de chips ?

Répondant 4 : J'ai toujours eu l'habitude de prendre Lay's donc je sais à quoi m'attendre à chaque fois. Tant qu'il y a la qualité et un bon prix derrière.

Interviewer : Connaissez-vous beaucoup de saveurs Lay's ?

Répondant 4 : Oui, déjà il y a tout ce qui est classique, celles qu'on retrouve un peu partout. Mais je sais aussi qu'il en existe des plus originales, après j'ai pas tout goûté.

Interviewer : Quels sont les éléments qui rendent une marque de chips plus attractive ?

Répondant 4 : Le rapport qualité-prix je pense, ça influence beaucoup de personnes qui font attention comme moi au prix et à la qualité. Les pubs aussi ça peut rendre plus attractif, si on voit beaucoup une marque à la télé ou sur nos téléphones ça peut nous inciter à l'acheter.

Interviewer : Pensez-vous que Lay's proposent un choix de saveurs suffisantes ?

Répondant 4 : Ah oui, mais je trouve dommage qu'il n'ai pas plus de saveurs qui ne soient pas commercialisées en France, j'imagine qu'il doit en avoir des assez spéciales et je serais curieux d'en goûter.

Interviewer : Connaissez-vous des saveurs que Lay's ne proposent pas mais ses concurrents oui ?

Répondant 4 : Oui j'ai vu il y a pas longtemps que Bretz avait sorti goût carbonara et aligot, je pense pas que Lay's ai fait ça.

Interviewer : Il y a une saveur que vous aimeriez voir apparaître pour Lay's ?

Répondant 4 : Une saveur exacte je sais pas mais peut être quelque chose d'épicé, j'aime bien les saveurs assez fortes et piquantes.

Interviewer : Pensez-vous que cela marcherait pour Lay's ?

Répondant 4 : Oui, je pense que ça pourrait marcher car de plus en plus de gens aiment les choses épicées. Après on pourrait peut être varier la densité de l'épice, proposer quelque chose de fort et quelque chose d'un peu moins fort

Interviewer : Qu'est-ce qui rend une marque de chips plus innovante qu'une autre ?

Répondant 4 : Si la marque propose beaucoup de saveurs ça la rend plus innovante mais aussi si elle répond aux nouveautés, aux tendances actuelles. Je pense qu'une bonne marque innovante doit se moderniser constamment et écouter l'avis de ses clients.

Interviewer : Avant de vous présenter nos quatre produits innovants, j'aimerais d'abord savoir comment réagirez-vous face à la sortie d'un produit innovant pour la marque Lay's ?

Répondant 4 : Si c'est quelque chose qui sort de l'ordinaire je pense que j'aurai hâte de l'acheter et de le tester.

Interviewer : Nous avons donc quatre produits innovants à vous proposer. Tout d'abord, on a les chips veggies, des chips à base de légumes comme les petits pois, les carottes ou la patate douce. Qu'est-ce qui vous attirerait le plus dans des chips végétariennes par rapport aux chips traditionnelles ?

Répondant 4 : Le fait que ce soit plus sain, mais je trouve que c'est une bonne idée pour les végétariens de pouvoir consommer des chips avec différents légumes. Bon ça existe déjà mais si Lay's fait ça ils pourront attirer plus de clients.

Interviewer : Pensez-vous que la texture des chips végétariennes serait similaire à celle des chips classiques, ou préféreriez-vous une texture différente ?

Répondant 4 : Peut être elles pourraient être moins dures, moins croquantes. Si c'est fait à base de légumes on pourrait garder cet aspect «doux»

Interviewer : Notre deuxième produit innovant est un packaging innovant. Qu'est-ce que vous appréciez dans un packaging innovant pour les chips Lay's, par exemple un emballage écologique ou un design moderne ?

Répondant 4 : Ce serait bien d'avoir ce côté écologique ça pourrait montrer l'engagement de Lay's sur l'environnement. Ce serait bien aussi d'avoir un emballage qui sort de l'ordinaire, quelque chose d'unique.

Interviewer : Ensuite nous avons la personnalisation de chips. Cela se passe sur le site internet de Lay's où vous pourrez créer votre sachet de chips, mettre la forme de chips que vous voulez et les saveurs que vous voudrez. Vous pourrez aussi personnaliser le packaging. Que pensez-vous de l'idée de personnaliser vos chips ? Comment cela pourrait-il améliorer votre expérience d'achat ?

Répondant 4 : Ce serait vraiment cool ça, j'adore l'idée de pouvoir personnaliser mes chips. Si ce n'est pas trop cher, pourquoi pas.

Interviewer : Et ensuite le dernier produit innovant est une glace Lay's.

Répondant 4 : Une glace ?

Interviewer : Oui la glace aurait un goût classique comme vanille ou chocolat et le croquant serait des chips Lay's nature.

Répondant 4 : Ah ok

Intervieweur : Donc si une glace Lay's était lancée, quel goût ou type de glace vous semblerait le plus intéressant ?

Répondant 4 : Je vois plus une glace en cornet, on garderait cette forme avec la boule vanille et le cornet serait des chips du coup. Mais j'arrive pas à imaginer le mélange que ça peut donner.

Interviewer : Parmi ces quatre produits innovants, quel produit trouvez-vous être le plus pertinent pour Lay's ?

Répondant 4 : La personnalisation de chips.

Interviewer : Quelle amélioration devrions-nous faire sur ces produits ?

Répondant 4 : Je sais pas trop, je trouve les idées globalement bonnes. Peut être revoir la glace, et le coût que la personnalisation de chips peut avoir.

Interviewer : Pouvez-vous me dire quel est votre produit préféré ?

Répondant 4 : Je pense que c'est la personnalisation de chips, j'ai trouvé l'idée originale et drôle. Je pense qu'on pourra bien s'amuser comme ça en personnalisant nos paquet de chips.

Interviewer : Bien, avant de conclure cet entretien, pourriez-vous faire un récapitulatif des points essentiels que nous avons abordés ?

Répondant 4 : Alors on a parlé de vos produits innovants, des concurrents de Lay's, des saveurs proposées, de l'attractivité.

Interviewer : Je vous remercie sincèrement pour votre participation et pour avoir pris le temps de répondre à toutes mes questions.

- **Répondant 5** : Adolescent de 18 ans, n'ayant pas de revenu, habitant en métropole, consommatrice régulière de chips, aimant les produits innovants.

Rebecca : Bonjour et merci de participer à cet entretien d'environ 30 minutes. Je me présente, MARRE Rebecca, étudiante en Techniques de Commercialisation à l'IUT de Montpellier-Sète. Dans le cadre de ma formation, je réalise des entretiens afin d'identifier le produit innovant le plus adapté aux attentes des consommateurs. L'objectif est de mieux comprendre vos préférences, vos habitudes et vos attentes en matière de snacking, afin de

sélectionner un produit qui y répondra au mieux. Avant de commencer, si cela vous convient, j'aimerais enregistrer cet échange. Soyez assuré que vos réponses resteront totalement anonymes et confidentielles.

Répondant 5 : D'accord

Rebecca : À quel produit les produits apéritifs vous font penser ?

Répondant 5 : saucisson

Rebecca : À quelle fréquence achetez-vous des produits apéritifs ?

Répondant 5 : toutes les semaines

Rebecca : Achetez-vous des produits apéritifs lors de vos courses habituelles ou lorsque vous avez un besoin spécifique ?

Répondant 5 : lors de mes courses habituelles

Rebecca : Quand consommez-vous généralement des produits apéritifs ?

Répondant 5 : tous les soirs

Rebecca : Avez-vous tendance à les consommer seul, en famille ou entre amis ?

Répondant 5 : je consomme le plus souvent seul

Rebecca : Privilégiez-vous toujours les mêmes produits ou aimez-vous essayer de nouvelles options ?

Répondant 5 : J'aime essayer de nouvelles options

Rebecca : Préférez-vous acheter des produits apéritifs en grande quantité ou de manière plus modérée ?

Répondant 5 : Plus de manière modérée

Rebecca : Qu'est-ce qui vous plaît concernant la marque Lay's ?

Répondant 5 : Le côté craquant des chips

Rebecca : Comment percevez-vous l'image de la marque Lay's ?

Répondant 5 : comme le numéro un sur le marché des chips

Rebecca : Quels adjectifs utiliseriez-vous pour décrire Lay's ?

Répondant 5 : je dirais goûtu !

Rebecca : Quel est votre avis sur la qualité des produits Lay's par rapport à d'autres marques de chips ?

Répondant 5 : bah, elles sont bien, elles sont meilleures

Rebecca : Si vous pouviez modifier un aspect des produits Lay's, que choisiriez-vous ?

Répondant 5 : je mettrais plus de goût, différents goûts genre

Rebecca : Quel critère est le plus important pour vous et pourquoi ?

Répondant 5 : le côté craquant parce que c'est ce qui rend addict

Rebecca : Les informations nutritionnelles influencent-elles vos choix d'acheter des produits Lay's ?

Répondant 5 : non du tout

Rebecca : Quels sont les éléments qui rendent une marque de chips plus attractive ?

Répondant 5 : l'aspect du paquet

Rebecca : Qu'est-ce qui vous attire dans les produits de Lay's par rapport à ses concurrents ?

Répondant 5 : le croquant des chips

Rebecca : Trouvez-vous que Lay's propose un choix de saveurs suffisant par rapport aux autres marques de chips ?

Répondant 5 : par rapport à d'autres marques non

Rebecca : Y a-t-il une saveur que vous aimeriez voir apparaître ?

Répondant 5 : goût pesto

Rebecca : Connaissez-vous d'autres marques de chips qui mettent en avant les aspects plus sains ?

Répondant 5 : non je connais pas de marque mais des chips aux légumes

Rebecca : Comment réagiriez-vous face à la sortie d'un produit innovant de Lay's ?

Répondant 5 : je le goûterais

Rebecca : Qu'est-ce qui vous attirerait le plus dans des chips végétariennes par rapport aux chips traditionnelles ?

Répondant 5 : ah rien

Rebecca : Pensez-vous que la texture des chips végétariennes serait similaire à celle des chips classiques, ou préféreriez-vous une texture différente ?

Répondant 5 : ça m'étonnerait, oui une texture différente

Rebecca : Qu'est-ce que vous apprécierez dans un packaging innovant pour les chips Lay's par exemple, un emballage écologique ou un design moderne ?

Répondant 5 : je pense un emballage écologique et une fermeture zip

Rebecca : Comment un packaging innovant pourrait-il influencer votre décision d'achat ?

Répondant 5 : si y'a un zip genre j'achèterais des paquets plus grands car je pourrais les garder plus longtemps

Rebecca : Si une glace Lay's était lancée, quel goût ou type de glace vous semblerait le plus intéressant ?

Répondant 5 : glace à la patate supplément caramel sauce barbecue

Rebecca : Que pensez-vous de l'idée de personnaliser vos chips ? Comment cela pourrait-il améliorer votre expérience d'achat ?

Répondant 5 : bah au moins on est sûr d'obtenir la saveur et la texture qu'on veut

Rebecca : Parmi toutes ces innovations, laquelle vous tente le plus ?

Répondant 5 : la personnalisation

Rebecca : Pour finir, vous pouvez me faire un petit récap des points importants qu'on a abordés ?

Répondant 5 : la texture des patates, la qualité de l'emballage et innover des produits, cet entretien était intéressant.

Rebecca : Je vous remercie sincèrement pour votre participation et pour avoir pris le temps de répondre à toutes mes questions.

- **Répondant 6** : Femme de 25 ans, étudiante, ayant un revenu moyen, habitant en métropole, consommatrice occasionnelle de chips, aimant l'innovation.

Rebecca : Bonjour et merci de participer à cet entretien d'environ 30 minutes. Je me présente, MARRE Rebecca, étudiante en Techniques de Commercialisation à l'IUT de Montpellier-Sète. Dans le cadre de ma formation, je réalise des entretiens afin d'identifier le produit innovant le plus adapté aux attentes des consommateurs. L'objectif est de mieux comprendre vos préférences, vos habitudes et vos attentes en matière de snacking, afin de sélectionner un produit qui y répondra au mieux. Avant de commencer, si cela vous convient, j'aimerais enregistrer cet échange. Soyez assuré que vos réponses resteront totalement anonymes et confidentielles.

Répondant 6 : Oui oui, y'a pas de souci, ça me fait plaisir de participer et t'aider.

Rebecca : À quel produit les produits apéritifs vous font penser ?

Répondant 6 : Mhh je pense aux chips

Rebecca : À quelle fréquence achetez-vous des produits apéritifs ?

Répondant 6 : je pense acheter environ 1 fois par mois

Rebecca : Achetez-vous des produits apéritifs lors de vos courses habituelles ou lorsque vous avez un besoin spécifique ?

Répondant 6 : Juste quand j'ai un besoin spécifique

Rebecca : Quand consommez-vous généralement des produits apéritifs ?

Répondant 6 : Pendant un apéro ou une soirée le plus souvent

Rebecca : Avez-vous tendance à les consommer seul, en famille ou entre amis ?

Répondant 6 : j'en consomme le plus souvent entre amis et en famille

Rebecca : Privilégiez-vous toujours les mêmes produits ou aimez-vous essayer de nouvelles options ?

Répondant 6 : J'aime essayer de nouvelles options

Rebecca : Préférez-vous acheter des produits apéritifs en grande quantité ou de manière plus modérée ?

Répondant 6 : Plus de manière modérée

Rebecca : Qu'est-ce qui vous plaît concernant la marque Lay's ?

Répondant 6 : Leur grande diversité de goûts

Rebecca : Comment percevez-vous l'image de la marque Lay's ?

Répondant 6 : Comme une marque fiable, et de qualité

Rebecca : Quels adjectifs utiliseriez-vous pour décrire Lay's ?

Répondant 6 : ça serait conforme, savoureux

Rebecca : Quel est votre avis sur la qualité des produits Lay's par rapport à d'autres marques de chips ?

Répondant 6 : Elles sont de bonne qualité, les goûts sont respectés.

Rebecca : Si vous pouviez modifier un aspect des produits Lay's, que choisiriez-vous ?

Répondant 6 : Pourquoi pas de nouvelles formes

Rebecca : Quel critère est le plus important pour vous et pourquoi ?

Répondant 6 : La qualité du produit

Rebecca : Les informations nutritionnelles influencent-elles vos choix d'acheter des produits Lay's ?

Répondant 6 : Parfois, mais pas obligatoirement

Rebecca : Quels sont les éléments qui rendent une marque de chips plus attractive ?

Répondant 6 : La diversité des goûts et des formes

Rebecca : Qu'est-ce qui vous attire dans les produits de Lay's par rapport à ses concurrents ?

Répondant 6 : Je pense le fait qu'elles ont bon goût

Rebecca : Trouvez-vous que Lay's propose un choix de saveurs suffisant par rapport aux autres marques de chips ?

Répondant 6 : Oui absolument

Rebecca : Y a-t-il une saveur que vous aimeriez voir apparaître ?

Répondant 6 : Pas pour l'instant

Rebecca : Connaissez-vous d'autres marques de chips qui mettent en avant les aspects plus sains ?

Répondant 6 : Pas que je sache

Rebecca : Comment réagiriez-vous face à la sortie d'un produit innovant de Lay's ?

Répondant 6 : Je le testerais pour me faire un avis

Rebecca : Qu'est-ce qui vous attirerait le plus dans des chips végétariennes par rapport aux chips traditionnelles ?

Répondant 6 : La façon d'utiliser des produits végétariens en reproduisant des goûts de produits animaux

Rebecca : Pensez-vous que la texture des chips végétariennes serait similaire à celle des chips classiques, ou préféreriez-vous une texture différente ?

Répondant 6 : Je préfère que la texture reste la même

Rebecca : Qu'est-ce que vous apprécierez dans un packaging innovant pour les chips Lay's, par exemple un emballage écologique ou un design moderne ?

Répondant 6 : je pense un emballage écologique

Rebecca : Comment un packaging innovant pourrait-il influencer votre décision d'achat ?

Répondant 6 : Sur le côté pratique et biodégradable

Rebecca : Si une glace Lay's était lancée, quel goût ou type de glace vous semblerait le plus intéressant ?

Répondant 6 : J'en ai aucune idée

Rebecca : Que pensez-vous de l'idée de personnaliser vos chips ? Comment cela pourrait-il améliorer votre expérience d'achat ?

Répondant 6 : Je trouve que c'est une super idée car cela pourrait faire participer le client et le produit serait parfaitement adapté à sa demande.

Rebecca : Parmi toutes ces innovations, laquelle vous tente le plus ?

Répondant 6 : la meilleure c'est la personnalisation

Rebecca : Merci beaucoup pour votre temps et vos réponses ! Pour finir, vous pouvez me faire un petit récap des points importants qu'on a abordés ?

Répondant 6 : Tu m'as présenté ton projet, les différentes idées, le produit innovant, c'était sympa, j'ai aimé participer

Rebecca : Je vous remercie sincèrement pour votre participation et pour avoir pris le temps de répondre à toutes mes questions.

Annexe 2 : Tableau codage des données des entretiens individuels :

	<u>Répondant 1</u>	<u>Répondant 2</u>	<u>Répondant 3</u>	<u>Répondant 4</u>	<u>Répondant 5</u>	<u>Répondant 6</u>
<u>Thème 1 :</u> <u>Habitudes de consommation des produits apéritifs</u>						
1.1 : Fréquence d'achat des produits apéritifs	“honnêtement pas tout le temps” “j'en prends quand je fais mes courses, mais c'est surtout quand on reçoit du monde” “si je vois une promo, je peux en prendre sans forcément avoir une occasion spéciale”	“je dirai deux à trois fois par semaine”	“Très peu souvent” “lorsque j'ai un besoin spécifique”	“ça dépend des moments” “pas beaucoup en ce moment” “l'été j'en achète beaucoup plus” “ça m'arrive d'en acheter lorsque j'en ai envie sans raison particulière”	“toutes les semaines” “lors de mes courses habituelles”	“une fois par mois” “juste quand j'ai un besoin spécifique”
1.2 : Occasion de consommation des produits apéritifs	“plutôt en famille ou entre amis” “seule ça arrive, mais plus rare”	“plutôt seul ou avec des potes, genre quand y a une occasion”	“rencontre familiale, apéritif dinatoire, repas” “surtout en famille”	“j'en consomme beaucoup avec mes proches” “je dirai entre amis, les apéritifs c'est souvent un moment entre potes”	“tous les soirs” “je consomme le plus souvent seul”	“pendant un apéro ou une soirée” “j'en consomme le plus souvent entre amis et en famille”

1.3 : Préférences des produits apéritifs	“si je vois une nouvelle saveur qui me tente, je peux essayer” “mais bon je reviens souvent aux mêmes goûts”	“j’ai mes incontournables, je change pas trop”	“j’aime bien changer un peu” “quand il y a des invités en grande quantité” “mais généralement de manière plus modérée”	“j’essaie toujours de nouvelles choses” “j’aime bien tenter des produits que j’ai jamais goûté avant” “j’aime changer quand j’en ai l’occasion”	“j’aime essayer de nouvelles options” “plus de manière modérée”	“j’aime essayer de nouvelles options” “de manière modérée”
Thème 2 : Perception de la marque Lay’s						
2.1 : Image de la marque Lay’s	“c’est une marque connue donc on sait ce qu’on achète” “pas mal de choix niveau saveurs” “plutôt positive” “mais je trouve qu’ils pourraient faire plus d’effort sur le côté sain” “gourmande, classique mais pas très originale”	“déjà leur collaboration avec Messi et puis c’est bon” “positive c’est une marque de confiance” “fiable, un peu cher et qualitative”	“très bonne” “plusieurs saveurs” “bonne marque reconnue mondialement” “réconfortant” “addictif on se sent bien quand on en mange”	“bonne marque car elle est populaire” “propose de bonnes chips de qualité” “jamais été déçu” “plaisir parce que quand tu ouvres un paquet de Lay’s c’est toujours pour passer un bon moment”	“comme le numéro un sur le marché des chips” “je dirai goutu”	“comme une marque fiable et de qualité” “conforme, savoureux”
2.2. : Qualité perçue des produits Lay’s	“c’est bien, après je trouve que certaines chips sont trop grasses” “ça donne une sensation un peu écoeurante”	“c’est solide on peut toujours compter sur eux” “*“	“moins grasses” “mini paquet pour pas que les chips se ramollissent”	“très bonnes” “par rapport aux autres marque je vois pas trop de différences” “peut être ajouter des options plus saines” “ne pas laisser autant d’air dans les	“elles sont bien, elles sont meilleures” “je mettrais plus de goût, différents goûts”	“elles sont de bonnes qualité, les goûts sont respectés” “pourquoi pas de nouvelles formes”

				paquets de chips "les remplir un peu plus"		
2.3 : Freins et motivations	"moins de sel et d'huile" "plus de variété dans les textures"	"le prix c'est ce qui compte le plus" "si un produit est trop cher, tu vas chercher une alternative moins chère"	"qu'elles soient bien croustillantes et pas trop salée" "le prix influence" "je regarde les valeurs nutritionnelles"	"le goût" "je ne peux pas me permettre d'acheter des chips trop chères"	"le côté craquant parce que c'est ce qui rend addict"	"la qualité du produit"
Thème 3 : Concurrents des produits Lay's						
3.1 : Attractivité	"les saveurs originales et la qualité des ingrédients"	"les goûts et la qualité"	"son rapport qualité-prix" "prix abordable" "les goûts différents qui existent" "la valeur nutritionnelle, si elles sont pas trop grasses et salées"	"j'ai toujours eu l'habitude de prendre Lay's" "tant qu'il y a la qualité et un bon prix derrière" "rapport qualité prix" "les pubs"	"l'aspect du paquet" "le croquant des chips"	"la diversité des goûts et des formes" "qu'elles ont bon goût"
3.2 : Diversité des saveurs proposées	"il y a du choix mais parfois j'aimerais des goûts un peu surprenant"	"oui mais franchement Bret's fait mieux niveau saveur originale"	"je pense qu'il y a la classique, il doit y avoir goût fumé, goût barbecue peut être des chips de légumes" "il existe beaucoup de saveurs" "une saveur que j'aimerais voir apparaître les lentilles"	"déjà il y a tout ce qui est classique, celle qu'on retrouve un peu partout" "il en existe des plus originales" "je trouve dommage qu'il n'ai pas plus de saveurs qui ne soient pas commercialisées" "quelque"	"choix de saveurs pas suffisant par rapport aux autres marques"	"diversité de saveurs suffisant"

				chose d'épicé "j'aime les saveurs assez fortes et piquantes"		
3.3 : Innovation et différenciation	"quelque chose d'épicé mais équilibré" "un mélange sucré-salé un peu comme les chips asiatiques"	"un truc à l'alcool genre Ricard"	"le packaging" "la publicité" "Vico et Bretz mettent en avant les aspects plus sains"	"si la marque propose beaucoup de saveurs" "si elle répond aux nouveautés" "doit se moderniser constamment et écouter l'avis de ses clients"	"goût pesto"	
Thème 4 : Produits innovants de Lay's						
4.1 : Chips veggie	"si c'est vraiment plus sain et que le goût est au rendez-vous" "j'aimerais que ça reste croustillant"	"honnêtement ça a l'air fade"	"l'aspect plus sain m'attirerait" "ça donne l'impression que c'est plus équilibrée moins calorique ou moins gras" "une texture similaire donnerait plus envie" "les chips c'est censées être croustillantes"	"bonne idée pour les végétariens" "pourraient être moins dures, moins croquantes"	"une texture différente"	"la façon d'utiliser des produits végétariens" "je préfère que la texture reste la même"
4.2 : Packaging innovant	"c'est bien surtout si c'est recyclable" "s'ils pouvaient éviter les emballages trop gros avec plein d'air"	"ça changerai pas mon achat, mais si c'est refermable la ouais, ce serait utile"	"un emballage écologique, on parle beaucoup de l'environnement en ce moment ce serait bien" "voir un"	"ce serait bien d'avoir ce côté écologique" "ce serait bien aussi d'avoir un emballage unique"	"un emballage écologique et une fermeture" "si y a une fermeture je pourrai acheter des paquets plus"	"je pense un emballage écologique" "le côté pratique et biodégradable"

	dedans ce serait top”		packaging qui sort de l’ordinaire” “un sachet qui conserve le croustillant des chips” “forme originale”		grands car je pourrais garder plus longtemps”	
4.3 : Glace Lay’s	“bizarre non” “faudrait voir le goût mais je suis pas convaincue, je pense même que l’idée me dégoute”	“ça me dégoute un peu” “j’ai du mal à capter le concept”	“non ça vraiment pas” “ça m’attire pas”	“je vois plus un glace en cornet” “mais j’arrive pas à imaginer le mélange”		“j’en ai aucune idée”
4.4 : Personnalisatio n de chips	“c’est sympas pour une occasion spéciale, ça change un peu des classiques” “ça pourrait être amusant d’avoirs plusieurs saveurs ou des formes qui plaisent à tout le monde” “mais si ça coûte trop cher ou si c’est compliqué à trouver, ça perd un peu son charme”	“ça peut être cool mais tout dépend du prix”	“c’est rigolo ça” “ça peut être marrant” “pour des anniversaires ou des repas ça peut mettre l’ambiance”	“ce serait vraiment cool ça” “j’adore l’idée” “si c’est pas trop cher pourquoi pas”	“on est sur d’obtenir la saveur et la texture qu’on veut”	“je trouve que c’est une super idée car cela pourrait faire participer le client” “le produit serait adapté”

Annexe 3 : Tableau du produit innovant sélectionné :

	<u>Chips veggie</u>	<u>Packaging innovant</u>	<u>Glace Lay's</u>	<u>Personnalisation de chips</u>
<u>Répondant 1</u>				X
<u>Répondant 2</u>				X
<u>Répondant 3</u>	X			
<u>Répondant 4</u>				X
<u>Répondant 5</u>				X
<u>Répondant 6</u>				X
<u>Total</u>	1	0	0	5

Annexe 4 : Retranscription de l'entretien de groupe :

Animateur : Bonjour à tous et bienvenue à cet entretien de groupe qui est consacré à la recherche d'un nom pour notre produit innovant. Ce produit est la personnalisation de chips, permettant ainsi aux consommateurs de choisir la saveur, la forme des chips ainsi que de personnaliser le packaging selon leurs préférences et envies. Avant de commencer cet entretien, pourriez-vous me dire quels mots, idées ou images vous viennent à l'esprit quand vous pensez à un produit innovant et personnalisé ?

Participant 8 : Originalité, surprise.

Participant 4 : Créatif, moderne, un produit que je peux adapter à mes goûts.

Participant 1 : Une expérience unique

Participant 6 : Quelque chose qui peut me représenter

Animateur : Bien, nous allons commencer par la première phase individuelle de cet entretien qui consiste à trouver des mots, des idées ou même un nom si vous en trouvez un directement. Je vais donc vous laisser 5 minutes pour réfléchir à des idées avant de mettre en commun. Je vous rappelle qu'il n'a pas de bonnes ou de mauvaises réponses.

- 5 minutes -

Animateur : Nous allons maintenant passer à la mise en commun de vos idées. Vous allez chacun votre tour annoncer votre idée en expliquant votre choix.

Participant 1 : Moi j'avais pensé à Ma Lay's parce que c'est hyper personnel, le consommateur va vraiment sentir que c'est lui décide parce que c'est sa Lay's.

Participant 2 : Moi je voyais bien un jeu de mots avec parce que j'aime bien ça. J'ai déjà une idée mais je sais pas si ça conviendrait vraiment, ce serait un truc genre A Lay'sy, pour faire référence à "allez-y"

Participant 3 : Alors moi j'ai choisi PersonnaLays, c'est un nom international. Parce qu' en anglais, personnaliser ça se dit personalized et du coup, PersonnaLays tout le monde peut comprendre. Donc forcément c'est pour ça que j'ai choisi ça et je trouve ça cool.

Participant 4 : J'ai choisi Mon Croquant parce que c'est une façon de dire que c'est ma personnalisation, le croquant rappelle la texture des chips.

Participant 5 : Moi j'ai pensé à Crisp'You parce que je trouve que ça combine bien l'idée de croustillant avec le Crisp et le côté personnalisable avec le You.

Participant 6 : Perso je vois bien ChipsToMe car ça résume bien le fait de personnaliser les chips et ça montre aussi que les chips sont faites pour nous et pas pour quelqu'un d'autre

Participant 7 : Moi j'aime bien ChipsCréa, c'est un nom qui nous montre directement ce que c'est. Chips pour l'aliment et Créa qui est le diminutif de création.

Participant 8 : Je voyais plus un truc du genre SaveursMix

Animateur : Très bien j'ai noté vos idées. Je vais maintenant vous redire les noms pour que vous puissiez discuter de leur impact et de leur pertinence. Nous pourrions en modifier, en améliorer ou même en supprimer. C'est vous qui décidez. Le premier est Ma Lay's.

Participant 3 : Je trouve que ça ressemble à malaise. Non, mais c'est vrai, Ma Lay's ça ressemble à malaise.

Participant 5 : J'aime le côté personnel du nom mais je trouve qu'il manque un peu de créativité. Après il est facile à retenir et on comprend de suite que c'est Lay's.

Participant 2 : Moi à la limite, j'aurais fait un truc genre My Lay's. Parce qu'en mettant un Y au lieu du I ça rappellerait le Y de la marque. Et en anglais, ça marche aussi.

Participant 4 : Moi je suis d'accord avec ce qu'a dit Carla.

Animateur : Qu'en pensez les autres ?

Participant 6 : Je suis d'accord, My Lay's serait une meilleure option car c'est international et on comprend l'idée de personnaliser.

Participant 8 : My Lay's est plus fort comme nom mais tout dépend si on garde le côté international ou non.

Participant 2 : Je pense on peut garder le côté international oui, ça aura plus d'impact.

Animateur : Bien, si personnes n'a rien à rajouter, le deuxième est A Lay'sy.

Participant 8 : C'est original mais je me demande si les gens vont comprendre ce que ça signifie. Je pense que c'est trop compliqué comme nom.

Participant 3 : Et si il faut avoir une vision plus internationale, personne ne comprendrait le jeu de mot.

Participant 1 : Je suis d'accord, oui c'est original mais le nom pourrait porter à confusion. Et je suis pas sûre que ça donnerait une bonne image pour Lay's ça.

Participant 4 : Le côté humour dans le nom me plaît, mais ici, je sais pas si c'est pertinent.

Animateur : Autre chose ?

Animateur : Le troisième est PersonnaLay's.

Participant 1 : J'adore ce nom, je trouve qu'il a un bon potentiel surtout avec le côté international, je pense que c'est important ça dans le nom.

Participant 8 : J'aime le côté de personnalisation qui ressort, c'est ce qu'on attend de ce nom. Et avec le nom de la marque juste après, je le trouve très bien.

Participant 7 : Je suis d'accord, ce nom me plaît beaucoup.

Animateur : Le quatrième est Mon Croquant

Participant 2 : Je trouve pas ça hyper pertinent, mon croquant ça peut être pleins d'aliments pas forcément des chips.

Participant 1 : Je suis d'accord et les gens qui ne connaissent pas forcément vont se demander ce que c'est.

Participant 5 : Après il est simple et efficace, le Mon montre bien que c'est nos chips.

Participant 3 : Peut être changer le Croquant, mettre un nom qui nous fait plus penser au chips.

Animateur : Le cinquième est Crisp'You

Participant 6 : Je trouve que le Crisp n'a pas trop d'intérêt, on veut personnaliser des chips, c'est ce qui doit ressortir dans le nom.

Participant 2 : Je suis d'accord.

Participant 7 : Je vois mais Crisp montre quand même le côté croustillant des chips. Mais je comprend qu'il manquerait peut être quelque chose qui montre vraiment la personnalisation.

Animateur : Le sixième est ChipsToMe

Participant 7 : Dans ce nom on voit bien ce que la marque veut montrer, que les chips sont pour nous.

Participant 8 : J'aime le nom, il exprime direct que les chips sont à nous.

Participant 4 : Je trouve juste que le nom n'est pas aussi explicite que PersonnaLay's par exemple.

Animateur : Le septième est ChipsCréa

Participant 1 : J'aime ce nom, il est simple mais je dirai même trop simple. Il pourrait être encore plus amélioré.

Participant 5 : Je suis d'accord, le nom est intéressant mais il pourrait être plus original.

Animateur : Et le dernier est SaveursMix

Participant 3 : Je trouve pas que le nom soit clair et percutant. Dans cette innovation, on personnalise tout même le packaging, parler que des saveurs dans le nom c'est pas très clair.

Participant 7 : Je suis d'accord avec lui.

Participant 4 : Je pense pareil, il serait bien mais pas en nom de l'innovation, pourquoi pas dans un des modules proposés quand on est dessus.

Animateur : Bien. Après toutes ses discussions, y a-t-il des noms qui pourraient être enlevés car ils ne correspondent pas aux attentes de l'innovation ?

Participant 3 : Je pense qu'on peut enlever A Lay'sy, Crisp'You et SaveursMix

Participant 5 : Que pensez-vous de ChipsToMe et ChipsCrea ?

Participant 1 : Si l'on devait en enlever un, je pense que ce serait ChipsToMe.

Participant 8 : Je suis d'accord.

Animateur : Si tout le monde est d'accord, nous ne gardons pas ces 4 noms. A présent, nous allons repasser dans une phase individuelle qui consiste à évaluer les noms restants. Vous aurez 5 minutes pour évaluer chaque nom en les classant par ordre de préférences. Nous confronteront ensuite vos résultats pour identifier le nom le plus pertinent.

- 5 minutes -

Animateur : Je vais maintenant vous annoncer les 2 noms qui sont le plus ressortis. En premier nous avons My Lay's et en deuxième nous avons PersonnaLay's. Vous allez maintenant devoir choisir le nom qui vous semble être le meilleur pour l'innovation. Pour

cela, nous allons effectuer un vote pour désigner le nom vainqueur. Participant 1, que choisis-tu ?

Participant 1 : My Lay's

Animateur : Participant 2 ?

Participant 2 : My Lay's

Animateur : Participant 3 ?

Participant 3 : PersonnaLay's

Animateur : Participant 4 ?

Participant 4 : My Lay's

Animateur : Participant 5 ?

Participant 5 : My Lay's

Animateur : Participant 6 ?

Participant 6 : PersonnaLay's

Animateur : Participant 7 ?

Participant 7 : My Lay's

Animateur : Participant 8 ?

Participant 8 : PersonnaLay's

Animateur : Sur un total de 5 votes My Lay's est le nom qui le remporte. Merci à tous pour votre participation et votre contribution.

Annexe 5 : Tableau codage des données de l'entretien de groupe :

	<u>Rép 1</u>	<u>Rép 2</u>	<u>Rép 3</u>	<u>Rép 4</u>	<u>Rép 5</u>	<u>Rép 6</u>	<u>Rép 7</u>	<u>Rép 8</u>
<u>Thème 1 : Le nom</u>								
1.1 : My Lay's		"My Lay's" "le Y rappellera it la	"malaise"		"j'aime le côté personnel " "manque	"meilleure option car c'est internatio nal"		"plus fort"

		marque”			de créativité” “facile à retenir” “on comprend ”	“on comprend l’idée de personnal iser”		
1.2 : A Lay’sy	“pourrait porter à confusio n” “pas sûre que ça donnera it une bonne image”		“personne ne comprend rait le jeu de mot”	“le côté humour me plaît” “mais pertinent? ”				“original” “mais compliqu é”
1.3 : PersonnaLay’s	“j’adore” “bon potentie l” internati onal”						“me plaît beaucoup ”	“côté personnal isation qui ressort” “très bien”
1.4 : Mon Croquant	“les gens qui ne connais sent pas forcéme nt vont de demand er ce que c’est”	“pas hyper pertinent” “peut être pleins d’aliment s”	“changer le Croquant”		“simple et efficace”			
1.5 : Crisp’You					“Crisp montre le côté croustillan t” “manque quelque chose qui montre la personnali sation”	“Crisp pas trop d’intérêt”		

1.6 : ChipsToMe				“pas aussi explicite”			“voit bien ce que la marque veut montrer”	“exprime direct que les chips sont à nous”
1.7 : ChipsCrea	“simple mais trop simple” “encore plus amélioré”				“intéressant mais pourrait être plus original”			
1.8 : SaveursMix			“pas clair et percutant”	“pas en nom d’innovation”				

Annexe 6 : Tableau du nom retenu pour le produit innovant :

	<u>My Lay's</u>	<u>PersonnaLay's</u>
<u>Répondant 1</u>	X	
<u>Répondant 2</u>	X	
<u>Répondant 3</u>		X
<u>Répondant 4</u>	X	
<u>Répondant 5</u>	X	
<u>Répondant 6</u>		X
<u>Répondant 7</u>	X	
<u>Répondant 8</u>		X
<u>Total</u>	5	3

