



SAE Etudes Marketing

Hauguel Paul – Momier Lucas – Ez-Zejjari Ibtihal



SOMMAIRE

1.	INTRODUCTION ET CONTEXTE :	3
2.	LA STRATEGIE D'ENQUETE	4
2.1	PROBLEMATIQUE ET OBJECTIFS	4
2.2	L'ARTICULATION DES ENTRETIENS	5
3.	RAPPEL DES PRODUITS :	7
3.1	PRODUITS REJETES :	9
4.	ENTRETIENS INDIVIDUELS	11
4.1	STRUCTURE DES ENTRETIENS	12
4.2	GUIDE D'ENTRETIEN	13
4.3	ÉCHANTILLONNAGE	14
4.4	RETRANSCRIPTION DES DONNEES	16
4.5	CODAGE ET SYNTHÈSE DES DONNEES	33
5.	ENTRETIEN DE GROUPE	41
5.1	STRUCTURE DE L'ENTRETIEN DE GROUPE	42
5.2	GUIDE D'ENTRETIEN DE GROUPE	43
5.3	ÉCHANTILLONNAGE	44
5.4	RETRANSCRIPTION DE L'ENTRETIEN	46
5.5	CODAGE ET SYNTHÈSE DES DONNEES	53
6.	CONCLUSION	57



1. Introduction et Contexte :

Au cours de ce premier semestre, nous avons réalisés notre première SAE. Durant cette dernière, nous avons eu pour mission de réaliser une étude de marché complète sur une marque agro-alimentaire. Dans notre cas, nous avons choisi la marque Président. Appartenant au groupe Lactalis, elle se spécialise notamment dans le fromage et le beurre industriel. Dans notre étude, nous nous sommes concentrés sur son activité fromagère.

Par la suite, la seconde étape de notre mission de fin de semestre était de créer, en le justifiant, un panel de 6 produits. Ces produits devaient d'abord être innovants, permettant à la marque d'en faire une gamme diversifiée. En élargissant ses ventes et sa clientèle.

Naturellement, nous avons créées ces idées de produits novateurs en estimant qu'elles pourraient être susceptibles d'apporter une plus-value pour la marque.

Tout au long de ce second semestre, nous avons eu pour mission, en procédant étape par étape à travers une série d'entretiens de ne conserver qu'un seul de ces produits à l'issue d'une étude qualitative : le plus adapté et le plus complet.

En procédant étape par étape, nous avons réalisés ce dossier regroupant l'ensemble des éléments qui ont organisés, et nous ont permis de mettre en place une étude qualitative afin de répondre à la problématique pour la marque Président.



2. La stratégie d'enquête

2.1 Problématique et objectifs

Lorsque l'on réalise une étude quelle qu'elle soit, il est toujours nécessaire de procéder avec un objectif en vue. Pour pouvoir mener à bien cette mission, nous avons donc établi une base, nous avons cherchés à déterminer avant tout ce que nous recherchions dans notre travail. Pour cela, nous avons travaillé autour d'une problématique managériale, correspondant au problème que l'entreprise cherchait à résoudre. Nous avons pu, à partir de cette dernière, bâtir une problématique d'enquête ainsi qu'une liste d'objectifs qui ont orientés notre travail.

Notre étude cherchera donc à répondre à une première question, tournée vers l'action que nous pose l'entreprise : « quel serait le meilleur produit novateur à commercialiser pour la marque Président ? »

Afin de pouvoir y répondre au mieux, nous allons quant à nous, en tant qu'enquêteurs, nous poser une nouvelle problématique cette fois-ci tournée vers l'information. Nous chercherons à comprendre et déterminer **quels sont les goûts et préférences des consommateurs vis-à-vis de la marque Président et de ses produits.**

Nous avons disséqué notre problématique d'enquête en y associant divers objectifs nous permettant de définir tous les points auxquels nous cherchons à répondre, et ainsi pouvoir cibler les informations essentielles pour ce faire :

- ➔ Sélectionner le produit innovant à commercialiser
- ➔ Déterminer la/les caractéristique(s) des produits qui intéressent le plus les consommateurs
- ➔ Quel nom donner au produit sélectionné
- ➔ Comment promouvoir le produit
- ➔ Quels sont les freins à la consommation des produits
- ➔ Quelles peuvent-être les motivations à la consommation de ces produits



2.2 L'articulation des entretiens

Pour mener à bien notre enquête, nous avons répartis nos objectifs afin de pouvoir les associer à chacune des formes d'entretien mise en place. L'idée était donc de les organiser comme une suite logique afin d'obtenir à l'arrivée des informations complètes permettant d'apporter une réponse à chacun de nos objectifs.

Nous réaliserons dans un premier temps une série d'entretiens individuels qui nous permettront de **déterminer la meilleure innovation** pour la marque Président, parmi toutes celles que nous avons imaginés, et au préalable sélectionné.

Nous réaliserons dans cette première étape une série d'entretiens semi-directifs qui nous permettront de cibler précisément les informations recherchées, tout en laissant un certain degré de liberté dans le discours des répondants, et par la suite de pouvoir comparer l'ensemble des réponses obtenues.

Dans une seconde partie, nous réaliserons un entretien de groupe. A la suite des entretiens individuels, il nous permettra de compléter et d'appuyer les données obtenues. L'objectif final de cet entretien de groupe sera de pouvoir **déterminer en détail les caractéristiques du produit sélectionné, pour pouvoir éventuellement l'améliorer et ainsi obtenir un produit prêt à la commercialisation.**

Nous l'organiserons sous la forme d'un groupe de réflexion, cette forme d'entretien nous permettra de garantir une certaine liberté dans le discours des répondants et ainsi de pouvoir développer des avis susceptibles d'apporter des informations intéressantes à notre enquête.

Nous avons ensuite divisé nos objectifs et les avons assignés à chacun de nos entretiens.





Entretien individuel = déterminer le produit innovant à commercialiser	Entretien groupe = les caractéristiques du produits et ses améliorations.
<ul style="list-style-type: none"> → Savoir si les répondants connaissent la marque → Comprendre les aspects des produits qui intéressent le plus les consommateurs → Comprendre ce qu'ils aimeraient voir sur les produits → Connaître les freins et motivations à la consommation → Sélectionner le produit innovant à commercialiser 	<ul style="list-style-type: none"> → Quel nom donner au produit sélectionné → Quelle campagne de commercialisation appliqué pour promouvoir le produit → Quelle taille pour le produit (en lot ; unitaire...) → Quels sont les freins qui menacent la commercialisation du nouveau produit → Quelles sont les motivations qui vont pousser les consommateurs à acheter le produit → Connaître les perceptions de la marque président (afin de déterminer quelle identité donner au produit)

Pour les entretiens qui seront réalisés, nous avons différentes consignes. Nous devons faire 2 entretiens individuels par personne. Nous ferons également un entretien de groupe.


Nous procéderons en étape, les entretiens individuels nous permettront de déterminer des informations ciblées, qui nous serviront ensuite dans la réalisation de l'entretien de groupe.



3. RAPPEL DES PRODUITS :

Produits	Avantages	Inconvénients
Produit 1 : Fromage personnalisable 	<p>Conformément au cours de marketing, nous vivons à l'air de la coopération et de la personnalisation.</p> <p>Les gens ont une envie d'avoir un produit qui leur est « propre » et proche de leurs attentes.</p> <p>L'idée avec ce fromage est de s'inscrire complètement dans cette ère et de proposer conséquemment un produit qui s'y insère.</p>	<p>Le fromage étant personnalisé coûtera plus cher (à la production et vente) et sera plus « haut de gammes ».</p> <p>Difficile à mettre en place.</p>
Produit 2 : Camembert végétal 	<p>Les comportements végans sont dans la société actuelle en augmentation.</p> <p>Président proposant des produits laitiers, ils ne consomment pas de produits de production animale et donc pas de fromage.</p> <p>L'objectif est de s'adapter à cette nouvelle tendance en s'alignant sur ce besoin.</p> <p>Les végans sont d'ailleurs généralement prêts à investir plus d'argent pour leur alimentation.</p>	<p>Production plus coûteuse car différenciée (production synthétique de produits laitiers).</p>

<p>Produit 3 : Lait pour le corps</p> 	<p>Permettrait de toucher un nouveau marché, diversification de l'activité, leurs sources de revenus et leur renommé.</p> <p>La marque fonctionnant déjà en lien avec les produits laitiers peut continuer de fonctionner avec sa production.</p>	<p>L'image initiale de la marque peut être négative pour la vente de produits d'hygiène.</p>
<p>Produit 4 : Boisson lactée aromatisée</p> 	<p>Les plus gros consommateurs de la marque ont entre 35 et 49 ans, pour toucher un nouveau segment de marché, la marque pourrait proposer des boissons aromatisées à différent goût (chocolat, fruitée etc...) plus adaptées aux attentes d'un public plus jeune.</p> <p>Pour sensibiliser les plus jeunes à l'environnement, la marque proposera des packagings biodégradables.</p> <p>Consommable rapidement et en déplacement, répond aussi à un besoin de rapidité.</p>	<p>Nouveau segment de marché pour la marque, risque de ne pas fonctionner.</p>
<p>Produit 5 : Barre de fromage protéiné</p> 	<p>Les consommateurs sont aujourd'hui plus soucieux de leur santé, cela passe aussi par le sport.</p> <p>Nous voulons proposer des produits qui s'adaptent à ce besoin avec un apport protéiné plus important.</p>	<p>Il s'agit d'une niche, risque d'avoir un faible public.</p>

<p>Produit 6 : Mini camembert</p> 	<p>Les consommateurs ont de moins en moins de temps pour consommer ce camembert individuel emballée dans sa poche de cire est facilement, rapidement consommable et transportable. Il touche un nouveau segment.</p>	<p>Marques déjà installées sur le segment, exemple de Babybel notamment.</p>
--	--	--

3.1 Produits rejetés :

Avant de passer à l'étape des entretiens pour déterminer le meilleur produit, nous avons entrepris de notre côté de diminuer le nombre de produits en déterminant ceux qui nous semblaient les moins intéressants à commercialiser, ou en tout cas les moins susceptibles de fonctionner auprès des consommateurs. Nous allons donc expliquer dans cette partie la réflexion qui nous a conduit en rejetant ces produits.

➔ Produit 1 : le fromage personnalisable

Le 1^{er} produit que nous avons rejeté est aussi le premier dans notre liste. Nous l'avons imaginé avant tout pour son aspect premium qui nous plaisait, laissant la possibilité à chacun la possibilité d'avoir son propre produit.

Cependant, s'il avait peut-être pu fonctionner à une échelle artisanale, il serait difficile voire impossible de le mettre en place à grande échelle. En effet, il aurait été nécessaire de personnaliser également le processus de production pour ce faire. De ce fait, des délais et des coûts importants s'imposeraient. Nous l'avons donc rejeté.

➔ Produit 3 : lait pour le corps

Pour le produit 3 de notre liste, le lait pour le corps. Nous l'avons à l'origine imaginé en espérant toucher un segment et un marché totalement différent de

celui sur lequel la marque Président fonctionne normalement. Nous apprécions la possibilité de se diversifier complètement.

Cependant, en raison de l'image de marque initiale de la marque qui propose des produits alimentaires. Nous avons eu peur qu'elle soit trop éloignée de l'image que l'on attendrait d'une marque pour des produits d'hygiène, voire plus, qu'elle dégoûte les consommateurs et vienne à se torpiller pour cette raison. Nous avons donc aussi éliminé ce produit de notre liste.

➔ Produit 5 : barre de fromage protéiné

Le cinquième produit de notre liste est un produit que nous avons surtout imaginé pour proposer une nouvelle gamme, plus orientée vers un segment sportif que familial et grand public. Avec le recul, nous avons pensés qu'il serait un produit trop niche, qu'il risquerait seulement d'atteindre une cible trop réduite pour pouvoir fonctionner correctement, nous l'avons donc lui aussi retiré de la sélection que nous étudierons à travers ce travail.

A partir de cela, nous avons réduits par deux la liste de produits que nous chercherons à étudier dans le travail suivant. De ce fait, nous pourrons mieux orienter les entretiens que nous réaliserons afin de déterminer le meilleur produit à commercialiser pour la marque Président.

Nous avons retenu trois produits ; le camembert végétal, les boissons lactées aromatisées et le mini-camembert. Tous sont surlignés en gras dans le tableau de rappel présent à la page 4.



4. Entretiens individuels

Pour mettre en place les entretiens individuels, la solution optimale nous a parue être le choix des entretiens semi-directifs. En effet, ce format comporte beaucoup d'intérêts en nous permettant de **comparer facilement les discours obtenus** tout en **ciblant directement les informations que l'on recherche**, et en laissant une **certaine liberté** aux répondants de **développer leurs propos**.

Au cours de ces entretiens, nous chercherons à « déterminer le meilleur produit innovant à commercialiser pour la marque Président » parmi ceux que nous avons imaginés durant le premier semestre. A partir des réponses données par les interviewés.

Ce type d'entretien est alors optimal dans notre cas. En effet nous avons pour objectif dans l'entretien individuel :

Savoir si les répondants connaissent la marque : nous avons fixé cet objectif en premier dans les entretiens individuels car il nous permettra d'avoir conscience de la valeur des avis et des arguments. En effet l'avis n'aura pas le même impact venant d'un répondant qui ne connaît pas la marque et qui ne pourra donc pas forcément répondre à toutes les questions. Comparé à un répondant qui connaît la marque et qui a conscience des produits et à déjà son image de la marque en tête.

Comprendre quel aspect des produits attire le plus les consommateurs : cet objectif nous aide à comprendre quels produits innovants nous aident le plus à attirer les consommateurs et peut être le plus intéressant à commercialiser. En effet, nous allons chercher à prendre conscience de l'aspect pratique (type de fromage, format, façon de consommer ...) sur lequel on peut commencer à s'appuyer pour déterminer le produit innovant final.

Comprendre ce qu'ils aimeraient voir sur le produit : Cet objectif-ci va nous permettre de comprendre à quels niveaux les innovations doivent se faire, où il est le plus pertinent d'innover.

Connaître les motivations et les freins à la consommation du produit innovant : nous avons donc fixé cet objectif afin de pouvoir réagir en proposant le produit innovant susceptible de contrer les freins et d'appuyer sur les motivations (comprendre quel produit s'en rapproche le plus).

Sélectionner le produit innovant à commercialiser : Cet objectif est le dernier à atteindre lors des entretiens individuels car c'est l'objectif principal de ces derniers.



4.1 Structure des entretiens

Nous démarrerons par une phrase de présentation : « Bonjour, je me présente (Identité de l'interviewer), dans le cadre de mes études à l'IUT de Montpellier nous avons pour mission de réaliser une enquête sur des produits alimentaires, dans notre cas des produits laitiers, et précisément du fromage. L'interview devrait durer une trentaine de minutes, je vous remercie pour le temps que vous nous accorder : pour les besoins de ce travail nous voudrions enregistrer vos réponses pour pouvoir les réécouter ensuite. Si vous le voulez bien nous allons pouvoir commencer... »

La consigne de départ sera simple, nous lancerons la conversation en nous interrogeons la connaissance de la marque du répondant. Nous commencerons ainsi : « connaissez-vous la marque Président ?

Dans une première partie de l'entretien, nous passerons par une phase introductive qui cherchera à mettre à l'aise l'interviewé. Pour lui permettre de s'exprimer plus librement, afin d'obtenir des réponses qui souffriront du moins de biais possibles, avec pour objectif de réunir des réponses les plus proches possibles des pensées de notre interlocuteur.

L'objectif de cette partie sera de poser les bases de l'entretien, nous chercherons à contrer la superficialité des questions qui peuvent être provoquées par le stress ou le manque d'aise de certains pour cet exercice. Nous commencerons par les thèmes les plus larges pour continuer sur des thèmes plus précis et ciblés. Notre premier thème portera sur la connaissance de la marque.

C'est le principe de la méthode en entonnoir, on part des thèmes les plus larges en ramenant petit à petit vers le cœur de notre sujet.

Ainsi, nous passerons ensuite à une seconde phase : le centrage du sujet. Nous nous rapprocherons durant cette période de thèmes plus spécifiques à notre sujet et donc plus intéressant pour pouvoir apporter une réponse solide à ce dernier, dans ces thèmes là nous chercherons à mieux comprendre les freins et à l'inverse les préférences des consommateurs en vue, toujours, de déterminer le meilleur produit à commercialiser pour la marque.

Durant ces parties évoquées, nous voulons avant tout obtenir un degré de liberté maximal dans le discours des répondants. D'une part pour obtenir des idées auxquelles nous n'aurions pas pensés, ou autrement de voir si les gens pourraient naturellement se rapprocher des idées que nous avons eues pour nos innovations. Volontairement, nous n'aurons donc pas encore présentés les 3 produits que nous avons retenus de notre côté. Nous les présenterons rapidement aux répondants juste avant le thème 4.



Nous rentrerons à partir de cette étape dans la dernière phase de l'entretien, la phase d'approfondissement. Les questions posées aborderont directement les produits que nous avons imaginés et nous permettrons d'obtenir des réponses spécifiquement dédiées au choix du meilleur produit.

4.2 Guide d'entretien

Thème	Objectifs	Question ouverte pour lancer chaque thème	Questions de relances pour relancer le thème
Thème 1	Savoir si les répondants connaissent la marque	Connaissez-vous la marque président	<p>Quel type de produit propose Président ?</p> <p>Avez-vous déjà consommé des produits de la marque ?</p> <p>Où pouvez-vous vous procurer leurs produits ?</p>
Thème 2	Comprendre quels aspects des produits attire le plus les consommateurs	Quelles caractéristiques des produits vous attire le plus ?	<p>Son origine a-t-elle une influence sur l'image que vous avez du fromage ?</p> <p>Quel type de fromage aimez-vous le plus ?</p> <p>De quelle façon préférez-vous consommer le fromage ? (À la main, à tartiner etc)</p>
Thème 3	Comprendre ce qu'ils aimeraient voir sur le produit	Quelle innovation aimeriez-vous voir chez la marque président	<p>A quel niveau du produit une innovation serait la plus judicieuse (goût/composition...) ?</p> <p>Quelle nouveauté pourrait vraiment vous pousser à consommer un produit Président ?</p>
Thème 4	Connaître les motivations et les freins à la	Quelles sont vos motivations et vos freins à la	La composition des produits a-t-elle une importance pour vous ?



	consommation du produit innovant	consommation de ce produit innovant ?	<p>Quelle importance a le prix d'un produit comme celui-ci ?</p> <p>Comment vos valeurs influencent votre consommation du produit ?</p> <p>Quel rôle joue la santé dans votre consommation ?</p>
Thème 5	Sélectionner le produit innovant a commercialisé	Si vous deviez acheter un produit parmi les 3 innovations, lequel serait-il ?	<p>Pourquoi achèteriez-vous chacun des 3 produits présentés ?</p> <p>Pourquoi n'achèteriez-vous pas chacun des 3 produits présentés ?</p>

4.3 Échantillonnage

■ Echantillon idéal

Pour composer un échantillon idéal pour une étude qualitative, nous prendrions entre 20 et 30 personnes. Pour simplifier, nous pouvons prendre une moyenne à 25 personnes. Avoir un échantillon important est censé permettre de réellement recueillir des avis différents et donc d'obtenir au final des informations plus poussées.

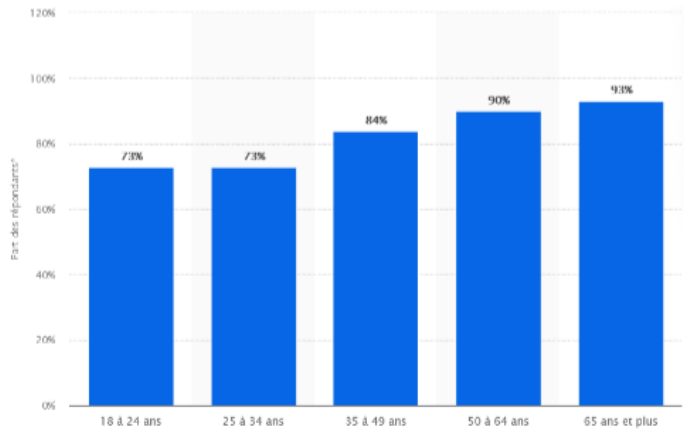
Dans ce même sens, il est nécessaire de prendre des individus possédant des caractéristiques relativement différentes, que nous déterminerons, afin d'obtenir des réponses qui ne soient pas trop similaires à chaque fois.

Comme nous analysons ici les nouveaux produits que la marque Président pourrait implanter sur le marché, il est évidemment important de prendre des consommateurs actuels ; mais aussi des non-consommateurs relatifs et absolus. Ils pourraient nous permettre de mieux comprendre les freins et barrières susceptibles de limiter la consommation.

On peut aussi considérer un critère universel qui s'applique non-seulement à tous les produits mais aussi à ceux qui concernent notre étude. En effet, on dénote des différences liées à l'âge. Si tous les Français consomment plus ou moins du fromage, on remarque tout de même une évolution à la fois de la consommation et de la connaissance des différents fromages. Il serait nécessaire également, pour obtenir des réponses



suffisamment structurées d'instaurer un âge palier, par exemple en ne prenant pas de répondants âgés de moins de 16 ans.



*Part des répondants qui consomment du fromage au moins 1 fois par semaine (Statista)

En France, la consommation de produits laitiers entre hommes et femmes est à peu près équivalente entre les deux sexes (88% des femmes consomment des produits laitiers frais contre 86% des hommes. Source : Syndifrais). Il n'est donc pas intéressant de retenir ce critère.

De plus, nous recherchons à comprendre dans nos entretiens individuels quel produit serait le plus judicieux à commercialiser. Si l'on veut donc déterminer les préférences, il est nécessaire de prendre aussi en compte les limites de la consommation, ainsi, nous répartirions l'échantillon avec un autre critère que serait différentes habitudes alimentaires s'opposant à la consommation de produits laitiers. Cela pourrait tout à fait être en raison de valeurs personnelles comme le véganisme (qui interdit la consommation de produits issus de production animale) ou certaines religions.

Résumé des critères de sélection :

- Consommation/non-consommation
- Âge
- Habitudes alimentaires

■ Echantillon réel

Dans la réalité des choses, il nous est demandé dans les consignes de réaliser deux entretiens individuels pour chaque membre du groupe. Dans notre cas, nous en réaliserons donc 4.



Par ailleurs, en raison de différentes contraintes géographiques et temporelles, nous avons dû nous adapter et procéder avec un échantillon qui ne correspondait pas forcément à ce que nous aurions pu avoir dans le meilleur des scénarios. Bien que nous ayons tenté de réaliser des entretiens en prenant en compte au mieux possible les critères de sélection précédemment établis, nous avons été contraints de réaliser nos entretiens avec un échantillon de convenance, c'est-à-dire que nous avons seulement pu les réaliser avec des individus proches de nous que nous avons donc facilement à disposition et qui ont acceptés de répondre à nos questions.

4.4 Retranscription des données

1^{er} entretien :

Interviewer : Bonjour, je m'appelle Lucas Momier. Dans le cadre d'un devoir dans mes études en BUT Techniques de commercialisation à l'IUT Montpellier-Sète, Aujourd'hui nous allons nous entretenir sur la marque président et ses innovations. Cet entretien ne devrait pas nous prendre plus de 30 minutes ! Afin de faciliter mon travail, consentez-vous à ce que cet entretien soit enregistré ? Bien évidemment tout ce qui sera dit restera confidentiel.

Répondant : Oui, bien sûr vous pouvez m'enregistrer !

Interviewer : parfait sur ce nous pouvons débiter l'entretien. Consommez-vous des produits laitiers ?

Répondant : Oui, j'en consomme beaucoup depuis toujours surtout enfant je buvais énormément de lait le matin et je mangeais des yaourts ainsi que du fromage au dessert des repas

Interviewer : vous n'en consommez plus du tout ?

Répondant : Si j'en consomme toujours mais beaucoup moins qu'avant je n'ai pas les moyens d'en consommer autant et le temps aussi ralenti ma consommation de lait le matin par exemple ou de fromage au repas.

Interviewer : mmmh, les produits laitiers sont trop chers selon vous ?

Répondant : Oui avec l'inflation tout est devenu hors de prix cela est bien dommage car c'est toujours un plaisir de prendre un bon petit déjeuner ou un bon dessert à base de produits laitiers.



Interviewer : d'accord maintenant pouvez-vous me dire si vous connaissez des marques de produits laitiers ?

Répondant : Oui je connais Danone, Yoplait et également président.

Interviewer : Président ?

Répondant : Président propose des fromages, crème fraîche et beurre non ?

Interviewer : exactement, Consommez-vous certains produits président ?

Répondant : effectivement il m'arrive d'en consommer quelques-uns surtout les fromages avec principalement le camembert et aussi le fromage râpé.

Interviewer : d'accord, ou achetez-vous les produits président ?

Répondant : en général en supermarché comme aldi ou auchan ou encore dans les petits casinos en ville.

Interviewer : uniquement en grande distribution donc ?

Répondant : Oui c'est ça.

Interviewer : Super. Maintenant pouvez-vous me donner les caractéristiques des produits de la marque présidents qui vous attire le plus

Répondant : honnêtement, la qualité de président... comparé à d'autres marques président à des produits qui m'inspire confiance avec cette qualité. Au niveau du goût je préfère les fromages et surtout le camembert président. Il y a aussi le packaging qui est assez attrayant et de bonne qualité.

Interviewer : Et pour vous l'origine du fromage a-t-elle une grande importance dans votre choix de consommation ?

Répondant : Oui surtout pour le fromage et les produits laitiers, l'origine est un critère qui m'importe beaucoup.

Interviewer : Vous ne consommez donc que des fromages made in France ?

Répondant : Oui exactement. Je ne fais pas trop confiance à l'exportation etc. sur ce genre de produits.

Interviewer : mmmh, Maintenant pouvez-vous me dire quel type de fromage vous plait le plus ?

Répondant : les fromages crémeux



Interviewer : d'accord et de quelle façon préférez-vous consommer le fromage ?

Répondant : avant le dessert avec du pain et un fromage à la main et non à tartiner.

Interviewer : okay je vois. A présent nous allons voir quelles innovations vous préférez voir chez président. C'est à dire à quel niveau innoveriez-vous ?

Répondant : Oh, je pense que j'inviterais au niveau du packaging.

Interviewer : qu'est-ce que vous changeriez ?

Répondant : pour l'emmental je ferais des emballages recyclables et non en plastique

Interviewer : d'accord intéressant. Apporteriez-vous plus des innovations au niveau du goût ou au niveau de la façon de consommer voir même au niveau de la composition.

Répondant : au niveau de la façon de consommer, car le goût a marqué mon enfance et la composition n'a rien à se reprocher.

Interviewer : Donc innover sur la façon de consommer le fromage vous pousserait à consommer ce produit ?

Répondant : Exactement

Interviewer : super, Est ce que vous pouvez me dire quels sont vos freins et vos motivations à la consommation de produits président ?

Répondant : pour ce qui est des freins je pense que le plus important est le prix des produits président, ensuite il y a le manque de temps qui fait que je ne peux pas trop consommer les produits président. Les motivations sont la qualité et la composition avec le goût. Il y a aussi l'habitude étant donné que j'ai toujours consommé du fromage au dessert.

Interviewer : Super merci. Pour finir je vais vous présenter 3 innovations de produit président et vous me donnerez votre avis pour chacun des trois produits

Répondant : je suis prêt !

Interviewer : Parfait, nous avons donc pour commencer le camembert végétal qui est à base de produit végétal 100% naturel et donc peut être consommé par les végétariens par exemple. Pouvez-vous me dire pourquoi vous achèteriez ou non ce produit ?

Répondant : Non je ne suis pas du tout attiré par ce genre de produit je trouve que si nos convictions nous interdisent de consommer des produits issus des animaux ou de certains en



particulier cela ne sert à rien de consommer des produits qui s'en rapprochent. De plus j'aurais peur que le goût soit trop impacté donc je n'achèterais pas ce produit

Interviewer : okay je comprends. Maintenant je vous présente le mini camembert président à consommer n'importe où n'importe comment. Conservé par une poche en cire afin de garder la fraîcheur et le goût du camembert président. Achèteriez-vous ou non ce produit ?

Répondant : Ah oui ce produit est très pratique pour moi, sur la façon de consommer le fait qu'il n'y ai pas besoin de couteau de quoi que ce soit c'est une bonne innovation ce produit se rapproche des Babybel mais avec le goût du camembert président j'achèterais ce produit sans hésiter.

Interviewer : Parfait, le dernier produit est la boisson lactée président aromatisée au chocolat, vanille ou fraise. Elle est sous forme de petite bouteille recyclable.

Répondant : c'est comme les candy'up ?

Interviewer : exactement mais avec le lait président

Répondant : je vois, en vérité je ne pense pas acheter ce produit. Pour moi président c'est une marque de fromage de beurre ou de crème fraîche cela me dégouterait d'acheter une boisson président en plus de ça Candy 'up a bercé ma jeunesse je ne serais pas prêt de lâcher cette marque.

Interviewer : D'accord, merci beaucoup pour votre avis !



2^{ème} entretien :

Interviewer : Bonjour, je m'appelle Lucas Momier. Dans le cadre d'un devoir dans mes études en BUT Techniques de commercialisation à l'IUT Montpellier-Sète, Aujourd'hui nous allons nous entretenir sur la marque président et ses innovations. Cet entretien ne devrait pas nous prendre plus de 30 minutes ! Afin de faciliter mon travail, consentez-vous à ce que cet entretien soit enregistré ? Bien évidemment tout ce qui sera dit restera confidentiel.

Répondant : c'est bon pour moi

Interviewer : d'accord alors commençons. Consommez-vous des produits laitiers ?

Répondant : j'en consomme pas mal au quotidien surtout en cuisine avec le beurre et la crème fraîche

Interviewer : d'accord, vous ne consommez pas d'autres types de produits laitiers ?

Répondant : Si je consomme aussi du lait et parfois du fromage.

Interviewer : super quel type de fromage consommez-vous ?

Répondant : eh je consomme pas mal de fromage râpé et également du fromage blanc, du camembert et d'autre

Interviewer : d'accord maintenant pouvez-vous me dire si vous connaissez des marques de produits laitiers ?

Répondant : pour le beurre je consomme souvent les marques bas de gamme et pour le fromage je consomme principalement des fromages de qualité made in France de président et chez le fromager.

Interviewer : Consommez-vous certains produits président ?

Répondant : oui je consomme beaucoup les crèmes fraîches et aussi leur camembert

Interviewer : d'accord, ou achetez-vous les produits président ?



Répondant : en grande distribution chez Leclerc en général

Interviewer : uniquement là-bas

Répondant : oui en général

Interviewer : Super. Maintenant pouvez-vous me donner les caractéristiques des produits de la marque présidents qui vous attire le plus

Répondant : je dirais la qualité avec des prix convenable

Interviewer : Et pour vous l'origine du fromage a-t-elle une grande importance dans votre choix de consommation ?

Répondant : oui j'aime manger des produits locaux et pour moi l'origine est liée à la qualité

Interviewer : mmmh, Maintenant pouvez-vous me dire quel type de fromage vous plait le plus ?

Répondant : les fromages durs et les fromages crémeux

Interviewer : d'accord et de quelle façon préférez-vous consommer le fromage ?

Répondant : au dessert avec du pain ou au petit déjeuner

Interviewer : okay je vois. A présent nous allons voir quelles innovations vous préférez voir chez président. C'est à dire à quel niveau innoveriez-vous ?

Répondant : j'augmenterais le nombre de fromages et la composition c'est-à-dire peut être rajouter des herbes assaisonnement etc...

Interviewer : vous ne voulez pas changer le prix ou le packaging

Répondant : non pour moi le prix est symbole de qualité et mon revenu me permet de ne pas trop être impacté par celui-ci. Pour le packaging de président, il est unique et me permet de reconnaître les produits dans les rayons.

Interviewer : d'accord intéressant. Apporteriez-vous plus des innovations au niveau du goût ou au niveau de la façon de consommer voir même au niveau de la composition.

Répondant : comme je l'ai dit peut-être rajouté des assaisonnements sinon la façon de consommer peut-être faciliter la consommation mais je ne vois pas comment s'y prendre



Interviewer : super, Est ce que vous pouvez me dire quels sont vos freins et vos motivations à la consommation de produits président ?

Répondant : je n'ai pas forcément de freins et ce qui me motive reste la qualité et le goûts des produits

Interviewer : Super merci. Pour finir je vais vous présenter 3 innovations de produit président et vous me donnerez votre avis pour chacun des trois produits

Répondant : d'accord

Interviewer : Parfait, nous avons donc pour commencer le camembert végétal qui est à base de produit végétaux 100% naturel et donc peut être consommé par les végan par exemple. Pouvez-vous me dire pourquoi vous achèteriez ou non ce produit ?

Répondant : non parce que les végétariens qui ne veulent pas manger de produits issus des animaux n'ont pas d'intérêt à consommer des produits s'y rapprochant. Mise à part ça les normes en France les protègent donc pas de doute au niveau du goût.

Interviewer : oka je comprends. Maintenant je vous présente le mini camembert président à consommer n'importe où n'importe comment. Conservé par une poche en cire afin de garder la fraîcheur et le goût du camembert président. Achèteriez-vous ou non ce produit ?

Répondant : oui parce que c'est pratique surtout pour les balades, il faut faire attention au gaspillage par contre comme c'est petit cela multiplie le packaging donc pas très écologique donc il faut travailler sur cela.

Interviewer : Parfait, le dernier produit est la boisson lactée président aromatisée au chocolat, vanille ou fraise. Elle est sous forme de petite bouteille recyclable.

Répondant : oui pratique pour le goûter, respecte l'image de président car les produits laitiers sont qualitatifs par contre le prix doit être attractif pour pouvoir faire face à la concurrence.

Interviewer : D'accord, merci beaucoup pour votre avis !



3^{ème} entretien : Gabriel, étudiant en médecine, 21 ans.

E : « Bonjour, je me présente (Identité de l'interviewer), dans le cadre de mes études à l'IUT de Montpellier nous avons pour mission de réaliser une enquête sur des produits alimentaires, dans notre cas des produits laitiers. L'interview devrait durer une vingtaine de minutes, je vous remercie pour le temps que vous nous accorder : pour les besoins de ce travail nous voudrions enregistrer vos réponses pour pouvoir les réécouter ensuite. Si vous le voulez bien nous allons pouvoir commencer... »

R : « Okay pas de problèmes je vais essayer de répondre au mieux »

E : « Pour commencer est-ce que vous savez quel genre de produits propose la marque Président ? »

R : « A ce qu'il me semble c'est déjà surtout des produits laitiers tels que le beurre ou le fromage »

E : « Parfait, vous en avez déjà consommé j'imagine ? »

R : « Oui bien sûr, par exemple le beurre déjà j'en mange souvent et le fromage de temps en temps plutôt. C'est une marque qu'on trouve un peu partout donc je vais facilement vers ce genre de produits. »

E : « C'est plutôt satisfaisant en termes de qualité vous diriez ? »

R : « Oui ça reste des produits assez banaux je dirais mais c'est sûr que c'est standard quoi, ce n'est ni exceptionnel ni mauvais je pense. »

E : « Et ce genre de produits vous les prenez où généralement ? »



R : « Eh bien dans les centres commerciaux ou dans les magasins tout simplement »

E : « Les grandes surfaces plutôt donc ? »

R : « Oui c'est ça globalement »

E : « D'accord très bien, je vais maintenant pouvoir aborder un second thème donc, personnellement qu'est-ce qui vous attire le plus dans ce genre de produits »

R : « En général c'est plutôt le goût qui m'intéresse avant tout je dirais »

E : « Et vous diriez que l'origine d'un produit éventuellement peut avoir un impact sur l'image que vous pouvez en avoir ? »

R : « Oui certainement, je pense que ça peut avoir un certain impact parce que si j'apprends que le produit vient de trop loin par exemple peut-être que je choisirais plutôt un produit qui a été fait plus localement »

E : « D'accord très bien, concernant les fromages j'imagine que vous le savez mais il y en a plusieurs genres, on peut retrouver les pates dures, les pates molles... Vous avez une idée peut-être de vos préférences par rapport au type de fromage ? »

R : « Directement c'est plutôt les fromages à pates dures qui me viennent à l'esprit comme l'emmental ou le comté je dirais. »

E : « Et vous le consommez de quelle façon ou à quel moment de la journée plutôt ? »

R : « Dans le repas du soir, c'est plutôt le soir ouais je dirais. Souvent avec du pain ça passe bien ! »



E : « Donc par rapport au fromage qu'est-ce que vous, vous aimeriez bien voir de différent, que ce soit au niveau du goût, de la texture ou de la composition par exemple. Qu'est-ce que vous aimeriez bien voir de différent ? »

R : « Ce qui m'importe le plus dans le fromage je pense que c'est le goût tout simplement donc c'est là que j'aimerais peut-être quelque chose de différent, c'est ce que je préfère ressentir quand je mange quelque chose comme du fromage ou beurre »

E : « Et vous pourriez par exemple imaginer une chose nouvelle dans le fromage qui pourrait vraiment vous pousser à en consommer ? »

R : « Comme ça là je n'ai pas vraiment d'idées en tête, mais comme je vous le disais c'est plutôt le goût qui m'importe donc j'aimerais plutôt voir quelque chose de différent à ce niveau. »

E : « et éventuellement est-ce que vous pourriez apprécier voir quelque chose de différent à d'autres niveaux comme la texture ou le packaging par exemple ? »

R : « La texture il y en a déjà pas mal de différentes je crois donc j'ai du mal à voir comment innover vraiment sur ça. Après pour le packaging oui pourquoi pas, ça peut toujours être sympa d'avoir quelque chose d'un peu différent de ce que l'on a tout le temps, sur la couleur par exemple ça pourrait changer pour avoir quelque chose d'un peu exclusif. »

E : « D'accord très bien, je vais maintenant vous présenter 3 produits pour continuer. Donc on a d'abord le camembert végétal, comme les personnes végétariennes ne peuvent pas consommer tous les produits d'origines animales, dont les produits laitiers. Ça limite aussi la consommation de fromage l'intérêt c'est de rendre ça aussi accessible à ces personnes-là. Je vais vous présenter ensuite une deuxième idée, cette fois on est plutôt sur des boissons lactées aromatisées, vous connaissez la marque Candy'up par exemple qui fait aussi ce genre de produits. Comme nous travaillons beaucoup (on agit pour la marque Président mais il vaut mieux ne pas le dire directement pour ne pas biaiser le répondant) avec des produits laitiers, ce serait une idée de faire aussi ce genre de produits. Et ensuite on a des mini-camemberts, donc en changeant la taille un peu dans un format babybel pour donner un exemple de comparaison. Dans ce genre de produits est-ce que la composition évidemment peut avoir un impact d'après vous ? »



R : « Pour les boissons aromatisées bien sûr ça pourrait être intéressant de varier un peu les goûts et d'en proposer des différents. Après pour le camembert végétal évidemment la composition elle devra changer pour que ça puisse respecter ce qui est promis quoi ».

E : « Et concernant ces produits évoqués, est-ce que le prix pourrait avoir une importance. Enfin je veux dire est-ce que vous seriez prêts à mettre un certain prix dedans ?

R : « Le prix évidemment a une importance. Après il faut voir aussi s'il y a d'autres choses qui changent comme l'origine du produit, de ce qui a été fait ou des compositions quoi. Il y a beaucoup de possibilités pour changer un peu ce genre de produits et je dirais que tout dépend de la proposition en question. »

E : « Et même si ça pourrait être plus cher au vu du changement, vous pensez que vous pourriez en prendre donc ? »

R : « Bah il faut voir, mais en effet si le goût du produit proposé est pas mal, oui pourquoi pas je pourrais mettre le prix dans ce genre de choses oui. »

E : « D'accord très bien. Et est-ce que vous diriez que le fait que vous consommiez ce genre de produit laitiers donc puisse être influencé d'une manière ou d'une autre par des valeurs personnelles ? »

R : « En tant que Français quand même il faut reconnaître que je suis certainement plus exposé à ce genre de produits quoi, on en consomme tous un peu dans ma famille et j'y ai été un peu initié par mes parents. Je dirais que c'est probablement par habitude vraiment qu'on consomme ce genre de produits laitiers. »

E : « Par rapport à votre alimentation, vous diriez que la santé c'est quelque chose que vous recherchez un peu dans les produits que vous consommez ? »

R : « Oui c'est quelque chose d'important je pense de bien manger, assez équilibré pour être en bonne santé. Une alimentation trop déséquilibrée c'est évident que ça pourrait amener à plein de problèmes. Donc oui bien sûr je suis forcément un peu attentif quand même à ce que je consomme quoi. »



E : « Parfait merci, j'en viens du coup au dernier thème où nous allons plutôt nous intéresser aux produits que je vous ai présenté juste avant. Pour rappel on avait le camembert végétal, les boissons aromatisées et les mini-camemberts. Est-ce que naturellement dans tout ceux-là il y en a un qui pourrait vous attirer plus qu'un autre. »

R : « Moi ce serait plutôt les boissons lactées aromatisées, je pense que ça pourrait être une très bonne idée pour diversifier un peu la marque et sortir des produits un peu différents et qui changent du beurre ou du fromage. »

E : « Et à l'inverse il y en a certain peut-être que vous ne vous verriez pas du tout prendre, qui ne vous intéresserait pas du tout pour une raison ou pour une autre ?

R : « Je ne dirais pas repoussé mais je ne me sens pas vraiment intéressé par le camembert végétal, enfin je ne suis pas du tout végétarien ou quoi que ce soit. Après je peux comprendre que pour certaines personnes ça puisse être mieux mais moi je n'irais pas vraiment vers ce genre de produits. Après pareil le mini-camembert pourquoi pas mais j'avoue que ça n'apporte pas une grande différence au produit. »

E : « Et si vous deviez les classer ? »

R : « En premier je mettrais la boisson lactée aromatisée qui me semble être mieux parce que c'est ce qui change le plus. Après pourquoi pas le mini-camembert en deuxième et le fromage végétal en dernier je pense ». »



4^{ème} entretien : Denis, étudiant en physique, 18 ans

E : « Bonjour, je me présente (Identité de l'interviewer), dans le cadre de mes études à l'IUT de Montpellier nous avons pour mission de réaliser une enquête sur des produits alimentaires, dans notre cas des produits laitiers. L'interview devrait durer une vingtaine de minutes, je vous remercie pour le temps que vous nous accorder : pour les besoins de ce travail nous voudrions enregistrer vos réponses pour pouvoir les réécouter ensuite. Si vous le voulez bien nous allons pouvoir commencer... »

R : « D'accord, je vais essayer de répondre le mieux possible ! »

E : « Pour commencer est-ce que vous savez quel genre de produits propose la marque Président ? »

R : « Oui ils proposent des produits laitiers »

E : « Oui »

R : « Camembert, beurre, produits laitiers. Enfin tout ce qui est dans ce genre là il me semble »

E : « Parfait, vous en avez déjà consommés j'imagine. »

R : « Oui bien sûr, j'en prends assez régulièrement »

E : « Quel image vous en avez ? »



R : « C'est assez classique comme marque, j'en consomme de temps en temps donc forcément je ne dirais pas que c'est mauvais. C'est une marque correcte oui. »

E : « Très bien, dans quel genre d'endroits vous trouvez ce genre de produits habituellement ? »

R : « Dans les supermarchés surtout je dirais, il y en a toujours dans l'avion aussi je crois avec les petits morceaux de beurre là ».

E : « Vous pensez que l'origine du produit peut avoir un impact sur l'image que vous en avez ? »

R : « Bah je suis un peu mitigé, je dirais oui et non. C'est sûr que je pourrais plus facilement prendre des produits locaux mais je ne m'empêcherais pas d'en prendre s'il vient de plus loin par exemple. C'est plutôt les conditions dans lesquelles il a été fait qui pourrait me gêner, s'il vient d'une exploitation pas très propre ou si les animaux sont maltraités par exemple. »

E : « Vous devez le savoir j'imagine, il y a plusieurs types de fromage au niveau de la pâte que ce soit des pâtes dures ou molles. Vous avez une préférence peut-être ?

R : « Franchement je pourrais consommer des deux, ça ne me dérange pas je n'ai pas vraiment de préférence particulière. »

E : « Pas de préférences du coup ? »

R : « Oui c'est ça. »

E : « Et de quelle façon vous préférez consommer le fromage ? »

R : « Avec du pain toujours, en fin de repas même pendant le repas pourquoi pas. »



E : « Et par rapport au fromage, à quel niveau vous aimeriez voir une différence, que ce soit au niveau du goût ou de la texture par exemple. Où est-ce que vous aimeriez voir un changement vraiment dans le fromage ? »

R : « Honnêtement sur le goût ça pourrait être intéressant »

E : « Donc vous ce qui est le plus important dans un fromage c'est quand même le goût plus que la composition ? »

R : « Oui bien sûr, quand on mange quelque chose c'est quand même le goût qu'on recherche plus qu'autre chose je pense. »

E : « Et est-ce que vous pourriez imaginer quelque chose qui vraiment pourrais vous pousser à consommer un fromage ? »

R : « Là comme ça j'aurais du mal à dire, mais c'est toujours pareil ça serait quelque chose avec un goût différent et un peu original pourquoi pas. »

E : Et s'il changeait sur d'autres éléments comme le packaging ou la texture par exemple ? »

R : « Honnêtement sur la texture il y en a déjà plusieurs types donc je ne pense pas qu'on puisse vraiment innover sur ça, tout le monde peut déjà choisir un peu la texture qu'il préfère. Pour l'emballage du coup c'est un peu pareil, si on parle de Président il est déjà très bien et comme je le disais c'est plutôt le goût qui m'intéresse donc je n'y ferais pas vraiment attention personnellement. »

E : « Okay très bien, pour continuer l'entretien je vais vous présenter 3 produits que nous avons imaginés. Donc on a d'abord un camembert végétal qui permettrait aux vegans, qui ne consomment pas tout ce qui est d'origine animale et donc pas de produits laitiers. On a aussi une sorte de boisson lactée aromatisée dans le genre de Candy'up si vous voyez de quoi je parle. L'idée c'était de faire quelque chose de plus accessible aux personnes jeunes et avec des goûts fruités que l'on n'a pas forcément l'habitude de voir dans des produits laitiers. La troisième proposition ce sont des mini-camemberts un peu dans le format babybel qui pourraient du coup se consommer facilement et rapidement. »



R : « Je connais pas du tout le truc des boissons aromatisées mais ça pourrait être sympa oui pourquoi pas. »

E : « Ah oui ? C'est assez populaire c'est un genre de boissons assez douces et sans forcément le goût fort que peuvent avoir certains produits laitiers. »

R : « D'accord je vois je vois »

E : « Et dans ce genre de produits, quelle importance pourrait avoir la composition ? »

R : « Evidemment la composition c'est important d'y faire attention que ce soit dans le produit ou l'emballage. Je sais qu'il y en a pas mal qui peuvent contenir des produits cancérigènes donc ça j'y fais attention, mais si le seul risque c'est simplement ce que l'on trouve toujours dans les produits laitiers du genre le taux de cholestérol là il n'y a pas de problèmes. »

E : « Ça ça ne vous gêne pas ? »

R : « Non c'est comme tout aliments, il y a toujours un inconvénient même quand on mange du sucre ou je ne sais quoi, donc le produit en lui-même je peux comprendre que la composition ne soit pas forcément parfaite pour un régime »

E : « Et pour le prix quand même ça a une importance j'imagine ? »

R : « Ah bah oui bien sûr ! Bien sûr on est forcés d'y faire attention après j'imagine bien que sur certains produits ça coûtera plus cher mais pourquoi pas en acheter de temps en temps... »

E : « Est-ce que vous pensez peut-être que vos valeurs personnelles peuvent avoir un impact sur le fait que vous consommiez comme ça régulièrement des produits laitiers ? »

R : « Dans quel sens les valeurs ? »



E : « Eh bien simplement par rapport peut-être à des habitudes familiales, à votre éducation ou à ce genre de choses. »

R : « Ah bah oui et non, mon père est Français donc forcément on a un peu l'habitude d'en voir dans la famille. Mais en même temps je ne pense pas vraiment en prendre pour une raison de ce genre, j'en prends sans vraiment réfléchir, quand j'en ai envie quoi. Mais par habitude c'est vrai que je consomme pas mal de beurre plutôt ».

E : « D'accord, et donc vous l'avez évoqué un peu plus tôt, mais donc pour vous la santé ça peu vraiment avoir une importance dans votre consommation de produits ? C'est quand même quelque chose qui pourrait te bloquer pour consommer certains produits ? »

R : « Oui évidemment, j'essaye d'y être attentif vraiment et surtout avec ma maladie avant ça m'a poussé à faire attention aussi à ce genre de détails ».

E : « C'est parfait, et parmi les produits que je vous ai présenté un peu plus tôt. Pour rappel il y avait le camembert végétal, la boisson lactée aromatisée et les mini-camemberts. Est-ce que comme ça directement il y a un de ces produits que pourrait vous intéresser plus qu'un autre ? »

R : « Il y en a deux qui me viennent à l'esprit quand même, le camembert végétal déjà pourquoi pas ça pourrait être intéressant de voir la différence. Et après il y a surtout la boisson aromatisée, ça je ne connaissais pas et ça peut vraiment changer, ça pourrait être sympa de voir ça aussi. »

E : « Et à l'inverse parmi ceux que je vous ai présenté est-ce qu'il y en a un qui ne t'attire pas vraiment ou que tu ne te verrais pas consommer ? »

R : « Le mini-camembert honnêtement ça ne change pas beaucoup donc je n'irai pas vraiment vers ça. »

E : « Si vous deviez les classer ça donnerait la boisson aromatisée en première, et ensuite le camembert végétal puis le mini-camembert donc ? »



R : « Oui c'est ça »

E : « Eh bien parfait, j'ai pu obtenir les informations qui m'intéressaient. Je vous remercie d'avoir répondu à nos questions et d'avoir bien voulu jouer le jeu comme demandée. Merci beaucoup et bonne journée à vous ! »

R : « Avec plaisir, bonne journée à vous aussi. »

4.5 Codage et synthèse des données

Catégories	Thème	Individu 1	Individu 2	Individu 3	Individu 4	Analyse
1. Connaissance de président	1.1 Consommation de produits laitiers	Beaucoup au petit déjeuner et au dessert (yaourt / fromage)	En cuisine avec le beurre, la crème fraîche du lait et du fromage	"beurre" ; "fromage"	"beurre" ; "fromage"	Beurre et fromage Lait
	1.2 Fréquence de consommation de produits laitiers	Consommation diminue avec l'âge par manque de tps et de revenus	Quotidiennement	"le beurre souvent" ; "le fromage de temps en temps"	"assez régulièrement"	Quotidienne mais diminue avec le temps
	1.3 Connaissance de la marque président	Oui	Oui	"des produits laitiers tels que le beurre ou le fromage"	« Camembert, beurre, produits laitiers. Enfin tout ce qui est dans ce genre là il me semble »	Camembert Beurre
	1.4 Image de la marque	Qualité des produits	Qualité	"standard" ; "ni exceptionnel ni mauvais"	"assez classique" ; "assez correcte"	Qualité
2. Caractéristiques des produits	2.1 Coût	Trop cher	Pas un problème	"a une importance" ; "je pourrais mettre le prix"	"pourquoi pas (y mettre le prix) de temps en temps"	Prix est justifié par la qualité
	2.2 Distribution	En grande surface à Lidl et Auchan	En grande distribution Leclerc	"centre commerciaux" ; "magasins" ;	"supermarchés" ; "dans l'avion"	Grande surface



				"grande surface"		
	2.3 Qualité	Inspire confiance	Argument principal	"standard"	"correcte"	Qualitative
	2.4 Goût	Préférence pour le camembert président	X	"m'intéresse avant tout"	"ce qu'on recherche plus qu'autre chose"	Important et préférence pour le camembert
	2.5 Packaging	Attrayant et de qualité	Reconnaissable	X	"très bien"	Attrayant et qualitatif
	2.6 Origine	Important surtout pour les produits laitiers et exportation freine à la consommation	Uniquement des produits locaux car rime avec qualité	"je choisirais plutôt un produit fait localement"	"je ne m'empêcherais pas d'en prendre s'il vient de plus loin" "c'est plutôt les conditions [...] qui pourraient me gêner"	Important
	2.7 Type de fromage	Crémeux	Dur et crémeux	"pâtes dures"	"pas de préférence particulière"	Dur et crémeux
	2.8 Façon de consommer	Avec du pain et fromage à la main	X	"avec du pain" ; "le soir"	"avec du pain" ; "en fin de repas"	Avec du pain
3. Quelles innovations réaliser	3.1 Packaging	Emballage recyclable	Unique et facilement reconnaissable	"quelque chose de différent" ; "sur la couleur"	"déjà très bien"	Reconnaissable
	3.2 Goût	Rien à changer car goût de l'enfance	Rien changer	"peut-être quelque chose de différent"	"différent" ; "un peu original"	Unique et à conserver
	3.3 Composition	Rien à se reprocher	Des assaisonnements	X	X	Ajouter des assaisonnements pour certains
	3.4 Façon de consommer	Argument pour pousser à consommer	Changement à apporter	X	X	À changer
4. Freins à la consommation	4.1 Prix	Empêche de consommer malgré l'envie	Raisonné	"important" ; "je pourrais y mettre le prix"	"forcés d'y faire attention" ; "pourquoi pas (y mettre le prix) de temps en temps"	Important selon revenue
	4.2 Manque de temps	Produit ou il faut du temps pour consommer	X	X	X	Long à consommer



	4.3 La santé			"un peu attentif" ; "important de manger équilibré"	"j'essaie d'y être attentif" ; "fait attention"	Important
5. Motivation à la consommation	5.1 Qualité	Le prix est justifié par la qualité des produits	Parfaite	X	X	Parfaite
	5.2 Goût	Le goût du camembert président est unique	Rien à changer	"c'est le goût qui m'importe"	"c'est le goût qu'on recherche plus qu'autre chose"	Rien à changer
	5.3 Habitude	C'est un plaisir psychologique de consommer les produits président qui ont le goût de l'enfance	X	"ma famille" ; "initié par mes parents" ; "par habitude"	"habitude dans la famille" ; "quand j'en ai envie"	Plaisir depuis l'enfance
6. Camembert végétal	6.1 Image du produit	Peur que le goût soit impacté Inutile car si conviction empêche de consommer le camembert classique cela serait inutile de le modifier pour le consommé	Inutile car si conviction empêche de consommer le camembert classique cela serait inutile de le modifier pour le consommé	"je ne me sens pas vraiment intéressé"	"intéressant de voir la différence"	Pas pertinent
7. Mini camembert	7.1 Pratique	Permet de gagner du temps et n'a pas besoin de préparation donc très pratique	Pratique pour transport, balade évite également le gaspillage	"n'apporte pas une grande différence"	"je n'irai pas vers ça"	Pratique et un peu pertinent
	7.2packaging	X	En revanche bcp plus de packaging donc vas à l'encontre de l'écologie	X	X	A travaillé pour le respect de l'environnement
8.boisson lactée	8.1 images du produit	L'image du fromage de cette marque fait penser que le goût sera désagréable	Qualité de président garantie la qualité de ce produit	"diversifier un peu la marque" ; "ce qui change le plus"	"ça peut vraiment changer" ; "sympa de voir ça"	Image peut être biaisé mais peut être pertinent
	8.2 concurrents	Candy 'up est déjà présent et son image est solide dans la	Prix doit être attractif pour convaincre d'être	X	X	Concurrence forte



		tête des consommateurs	choisi plutôt que les concurrents			
	8.3 pratique	X	Pratique pour les transports pour le goûter	X	X	Assez pratique

SYNTHESE DES DONNEES

Catégorie 1 :

Dans l'ensemble, tous les répondants connaissent la marque Président. La marque est assez populaire, tous en consomment plutôt régulièrement et reconnaissent qu'elle d'une qualité tout à fait correcte voir bonne.

1.1 : Les répondants utilisent toutes sortes de produits laitiers, principalement sous la forme de beurre et de fromage. Pour les repas essentiellement. "le beurre déjà j'en mange souvent et le fromage de temps en temps"

1.2 : La majorité des répondants consomment ce genre de produits assez souvent, de façon régulière. "j'en prends assez régulièrement"

1.3 : Ils connaissent tous la marque. "A ce qu'il me semble c'est déjà surtout des produits laitiers tels que le beurre ou le fromage"

1.4 : La marque est d'une qualité très correcte, ils n'ont rien à redire à ce niveau là. "C'est une marque correcte oui"

Catégorie 2 : Caractéristiques des produits

Concernant les caractéristiques importantes des produits des présidents, les avis des répondants ont été assez similaires et utiles afin de mieux définir l'innovation à commercialiser et donc de l'améliorer avec les critères importants abordés par les répondants.

Sous-catégorie 2.1: coût

Le prix est un critère primordial pour les répondants qui délaisse l'achat de produit président à cause des prix élevé "je n'ai pas les moyens d'en consommer autant"

Sous-catégorie 2.2: distribution

Tous les répondant se procurent les produits président en grande surface "en supermarché comme aldi ou auchan"

Sous-catégorie 2.3: qualité

La qualité de président est revenue à chaque entretien et est un avantage pour la sortie du produit innovant qui aura d'emblée une bonne image aux yeux des consommateurs. C'est un argument de taille à faire valoir et qui convainc les répondants de continuer de consommer les produits de la marque "la qualité de président... comparé à d'autres marques président à des produits qui m'inspire confiance avec cette qualité"



Sous-catégorie 2.4: Goût

Les produits président et surtout le camembert sont reconnu pour leurs gout qui leurs procure un argument de taille face aux concurrents "Au niveau du goût je préfère les fromages et surtout le camembert président"

Sous-catégorie 2.5: Packaging

Le packaging des produits de président est unique et permet aux répondants de reconnaître les produits dans les rayons ce qui est important à prendre en compte pour la conception du visuel du produits innovant. "le packaging de président, il est unique et me permet de reconnaître les produits dans les rayons"

Sous-catégorie 2.6: origine

L'origine des produits ont une très grande importance dans le choix de consommation des produits, davantage pour les produits laitiers. Il y a également les conditions de production qui sont un critère important. "J'aime manger des produits locaux et pour moi l'origine est liée à la qualité"

Sous-catégorie 2.7: type de fromage

Le type de fromage préféré des répondants sont les durs et les crémeux ce qui est à prendre en compte pour l'innovation mini camembert "les fromages durs et les fromage crémeux"

Sous-catégorie 2.8: façon de consommer

Le pain est l'accompagnement le plus utilisé par les répondants qui montre qu'ils aiment accompagner leur fromage avec autre chose "au dessert avec du pain ou au petit déjeuner"

Catégorie 3 : Les innovations

Les avis sont assez divergents sur ce point, dans l'ensemble des innovations sont possibles à tous les niveaux. La plupart concernent le packaging et la compo, ils sont mitigés sur le goût, certains pensent qu'il ne faut pas le changer sur les produits. D'autres estiment que c'est sur ce point qu'il serait le plus intéressant d'innover.

3.1 : Le packaging de la marque est assez identifiable ce qui est un bon point. Il pourrait être amélioré en le modifiant sur l'aspect graphique (couleur) ou sur sa composition (packaging écoresponsable) "sur la couleur par exemple ça pourrait changer pour avoir quelque chose d'un peu exclusif"

3.2 : Une moitié estime qu'il ne faut pas changer le goût des aliments de la marque car il est identifiable et déjà bien. Il serait possible de diversifier tout de même la marque en proposant des goûts différents et originaux. "intéressant de varier un peu les goûts"

3.3 : La composition pourrait être amélioré sur des détails par exemple avec de l'assaisonnement. Il est évoqué d'être attentif aussi aux façons dont les produits laitiers sont produits (bien-être animal). "C'est plutôt les conditions dans lesquelles il a été fait qui pourrait me gêner"

3.4 : Possibilité d'innover en proposant d'autres façons de consommer des fromages pour la marque.



Catégorie 4 : freins à la consommation

Il y a peu d'arguments qui freinent les répondants à consommer les produits Président mais ceux-ci sont importants à comprendre et à cibler afin de potentiellement les éviter lors du choix du produit innovant.

Sous-catégorie 4.1: Prix

Le prix reste le frein principal à la consommation des produits Président il est revenue presque à tous les entretiens donc il faudrait essayer de prendre en compte le fait que l'innovation à sélectionner ne doit pas être trop coûteuse car en conséquence serait trop chère *“pour ce qui est des freins je pense que le plus important est le prix des produits Président”*

Sous-catégorie 4.2: Manque de temps

Pour les répondants le manque de temps les empêche de consommer des produits comme le fromage ce qui peut être un frein contré par les mini-camemberts ou la boisson lactée car il faut un produit qui peut se consommer n'importe où et n'importe quand *“ le manque de temps qui fait que je ne peux pas trop consommer les produits Président”*

Catégorie 5 Motivation à la consommation :

Le fromage est beaucoup consommé par habitude. Ce sont la qualité et le goût du produit qui attirent le plus les consommateurs.

5.1 : la qualité peut justifier le prix, la marque a déjà une très bonne image de qualité

5.2 : Le goût est le plus important, Président a une bonne image de marque sur ce point notamment à travers le camembert.

5.3 : Beaucoup consomment par habitude, une certaine nostalgie y est associée. *“on a un peu l'habitude d'en voir dans la famille”*

Catégorie 6 Camembert végétal

La majorité des répondants ne trouvent pas ce produit judicieux car il ne correspond pas à leurs convictions et risque de déplaire à d'autres consommateurs.

6.1 Image du produit

Le produit ne correspond pas aux convictions des répondants et a donc peu d'intérêt pour eux. Ils pensent que cela peut endommager le goût ainsi que l'image de certains consommateurs vis-à-vis de la marque. *« si nos convictions nous interdisent de consommer des produits issus des animaux ou de certains en particulier cela ne sert à rien de consommer des produits qui s'en rapprochent »*

Catégorie 7 Mini-camembert

7.1 Pratique

Quelques répondants se montrent peu intéressés. Les autres pensent que le produit est pratique et peut constituer un gain de temps et faciliter la consommation de produits de la marque. *« oui parce que c'est pratique »*



7.2 Packaging

Le format risque de demander plus de packaging et donc d'avoir une conséquence écologique, il faut travailler sur ce point. « par contre comme c'est petit cela multiplie le packaging donc pas très écologique donc il faut travailler sur cela. »

Catégorie 8 Boissons lactée aromatisée

8.1 Image du produit

Les répondants sont mitigés, une moitié apprécie la possibilité de diversifier les produits de la marque. D'autres pensent que l'image de marque peut nuire à ce produit et laisser présager d'un mauvais goût. « C'est ce qui change le plus » + « cela me dégouterait d'acheter une boisson président »

8.2 Concurrent

La concurrence que fait Candy'up sur ce même genre de produit est un obstacle important, la marque devra être plus concurrentiel pour lutter. « Le prix doit être attractif »

8.3 Pratique

Le format de ce type de produit est pratique et facilement transportable, il présente un avantage sur ce point. « Ah oui ce produit est très pratique pour moi »

CONCLUSION DES ENTRETIENS INDIVIDUELS

Le rôle des entretiens individuels dans notre travail était de déterminer le meilleur produit à commercialiser pour la marque parmi 3 : le fromage végétal, la boisson lactée aromatisée et le mini-camembert.

Pour ce faire, nous avons tenté de réunir l'opinion de plusieurs individus, deux par personnes, afin de pouvoir obtenir la réponse à cette question.

En raison du peu d'entretiens réalisés, il a été difficile d'obtenir une différence notable et donc une réponse directement claire.

Nous avons donc entrepris un mode de décision que nous avons vu en fondamentaux du marketing et du comportement. Nous avons donc attribué une note, entre 1 et 3 à chacun des avis sur les produits innovants. 1 signifie un avis négatif, 2 signifie un avis moyen et 3 un avis positif. Le produit avec la note pondérée la plus élevée à l'arrivée serait donc le meilleur produit

Pour le fromage végétal nous avons 3 avis négatifs (l'aspect végétal peut avoir un impact négatif sur l'image qu'ont les consommateurs) ; et 1 avis moyen (intéressé pour tester, sans plus).

$$\rightarrow 1 + 1 + 1 + 2 = 5$$

Pour le mini-camembert, on retrouve 2 avis positifs (facile à consommer, consommable rapidement, pas besoin de préparation...) ainsi que 2 avis moyens (peu de changement).

$$\rightarrow 3 + 3 + 2 + 2 = 10$$

Concernant la boisson lactée aromatisée, les avis sont très divergents sur ce produit. On retrouve 1 avis négatif (concurrence sur ce marché, l'image de la marque présager ne donne pas envie de



ce genre de produits). Un avis moyen (c'est la marque qui ferait l'attractivité du produit plus qu'autre chose, il serait soumis à une certaine concurrence mais facile à transporter. On retrouve également 2 avis positifs (permet de diversifier la marque, possibilité de diversifier et d'avoir des goûts différents.

$$\rightarrow 3 + 3 + 2 + 1 = 9$$

En conclusion des entretiens individuels, nous avons pu déterminer au final que le meilleur produit, celui que nous conseillons de commercialiser à la marque Président, serait le mini-camembert.



5. Entretien de groupe

L'entretien de groupe prendra place à la suite des entretiens individuels. Durant ces derniers nous aurons déterminés le meilleur produit à commercialiser pour la marque Président. Au cours de l'entretien de groupe, nous chercherons à compléter ce produit, en déterminant en détail les caractéristiques imaginées, en vue de l'améliorer/modifier.

Pour l'entretien de groupe nous avons décidé d'effectuer le **groupe de réflexion**. Ce format nous a semblé être le meilleur pour plusieurs raisons pertinentes. Nous voulons faire un entretien de groupe dans lequel les répondants auraient la **liberté** de proposer des idées et de **développer des avis** qui nous serait important dans l'atteinte de nos objectifs. Mais nous voulons aussi éviter les hors sujets en gardant la mainmise sur la prise de paroles et les idées ainsi que les avis des répondants. Le bémol des entretiens de groupe est l'effet de leadership ou encore la censure que les répondants peuvent s'auto-infliger. Or nous comptons pallier ces problèmes grâce à l'animateur qui empêchera l'effet de leadership grâce au partage de la parole et nous éviterons le hors sujet ou l'égarement des idées grâce au guide d'animation où l'on retrouve les thèmes et les sous thèmes à aborder afin de répondre aux objectifs.

Objectifs qui je rappelle sont :

Connaître les perceptions de la marque président : en prenant conscience de l'image qu'a président dans la tête des consommateurs. Cela nous aidera à déterminer l'image du produit et son identité visuelle qui devront donc être en cohérence avec les résultats obtenus.

Déterminer les caractéristiques principales du produit (nom/taille) : cet objectif nous permettra de déterminer les caractéristiques tel que la taille du produit, s'il se vendra en lot ou à l'unité, en pack familial etc... Afin d'améliorer au mieux possible le produit.

Connaître la communication qui attire le plus les consommateurs : nous avons déterminé cet objectif afin de déterminer la campagne de communication commerciale que nous allons devoir mettre en place pour commercialiser le produit de la manière la plus efficace (pour vendre le plus possible). Par exemple nous allons pouvoir déterminer si on aurait intérêt à montrer que c'est innovant ou non.

Enfin tous ces objectifs vont nous permettre de déterminer les caractéristiques les plus importantes du produit ainsi de l'améliorer au maximum pour atteindre le produit idéal et prêt à être commercialisé.



5.1 Structure de l'entretien de groupe

De la même manière que l'entretien de groupe, nous débuterons la conversation de groupe par une phrase introductive pour présenter l'objectif de la discussion qui suivra ainsi que son objectif.

« Bonjour, je m'appelle (...). Dans le cadre d'un devoir dans mes études en BUT Techniques de commercialisation à l'IUT Montpellier-Sète, Aujourd'hui nous allons nous entretenir sur la marque président et ses innovations. Cet entretien ne devrait pas nous prendre plus de 30 minutes ! Afin de faciliter mon travail, consentez-vous à ce que cet entretien soit enregistré ? Bien évidemment tout ce qui sera dit restera confidentiel ».

Nous initierons ensuite l'entretien avec une consigne de départ simple. Nous interrogerons les répondants sur leurs habitudes alimentaires vis-à-vis des produits laitiers avec une question du genre : « Consommez-vous des produits laitiers ? »

Ensuite, comme pour les entretiens individuels nous procéderons avec une méthode en entonnoir. Nous lancerons l'entretien sur des thèmes superficiels en basculant petit-à-petit vers des thèmes plus précis et plus ciblés vers les informations/données qui nous intéressent le plus.

Ainsi, nous débuterons avec un thème sur les perceptions de la marque par les répondants. Puis, nous irons vers les thèmes qui représentent l'objectif de l'entretien. Dans le second thème nous ciblerons les caractéristiques du produit afin de pouvoir les améliorer, nous continuerons avec un troisième et dernier thème lui aussi axée sur le produit, où nous essayerons d'imaginer une façon de communiquer et de présenter le produit.



5.2 Guide d'entretien de l'entretien de groupe

Thème	Objectifs	Question de lancement	Questions de relances pour relancer le thème
Thème 1	Connaître les perceptions de la marque président	Que pensez-vous de la marque président ?	<ul style="list-style-type: none"> - Quels sont vos produits préférés de la marque président ? - Quel est le profil type du consommateur président selon vous ? - Quels sont les avantages et inconvénients de la marque ? - Comment percevez-vous la marque ? (Haut de gamme, bas de gamme) - Trouvez-vous que ce sont des produits de qualité ?
Thème 2	Déterminer les caractéristiques principales du produit (nom/taille)	Quelles caractéristiques donneriez-vous à ce produit ? (Le produit sélectionné lors de l'entretien individuelle)	<p>Quel nom donneriez-vous à ce produit ?</p> <p>Dans quel contexte vous verriez-vous consommer ce produit ?</p> <p>Quel est pour vous le format le plus avantageux ? (Lot/ unitaire/ format familial)</p>



Thème 3	Connaître la communication qui attire le plus les consommateurs	Qu'est-ce qui vous convainc d'acheter un produit président ?	<p>Les affiches vous poussent-elles à consommer les produits ?</p> <p>Les publicités sur les réseaux sociaux ?</p> <p>Les produits innovants et nouveaux vous attirent-ils ?</p>
------------	---	--	--

5.3 Échantillonnage

■ Echantillon idéal

Pour mettre en place l'entretien de groupe, nous interrogerons dans l'idéal une dizaine de personnes en simultanée en suivant la méthode du groupe de réflexion.

Pour sélectionner les individus en question, nous chercherons à regrouper 10 personnes en suivant les mêmes critères établis pour les entretiens individuels ; à savoir la consommation (ou non) de produits laitiers, l'âge et les habitudes alimentaires.

Cependant, pour ne pas obtenir des réponses trop similaires sur certains points à celles que nous avons pu avoir lors des entretiens individuels, nous interrogerons des personnes différentes. Également car en prenant les mêmes personnes, nous risquerions d'obtenir des réponses biaisées par le fait qu'ils soient déjà conscients du sujet étudié.

De plus, pour que le groupe de réflexion puisse nous apporter des informations qualitatives et intéressantes, nous implémenterons dans le groupe ce que l'on appelle des « leads-users », il s'agit de consommateurs « en avance sur leur temps » d'après leur définition, et donc très informés sur ce genre de produits. Ils sont supposés pouvoir prévoir les futurs besoins des consommateurs, l'idée est qu'ils nous apportent le plus d'informations qualitatives, qui auront un intérêt et apporteront des idées judicieuses pour développer les caractéristiques du produit sélectionné au cours de l'entretien individuel.

Il y aura également un animateur qui cherchera à contrer « l'effet leader » ou le retrait de certains, pour obtenir des informations honnêtes, et pas guidées par l'effet de groupe. Son rôle est essentiel, afin qu'il permette à l'entretien de groupe de ne pas s'éparpiller, et de se recentrer sur les sujets et éléments qui nous importent pour répondre aux objectifs correspondants.



Dans l'idéal, il faut en plus avoir des personnes créatives et imaginatives afin de ressortir des réponses que nous n'aurions pas forcément pu imaginer ou anticiper.

■ Echantillon réel

Lors de la réalisation de l'entretien de groupe, nous avons été soumis à diverses contraintes qui nous ont empêchés d'obtenir un échantillon correspondant complètement à ce que nous espérions avoir au départ. Pour des raisons principalement géographiques mais aussi temporelles en raison de la durée de l'entretien de groupe, nous l'avons mis en place principalement avec d'autres étudiants qui ont acceptés de jouer le jeu, et que nous pouvions réunir facilement pour les interroger en groupe. Pour ces mêmes raisons, nous avons dû fonctionner avec un groupe réduit de 5 personnes.



5.4 Retranscription de l'entretien

Interviewer : bonjour moi c'est Lucas Momier, je suis étudiant à l'université Montpellier-Sète, aujourd'hui je vais faire une étude sur la marque président. Donc pour commencer est-ce que vous consentez tous à ce que je vous enregistre ?

Répondant 1 : Oui.

Répondant 2 : Oui.

Répondant 3 : Oui.

Répondant 4 : Oui.

Répondant 5 : Oui.

Interviewer : Donc tout d'abord, est-ce que vous consommez des produits laitiers ou pas du tout ?

Répondant 4 : Oui. Des yaourts, fromage, beurre,

Répondant 2 : Oui quand même régulièrement du lait et du fromage

Répondant 1 : Bah régulièrement du fromage et du beurre surtout.

Répondant 3 : Du fromage, du beurre.

Répondant 5 : Moi c'est plutôt des yaourts.,

Interviewer : D'accord. Merci. Est-ce que vous connaissez des marques de produits laitiers ?

Répondant 1 : Oui Yoplait.

Répondant 2 : euh... Ouais Président.

Répondant 3 : Oui. Danone.

Répondant 4 : Danone. Président.

Répondant 5 : Actimel.



Interviewer : Ok. Ok. D'accord. C'est Président qui va nous intéresser aujourd'hui. Donc est-ce que vous connaissez les produits que propose président ?

Répondant 2 : euh... Le beurre.

Répondant 3 : Le beurre et le camembert

Répondant 5 : Le beurre. Le fromage avec les camemberts.

Répondant 1 : Camembert. La crème fraîche.

Répondant 4 : Crème fraîche président exactement.

Interviewer : C'est très bien. Est-ce que si vous pourriez me décrire le profil type du consommateur de Président, lequel serait-il ?

Répondant 4 : 30 ans, père de famille, se tape une petite tartine de Camembert.

Répondant 5 : Pour moi c'est les riches, genre il faut avoir des sous pour consommer président.

Répondant 3 : Moi je dirais, personne de la cinquantaine.

Répondant 2 : Moi je dirais quelqu'un de la trentaine surtout. Un père de famille. Qui aime les vrais produits français. Et qui n'hésite pas à mettre le budget dans ce qu'il mange.

Répondant 1 : Je rejoindrai un peu le "RÉPONDANT 2" sur ça. C'est des gens je pense un peu âgés quand même et qui peuvent en consommer.

Répondant 4 : Qui aiment la culture française.

Interviewer : Donc vous pensez que c'est des personnes qui sont quand même assez âgées. Qui prennent le temps de prendre un bon petit pain avec du camembert. Des produits locaux.

Tous les répondants : Oui c'est ça

Interviewer : D'accord. Ok. Super intéressant. Maintenant pouvez-vous me dire les avantages et les inconvénients de la marque. Quels seraient-ils ?

Répondant 3 : Pour commencer c'est que c'est un produit français. Du coup pour une personne qui aime manger français. Et soutenir les marques françaises c'est un avantage.

Répondant 4 : l'avantage de Président c'est que c'est une marque nationale. Donc comme c'est une marque nationale. C'est une marque qui produit elle-même. Qui décide elle-même de sa production. De ses innovations.



Répondant 5 : Moi un avantage je dirais qu'ils ont un positionnement un peu luxueux.

Répondant 1 : Donc un inconvénient, moi je dirais budget.

Répondant 2 : Après ce qui est inconvénient peut-être c'est le budget. Parce qu'elle disait qu'il fallait avoir les moyens de se l'acheter. Au quotidien. Vu que c'est un achat fréquent.

Répondant 4 : Un inconvénient c'est que leur produit principal je crois c'est le camembert. Et il n'y a pas forcément tout le monde qui aime le camembert. Et un inconvénient aussi c'est que quand on pense président on pense directement au camembert et pas forcément au beurre ou aux crèmes fouettées.

Répondant 5 : Ils ne sont peut-être pas assez diversifiés directement. On pense au camembert

Répondant 2 : vraiment.

Répondant 3 : Et c'est un peu ça leur image de marque.

Répondant 1 : Moi je ne suis pas trop d'accord. Je pense en premier au beurre.

Interviewer : D'accord bon. Très bien. Maintenant je vais vous présenter un produit. Une innovation qu'on va sortir. Et vous allez nous aider à caractériser le produit avec un nom. Le packaging etc. Comme ça on va tous le faire en même temps. Si ça vous va. Si ça vous convient.

Répondant 3 : Oui

Répondant 5 : très bien

Interviewer : Le produit qu'on va sortir. C'est un mini camembert président. Donc ça sera sous forme de cercle dans une petite poche de cire. Elle va venir envelopper le fromage. Afin de pouvoir le conserver plus longtemps. Avec le même goût. C'est-à-dire qu'on peut partir en balade. Pendant une heure, deux heures, trois heures. Il aura le même goût, la même fraîcheur etc. Que pensez-vous de ce produit ?

Répondant 1 : Déjà, Moi je pense que c'est une bonne idée. Mais après je n'ai pas trop compris la couche de cire.

Interviewer : C'est vraiment juste un matériel qui va être recyclable. Et qui va pouvoir servir à conserver le goût. Et la fraîcheur du produit. C'est similaire à Babybel.

Répondant 1 : Babybel ok. Et du coup là ça changerait le ciblage. Parce que Babybel cible les petits.



Répondant 2 : Parce que d'une certaine façon ça pourrait permettre de diversifier un peu la marque. Et de ne pas toucher seulement le concept type.

Interviewer : Donc vous pensez qu'on va toucher une plus large clientèle. Avec ce produit-là.

Répondant 3 : Je pense que ça peut impacter les enfants. Parce que ce format-là. Il peut correspondre aux enfants. Mais il n'y a pas d'enfants qui mangent du camembert donc ça touche aussi les adultes

Interviewer : D'accord. Donc si vous deviez donner un nom à ce produit. Lequel serait-il ?

Répondant 4 : Présipti.

Répondant 3 : Camini.

Répondant 1 : Petit Prési.

Répondant 2 : Si on devait voter pour la meilleure idée ce serait laquelle ? présipti, Camimi, Petit Prési.

Répondant 5 : Camini ce n'est pas trop enfantin ? genre si vous arrivez en rayon. Et que vous voyez un Camembert Président Camini. Vous achèteriez ou pas du tout ?

Répondant 2 : Non.

Répondant 3 : Non

Répondant 1 : non, mais Petit Prési oui.

Répondant 5 : Petit Prési vous achèteriez ou pas ?

Répondant 2 : Petit Prési ouais pourquoi pas.

Répondant 4 : Oui c'est pas mal j'aime bien

Répondant 3 : moi aussi

Interviewer : Après à quelle fréquence consommez-vous des produits Présidents ? Vous en consommez combien de fois par jour ?

Répondant 5 : 2 fois par semaine.

Répondant 1 : Moi c'est juste pour le beurre du coup ça serait... Je ne sais pas une fois toutes les deux semaines

Répondant 4 : Ouais moi aussi.

Interviewer : Est-ce que vous pensez que le fait de sortir ce mini camembert président. Augmenterait votre consommation de produits ?

Répondant 3 : Oui probablement.

Répondant 2 : Probablement

Répondant 4 : grave

Répondant 1 : je ne sais pas trp



Interviewer : Quel est pour vous le format Le plus avantageux si on sort ce produit

Répondant 5 : Format familial, c'est-à-dire dans une poche...On met plein de mini camemberts.

Répondant 1 : Format unitaire, ça s'achète comme ça. Juste un petit format. Du même style que Babybel, je pense qu'il faudrait un peu recopier Babybel.

Interviewer : Comment imaginez-vous ce produit si vous le voyez en rayon ?

Répondant 2 : Le pack de mini camembert. Un sachet blanc.

Répondant 3 : Un filet blanc. Non, doré je pense. Un peu de la même manière que Babybel. Mais en remplaçant le rouge par du doré. Blanc gris. Du doré blanc nacré.

Répondant 4 : Des couleurs originelles de Président en plus en beige ou je ne sais pas. Et avec le logo de la marque visible.

Répondant 1 : Et vous ne pensez pas que ce serait plus efficace pour Président de se démarquer de Babybel ? En faisant peut-être pas un filet en plastique. Mais du coup peut-être quelque chose de plus qualitatif.

Répondant 5 : Un sachet en tissu ça peut être bien.

Répondant 2 : Ah oui grave

Répondant 3 : Vraiment

Interviewer : Et vous pensez que ce prix... Le prix de ce produit sera entre combien ? Entre combien ? Je pense que c'est toujours entre... Pour le pack ? Pour le pack de 10, imaginons.

Répondant 1 : Moi je pense que c'est plus entre 5,50 et 6.

Répondant 2 : 6,50 ok.

Répondant 4 : à 6,20.

Répondant 5 : 6€ d'accord.

Répondant 3 : Entre 6 et 7 euros. Après tout dépend de la quantité aussi.

Interviewer : Si c'est pour 10 ?

Répondant 3 : Pour 10 il n'y a pas de soucis. 6 euros pour 10 ça vaut le coup.

Interviewer : Maintenant... On va voir ce qui vous convainc d'acheter un produit président. Qu'est-ce qui va vous pousser à consommer ce produit ?



Répondant 2 : La notoriété de la marque.

Répondant 5 : Sa production nationale.

Répondant 4 : Son goût.

Interviewer : D'accord. Est-ce que les publicités sur les réseaux sociaux...
Jouent un rôle dans votre décision de consommation de produits ?

Répondant 1 : Oui

Répondant 3 : beaucoup.

Répondant 2 : Ça donne envie.

Interviewer : D'accord. Sur quelles plateformes vous trouvez-vous le plus
intéressant ?

Répondant 1 : Instagram.

Répondant 3 : Instagram.

Répondant 5 : Instagram ou sinon une petite pub sur Youtube.

Répondant 4 : Ouais, genre une petite affiche qu'on voit entre les stories.
Ça pourrait permettre de te donner un côté un peu plus jeune à la marque
aussi.

Répondant 2 : Ouais, sur Youtube avec une technique de vidéo display.
C'est avant une vidéo.

Interviewer : D'accord. C'est super. Et du coup, est-ce que les produits
innovants, en règle générale, ça vous attire ?

Répondant 5 : Ça donne envie, ça attire l'œil.

Répondant 3 : Même si ça ne donne pas envie, ça donne envie de goûter.

Répondant 2 : Oui, moi en fait, c'est ça, j'ai toujours envie de goûter. La
curiosité prend le dessus.

Interviewer : Et du coup, le produit innovant, étant donné que vous savez
le fait qu'il est innovant, est-ce que vous êtes prêts à mettre un peu plus
cher ?

Répondant 5 : Oui, pour tester au moins une fois. Parce qu'on sait qu'il y a
de la recherche derrière et que ça a été travaillé. La recherche en R&D.

Répondant 1 : après, tout dépend du produit. Pour se donner un avis, parce
que ça, c'est vraiment quand il y a un nouveau produit, Tout le monde en
parle, donc ça donne un peu envie.

Interviewer : Est-ce que vous pourriez me décrire, s'il vous plaît, le profil
type du consommateur du mini Camembert Président, s'il vous plaît ?



Répondant 2 : Moi, je dirais déjà pas trop grande.

Répondant 3 : Des personnes entre la quinzaine, du coup c'est aussi les jeunes, et la trentaine.

Répondant 4 : Ainsi que certains vieux.

Répondant 1 : Les adultes parce que des personnes qui sortent beaucoup et tout et qui peuvent prendre ça comme petit déjeuner, petite entrée avant le plat.

Répondant 5 : Parce qu'en fait, plus on grandit, moins on a le temps de manger, de prendre le temps de manger et tout. Et comme on est beaucoup en déplacement, c'est utile de prendre des petites portions individuelles à consommer

Répondant 1 : Justement ce que je voulais dire, les familles qui sortent. Parce que ça peut être utilisé comme pique-nique

Interviewer : Nous avons fini l'entretien. Est-ce que vous avez d'autres remarques à faire sur ce produit-là, sur la marque Président en général ? Ou tout est bon pour vous ?

Tous les répondants : Tout est bon.

Interviewer : d'accord, merci beaucoup pour votre temps et vos précieux avis.



5.5 Codage et synthèse des données

Catégories	Sous catégories	Individu 1	Individu 2	Individu 3	Individu 4	Individu 5	Analyse
1. Perception de Président	1.1 Connaissance de la marque	Camembert Crème fraîche	Beurre	Beurre camembert	Crème fraîche	Beurre fromage Camembert	Beurre fromage crème fraîche
	1.2 Profil type consommateur	Âgée	Père de famille Qui aime produits locaux Prêt à mettre le budget	Âgée	30 ans Père de famille Aime la culture française	Riche	Personnes âgées de la CSP+ aime les produits locaux
	1.3 avantages de la marque	X	X	Produit français	Marque nationale Gère ses innovations et production	Positionnement haut de gamme	Haut de gamme marque national
	1.4 inconvénients de la marque	Chère	Chère	D'accord avec tous	Camembert est l'image de président	Pas assez diversifié	Chère et pas assez diversifié et se résume au camembert
2.Caractéristiques Principales du produit	2.1 Avantage de l'innovation	Augmente la cible touche les jeune	Diversifie la marque	Impacte les enfants autant que les adultes	X	X	Diversifie et agrandit la cible
	2.2 Nom du produit	Petit prési	Petit prési	camimi Petit prési	présiptit Petit prési	X	Petit prési
	2.3 Fréquence d'achat après parution du produit	Je ne sais pas	Augmente	Augmente	Augmente	X	Augmente
	2.4 Format	Plusieurs petit prési	X	X	X	Format familiale	Format familiale
	2.5 Packaging	Quelque chose de qualitatif	Sachet blanc En tissu	Filet doré En tissu	Couleurs de président	Sachet en tissu	Sachet en tissu doré avec les couleurs de président
	2.6 Prix	5 - 5,5€	5,5	6	6,20	6	5,99€

	2.7 Profil type consommateur petit prési	Adultes Sort beaucoup	Jeune	15-30 ans	Âgée	Adultes	Tout âge qui sort et manque de temp
3.communication à mettre en place	3.1 Publicité joue un rôle	Oui	Ça donne envie	Beaucoup	X	X	Oui
	3.2 Plateforme	instagram	youtube	instagram	instagram	insta youtube	Réseaux sociaux et YouTube
	3.3 Mise en avant de la nouveaueté	X	Envie de goûter Curiosité prend le dessus	Donne envie de goûter	X	Donne envie Attire l'oeil Capable de mettre plus cher	Indispensable pour La communication

Catégorie 1 : perception de Président

Président est perçu de manière claire pour les répondants ce qui est important à prendre en compte pour caractériser l'innovation des mini-camemberts.

1.1 Connaissance de la marque

La marque est principalement reconnue pour son fromage camembert mais ses autres produits sont également Présent dans la tête des consommateurs comme le beurre ou la crème fraîche *“Le beurre. Le fromage avec les camemberts.”*

1.2 Profil type

Le profil type est clair pour tous les répondant et ce profil est : une personne assez âgée de la catégorie socio professionnelle + et qui aime les produits français et locaux *“Moi je dirais quelqu'un de de la trentaine surtout. Un père de famille. Qui aime les vrais produits français. Et qui n'hésite pas à mettre le budget dans ce qu'il mange”*

1.3 Avantages de la marque

Les avantages principaux de la marque sont la qualité et son coté local qui plait énormément aux consommateurs. *“Pour commencer c'est que c'est un produit français”*

1.4 Inconvénients de la marque

Les inconvénients de la marque sont les prix des produits et le manque de diversité de la marque qui se résume trop aux camemberts *“Et un inconvénient aussi c'est que quand on pense président on pense directement au camembert et pas forcément au beurre ou aux crèmes fouettées.”*

Catégorie 2 : Les caractéristiques principales du produit “les minis camembert”

2.1 Avantages de l'innovation

L'avantage principal de ce produit est qu'il diversifie la marque et agrandit la cible. *“Parce que d'une certaine façon ça pourrait permettre de diversifier un peu la marque”*

2.2 Nom du produit

Le nom qui a mis tout le monde d'accord et qui attire le plus les répondants est : *“Petit-prési”*
“P'tit Prési ouais pourquoi pas.”



2.3 fréquence d'achat après parution du produit en magasin

Le fait de sortir ce produit augmenterait les fréquences d'achat des produits président des répondant. "Oui probablement."

2.4 Format

Selon les répondants, le meilleur format pour ce produit reste le format familial avec plusieurs Petit-prési par pack (environ 10) "Format familial, c'est-à-dire dans une poche...On met plein de mini camemberts."

2.5 Packaging

Pour ce qui est du packaging les répondants désirent un packaging sous forme de pochette en tissu aux couleurs de Président (or et rouge) avec le logo président. "Un sachet en tissu ça peut être bien."

2.6 Prix

Pour ce qui est du prix les répondants seraient prêts à mettre 6€ pour le pack surtout si le packaging est qualitatif et réutilisable. "Entre 6 et 7 euros. Après tout dépend de la quantité aussi."

2.7 Profil type consommateur de Petit-prési

Le consommateur type de ce produit serait : tout âge qui manque de temp et qui aime sortir "justement ce que je voulais dire, les familles qui sortent, Parce que ça peut être utilisé comme pique-nique"

Catégorie 3 : Communication à mettre en place

La communication à mettre en place va servir à toucher la cible visée avec le nouveau produit et pouvoir le vendre le plus possible dans la phase de lancement soit la phase où la communication joue le rôle le plus important.

3.1 Publicité joue un rôle

La publicité joue un rôle important dans les intentions d'achat des répondant qui disent que la publicité les convainc souvent à consommer un produit "Ça donne envie"

3.2 Plateforme

Les plateformes de diffusion de la publicité la plus pertinente pour les répondants restent instagram et youtube car ces dernières donnent une image plus jeune à l'entreprise et créer un lien avec le consommateur "Ouais, genre une petite affiche qu'on voit entre les stories. Ça pourrait permettre de te donner un côté un peu plus jeune à la marque"

3.3: Mise en avant de la nouveauté

Le fait de mettre en avant le fait que ce soit une nouveauté provoque le désir de goûter le produit chez les répondants il serait donc pertinent de le mettre en avant sur la publicité voir même sur le packaging. "Oui, moi en fait, c'est ça, j'ai toujours envie de goûter. La curiosité prend le dessus."

CONCLUSION DE L'ENTRETIEN DE GROUPE

L'objectif de l'entretien de groupe était de trouver toutes les caractéristiques du produit mini camembert en laissant les répondants générer les idées qui leurs plaisaient le plus afin



d'imaginer le meilleur produit possible répondant, dans la mesure du possible, le plus aux caractéristiques évoquées.

A partir des idées obtenues, nous avons entrepris de réaliser brièvement un mix, à travers la méthode des 4P de Kotler afin de synthétiser un rendu final pour décrire le produit déterminé par l'entretien.

PRODUIT

Ce produit s'appellerait donc Petit-Prési. Afin de garder l'esprit de la miniaturisation du camembert. Le produit étant donc les mini-camemberts président ils seraient enveloppés d'une couche de cire car recyclable et parfait dans la conservation du goût. Cela est pertinent car l'un des avantages de ce produit reste sa praticité, soit le fait qu'il puisse être facilement consommable n'importe où donc en balade au bureau etc... Donc il est important que la conservation du produit soit de mise pour être perspicace. De plus pour continuer sur le packaging le format familial reste le plus pratique sachant que la cible principale reste les familles qui consomment beaucoup de quel produit que ce soit, pour le goûter notamment des enfants allant à l'école et au lieu de travail pour les parents.

De plus le packaging serait sous forme de sachet en tissu avec une capacité de stockage d'entre 6 et 10 produits (ce nombre peut varier selon les coûts). Ce sachet serait en tissu et aux couleurs de Président (or et rouge) afin de rester identifiable avec le logo. Enfin pour le packaging il serait pertinent de mettre en avant le mot "Nouveauté" car c'est un argument de vente pour les consommateurs qui pourraient être dubitatif. L'idée de pouvoir mettre en place un fonctionnement de packaging réutilisable et pouvoir acheter des petit-prési en quantité choisie de manière unitaire reste une option à ne pas exclure car cela permettrait de rendre davantage le produit responsable environnementalement parlant. A voir la faisabilité avec les distributeurs.

PRIX

Concernant le prix, il sera évidemment fixé en fonction des coûts mais l'avis des consommateurs est primordial et ceux-ci fixent le prix entre 6 et 7 euros en fonction de la quantité, nous fixons donc une première estimation de prix à 6,49€.

COMMUNICATION

Pour ce qui est de la communication, le plus pertinent serait de diffuser une campagne mettant en avant l'innovation et la nouveauté sur les réseaux sociaux sous forme de story afin de pouvoir toucher autant les jeunes et les adultes très présent sur ces plateformes.

DISTRIBUTION

Dans une optique de vendre le plus possible, la distribution la plus pertinente reste les grandes surfaces où tous les répondants achètent déjà leurs produits dans des magasins tels que Leclerc, Carrefour, Auchan ou encore Lidl.



6. CONCLUSION

Pour conclure ce travail, nous avons menés une étude qualitative tout au long de ce semestre. En réalisant conjointement des entretiens individuels et de groupe, nous avons entrepris de répondre à une question managériale pour l'entreprise Président : « quel serait le meilleur produit novateur à commercialiser pour la marque Président ? »

Comme nous l'avons expliqué tout au long de ce document, nous avons voulu non seulement le déterminer mais aussi l'améliorer, le compléter afin de rendre une proposition complète.

Alors que ces premiers entretiens individuels nous ont servis pour sélectionner un produit, l'entretien de groupe nous a ensuite permis d'améliorer cette sélection.

Ainsi, nous sommes arrivés à une proposition que nous conseillons à la commercialisation pour Président : le p'tit-prési. Ce produit imaginé à partir de l'idée originale de mini-camembert possède de nombreux avantages faisant toute la qualité et la valeur de cette innovation.

Nous pouvons donc conclure par une réponse à la problématique managériale en une phrase : le meilleur produit novateur à commercialiser pour la marque Président est le mini-camembert ; le p'tit prési.

