



Brun Noé
groupe D2
Miceli Matilda
Schmitz Zoé
Melloul Raphaël



Étude Marketing : Mission 2

Table des matières

I.	PROBLEMATIQUE D'ENQUETE, PROBLEMATIQUE MANAGERIALE ET OBJECTIFS	1
II.	QUELS TYPES D'ENTRETIEN ?	1
III.	POURQUOI CES CHOIX D'ENTRETIENS ?.....	2
IV.	LES ENTRETIENS INDIVIDUELS SEMI-DIRECTIFS	4
A.	ÉCHANTILLON IDEAL DES ENTRETIENS INDIVIDUELS SEMI-DIRECTIFS	4
B.	ÉCHANTILLON REEL DES ENTRETIENS INDIVIDUELS SEMI-DIRECTIFS.....	5
C.	GUIDE D'ENTRETIEN POUR LES ENTRETIENS INDIVIDUELS SEMI-DIRECTIFS.....	5
V.	LES ENTRETIENS DE GROUPE.....	7
A.	ÉCHANTILLON IDEAL DES ENTRETIENS DE GROUPE	7
B.	ÉCHANTILLON REEL DES ENTRETIENS DE GROUPES :	8
C.	DEROULE DES ENTRETIENS DE GROUPE	8
VI.	L'ANALYSE DE CONTENU DES ENTRETIENS INDIVIDUELS.....	11
A.	TRANSCRIPTION DES DONNEES	11
B.	DEFINITION DE L'UNITE DE CODAGE	11
C.	CONSTRUCTION DE LA GRILLE DE CODAGE.....	11
D.	CODAGE.....	11
E.	ANALYSE DES DONNEES	12
F.	SYNTHESE DE L'ANALYSE DES ENTRETIENS INDIVIDUELS	12
VII.	L'ANALYSE DE CONTENU DE L'ENTRETIEN DE GROUPE.....	13
VIII.	LE RAPPORT DE SYNTHESE	14
IX.	CONCLUSION	15

Bonjour BN. Depuis notre dernier échange où l'on vous proposait de nombreuses innovations, votre demande a évolué. Aujourd'hui, vous nous demandez de choisir l'innovation la plus pertinente avec son nom associé.

Avant toute chose, un rappel de notre présélection semble nécessaire. Parmi les nombreuses innovations pensées, quatre d'entre elles ont été retenues :

1. La tablette de chocolat BN
2. Le dessert à compartiments
3. Les céréales en formes de mini cookies BN
4. Le kit BN personnalisable

Problématique d'enquête, problématique managériale et objectifs

Pour construire notre stratégie d'enquête et définir une méthode efficace, il est essentiel d'identifier clairement la problématique managériale ainsi que la problématique d'enquête.

La problématique managériale, tournée vers l'action, représente la problématique que se pose l'entreprise BN. La problématique d'enquête quant à elle est orientée vers l'information. Elle est posée par le chargé d'étude pour aider l'entreprise à la prise de décision.

Nous avons fait le choix d'avoir plusieurs problématiques managériales et d'enquêtes en fonctions de nos différents types d'entretien (individuel / groupe) car chacun soulève des objectifs différents.

Nous avons tout de même conçu des problématiques générales pour comprendre l'intérêt principal de notre étude :

Problématique managériale générale :

- Parmi nos produits innovants, lequel doit-on développer et sous quel nom ?

Problématique d'enquête générale :

Quelles sont les préférences des consommateurs vis-à-vis d'un produit innovant pour la marque de BN ?

Voici ensuite les objectifs généraux de notre étude :

- Comprendre les attentes des consommateurs
- Identifier les préférences des consommateurs
- Identifier les motivations et freins à la consommation (des types de produit innovant sélectionnés)
- Identifier l'image de marque que BN renvoie aux consommateurs

Une fois ces problématiques et objectifs établis, nous pouvons désormais définir la stratégie d'enquête et les méthodes les plus adaptées à notre étude.

Quels types d'entretien ?

Nous allons donc effectuer deux types d'entretien : individuel et de groupe. Nous avons donc choisi d'effectuer 10 entretiens :

- 8 entretiens individuels semi-directifs (2 entretiens effectués par chaque membre du groupe)
- 2 entretiens de groupe sous forme de :
 - Brainstorming
 - TGN (groupe nominal)

Chacun de ces entretiens seront porteurs d'objectifs bien distincts.

Une attention particulière sera portée envers la diversité des profils des répondants afin de représenter au mieux l'ensemble des consommateurs.

Pourquoi ces choix d'entretiens ?

Afin de structurer notre étude, nous avons défini deux problématiques distinctes correspondant aux deux grandes étapes de notre analyse :

La première étape consiste à choisir parmi nos 4 innovations celle qui semble être la plus appréciée par les consommateurs. Il est donc essentiel de débuter par cette étape pour pouvoir trouver un nom à notre produit par la suite.

Problématique managériale pour le choix de l'innovation :

- Quelle innovation parmi celles élaborées devrions-nous commercialiser ? Problématique d'enquête :
- Quelles sont les tendances des préférences des consommateurs ?

Pour répondre à cette problématique d'enquête, nous mènerons 8 entretiens individuels semi- directifs.

Ces derniers nous permettront d'évaluer chaque innovation en fonction des perceptions, des attentes et des besoins des consommateurs. Nous pourrons comprendre les tendances de consommation et par conséquent identifier l'innovation ayant le plus de potentiel sur le marché à la suite des analyses de données de nos interviews.

Voici les objectifs liés à notre premier entretien :

- Comprendre les préférences des consommateurs
- Identifier les tendances de consommation (en tenant compte du profil du répondant)
- Identifier l'image de marque que BN renvoie aux consommateurs (en tenant compte du profil du répondant)
- Identifier les motivations et freins à la consommation (des types de produit innovant sélectionnés)

Nous avons privilégié l'entretien individuel car il permet une exploration approfondie des opinions et évite l'influence d'un groupe sur les réponses émises. En effet, l'entretien individuel est long et détaillé et permet d'obtenir une quantité importante d'informations.

De plus, l'entretien semi-directif nous permet d'orienter le répondant dans son discours à travers différents thèmes abordés, tout en lui laissant une certaine liberté de réponse.

Une fois l'innovation retenue, il est essentiel de lui attribuer un nom. Pour se faire, il faut trouver le nom le plus pertinent et le plus attractif pour la mise en vente du produit.

Voici les différentes problématiques liées à ce second type d'entretien : Problématique managériale pour le nom de l'innovation :

- Quel nom choisir pour notre innovation ? Problématique d'enquête pour le nom de l'innovation :
- Quel nom est le plus susceptible de correspondre au produit et de séduire les consommateurs ?

Voici les objectifs liés à notre entretien :

- Identifier les tendances en matière de nom de produit (en tenant compte du profil du répondant)
- Identifier l'image de marque que BN renvoie aux consommateurs (en tenant compte du profil du répondant)
- Trouver un nom en accord avec le produit

Nous organiserons donc deux entretiens de groupe avec les mêmes participants pour chacun d'entre eux.

1. Brainstorming (1er entretien de groupe)

Le premier entretien de groupe est un groupe de créativité, par brainstorming. Cet entretien non directif nous permettra de générer un maximum d'idées de noms, afin d'identifier l'image du produit.

2. TGN ou groupe nominal (2ème entretien de groupe)

Le second entretien prendra la forme d'un groupe nominal. Nous avons opté pour un entretien directif en raison de sa structure, qui permet d'aboutir à une hiérarchisation des idées.

Ce format est particulièrement adapté au choix d'un nom de produit, car il favorise une prise de décision structurée et collective, en mettant en avant et en évaluant les idées les plus pertinentes.

Cet entretien ne débutera pas à sa première étape car le groupe aura auparavant déjà générée des idées de noms. Il commencera donc directement à l'étape de phase collective de regroupement des idées.

Mais alors, pourquoi ces choix ?

1. Ne pas imputer le choix à l'équipe du cabinet d'étude (nous) pour éviter la subjectivité.
2. Permettre de prendre du recul sur l'image de la marque en laissant le choix final à des personnes non impliquées dans l'étude.
3. Éviter des dissidences au sein de l'équipe sur des préférences personnelles sur certains noms.
4. L'échantillon sera composé de plusieurs non-consommateurs de BN pour avoir un nom qui puisse plaire et attirer des non-consommateurs relatifs.

Pour finir, voici l'articulation de nos trois entretiens différents :

- - 1ère étape : Les premiers entretiens (individuels semi-directifs) permettront la sélection de l'innovation au plus haut potentiel parmi les 4 innovations présentées aux répondants.
- - 2ème étape : Le second entretien (groupe de créativité, brainstorming) nous permettra de générer un très grand nombre d'idées de noms pour l'innovation retenue.
- - 3ème étape : Le troisième et dernier entretien (groupe nominal) avec le même échantillon de participants que pour le brainstorming nous permettra d'évaluer et de hiérarchiser les idées de noms générées à l'étape précédente pour choisir le meilleur.

L'ordre de ces étapes est primordial car chacun de nos entretiens a été pensé pour répondre à un objectif précis. Ainsi en suivant nos trois étapes, nous pourrons choisir une innovation, puis trouver son nom et enfin proposer une innovation pertinente pour être introduite sur le marché.

Les entretiens individuels semi-directifs

a. Échantillon idéal des entretiens individuels semi-directifs

Idéalement, si nous avions accès à toutes les ressources possibles, notre échantillon comprendrait 20 individus. Cela nous permettrait d'obtenir une diversité de réponses qui garantirait la représentativité de la population.

Nous avons donc réparti notre échantillon en deux grands groupes :

- **Les consommateurs de BN :**

Ce premier groupe compte 12 personnes parmi les 20 **qui seront** interrogées. Il est essentiel car il représente des consommateurs déjà acquis de la marque, qui la connaissent et ils se montreront donc plus engagés et motivés.

Leur attachement à BN nous permettra de recevoir une implication plus forte de leur part et cela fera naître un sentiment de collaboration dans leurs esprits. Ils se sentiront alors plus écoutés et ne seront alors plus seulement des consommateurs mais joueront un rôle dans l'évolution de votre marque !

- **Les consommateurs du marché du petit-déjeuner, goûters et desserts, et non-consommateurs relatifs de BN :**

Il est également pertinent d'inclure des consommateurs du marché global, qui ne consomment pas nécessairement BN. De cette façon, nous pourrons identifier les freins à l'achat, les perceptions de la marque et les potentielles opportunités pour toucher un public plus large. Cela implique également des retours et des avis objectifs, qui ne seront pas influencés par leur attachement à la marque de BN. Puisque cet échantillon ne consomme pas des produits BN, le produit innovant qu'il pourrait choisir deviendrait peut-être un produit pionnier sur le marché, s'il parvient à convertir des non-consommateurs relatifs de BN !

Nous avons choisi de les répartir de la façon suivante :

- 12/20 consommateurs de BN.
- 8/20 consommateurs du marché du petit-déjeuner, goûter et desserts et non-consommateurs relatifs de BN.

Nous avons souhaité avoir plus de consommateurs de BN afin de privilégier la collaboration avec vos consommateurs. De cette manière, nous entretenons un lien affectif en montrant la considération de votre marque pour ses consommateurs et votre volonté d'évoluer avec eux.

- Parmi les 12 consommateurs de BN :

Les parents sont très importants pour nous, étant donné qu'ils correspondent à votre cible marketing principale. Nous estimons que leur investissement dans le choix du produit innovant permettrait de représenter au mieux les attentes des consommateurs (en l'occurrence ici les principaux acheteurs). Nous en interrogerions 8 parmi les 12 interviewés. Ce sont eux qui réalisent les achats et influencent directement la consommation de leurs enfants. Les parents jouent un rôle déterminant dans la sélection des produits et nous apportent une vision plus rationnelle et argumentée que les enfants. Au final ce sont eux qui font les courses pour leur enfant alors c'est également à eux que les produits doivent parler.

Nous faisons le choix de ne pas nous entretenir directement avec des enfants car ils ne sont pas forcément rationnels. De plus, parvenir à les maintenir intéressés 1h peut être complexe. Nous pensons qu'en nous adressant aux parents, nous toucherons leurs enfants par effet "boule de neige". Un produit choisi par les parents est généralement goûté par les enfants !

Enfin, parmi ces 12 consommateurs nous souhaitons interroger 4 adultes lambda consommateurs de BN. En effet, BN ne se limite pas uniquement aux familles, bien que ce soit son cœur de cible. Ces consommateurs doivent donc être également pris en compte. Ils permettront d'autres arguments que ceux proposés par les parents, et d'identifier d'éventuelles opportunités de développement vers une cible moins spécifique.

Le choix d'accorder une répartition plus importante pour les parents que les adultes consommateurs repose sur le positionnement de BN puisqu'en effet, c'est une marque familiale alors il nous fallait respecter son positionnement.

- Parmi les 8 consommateurs du marché du petit-déjeuner, goûters et desserts :

5 parents nous semblent idéal, car comme pour le premier groupe, les parents restent les principaux acheteurs, et leur choix influence fortement les habitudes alimentaires de leurs enfants. En comprenant leurs critères de sélection, nous pouvons identifier les éléments qui les poussent à consommer un certain produit plutôt qu'un autre et ainsi avoir des éléments de réponses permettant de sélectionner l'innovation la plus pertinente.

Enfin nous aimerions 3 adultes lambda consommateurs de BN, suivant les mêmes arguments cités précédemment.

L'idéal serait d'avoir de toutes les catégories socioprofessionnelles au sein des répondants pour avoir différentes visions que ce soit sur les points fort/faibles des produits, sur les prix, les packaging...

b. Échantillon réel des entretiens individuels semi-directifs

En ce qui concerne les répondants de l'échantillon réel, ce dernier sera composé de :

- Jonah, 16 ans, Sète, non consommateur BN
- Harrison, 24 ans, Poussan, consommateur BN
- Peggy, 47 ans, Aix-en-Provence, non consommatrice BN
- Lola, 19 ans, Aix-en-Provence, consommateur BN
- Lucas, 15 ans, Agde, consommateur BN
- Mathis, 23 ans, Agde, non consommateur BN
- Magali, 50 ans, Strasbourg, non consommatrice BN
- Raphaël, 19 ans, Saverne, consommateur BN

c. Guide d'entretien pour les entretiens individuels semi-directifs

Nous avons rédigé le guide d'entretien que nous appliquerons à l'échantillon des entretiens individuels semi-directifs établis. Avant de démarrer l'entretien, nous présentons au répondant le sujet d'étude, et nous le remercions pour son temps et son investissement.

1) Introduction

Objectif : Poser une question ouverte, simple et large pour mettre à l'aise le répondant.

Question : Pouvez-vous me décrire une journée type en ce qui concerne votre alimentation et vos moments de consommation de snacks ou de desserts ?

2) Centrage du sujet

Objectif : Comprendre les attentes et habitudes du répondant. Les réponses commencent à approcher le cœur du sujet.

Thème 1 : Profil du répondant et habitudes de consommation

- Quels types de produits consommez-vous généralement au goûter, au petit-déjeuner ou en dessert ?
- Avez-vous des critères particuliers dans le choix de ces produits ? (Ex : goût, texture, format, etc.)
- Quels sont les principaux problèmes que vous rencontrez avec ces produits ? (Ex : miettes, transport, emballage peu pratique, trop sucré, etc.)

Thème 2 : Critères de choix des produits alimentaires

- Quels sont les éléments qui influencent le plus votre décision d'achat ?
 - Packaging
 - Prix
 - Écoresponsabilité
 - Marque
- Entre ces critères, lequel est le plus déterminant pour vous ?
- D'accord donc c'est (répétition en écho) Pourquoi ?

3) Approfondissement : Le choix du produit innovant

Objectif : Évaluer les perceptions et préférences du répondant parmi trois produits innovants sélectionnés.

Thème 3 : Réaction aux produits innovants

Successivement, pour chaque produit innovant présenté :

1. Tablette de chocolat avec une base de biscuit

Concept : Une tablette de chocolat avec une base de biscuit croustillant. La tablette elle-même peut être dérivée en chocolat noir, au lait ou autre. Le côté responsable se reflète dans l'emballage, qui est recyclable.

Expérience gustative : À chaque bouchée, on ressent d'abord le fondant et l'intensité du chocolat, suivi du croquant du biscuit. L'alliance du chocolat et du croustillant offre une expérience originale et plaisante.

Aspect responsable : En plus du plaisir gustatif, la tablette est conçue pour respecter l'environnement, avec un emballage éco-conçu.

Public cible : Les amateurs de chocolat, les personnes sensibles aux démarches écoresponsables et ceux qui aiment les contrastes de textures.

2. Dessert à compartiment (crème et mini-cookies)

Concept : Un dessert composé d'une crème onctueuse et, dans un compartiment séparé, des petits cookies croquants à mélanger dans la crème.

Expérience gustative : On ajoute des morceaux de mini-cookies dans la crème pour apporter du croquant et un contraste de textures et saveurs. On peut choisir d'incorporer les cookies progressivement ou en une fois.

Public cible : Les gourmands qui aiment personnaliser leur dessert et ceux qui aiment varier les textures.

3. Pâte à tartiner avec des éclats de biscuit

Concept : Une pâte à tartiner au chocolat (dérivable en chocolat noir, lait ou blanc) avec des éclats de biscuit intégrés pour apporter du croquant.

Expérience gustative : La douceur crémeuse du chocolat est contrastée par des morceaux de biscuit qui ajoutent du croquant à chaque bouchée. À tartiner sur du pain, des crêpes ou même à déguster à la cuillère pour les plus gourmands.

Aspect différenciant : Contrairement aux pâtes classiques, celle-ci apporte une double expérience : le fondant et le croquant.

Public cible : Les amateurs de pâte à tartiner qui cherchent une nouvelle expérience gustative et texturale.

4. Kit de BN personnalisable

Concept : Un coffret contenant des biscuits BN vierges (sans fourrage) et des tubes de différentes saveurs (chocolat noir, lait, blanc, fraise...). Le consommateur peut décorer ses biscuits à sa guise avant de les déguster. (Avec des pinceaux, des colorants, des mini-pochoirs...)

Expérience créative : Laisser libre cours à sa créativité en dessinant des motifs, des mots ou des petits personnages directement sur les biscuits avant de les manger.

Aspect ludique : Un produit fun et familial qui incite au partage et à la personnalisation.

Public cible : Les familles avec enfants, les amateurs de biscuits et ceux qui aiment apporter leur touche personnelle à leurs collations.

- Ressenti spontané : Quelles sont vos premières impressions sur ce produit ?
- Éléments attractifs et freins : Qu'est-ce qui vous donne envie d'acheter ce produit ? À l'inverse, y a-t-il un élément qui vous freineraient ?
- Classement : Pouvez-vous les classer du plus intéressant au moins intéressant ? Pourquoi les avez-vous classés dans cet ordre ?

Thème 4 : Hiérarchisation et ajustements des produits innovants

- Points forts et défauts : Pour le produit que vous avez placé en tête, quels sont ses atouts ? A-t-il des défauts ?
- Optimisation : Si vous deviez modifier un élément clé de votre produit préféré pour le rendre encore plus attractif, que changeriez-vous ?
- Rejet d'un produit : À l'inverse, pourquoi avez-vous classé tel produit en dernier ? Qu'est-ce qui pourrait vous convaincre de l'acheter ?

Thème 5 : Décision finale et prix

- Donc pour les produits que vous avez positionner en tête
- À quel prix seriez-vous prêt(e) à acheter ce produit ?
- Jusqu'à quel prix considérez-vous ce produit comme trop cher ?

4) Conclusion et clôture de l'entretien

Objectif : Permettre au répondant d'exprimer des remarques finales et le remercier.

- Y a-t-il un point dont nous n'avons pas parlé mais qui vous semble important ?
- Avez-vous une dernière suggestion ou remarque ?

Remerciements : Merci pour votre participation, vos réponses nous sont précieuses !

Les entretiens de groupe

d. Échantillon idéal des entretiens de groupe

Pour l'entretien de groupe, l'échantillon idéal serait de 10 répondants. C'est un nombre idéal car il nous permet à la fois d'avoir des échanges riches et dynamiques tout en étant suffisamment restreint afin de garantir un temps de parole équilibrée entre les répondants. Le nombre de participants se situe au juste milieu entre les tailles pour un TGN et un groupe créatif type brainstorming, ce qui est judicieux car l'échantillon pour le brainstorming sera le même que le TGN.

L'échantillon idéal serait composé de 7 consommateurs de BN et de 3 non-consommateurs. Cette configuration nous permettrait d'analyser les perceptions que les répondants ont de BN, qu'ils soient consommateurs ou non.

Nous aimerais à nouveau faire des parents une part importante de notre échantillon, soit 4 parents sur les 7 consommateurs de BN. Ces derniers étant les principaux décideurs d'achat, influencent directement les choix de consommation de leurs enfants. Leur participation nous permettra à nouveau de créer un lien avec eux mais aussi de mieux comprendre les critères principaux à leurs yeux et de savoir ce qui oriente leurs décisions quand ils achètent.

Afin d'éviter les biais d'influence, nous avons fait le choix d'exclure les couples de parents, garantissant ainsi une plus grande diversité d'opinions.

Les 3 autres seraient des consommateurs lambda de BN car, comme dis plus tôt, bien qu'ils ne soient pas notre cœur de cible ils sont tout de même consommateurs alors il faut un nom qui leur correspondent également.

Les 3 derniers participants seraient donc des non-consommateurs de BN. Ainsi nous générerions des noms susceptibles de plaire à des non-consommateurs de la marque aussi (nous voulons éviter de nous baser uniquement sur les idées des consommateurs de BN).

Cette démarche nous autorise à cibler de nouveaux potentiels clients avec des noms qui pourraient leur parler. Encore une fois on aimeraient réunir toutes les CSP.

e. Échantillon réel des entretiens de groupes :

L'échantillon réel des entretiens de groupe sera composé de :

- Estéban, 19 ans, Montpellier, consommateur BN
- Margot, 19 ans, Montpellier, non consommatrice BN
- Noélie, 19 ans, Montpellier, consommatrice BN
- Dylan, 18 ans, Montpellier, non consommateur BN
- Emma, 18 ans, Montpellier, consommatrice BN

f. Déroulé des entretiens de groupe

Comme expliqué lorsque nous vous avions présenté notre stratégie, nous avons fait le choix de faire deux entretiens de groupe. Tout d'abord le groupe créatif, le brainstorming. Ce dernier permet de générer un maximum d'idées créatives.

1. Déroulement du Brainstorming

Objectif : Générer un maximum d'idées de noms pour l'innovation BN préalablement sélectionnée pour donner suite aux entretiens individuels.

Composition et durée :

- 10 participants
- 1 animateur
- Durée : 60 minutes

Introduction et consignes : L'animateur présentera les objectifs et rappellera les règles du brainstorming :

1. Aucune critique : Toutes les idées sont valables, aucune n'est à rejeter d'emblée.
2. Pas d'auto-censure : Même une idée qui paraît simple ou loufoque peut mener à une piste intéressante.
3. Maximiser le nombre d'idées : Plus il y en a, plus les possibilités de trouvailles pertinentes augmentent.
4. Associer les idées : Encourager les participants à fusionner et rebondir sur les propositions.

Déroulé :

- Introduction par l'animateur : "*Notre mission est de trouver un nom accrocheur, mémorable et évocateur pour l'innovation BN. Soyez créatifs et osez proposer des idées originales !*"
- Relances et stimulants créatifs :
 - *"Préférez-vous un nom simple ou composé ?"*
 - *"Faut-il un nom en français ou en anglais ?"*
 - *"Quels mots-clés vous viennent en tête en pensant à l'innovation ?"*
- Encouragement à rebondir sur les idées :
 - *"L'idée de X est intéressante, comment pourrions-nous l'adapter pour être plus parlante ?"*

L'objectif est d'arriver à une liste variée et riche de noms potentiels qui seront ensuite triés et classés dans l'atelier suivant, le TGN.

Pour donner suite aux différentes propositions de noms obtenues lors du brainstorming précédemment réalisé, nous allons mener un TGN afin de hiérarchiser ces propositions et sélectionner celle qui correspondra le mieux à notre produit.

Le choix d'un nom est une étape stratégique essentielle pour assurer la réussite du produit sur son marché. Il doit être mémorable, mémorisable distinctif et en adéquation avec les valeurs et le positionnement de notre marque. En impliquant un groupe de participants variés, nous nous assurons de choisir un nom qui résonne auprès de notre cible et qui possède un fort potentiel d'attractivité.

Notre TGN se déroulera en 1 heure et impliquera un groupe de 5 participants, sélectionné par convenance par manque de moyen. Contrairement au processus habituel en 5 étapes, nous avons simplifié notre approche en 3 étapes, étant donné que les phases de génération d'idées en individuel et de mise en commun collective ont déjà été effectuées lors du brainstorming initial. Il manque donc à réaliser l'étape de regroupement des idées, la phase individuelle d'évaluation des idées et la confrontation des résultats pour parvenir à un nom final.

L'objectif de cette session est d'affiner nos choix en confrontant plusieurs perspectives et en aboutissant à un consensus éclairé.

2. Déroulement du TGN

Introduction (5min - plus court car l'entretien a déjà commencé et les participants connaissent le déroulement prévu) :

- Présentation du TGN et des 3 dernières étapes :
 - Explication de la méthodologie utilisée et des raisons pour lesquelles nous avons opté pour cette approche.
 - Objectifs du TGN : sélectionner le nom qui conviendra le mieux au produit en fonction de critères précis.
- Présentation du produit et de son positionnement :
 - Rappel du marché cible et des valeurs de la marque.
 - Mise en avant des éléments clés du produit qui influencent le choix du nom (ex : caractéristiques uniques, promesse client, différenciation par rapport à la concurrence).

Phase collective de regroupement des idées :

- Présentation de la short-list des noms présélectionnés

Phase individuelle d'évaluation des idées :

Dans cette phase, chaque participant évalue les noms de manière individuelle et attribue une un classement en prenant en compte critères rappelés au préalable.

- Critères de notation :
 - Mémorabilité et impact : le nom est-il facile à retenir ?
 - Cohérence avec le positionnement du produit : le nom évoque-t-il les bonnes valeurs et caractéristiques ?
 - Facilité de prononciation et d'écriture : le nom est-il accessible et compréhensible sans effort ?
 - Différenciation par rapport à la concurrence : se démarque-t-il des noms existants ?
 - Résonance émotionnelle auprès du public cible : évoque-t-il des sentiments positifs et engageants ?
- Méthodologie :
 - Chaque participant établit un classement avec les noms de la short-list
 - Le classement permettra de définir le score associé au nom

Phase collective de confrontation des résultats et sélection finale :

- Collecte et synthèse des scores :
 - L'animateur recueille les classements de chaque participant et calcule le score de chaque nom.
 - Présentation des scores globaux sous forme de tableau pour une visualisation claire.
- Discussion collective :
 - Analyse des écarts de notation et identification des noms suscitant le plus d'enthousiasme ou de divergences d'opinion.

- Débat ouvert sur les raisons des différences de perception.
- Les participants peuvent ajuster leur notation en fonction des arguments entendus.
- Sélection du ou des noms gagnants :
 - Une fois les discussions terminées, un vote final est organisé pour désigner le nom le plus approprié.
 - Possibilité d'examiner une combinaison de plusieurs noms si pertinent.
 - Validation collective du choix final et conclusion.

À l'issue du TGN, nous disposerons d'un nom final.

Comme expliqué nous commencerons par analyser les entretiens individuels pour savoir qu'elle produit plait le plus, pourquoi et quelles fourchettes de prix est acceptable, puis nous réalisons l'entretiens de groupes pour connaître son nom. L'ordre de l'analyse a donc une importance particulière

L'analyse de contenu des entretiens individuels

Donc , une fois nos entretiens réalisés avec nos échantillons réels ils nous fallait analyser les diverses réponses. Avant toute chose il faut savoir que l'analyse de contenu se fait en 6 étapes :

1. Transcription des données (la retranscription totale est appelée le corpus d'analyse)
2. Définition de l'unité de codage
3. Construction de la grille de codage
4. Codage des données
5. Analyse des données
6. Rapport de synthèse

g. Transcription des données

L'étape 1 nous a permis d'obtenir 9 corpus d'analyse, qui peuvent tous être retrouvés en annexe.

h. Définition de l'unité de codage

Nous avons par la suite procédé à la seconde étape, la définition de l'unité de codage. Définir l'unité de codage consiste à comprendre ce que l'on analyse, le « quoi » de notre recherche. Il y a 3 niveaux possibles d'analyse : le mot, la phrase ou le thème.

Pour notre étude qualitative, nous avons défini le thème comme unité de codage. Nous coderons donc dans notre grille de codage des groupes de phrases, issus des entretiens qualitatifs réalisés, qui parlent de la même chose.

i. Construction de la grille de codage

Puis, nous avons construit la grille de codage. Celle-ci a été élaborée en s'aidant du guide d'entretien utilisé pour les interviews. Elle peut être retrouvée dans les annexes.

j. Codage

S'ensuit à la construction de la grille de codage le codage lui-même. On affecte dans la grille chaque unité d'analyse (ou unité de codage donc groupe de mot correspondant à un thème) correspondante à la catégorie (on part du discours brut des répondants et on prend chaque petit bout du discours pour le ranger dans la bonne catégorie ou sous-catégorie).

Cette grille figure donc également dans l'annexe.

k. Analyse des données

Le codage permet d'obtenir une grille de dépouillement. On peut donc réaliser une analyse des données, verticale et/ou horizontale.

Nous avons décidé d'analyser cette grille de dépouillement horizontalement, puis verticalement pour les interviewés n°5, n°6 et n°7. Nous avons seulement analysé verticalement ces trois interviews car ce sont celles qui ont placé le produit innovant sélectionné en première position ou du moins qui ont approfondis à son sujet lors de leur classement pendant l'entretien. Ainsi, cette analyse permet de dégager les principales attentes venant des profils des potentiels consommateurs favorables à cette innovation. On obtient également une fourchette de prix perçue comme convenable pour ces individus.

L'analyse horizontale permet de compléter l'analyse en donnant une vision globale sur chaque thème, en prenant en compte les retours des 8 individus interviewés.

La synthèse horizontale consiste à résumer les discours des 8 interviews pour chacun des thèmes. Pour se faire, on lit la grille de dépouillement par ligne et on synthétise chacune d'entre elles. Cela permet d'avoir une vision globale des thèmes.

Nous pouvons donc trouver en annexe les différentes analyses verticale et horizontale de ces entretiens.

I. Synthèse de l'analyse des entretiens individuels

L'analyse horizontale faite au préalable permet de dégager les recommandations suivantes :

- Réduire le sucre
- Faire un packaging coloré, attrayant par son éco responsabilité (moins de plastique)
- Packaging avec un storytelling pour rappeler l'enfance
- Positionnement goûter ou petit-déjeuner
- Rester dans une fourchette de prix 2,50 € - 10,50 €
- Miser sur le plaisir, la curiosité et la nouveauté
- Valoriser le visuel dans les campagnes

L'analyse verticale permet de son côté d'obtenir les recommandations suivantes :

- Concevoir des produits faciles à comprendre et à consommer
- Utiliser des packagings recyclables
- Proposer des produits gourmands mais équilibrés (avec des options "moins sucrées" par exemple)
- Attention à rester simple (pas de complexité technique ou visuelle)

On peut ainsi confronter les recommandations faites après l'analyse horizontale et celles faites après l'analyse verticale, afin d'optimiser au mieux nos choix liés à la potentielle commercialisation du produit innovant sélectionné.

Ainsi, les recommandations finales pour le kit BN personnalisables seraient :

- Proposer un biscuit sain (allégé en sucre)
- Utiliser un packaging éco responsable afin de réduire au plus l'utilisation d'emballages et de plastique (l'engagement peut être symbolisé par l'utilisation de visuels clairs et/ou verts)
- Utiliser un packaging coloré, avec un storytelling orienté vers les enfants
- Se positionner pour les goûter et petit-déjeuner
- Rester dans la fourchette de prix entre 2,50 € et 10,50 € (à déterminer avec une politique produit plus poussée)
- Rester simple, avec un produit facile à comprendre et à consommer
- Travailler la force visuelle pendant les campagnes de communication du produit

Ce sont avec ces informations que nous sommes allés faire nos deux entretiens de groupes afin de définir du nom final de notre innovations.

L'analyse de contenu de l'entretien de groupe

À la suite de notre choix d'innovation par les entretiens individuels, nous avons réalisé deux entretiens de groupe : un brainstorming pour générer un grand nombre de noms possibles pour notre innovation ainsi qu'un groupe nominal à la suite de ce dernier pour hiérarchiser ces idées et trouver celle qui aura le plus de succès.

Ces discussions de groupe rapides et très peu coûteuses nous ont permis d'aboutir à un choix de nom.

Nous avons eu à prendre toutes les mesures nécessaires pour que la parole soit répartie uniformément entre les membres du groupe et pour qu'ils puissent se sentir libres de parler sans la crainte d'être jugés.

Pour faire suite à nos entretiens de groupe, une analyse de contenu est nécessaire. Elle permet de décrire de manière objective et systématique le contenu des données qualitatives. Notre objectif est de démontrer que l'analyse que l'on réalise est stable et représentative de la réalité de nos entretiens.

Nous avons donc à nouveau besoin de réaliser les étapes suivantes pour analyser le contenu de cet entretien de groupe :

1. La transcription des données (Cf annexe)
2. Définition de l'unité de codage
3. Construction de la grille de codage (Cf annexe)
4. Codage des données (Cf annexe)
5. Analyse des données (Cf annexe)
6. Synthèse

La définition de l'unité de codage reste la même que pour les entretiens individuels. Nous définissons donc le thème comme unité de codage.

En analysant le corpus d'analyse de l'entretien de groupe, nous avons pu élaborer une grille de codage et coder ce corpus d'analyse. (Cf annexe)

Ensuite, cette grille codée permet une analyse des données, également retrouvable sous forme de tableau dans les annexes.

Cette analyse a mené à la synthèse suivante : De manière générale, le groupe a su débattre de façon dynamique et constructive. Les critères définis au début guident tout au long de la discussion de groupe les répondants vers des propositions de noms qui créent soit l'unanimité, soit de l'interaction constructive. Le choix de suppression des noms ainsi que la hiérarchisation a été dynamique et un accord commun guide ce processus, les membres se demandent leur approbation à chaque fois. La créativité des membres n'a pas été biaisée car l'animateur a su faire de bonnes relances et car le cadre de cet entretien a été respecté.

Le rapport de synthèse

En ma qualité de chargé d'étude, je vous présente mon rapport de synthèse pour ce rendu numéro deux :

Après la réalisation de 8 entretiens individuels, nous sommes parvenus au choix du kit BN personnalisable comme innovation la plus pertinente à commercialiser.

Ces entretiens nous ont également permis de comprendre les habitudes alimentaires des consommateurs ainsi que les manières de les satisfaire au mieux.

Deux entretiens de groupe ont été ensuite nécessaires pour générer des idées pour ce produit ainsi que pour les classer et choisir celle qui a obtenu le plus de votes. Le brainstorming ainsi que le groupe nominal nous ont alors amené au choix du nom "BN'art" pour le kit BN personnalisable, ce jeu de mot entre le français et l'anglais peut laisser comprendre "be an artist" pour les anglophones mais est également français. L'art fait référence à la créativité, la caractéristique principale nécessaire à l'utilisation et dégustation de ce produit.

Le codage des données puis leur analyse nous ont permis de mettre en relief les informations réellement importantes au sein de ce second rendu et d'en tirer des conclusions.

Suite à ces analyses, nous avons pu relever des attentes concernant les caractéristiques du kit BN personnalisable.

Tout d'abord une forte volonté pour un biscuit perçu comme plus sain. L'idée d'un produit allégé en sucre est largement évoqué.

Ensuite, les participants insistent sur l'importance d'un emballage éco-responsable. La mise en valeur de cet engagement peut être exprimé via des visuels évocateurs (couleurs vertes, pictogrammes écologiques). Toutefois, cette démarche environnementale ne doit pas nuire à l'attractivité du packaging, notamment auprès des enfants. Il est donc recommandé d'opter pour un design coloré et dynamique, porté par un storytelling ludique et facilement identifiable par les plus jeunes.

Le produit est principalement imaginé pour les moments de consommation liés au goûter et au petit-déjeuner, deux instants jugés stratégiques sur le plan marketing.

Sur le plan tarifaire, les répondants évoquent une fourchette de prix comprise entre 2,50 € et 10,50 €.

De plus, la dimension visuelle est jugée décisive.

Enfin, la simplicité reste une valeur centrale aux yeux des participants. Le produit doit être compréhensible, et facile à consommer.

Le BN personnalisable est une innovation qui a su susciter l'intérêt et la curiosité de nos répondants. Son packaging éco responsable satisfait les engagements écologiques grandissant des consommateurs (de nombreux répondants y portaient de l'intérêt). La composition des aliments doit être allégée en sucre ou le produit doit pouvoir proposer des alternatives comme celle au vu des attentes saines de l'alimentation de la majorité des répondants. Le kit sera fourni d'ustensiles tels que des pinceaux ou des mini-pochoirs et de tubes de saveurs chocolat, vanille, fraise, ou autres. Le visuel du packaging doit être coloré et stimuler l'intérêt des enfants, qui représentent la cible de ce produit.

En vous remerciant d'avoir fait appel à nos services. Nous restons à votre disposition pour des questions ou une collaboration supplémentaires.

Conclusion

Pour conclure sur la Mission 2, nous avons pu réaliser une étude qualitative impliquant 8 individus pour des entretiens individuels et 5 autres pour un entretien de groupe, qui nous a permis d'élaborer un rapport de synthèse à l'attention de BN. Nous avons ainsi pu répondre à la problématique managériale : « Quel produit innovant développer pour la marque BN et sous quel nom ? ».

L'étude a permis d'identifier le kit BN personnalisable comme l'innovation la plus prometteuse, avec pour nom « BN'Art ».

Le BN'Art est positionné sur les moments de consommation du petit-déjeuner et goûter, principalement pour les enfants, avec un engagement pour l'éco-responsabilité et une attention à la teneur en sucre dans sa composition. Le visuel du kit BN personnalisable est important, avec une recommandation pour un packaging coloré.

ANNEXE 1 : CODAGE ENTRETIEN JONAH	17
ANNEXE 2 : CODAGE ENTRETIEN HARRISON	24
ANNEXE 3 : CODAGE ENTRETIEN LOLA.....	32
ANNEXE 4 : CODAGE ENTRETIEN PEGGY.....	37
ANNEXE 5 : CODAGE ENTRETIEN MAGALI.....	42
ANNEXE 6 : CODAGE ENTRETIEN RAPHAËL	46
ANNEXE 7 : CODAGE AVEC POUR ENQUETEUR NOE	50
ANNEXE 8 : CODAGE AVEC POUR ENQUETEUR NOE	53
ANNEXE 9 : GRILLE DE CODAGE DES ENTRETIENS INDIVIDUELS	56
ANNEXE 10 : CODAGE DES DONNEES DES ENTRETIENS INDIVIDUELS.....	57
ANNEXE 11 : ANALYSE HORIZONTALE DES DONNEES	63
ANNEXE 12 : ANALYSE VERTICALE DES DONNEES	64
ANNEXE 13 : CORPUS D'ANALYSE DE L'ENTRETIEN DE GROUPE	66
ANNEXE 14 : GRILLE DE CODAGE POUR L'ENTRETIEN DE GROUPE	72
ANNEXE 15 : CODAGE DES DONNEES DE L'ENTRETIEN DE GROUPE	73
ANNEXE 16 : ANALYSE DES DONNEES DE LA GRILLE DE CODAGE DE L'ENTRETIEN DE GROUPE.....	75
POURCENTAGES	757

Annexe 1 : Codage entretien Jonah

Matilda : Bonjour Jonah, merci d'avoir pris le temps de participer à cet entretien aujourd'hui. Je me présente, je suis Matilda et je serais l'interviewer pendant cet échange.

Jonah : Bonjour.

Matilda : Sache qu'il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses, je vais simplement chercher à comprendre ton point de vue, ton expérience, ton ressenti. Tu es libre de t'exprimer de manière honnête, sans filtre. Ça te paraît clair ?

Jonah : Oui, je crois, oui.

Matilda : Très bien. Alors pour commencer Est-ce que tu pourrais te présenter en quelques mots ?

Jonah : OK. Je m'appelle Jonah, j'ai 16 ans.

Matilda : Super. Est-ce que tu pourrais me décrire une journée type pour toi ?

Jonah : Je me lève, je me fais des œufs brouillés, je mange. Je vais en cours, je mange à la cantine. Quand je rentre, en général j'envoie des mails à des campings pour travailler cet été. Après, je vais à la salle, je fais ma séance, je rentre, je mange et je dors.

Matilda : Donc tu prends trois repas par jour ? Le petit déjeuner, le midi et le soir ? C'est ça ?
Jonah : Oui.

Matilda : Tu manges entre les repas parfois ou pas ?

Jonah : Des fois, ça m'arrive, oui.

Matilda : Et tu manges quoi entre-temps ?

Jonah : D'habitude je me fais des petits shakers de whey protéine en rentrant des cours.

Matilda : Ok, donc pas de sucré ?

Jonah : Non.

Matilda : Jamais ?

Jonah : Rarement.

Matilda : Est-ce que l'alimentation joue un rôle important dans ton quotidien ?

Jonah : Oui. J'ai faim tout le temps. Et c'est important pour prendre de la masse.

Matilda : Du coup, tu manges des choses que t'aimes pas forcément ?

Jonah : Ça m'arrive de temps en temps, mais la plupart du temps, j'aime bien ce que je mange.

Matilda : Et c'est important pour toi d'aimer ce que tu manges ?

Jonah : Oui.

Matilda : Donc, si j'ai bien compris au petit-déjeuner, tu manges salé. Est-ce que tu manges des desserts, parfois ?

Jonah : Rarement, mais ça m'arrive.

Matilda : C'est quoi comme dessert que tu manges ?

Jonah : En général, c'est des yaourts à la vanille.

Matilda : OK. Est-ce que pour le petit-déjeuner, le goûter ou les desserts, t'as des préférences de texture ou de saveur ?

Jonah : Petit déjeuner, je m'en fiche. Goûter, je préfère le shaker, parce que c'est liquide, donc c'est beaucoup plus rapide, je le bois rapidement, c'est mieux que manger. Et le dessert, pareil, je m'en fiche.

Matilda : OK. Qu'est-ce que tu pourrais reprocher à des produits que tu consommes ? Par exemple si c'est trop sucré, trop gras, si tu veux manger dehors et que c'est pas facile à transporter...

Jonah : Non. Je n'ai rien à reprocher.

Matilda : Imagine que tu cherches à acheter un produit sucré pour petit-déjeuner, goûter ou en dessert. Quels seraient les critères les plus importants pour toi ?

Jonah : Comment ça ?

Matilda : Donc ça peut être visuellement, quand tu marches dans un rayon et que tu veux t'acheter des gâteaux ou du chocolat, qu'est-ce qui va t'orienter à acheter un certain produit plutôt qu'un autre ?

Jonah : Ah bah le prix.

Matilda : OK. Autre chose ?

Jonah : Euh... Non.

Matilda : Imagine que tu vas dans un rayon pour acheter un produit sucré. Tu vas regarder juste les étiquettes de prix, et celui qui est le moins cher, tu le prends.

Jonah : Ah, pas que le prix alors.

Matilda : Donc qu'est-ce que tu regardes ?

Jonah : Je regarde celui qui a l'air le plus appétissant sur le paquet.

Matilda : OK. Donc le visuel. Est-ce que, tu vas prendre n'importe quels goûts ?

Jonah : Non, je vais plus me pencher vers du chocolat.

Matilda : Du chocolat, OK. Est-ce que c'est important pour toi, le critère écoresponsabilité ?

Jonah : Je le regarde pas, je fais pas attention en fait.

Matilda : Alors c'est pas un critère.

Jonah : Si tu m'en parles oui, mais quand j'achète seul j'y pense pas et je regarde pas. J'y fais pas attention.

Matilda : Est-ce que tu vas préférer acheter un paquet que tu peux refermer, par exemple ? Ou qui est facilement transportable ? Pour pouvoir l'utiliser en te déplaçant. Ou est-ce que tu t'en fiche ?

Jonah : Je m'en fiche complètement.

Matilda : D'accord. Donc c'est vraiment le visuel, le goût et le prix. La marque, est-ce qu'elle compte ?

Jonah : Non.

Matilda : Si tu vois une marque Nutella et un même produit tout pareil mais qui est Carrefour, tu vas préférer acheter le Nutella ou le Carrefour ?

Jonah : Ça dépend du prix, toujours.

Matilda : Donc ça dépend le prix, ok. Et qui du visuel, du goût ou du prix est le plus important ?

Jonah : Le goût, je dirais. Le goût, c'est le plus important.

Matilda : Pourquoi ? Parce que le but, c'est que je me fasse plaisir quand je mange mon gâteau, tu vois.

Matilda : Intéressant. Est-ce que tu as tendance à essayer des nouveaux produits ou est-ce que tu restes tout le temps fidèle au même produit ?

Jonah : Je suis pas tout le temps fidèle, non. Enfin, j'ai mes habitudes, mais si je vois un nouveau truc, ouais, ça m'arrive d'essayer. J'aime bien essayer de nouveaux produits.

Matilda : D'accord. Je vais te présenter un premier produit. C'est une tablette de chocolat dont la base c'est un biscuit croustillant. Ok ?

Jonah : Oui.

Matilda : C'est une tablette qui peut exister en plusieurs saveurs. Donc tu peux avoir chocolat noir, chocolat au lait, chocolat blanc etc. C'est une recette qui est un peu plus équilibrée. Tu vas

avoir du cacao bio, moins de sucre et un emballage recyclable. Donc ça, c'est le premier produit dont je vais te parler. Qu'est-ce que c'est ta première impression sur ce produit ?

Jonah : Première impression, il est top !

Matilda : Est-ce que ce produit t'attire ou non ?

Jonah : Je pourrais l'acheter, ouais.

Matilda : OK. Est-ce qu'il y a des éléments qui te dérangent ou qui te freinent par rapport à ce produit ?

Jonah : Non. Rien ne me dérange.

Matilda : D'accord. On va refaire ça pour un second produit. C'est un dessert à compartiment.

Jonah : C'est quoi ça ? C'est comme le dessert avec les billes ?

Matilda : C'est un dessert où t'as, sur le côté, un compartiment avec des mini-cookies que tu peux renverser dans la crème dessert. Et la crème, elle peut être au chocolat, elle peut être nature ou peu importe. Et donc, tu mélanges tes mini cookies à ton dessert. Tu arrives à visualiser le produit dans ta tête ?

Jonah : Oui.

Matilda : Quelle est ta première impression par rapport à ce produit ?

Jonah : Ça a l'air bon. C'est original comparé aux yaourts classiques. C'est original et ça a l'air bon.

Matilda : OK. Qu'est-ce qui pourrait t'attirer dans ce produit ?

Jonah : Les mini cookies.

Matilda : Donc tu pourrais acheter ce produit parce qu'il a des mini-cookies et pas acheter des mini-cookies tout court ?

Jonah : Non, c'est le mélange des mini-cookies avec le yaourt.

Matilda : Est-ce qu'il y a des éléments qui te freinent ou qui te dérangent par rapport à ce dessert ?

Jonah : Le sucre, parce que je mange pas trop de sucré, mais sinon non.

Matilda : OK. Très bien. Troisième produit, une pâte à tartiner. Mais attention, à l'intérieur, il y a des éclats de biscuits.

Jonah : C'est quoi le goût de la pâte à tartiner ?

Matilda : C'est une pâte à tartiner au chocolat.

Jonah : OK.

Matilda : Donc avec des éclats de biscuits à l'intérieur, sans huile de palme. Et c'est tout. Qu'est-ce que tu en penses ? C'est quoi ta première impression par rapport à ce produit ?

Jonah : C'est une bonne idée.

Matilda : T'as déjà goûté une pâte à tartiner de ce style, avec des éclats de biscuits ?

Jonah : Ah non, justement.

Matilda : Et c'est quelque chose qui t'attirerait ?

Jonah : Pourquoi pas.

Matilda : Est-ce qu'il y a quelque chose qui pourrait t'empêcher d'acheter ce produit ?

Jonah : Le sucre, juste.

Matilda : Maintenant, je vais te présenter un quatrième produit. C'est un kit de biscuits personnalisables. Il consiste à dessiner et personnaliser des biscuits vierges avec des tubes de différentes saveurs (fraise, chocolat blanc, noir, au lait...). Donc dans un paquet de BN personnalisable, il y a des biscuits vierges, des pinceaux et des tubes. Qu'est-ce que tu en penses ?

Jonah : Ça a l'air sympa comme idée, mais je pense que c'est plus un truc pour les enfants.

Matilda : Est-ce que c'est un produit que tu pourrais acheter pour toi ?

Jonah : Non, je pense pas. Ça a l'air amusant, mais moi je cherche plus quelque chose à manger direct.

Matilda : D'accord. Maintenant que tu as découvert ces quatre produits, est-ce que tu peux les classer du plus intéressant au moins intéressant ? Tu as la pâte à tartiner, le dessert à compartiment, la tablette de chocolat et le kit de biscuits personnalisables.

Jonah : Le plus intéressant pour moi, c'est la pâte à tartiner.

Matilda : OK. En deuxième ?

Jonah : En deuxième, je dirais... la tablette.

Matilda : D'accord.

Jonah : Parce que le troisième, le yaourt cookie, c'est original, mais il y en a déjà eu. Alors que la tablette, on n'en a jamais vu avec un biscuit en dessous, plusieurs goûts différents et tout. Et en dernier le kit, parce que même si c'est cool, c'est pas fait pour moi.

Matilda : OK. Alors pourquoi la pâte à tartiner en premier ?

Jonah : Parce que c'est le plus original des trois, je trouve.

Matilda : OK, donc c'est l'originalité qui te plaît. C'est quelque chose que t'as jamais vu et c'est en ça que c'est un produit que t'aimes bien, c'est ça ?

Jonah : Oui.

Matilda : Pourquoi la tablette de chocolat en deuxième ?

Jonah : Parce que ça a l'air bon et j'ai jamais vu.

Matilda : Et pourquoi la tablette de chocolat pas en première ?

Jonah : Parce que si je devais manger un des deux, je mangerais la pâte à tartiner. Je préfère le truc plus tendre. La tablette de chocolat elle croque en bouche.

Matilda : D'accord. Pour la pâte à tartiner, pour toi, quels sont ses points forts ?

Jonah : Le mélange des deux textures, de la pâte à tartiner et des éclats.

Matilda : Et quels seraient ses défauts ?

Jonah : Peut-être trop de sucre du coup.

Matilda : Ok, et à part le sucre ?

Jonah : Bah y'en a pas. Enfin je sais pas, je vois pas.

Matilda : Si tu pouvais modifier un élément clé de cette pâte à tartiner pour la rendre encore plus attractive, qu'est-ce que tu changerais ?

Jonah : Je sais pas du tout.

Matilda : OK. Pourquoi t'as mis le kit personnalisable en dernier ?

Jonah : Parce que je l'achèterais pas.

Matilda : Tu pourrais le consommer un jour ?

Jonah : Ça m'étonnerait.

Matilda : Ok. Si tu devais acheter un de ces trois produits, ce serait lequel ?

Jonah : Si je devais en acheter, je prendrais la pâte, je pense.

Matilda : Ok, pourquoi ? Parce que je l'ai mise en premier, et j'ai envie d'essayer le mélange avec les éclats de biscuit.

Matilda : Ça t'intéresse les textures ?

Jonah : Oui ça m'intéresse, je veux goûter.

Matilda : Tu serais capable de l'acheter pour quel prix ?

Jonah : Pas plus de 6 euros, je dirais. Oui, pas plus de 6 euros.

Matilda : OK. Et à partir de quel prix tu trouverais qu'il est trop cher ? Tu paierais combien maximum pour l'acheter, et au-delà de ce prix, c'est trop excessif, tu la prends pas.

Jonah : 8 euros c'est trop cher. 7 euros déjà c'est limite.

Matilda : Alors pour 8 euros il vaut toujours son prix ?

Jonah : Non, c'est trop cher je l'achète pas.

Matilda : Est-ce qu'il y a un point dont on n'a pas parlé mais qui te semble important par rapport à cette conversation ? Tu as une dernière chose à dire, une dernière remarque, une dernière suggestion ?

Jonah : Non, tout est clair pour moi.

Matilda : Très bien. Avant de clôturer cet entretien, je tiens à bien préciser que toutes ces informations sont confidentielles et ne seront utilisées simplement que dans le cadre de cette étude. Je te remercie beaucoup pour ta participation et tes réponses qui me sont précieuses.

Annexe 2 : Codage entretien Harrison

Matilda : Bonjour Harrison.

Harrison : Bonsoir.

Matilda : Et merci de participer à cet échange. Avant de commencer cet entretien, est-ce que tu pourrais me décrire une journée type ? Dès le moment où tu te réveilles, qu'est-ce qui se passe ?

Harrison : Je me brosse les dents.

Matilda : Super.

Harrison : D'abord, je bois un verre d'eau et un verre de jus d'orange. Des fois, je prends un petit peu de cacahuètes pour le petit déjeuner.

Matilda : Ah oui ?

Harrison : Ouais.

Matilda : OK.

Harrison : Après, je vais au travail.

Matilda : Et tu déjeunes ou pas ?

Harrison : Généralement, non.

Matilda : Ok, tu travailles, et donc au travail tu te fais une gamelle ? Tu manges comment à midi ?

Harrison : Alors soit je me suis préparé une gamelle la veille, soit je vais à Lidl ou à McDo.

Matilda : Ok. Tu finis à quelle heure le travail ?

Harrison : À 16h.

Matilda : À 16h. Donc tu rentres, est-ce que tu goûtes ?

Harrison : De temps en temps, oui. De temps en temps, non.

Matilda : D'accord. Quand tu goûtes, tu goûtes quoi ?

Harrison : En général, je me fais un verre de lait avec des gâteaux.

Matilda : D'accord. Des gâteaux comme quoi par exemple ?

Harrison : En ce moment ça fait longtemps que je n'ai pas fait ça mais genre des Princes.

Matilda : Des princes. D'accord. Ce sont des biscuits à quel goût ?

Harrison : Ce sont des biscuits au chocolat.

Matilda : Est-ce que l'alimentation a un rôle important dans ton quotidien ou sans plus ?

Harrison : C'est-à-dire ?

Matilda : Par exemple, il y en a pour qui vraiment le but c'est de prendre de la masse, il y en a pour qui justement ça va être l'inverse, il y en a pour qui c'est un grand plaisir à chaque fois, il y en a qui s'en moquent, ils mangent comme ça, parce qu'il le faut.

Harrison : Je ne fais pas particulièrement attention à mon alimentation. Je mange ce que je veux.

Matilda : Est-ce que tu as des préférences pour le goûter, le petit déjeuner ou le dessert ? Des préférences en termes de texture ou de saveur ?

Harrison : Mon dessert préféré c'est la crème brûlée et le crumble de maman.

Matilda : Donc en dessert, ok. Et au petit-déjeuner et au goûter ? Est-ce que tu aimes manger, par exemple, des choses qui sont croquantes, des choses qui sont tendres, liquides ?

Harrison : Le matin, ce que je préfère pour le petit-déjeuner, c'est le petit-déjeuner anglais, donc c'est brunch. Et pour le goûter, ce serait plus du lait avec un biscuit que tu fais tremper dans le lait. Ou des tartines de Nutella.

Matilda : D'accord. T'aimes bien quand c'est un peu mou ?

Harrison : Oui, oui, je préfère quand c'est tendre et agréable, fondant. Fondant. Plutôt que craquant et sec.

Matilda : OK. Est-ce qu'il y a des produits que tu consommes, du coup, pour le petit déjeuner ou le goûter à qui t'aurais des choses à leur reprocher. En termes de « c'est pas pratique à transporter » ou « l'emballage est cheap » ou « c'est trop sucré ». T'aimerais bien qu'ils aient une amélioration ?

Harrison : Ce que je supporte pas, c'est quand dans les gâteaux, il n'y a pas assez de chocolat alors que sur l'image il y a beaucoup de chocolat, tu vois ce que je veux te dire ?

Matilda : Ok t'aimes bien quand il est très garni alors ?

Harrison : Voilà c'est ça. J'aime pas les gens qui vendent des biscuits mais c'est des menteurs.

Matilda : D'accord.

Harrison : Aussi j'aime pas quand les gâteaux, quand tu les prends dans un sachet, ils sont déjà cassés, tu vois. Ça, ça m'insupporte.

Matilda : Très bien. Maintenant, imagine que tu vas dans un rayon pour acheter justement un produit alimentaire du type biscuits, chocolat, dessert... Quels vont être les critères qui vont t'influencer à l'acheter ? Pour quelles raisons tu vas l'acheter ? Lui plutôt qu'un autre.

Harrison : Il faut que sur l'image, il ait l'air tendre.

Matilda : Ok...

Harrison : Il ne faut pas que ça ait l'air sec. J'aime pas quand c'est sec.

Matilda : Je vois.

Harrison : J'ai pas d'autres idées là.

Matilda : Je peux te donner des exemples si tu veux. Donc là tu viens de citer le visuel , mais ça pourrait être par exemple les différentes saveurs qui sont proposées, le prix, la marque, si c'est éco responsable ou pas écoresponsable...

Harrison : Alors j'aime pas trop quand c'est des fruits déjà, à part si c'est de la fraise. Tout ce qui est caramel, café, tous ces goûts, c'est non. Que du chocolat. Chocolat ou fraises.

Matilda : Chocolat ou fraises, ok.

Harrison : Je vois pas quoi dire d'autre.

Matilda : Donc si tu vois un gâteau au chocolat qui coûte 10 euros ou un gâteau au chocolat qui coûte 3 euros, tu le remarques ?

Harrison : Je vais veiller à ce qu'il y ait un bon rapport qualité-prix, mais je suis pas trop regardant non plus.

Matilda : OK. Donc tu ne regardes pas trop le prix à part si c'est excessif.

Harrison : C'est exactement ça.

Matilda : OK. S'il y a deux fois le même produit, tu vas sélectionner celui qui est plus éco-responsable malgré le fait qu'il ait un prix un peu plus cher, par exemple ?

Harrison : Je ne fais pas attention à ce genre de détails sur des gâteaux, non.

Matilda : Et si c'est exactement le même produit, mais il y a juste la marque qui change, est-ce que tu vas être plus orienté vers une marque que tu connais ou non ?

Harrison : J'aimerai dire que je m'en fiche de la marque, mais en général, les marques les plus chères font des gâteaux meilleurs, donc je prendrais la marque la plus chère.

Matilda : OK. Donc, on a dit, il y a le visuel qui compte, le goût et la marque. Donc lequel est le critère le plus déterminant si tu devais en choisir un ?

Harrison : Le visuel.

Matilda : Parce qu'il faut que ça te donne envie, c'est pour ça ?

Harrison : Exactement.

Matilda : Est-ce que tu as tendance à essayer des nouveaux produits ou tu restes fidèle à chaque fois au même produit que tu connais, à ta référence ?

Harrison : Ça dépend de mon humeur.

Matilda : Mais tu aimes bien essayer des nouveaux produits ou pas plus que ça ?

Harrison : J'aime bien essayer des nouveaux produits, oui.

Matilda : Ce n'est pas un risque de perdre de l'argent pour quelque chose que tu n'aimes pas ?

Harrison : Non, si le visu me va, je tente.

Matilda : D'accord. Donc, je vais commencer par te présenter quatre produits. Tu vas me donner tes premières impressions.

Harrison : OK.

Matilda : Le premier produit, c'est une tablette de chocolat dont la base, c'est une base de biscuit qui est croustillante. La tablette de chocolat, elle peut être au chocolat noir, chocolat au lait, peu importe. Et c'est une recette assez responsable avec un emballage recyclable. Quelle est ta première impression.

Harrison : Le fait qu'il y ait du biscuit, j'ai peur que ce soit un peu trop sec, tu vois, à l'intérieur de la bouche. Mis à part ça, c'est difficile d'imaginer le consommer parce qu'en principe j'aime pas ce qui est sucré, ça me donne pas envie.

Matilda : Ok, donc ce produit ne t'attire pas ?

Harrison : Non.

Matilda : Ok. Donc quels sont les éléments qui te dérangent ou qui te freinent à acheter ce produit ?

Harrison : Le biscuit et le fait qu'il n'y ait que du chocolat. Le chocolat j'aime bien quand il est fondant, on va dire.

Matilda : Ok. Ensuite, le deuxième produit, ça va être un dessert à compartiment. Tu vois les crèmes avec des petites billes sur le côté et tu mélanges les petites billes dans la crème ?

Harrison : Oui, comme les yaourts.

Matilda : Exact.

Harrison : Ça, j'adore.

Matilda : Alors là, on parle d'un dessert composé d'une crème et dans le compartiment à côté, c'est des petits cookies que tu peux mélanger dans ta crème. Qu'est-ce que tu en penses ?

Harrison : Oui, grave.

Matilda : Donc c'est un produit qui t'attire ?

Harrison : Ouais.

Matilda : Que tu aimerais consommer ?

Harrison : Oui.

Matilda : Pourquoi ?

Harrison : Parce que j'aime bien le fait qu'il y ait un mélange cookies et justement avec la crème ça fait que ça rend pas l'aliment trop sec et c'est agréable, c'est frais et puis c'est sucré, c'est bon.

Matilda : Il y a des trucs qui te freineraient à l'acheter ?

Harrison : Peut-être si la crème qui est donnée avec les cookies elle est trop fade. Il faudrait qu'elle soit un tout petit peu sucrée tu vois. Ou un petit peu aromatisée. Tu vois ce que je veux te dire ?

Matilda : Oui je vois.

Harrison : J'ai jamais été aussi précis en parlant d'un dessert.

Matilda : Non mais c'est super tout ce que tu dis. Le troisième produit c'est une pâte à tartiner. Elle est au chocolat avec des éclats de biscuits à l'intérieur. Qu'est-ce que tu en penses ?

Harrison : La pâte à tartiner, je suis pas fan, je trouve que ça m'attire un peu moins. Donc plutôt un ressenti négatif. Après c'est une bonne idée.

Matilda : Donc tu ne serais pas attiré par ce produit ?

Harrison : Non.

Matilda : Alors pourquoi c'est une bonne idée ?

Harrison : Parce que je suis objectif, mais j'aime pas tout ce qui est pâte à tartiner.

Matilda : Je ne te demande pas d'être objectif, je te demande de me donner ton avis.

Harrison : Dans ce cas-là, non.

Matilda : Non, pourquoi ?

Harrison : Parce qu'à part le Nutella, malheureusement, qui n'est pas bien pour la forêt amazonienne, je n'aime pas la pâte à tartiner.

Matilda : Donc, les éléments qui te freinent ou qui te dérangent sur cette pâte à tartiner, c'est quoi ? C'est le fait que ce ne soit pas la marque Nutella ?

Harrison : Non, ce n'est pas la marque, c'est le goût. C'est juste que, mis à part le Nutella, qui a un goût unique, toutes les pâtes à tartiner que j'ai essayé, ça m'a toujours un peu écœuré.

Matilda : Et si ça avait été Nutella avec des éclats de biscuits à l'intérieur de sa pâte à tartiner ?

Harrison : Ça pourrait plus m'attirer. Mais de manière générale, la pâte comme ça, ça m'écœure. Donc même si c'était du Nutella, je serais mitigé.

Matilda : Ok. Ensuite en dernier on a un kit de BN personnalisable. L'idée, c'est que tu as des biscuits vierges et des tubes de différentes saveurs – chocolat noir, lait, blanc, fraise... Tu peux dessiner sur tes biscuits avec ces tubes, un peu comme si tu les décorais avant de les manger. Il y a aussi des petits pinceaux pour affiner les détails. Qu'est-ce que tu en penses ?

Harrison : Ah c'est pas mal ça. J'aime bien les trucs interactifs comme ça. Ça me rappelle un peu les glaces où tu peux ajouter toi-même les toppings.

Matilda : Qu'est-ce qui te plaît dans ce produit ?

Harrison : C'est cool de pouvoir choisir le goût que tu veux mettre. T'es pas obligé d'acheter un paquet avec une seule saveur tu vois. Et ça peut être fun avec des enfants, je me vois bien faire ça quand je garde mon petit cousin. Ça change du simple gâteau qu'on ouvre et qu'on mange direct.

Matilda : Il y a des choses qui te freinent avec ce produit ?

Harrison : Peut-être si les biscuits sont trop secs. Il faudrait qu'ils soient un peu sablés ou fondants, pas juste des biscuits durs.

Matilda : Donc, sur ces quatre produits, tablette au chocolat, dessert à compartiment, pâte à tartiner et le kit personnalisable, est-ce que tu peux les classer du plus intéressant au moins intéressant ?

Harrison : Le plus intéressant, c'est le deuxième, c'était le dessert. En deuxième, le kit de BN parce que c'est fun et différent. Ensuite la pâte à tartiner. Et en dernier, le chocolat avec la base de biscuit.

Matilda : Pourquoi ce classement ?

Harrison : Le dessert il a l'air super bon. Comme je t'ai expliqué, c'est frais, puis c'est un petit dessert. C'est léger, c'est léger aussi. J'aime bien quand c'est léger. Le deuxième, je trouve que ça apporte une vraie expérience. C'est un peu un jeu et c'est cool à faire avec des petits, j'aime bien l'idée. La pâte à tartiner en troisième, parce que je suis curieux juste d'essayer. C'est ça, c'est la curiosité.

Matilda : Très bien.

Harrison : Et la tablette de chocolat, ça ne me tente pas du tout parce que c'est sec, ça va être croquant, ça ne m'attire pas.

Matilda : Ok. Donc pour le dessert, je suis désolée si tu te répètes, tu l'as placé en tête : est-ce que tu lui vois des défauts ?

Harrison : Il faudrait que les mini biscuits, ils aient le bon volume. Pas trop gros, pas trop petit.

Matilda : OK. C'est tout ?

Harrison : En fait, je ne peux pas y voir de défaut, je ne l'ai pas essayé.

Matilda : Oui, mais peut-être qu'il lui manque un petit quelque chose pour qu'il soit parfait. Il n'y a rien que tu pourrais lui rajouter, un élément clé qui le rendrait encore plus attractif ?

Harrison : Oui, alors les éclats de cookies là, il faut que ce soit du Daim. Des éclats de Daim.

Matilda : Des éclats de caramel.

Harrison : Ouais, un truc comme ça.

Matilda : Et pourquoi tu as mis la tablette de chocolat en dernier ?

Harrison : Parce que c'est sec. Je pense que c'est trop simple, c'est un peu trop fade.

Matilda : D'accord. Si tu devais acheter l'un de ces produits demain, lequel tu choisirais ?

Harrison : Le dessert. À quel prix tu serais prêt à l'acheter ?

Matilda : Alors, on parle en lot de combien de yaourts ?

Harrison : Un paquet de 6.

Matilda : 6 desserts, 5 euros.

Harrison : D'accord, et à quel prix, maximum, tu serais prêt à payer ?

Matilda : Euh, 12 euros ? Non, 10 euros. Oui 10 euros.

Harrison : Tu serais prêt à acheter les 6 pour 10 euros ?

Matilda : Bah si, je suis fan de ces yaourts-là et que j'ai très faim. Et que je me dis, que je vais regarder un petit film et tout, manger un petit truc frais, devant ma série. Ouais, 10 euros.

Harrison : Donc si je les mets à 11 euros, tu les achètes ?

Matilda : Non.

Harrison : Ok, donc vraiment 10 euros max ?

Matilda : 10,50 euros max.

Harrison : Est-ce que tu as une dernière opinion à émettre que tu n'as pas dit jusqu'ici ?

Matilda : Non, je trouve que j'en ai beaucoup dit.

Harrison : Je te remercie pour ta participation. Sache que tout ce dont nous avons échangé restera confidentiel. C'est dans le cadre de cette étude.

Matilda : Le plaisir est pour moi.

Annexe 3 : Codage entretien Lola

Raphaël : Bonjour Lola alors déjà merci de m'accorder un peu de ton temps et d'accepter cet entretien

Lola : Pas de soucis tout le plaisir et pour moi (rire)

Raphaël : Alors pour commencer est ce que tu pourrais me décrire une journée type, c'est quoi la journée typique de lola ?

Lola : Alors, (hésitation), je me lève vers 8 heures, je suis à la fac de droit donc je travaille beaucoup de chez moi mais vers 8h je me lève, je déjeune ou pas en fonction de ma faim, ensuite je me prépare et je travaille jusqu'à 12h/12h30, je mange à nouveau quelque chose de pas très copieux et ensuite je me remet à bosser puis à 17h je fais une pause goûter quand même assez importante, c'est un peu ma pause puis je vais bosser encore jusqu'au soir je dîne pas beaucoup et je passe du temps avec ma famille ou avec mes amis.

Raphaël : OK et du coup durant cette journée quel rôle à l'alimentation pour toi ? c'est quand même un moment important pour toi ?

Lola : Bah alors j'ai souvent faim entre les repas alors j'ai tendance à grignoter des petits gâteaux comme ça et l'après midi c'est quand même plutôt équilibré. Enfin j'essaye au maximum

Raphaël : Ah, tu grignotes beaucoup ?

Lola : En vrai quand même oui, enfin pas beaucoup mais souvent

Raphaël : OK très bien merci beaucoup du coup là on va passer un nouveau thème on va essayer de comprendre un peu les habitudes de consommation que tu as et quels sont ce qui va te motiver ou au contraire te démotiver goûter quelque chose

Lola : Okay

Raphaël : Donc déjà pour ta consommation quotidienne, qu'est-ce que tu as tendance à consommer au goûter au petit déjeuner ou même ou en dessert si tu en prends

Lola : Oui oui bien sûr je consomme des desserts bah ça reste souvent quand même des yaourts mais des fois ça avec quelque chose de différent et sinon goûter c'est souvent des petits gâteaux

Raphaël : OK, donc plutôt des gâteaux t'as des préférences en termes de texture en termes de saveurs...

Lola : Euh.. C'est vrai que je mange plutôt des gâteaux au chocolat, et après on tient la texture. J'aime bien quand ça croustille comme la plupart des gâteaux.

Raphaël : Super , et quel reproches, si tu en as, as-tu à faire au gâteau et dessert que tu as l'habitude de consommer Tu dirais qu'ils sont trop sucrés, trop gras, pas facile à transporter, pas écologique ?...

Lola : Trop sucré déjà je dirais et après c'est vrai que certains sont pas facile à transporter soit c'est des paquets individuels ou du coup c'est trop gros soit ça va être des paquets avec tout et du coup bah t'as pas de te trimbaler avec la grosse boîte

Raphaël : Donc attention au sucre et à l'ergonomie, super donc maintenant on va s'intéresser aux critères de choix des produits alimentaires donc quels sont les éléments qui influencent le plus votre décision d'achat ?

- Packaging
- Prix
- Écoresponsabilité
- Marque
- praticité
- goût

Lola : Bah je suis étudiante, donc déjà clairement le prix, et après c'est vrai que je me laisse carrément emporter par le visuel

Raphaël : Okay et du coup, entre ces critères, lequel est le plus déterminant pour vous ? Pourquoi ?

Lola : Le packaging

Raphaël : Super, et pourquoi ?

Lola : Parce que si c'est pas beau, j'ai juste juste pas envie d'acheter

Raphaël : D'accord, quand c'est pas beau ça te désintéresse

Lola : Oui voilà

Raphaël : Très bien, Tu dirais que tu as tendance à rester fidèle à des marques ou justement t'aimes bien tester de nouvelles marques ?

Lola : Non je suis plutôt fidèle à des marques (relance silencieuse), j'ai un peu peur d'être déçu et du coup quand je trouve quelque chose qui me convient j'aime bien garder ce produit je vais pas tenter à part si vraiment le packaging de quelque chose de nouveau m'attire vraiment beaucoup sinon non

Raphaël : Oui je vois t'as un peu t'as ma référence et tu restes un peu avec cette référence là

Lola : Oui, voilà exactement

Raphaël : OK et bah écoute c'est super maintenant je vais te présenter des produits et des innovations. Pour l'instant c'est seulement des concepts et je vais demander un petit peu tes avis vis-à-vis de ça etc.

Lola : Yep

Raphaël : Donc là pour l'instant on a trois innovations, Et pour l'instant je ne vais pas te demander laquelle te semble mieux etc. je vais vraiment juste te demander tes premières

impressions. donc on a la tablette de chocolat BN donc c'est une tablette de chocolat dont la base est un biscuit croustillant. Elle pourrait être déclinable en plusieurs saveurs. Donc tu peux avoir chocolat noir, chocolat au lait, chocolat blanc etc. C'est une recette plus équilibrée que les tablettes concurrentes avec du cacao bio, moins de sucre et un emballage recyclable. alors déjà Qu'est-ce que c'est ta première impression sur ce produit ?

Lola : Ça a l'air super mais j'attends la suite

Raphaël : D'accord mais juste comme ça a chaud ça pourrait t'intéresser ?

Lola : Oui oui franchement carrément j'aime beaucoup le chocolat

Raphaël : OK donc le deuxième produit qu'on propose c'est un dessert à compartiment BN donc un peu comme les desserts qu'on avait lors de notre enfance quand on casser qu'on avait des billes de chocolat l'autre côté sauf que là ça va être avec des mini cookies BN que l'on casse dans une crème au chocolat, et ça permettra en fait de mélanger un peu les saveurs BN avec le yaourt

Lola : Ça aussi j'aime beaucoup l'idée c'est vrai que tu m'as débloqué un souvenir là (rire), je pourrais carrément consommé et les enfants adorent les trucs comme ça donc je peux me projeter en acheter à mes enfants, c'est ludique

Raphaël : Pour la troisième innovation nous sommes parties sur un gâteau personnalisable donc un gâteau DIY, on aurait donc à l'intérieur du packaging des tubes de goût (chocolat, fraise, vanille...), des pinceaux, des colorants, des gâteaux vides, des vermicelles... de quoi faire son BN de rêves quoi

Lola : Ah c'est sympa mais plus pour les enfants du coup ?

Raphaël : Oui carrément, après c'est une activité ludique à faire en famille ou quoi, c'est vraiment un moment quoi

Lola : Oui c'est cool j'aime bien mais bon moins touché

Raphaël : Ok ok je comprends et du coup notre dernière innovation c'est une pâte à tartiner BN donc un peu dans l'idée de Nutella sauf que on va avoir des croustillants donc des bouts de BN à l'intérieur pour avoir un peu une pâte croustillante. donc c'est une pâte à tartiner mais tu peux aussi la mettre dans des yaourts etc. et voilà donc ça c'est sans huile de palme, conditionné dans un verre en pot recyclable donc quand même avec une attention pour l'écologie

Lola : J'aime bien, c'est très original parce que tu compares ça Nutella mais y a pas ce côté croustillant dans le Nutella donc ça franchement ça va être une très bonne idée

Raphaël : OK maintenant est-ce qu'il y a des aspects qui te dérangent dans chaque produit, donc déjà dans la pâte à tartiner ?

Lola : Bah j'aurais peur que ce soit trop sucré de base, mais du coup tu m'as dit que vous faisiez quand même attention donc franchement non

Raphaël : Rien ne te freine à l'achat ?

Lola : Bah le prix mais tu m'en as pas parlé

Raphaël : On y revient ouais, pour le dessert à compartiment, quelque chose te dérange ?

Lola : Non franchement non, même si on peut penser que c'est pour les enfants, ça me choquerait pas d'en consommer

Raphaël : On en pense quoi du BN personnalisable

Lola : C'est une très bonne idée mais ça a l'air moins évident à mettre en place

Raphaël : Et les tablettes ?

Lola : J'aime trop ça pour critiquer (rire)

Raphaël : (rire) Maintenant que t'as découvert les produits, est-ce que tu pourrais les classer de celui qui t'intéresse le plus à celui qui t'intéresse le moins en m'expliquant pour chaque place pourquoi ce classement

Lola : Je mettrai la pâte à tartiner en premier, parce que j'utilise presque tout, donc la pâte à tartiner en premier.. ensuite euh...deuxième la tablette de chocolat parce j'aime trop ça et l'idée du croustillant est super chouette, ensuite les Personnalisable car l'idée est très cool et du coup en troisième les yaourts parce que les yaourts c'est ce que je mange le moins en soit je me vois mal manger ça au goûter et je grignote plus que je ne prend de vrai dessert comme ça donc les deux autres me parlent plus

Raphaël : Ok tu te sens moins touché par le yaourt

Lola : Ouais exactement mais l'idée est cool

Raphaël : Donc pour la boîte à tartiner que t'as placé en tête, est-ce que tu peux me dire un petit peu c'est points forts et ses défauts

Lola : Alors les points forts c'est que ça se démarque de ouf le côté croustillant fait qu'on reconnaît quand même vite la pâte de BN et en défaut toujours le risque de faire quelque chose de très sucré

Raphaël : Okay, et tu modiferais quelque chose pour le rendre encore plus attractif ?

Lola : Euh... (hésitation) Je pense que je rajouterais des billes de chocolat qui croustille aussi, parce que le BN risque un peu de s'imbiber de la pâte à tartiner et du coup être un peu mou

Raphaël : Okay pourquoi pas ouai, alors tout à l'heure t'as dit que quelque chose qui pouvait te freiner ça allait être le prix vu que t'es étudiante etc. donc c'est exactement exactement à ça qu'on va s'intéresser pour la pâte à tartiner. On va essayer de voir un peu le prix qui te semble le plus cohérent.

Lola : Ok top

Raphaël : Donc si demain tu te balades dans les magasins, à quel prix serais-tu prête à acheter la pâte à tartiner et BN qu'est-ce qu'il semble plus cohérent ?

Lola : Un pot de combien ? 1kg ou 500g

Raphaël : Disons 1kg format nutella classique

Lola : Ok euh... je mettrais 5€

Raphaël : Et pour avoir un peu plus d'idées du prix idéal entre quel prix et quel prix ça semble bien, à partir de quand tu vas te dire que c'est trop cher et en dessous de quoi tu dis que ça fait un peu cheap

Lola : 7€ c'est vraiment la limite, au dessus c'est abusé

Raphaël : Ok 7€ c'est trop cher

Lola : Oui oui en tout cas étudiante et tout je mettrais pas plus

Raphaël : Je comprends et en dessous de combien ?

Lola : 3,50€ ça fait bizarre en dessous

Raphaël : Ok top. Y a-t-il un point qu'on n'a pas évoqué et qui semble important ?

Lola : Non franchement je crois qu'on est good.. ah si tiens le packaging !

Raphaël : Ah intéressant, comment l'imagines-tu ?

Lola : Ah, il me faut quelque chose de coloré qui donne vraiment vraiment envie de l'acheter et qui respecte un peu l'identité des BN

Raphaël : Nickel, et ben j'en prendrai compte (rire). Merci vraiment pour ta participation. Tout ce que tu as dit va évidemment rester anonyme, cela va nous aider grandement pour la suite de notre recherche.

Lola : Merci à toi c'était top

Raphaël : Bientôt la pâte à tartiner BN sera partout (rire)

Lola : Hâte de l'acheter (rire).

Annexe 4 : Codage entretien Peggy

Raphaël : Bonjour Peggy alors déjà merci beaucoup de participer à mon enquête, ça va m'aider grandement pour la poursuite de nos recherches

Peggy : Pas de soucis avec plaisir

Raphaël : Donc dans un premier temps je vais te demander qu'est-ce que c'est qu'une journée type pour toi c'est quoi ta journée habituelle ?

Peggy : Euh ... C'est un petit dej plutôt équilibré euh c'est-à- dire euuh je dois décrire mon petit dej là ?

Raphaël : Tu peux carrément oui ça peut être intéressant

Peggy : Donc ça va être un café, des tartines, des fois un morceau de fromage, et puis voilà je pars au travail puis j'ai la chance de pas habiter loin de mon travail donc je rentre le midi manger un repas le midi plutôt léger genre crudités. et comme je mange léger le midi j'aime bien prendre un encas vers 17 heures comme je mange tard le soir, donc ça va être un fruit avec un petit gâteau ou un morceau de chocolat.. (relance silencieuse) ... je continue alors, donc après je travaille et dîner vers 21 heures

Raphaël : OK donc maintenant je vais te demander quel rôle à l'alimentation dans ta journée est-ce que c'est un moment important pour toi ? C'est quoi ton rapport alimentation en fait ?

Peggy : Alors oui, l'alimentation est très importante pour moi (rire) c'est pour moi une source de plaisir donc du coup j'aime bien cuisiner, enfin j'aime surtout manger (en riant) mais oui c'est important du coup j'y passe du temps.

Raphaël : OK donc l'alimentation est un moment clé de ta journées

Peggy : Carrément

Raphaël : Super maintenant on va essayer de comprendre un petit peu tes habitudes alimentaires et ce qui est important voir essentiel pour toi lorsque tu manges. Donc tu m'as dit que tu consommais des goûters et que tu petit-déjeunais donc qu'est-ce que c'est habituellement que tu as tendance à consommer dans ces moments-là ?

Peggy : Alors je prends pas beaucoup de dessert, ça va être des yaourts de temps en temps sinon ça va souvent être un petit truc sain avec un petit truc plaisir. Donc ça va être par exemple un jus ou un fruit et avec ça peut-être un morceau de pain avec du chocolat, un gâteau que j'aime bien, quelques céréales...

Raphaël : OK top du coup est-ce que tu as des préférences en termes de saveur de texture pour ces moments-là ?

Peggy : Bah du coup pour les desserts comme c'est quasiment en totalité des yaourts, ça va être quelque chose de plus ou moins onctueux plutôt sucré du coup, et sinon pour les gâteaux je crois que j'aime tout je suis en train de me remettre en question (rire)

Raphaël : Très bien, parfait (rire). Quels reproches as-tu à faire aux produits que tu consommes habituellement lors de ces moments-là ? Donc ça peut être trop sucré, trop gras, facile, facile à transporter, pas écologique, un packaging pas intéressant...

Peggy : Alors j'aime pas les choses trop sucrées après trop gras je m'en fous un peu. après l'emballage écologique, maintenant quasiment toutes les marques font attention donc faut quand même suivre cette tendance mais c'est vrai que c'est pas quelque chose qui va primer pour moi

Raphaël : OK donc t'aimes bien quand même que ce soit respecté même c'est pas quelque chose auquel tu t'attardes vraiment faut quand même respecter les normes d'écologie et respecter l'environnement

Peggy : Exact

Raphaël : Donc maintenant lorsque t'achètes un produit alimentaire de type biscuit ou chocolat ou dessert, c'est quoi le critère le plus important pour toi le packaging, le goût, le prix, la marque, l'éco responsabilités ...?

Peggy : Ouais le packaging c'est peut-être le premier truc qu'on va remarquer et après la marque donner confiance aussi. Maintenant si le packaging est super sympa même si je connais pas la marque ça va peut-être me tenter de l'acheter

Raphaël : Le goût, le prix tout ça ?

Peggy : Euh... bah après pour le prix tous les goûters sont à peu près équivalents. Tous les tarifs sont similaires un paquet de gâteau c'est à peu près trois euros donc faut rester dans ces tarifs

Raphaël : OK donc entre tous ces critères : goût prix, marque écoresponsabilité, praticité, packaging. Quelles sont les choses les plus importantes ?

Peggy : Alors en premier, le goût parce que c'est ce que tu retiens essentiellement et après en deuxième je dirais le packaging

Raphaël : D'accord, donc le goût le packaging c'est ce qui prime pour toi, super est-ce que tu as tendance à essayer de nouvelles marques de nouveaux produits ou tu as tendance à rester fidèle à ce que tu goûtes

Peggy : Non moi j'aime bien les nouvelles choses, j'aime bien tester de nouvelles choses

Raphaël : Je comprends, tu n'as pas peur de tester quoi

Peggy : Non du tout, c'est comme ça que je découvre des choses sympa

Raphaël : Maintenant je vais te présenter des produits, et tu vas me dire déjà tes premières impressions sans les classer, juste que tu penses un petit peu de ces idées. Donc déjà on a une tablette de chocolat BN donc avec un biscuit BN croustillant en guise de base, alors on est sûr quelque chose de moins sucré on fait attention avec du cacao bio, un emballage responsable et recyclable. Il est dégradable en plusieurs saveurs, Chocolat blanc au chocolat, au lait éclat de noisettes..

Peggy : Y'a pas chocolat noir ?

Raphaël : Si si pardon t'inquiète pas maman (rire) Donc ensuite on a un dessert à compartiment donc un peu comme quand j'étais enfant et que tu m'acheter mon yaourt avec les billes d'un côté et le yaourt de l'autre avec deux compartiments que tu peux casser pour mettre les billes dans le yaourts. Et ben là c'est la même idée, mais avec des mini cookies BN dans une crème au chocolat pour mélanger un petit peu les textures

Peggy : Ah chouette

Raphaël : Donc une autre idée c'est un gâteau DIY (Do It Yourself) qui permet aux consommateurs de créer leur propre BN personnalisé. Ludique et créatif, ce produit invite chacun à décorer et à assembler son BN selon ses goûts et ses envies. Le concept mise donc sur la créativité et l'amusement autour du célèbre biscuit BN, pour plaire aux enfants grâce à sa dimension personnalisable. Le contenu du packaging Biscuits BN vierges : Base à décorer, goût neutre. Tubes de garniture : Chocolat, fraise, vanille. Pinceaux comestibles : Pour dessiner sur le biscuit. Colorants alimentaires : Pour des créations colorées. Toppings : Vermicelles, pépites de chocolat, perles croquantes.

Peggy : Hmm, ouais l'idée est sympa après je me sens forcément pas trop touché

Raphaël : Oui je comprends, ensuite, pour finir la pâte aux BN donc avec des éclats BN à l'intérieur pour se rajouter ce côté croustillant, et sinon c'est un peu dans le style de Nutella, on est sur quelque chose sans huiles de palmes, dans un pot en verre recyclables et voilà, avec une texture un peu fondante mais avec ces biscuits

Peggy : OK top

Raphaël : Alors maintenant que je t'ai présenté ces innovations grossièrement, est-ce que tu peux me dire tes premières impressions sur chacune ?

Peggy : Alors les tablettes de chocolat trouve ça très très sympa, moi J'ai une petite préférence pour le mode chocolat noir avec son emballage écolo. Je trouve l'idée très sympa des yaourts à compartiment que tu renverses c'est ludique et puis voilà pour les enfants c'est top ensuite les BN personnalisable c'est rigolo mais voilà ça me semble mieux quand tu as des enfants en bas âges mais après le quatrième je pense que je n'achèterai pas je ne serai pas preneuse de la pâte à tartiner BN

Raphaël : OK on va voir pour après mais c'est très intéressant. Donc qu'est-ce qui t'attire dans les deux produits que t'as placé en premier et deuxième même les autres d'ailleurs si il y a des choses qui t'attire et qui sont à retravailler c'est très intéressant je t'écoute

Peggy : Alors je suis fan de chocolat alors quand y a des nouveaux chocolats, je teste, En plus, avec le packaging écologique et l'idée du croustillant, je serai carrément preneuse. Après bien sûr, faut que goût suivent, Ensuite yaourt et BN personnalisable, j'ai pas d'enfants en bas âge, mais si j'avais eu un enfant en bas âge, j'aurais carrément testé aussi reste plus qu'à avoir des petits-enfants (Rire) ensuite la pâte à tartiner, l'idée est bonne c'est pas le souci c'est juste qu'en fait j'en ai goûté plein et j'ai vraiment l'impression que à chaque fois ça n'atteint pas Nutella et du coup j'ai tendance à rester fidèle à Nutella Après peut-être qu'un super packaging, je me laisse présenter et si le goût suit je deviendrais consommatrice mais de prime abord c'est vrai que j'aurais tendance à ne même pas essayer par peur d'être déçu

Raphaël : OK je comprends c'est très intéressant. Merci pour ces retours donc du coup on va maintenant essayer, avec tes retours d'améliorer nos idées, qu'est ce qui pourrait te freiner ou te motiver à l'achat de ces produits

Peggy : Je pense qu'il faut quand même faire attention au prix il y a quand même beaucoup de marques de ce type donc il faut quand même avoir un prix qui n'est pas exorbitant. Sinon voilà si le packaging m'attire et qu'il est à un tarif raisonnable on va dire, bah je les tenterais.

Raphaël : OK donc maintenant on a un peu compris tes préférences on a compris comment tu classerais les innovations donc en premier la tablette de chocolat ensuite le yaourt a compartiment Et ensuite la pâte à tartiner maintenant j'aimerais bien savoir qu'est-ce qu'il fait que tu les classes comme ça ?

Peggy : Alors tablette de chocolat N1 parce que je suis carrément la cible et très consommatrice, ensuite le dessert à compartiments je me projette facilement en acheter, je ne serais pas consommatrice mais j'achèterais pour des jeunes et la pates a tartiner c'est la concurrence qui me fait hésiter mais si je le tente je pourrais devenir consommatrice

Raphaël : OK et les points forts de la tablette de chocolat ?

Peggy : Bah déjà l'idée que Ben se lance dans du chocolat pur, je trouve que c'est une très bonne idée parce que c'est pas exactement là on les attend mais ils sont quand même réputés pour leur chocolat dans leur gâteau. Donc déjà par curiosité je goûterais forcément, Si en plus ils sont sensibles au packaging écolo, et tout bah à fond

Raphaël : Top, Est-ce que tu trouves des défauts dans le concept ou des choses à revoir ?

Peggy : Le défaut ce serait le prix exorbitant (relance silencieuse), oui parce que BN il pense que tout le monde va acheter du coup la tablette elle est à six euros bah non mais l'idée est très sympa

Raphaël : OK bah c'est chouette que tu parles du prix parce que c'est exactement de ça que nous allons traiter. Maintenant le but va être vraiment de comprendre, comprendre quel prix te semble cohérent, en dessous de quel prix ce serait pas assez et au-dessus duquel ce serait abusé. donc pour toi demain t'es dans les magasins à combien tu imagines voir cette tablette de chocolat et à combien tu serais consommatrice

Peggy : En dessous de 3,50€

Raphaël : Ok et une fourchette de prix cohérente ?

Peggy : Entre 2,30 et 3,50 ca me semble bien

Raphaël : Parfait, donc c'est dans cette fourchette là que ça te semble le plus convenable

Peggy : Oui voila exactement

Raphaël : Et bah écoute parfait, y a-t-il, quelque chose dont nous n'avons pas parler qui te semble important ?

Peggy : Euh Non je crois pas

Raphaël : Et bah écoute alors je crois qu'on a fini. Merci beaucoup de m'avoir écouté et d'avoir répondu à cette enquête. Évidemment tout ce que tu viens de dire reste anonyme, et cela va nous aider grandement dans l'avancée de nos idées.

Peggy : Merci à toi et hâte de voir cette tablette de chocolat alors

Raphaël : Parfait (rire)

Annexe 5 : Codage entretien Magali

Zoé : Bonjour Magali, je m'appelle Zoé et je travaille pour un cabinet d'étude. Notre entretien portera sur un choix que vous aurez à faire entre 4 produits innovants. Je tiens tout d'abord à vous remercier pour votre temps et votre implication, est-ce que vous êtes prête ?

Magali : Tout à fait.

Zoé : D'abord pouvez-vous me décrire une journée type en ce qui concerne votre alimentation et vos moments de consommation de snacks ou de dessert ?

Magali : Alors en général je ne prends pas de petit-déjeuner, si j'en prends un c'est sur le pouce très rapidement soit une viennoiserie soit un fruit. Je prends un repas le midi, le soir et je grignote régulièrement dans l'après-midi.

Zoé : Est-ce que vous pouvez m'aiguiller sur les types de produits que vous consommez au goûter ou au dessert ?

Magali : Alors principalement des biscuits, du chocolat, des fruits, cela varie.

Zoé : Très bien merci, est-ce que vous avez des critères particuliers dans le choix de ces produits comme le type de produit, le goût, la texture, le format ou le packaging ?

Magali : Alors j'aime particulièrement le chocolat donc ça peut être des biscuits, des madeleines, des tablettes de chocolat ou des glaces de ce goût. Je les prends emballés individuellement pour pouvoir les transporter facilement et grignoter dans la journée.

Zoé : Quels sont les principaux problèmes que vous rencontrez avec ces produits ?

Magali : Alors très souvent mon seul problème est que c'est vendu dans des grosses boîtes, les produits ne sont pas faciles à transporter individuellement.

Zoé : Merci beaucoup, maintenant je vais vous demander quels sont les éléments qui influencent le plus votre décision d'achat. Tout d'abord, pouvez-vous me parler du packaging ?

Magali : Alors c'est vrai que le packaging est très important, c'est la première chose qui donne envie aux clients d'acheter le produit, par sa couleur ou son aspect et c'est important parce qu'il donne une image du produit donc on voit déjà ce que contient la boîte. J'y accorde une grande importance et m'assure que le produit est bon pour la santé.

Zoé : Dans votre décision d'achat, est-ce que vous regardez le prix ?

Magali : Oui forcément, je fais toujours une comparaison entre les produits existant que j'achète régulièrement et les produits similaires d'autres marques.

Zoé : Très bien, merci. Est-ce que vous choisissez davantage un produit éco-responsable comparé à un autre lors de votre décision d'achat ?

Magali : Pas forcément

Zoé : D'accord, et au niveau des marques, est-ce que vous consommez plus des marques distributeurs ou alors des grandes marques ?

Magali : Alors je me tourne plus vers des produits de marque parce que pour moi la marque est un gage de qualité.

Zoé : Merci beaucoup, je vais maintenant vous demander ce qui entre le packaging, le prix, l'éco responsabilité, et la marque lequel est le plus déterminant pour vous lors de la décision d'achat ?

Magali : Alors au final ce sera quand même le prix qui va influer le plus sur mon choix final.

Zoé : Super, alors maintenant je vais vous demander votre ressenti spontané par rapport à 4 produits innovants que je vais vous présenter successivement. Je vais ensuite vous demander de me présenter ce qui vous donnera envie de l'acheter et à l'inverse, ce qui pourrait vous freiner. Est-ce que vous êtes prête ?

Magali : Oui !

Zoé : La première innovation est **la tablette de chocolat BN** : sa base est faite de biscuit qui est croustillante. La tablette de chocolat peut être au chocolat noir, chocolat au lait, ou autres et est très généreuse. Et elle est faite de façon responsable avec un emballage recyclable. Que pensez-vous de celle-ci ?

Magali : Alors je trouve que c'est très sympathique que le packaging soit recyclable et que la tablette soit confectionnée de manière responsable. On a envie d'acheter la tablette pour la goûter directement "rires".

Zoé : Très bien, et à l'inverse qu'est-ce qui vous freinera à l'achat de ce produit ?

Magali : Le frein principal serait plutôt la période de l'année. S'il fait très chaud, j'hésiterai plus à acheter un produit comme celui-là car il risque de fondre au transport. Mais l'idée me plaît beaucoup et elle est très originale.

Zoé : Je vous décris maintenant le **dessert à compartiment**. Il est composé d'un côté avec de la crème. De l'autre côté, il y a des mini cookies qui peuvent être versés dans la crème, c'est déclinable avec de la pâte à tartiner, du chocolat ou du fromage blanc par exemple. Son packaging est plutôt enfantin. Quelles sont vos premières impressions sur ce produit ?

Magali : Je trouve l'idée rigolote mais j'ai l'impression de voir un autre produit que je connais d'une autre marque « rires ». Après, je pense que c'est quand même assez volumineux, ce qui ne serait pas évident à transporter pour un encas sur le pouce.

Zoé : Super merci, je vous présente maintenant la 3e innovation qui est le **BN personnalisable** : l'idée, c'est qu'il y a des biscuits vierges dans le paquet et des tubes de différentes saveurs comme du chocolat noir, au lait, blanc, ou à la fraise. Le consommateur peut dessiner sur ses biscuits avec ces tubes pour les décorer avant de les manger. Il y a aussi des petits pinceaux pour affiner les détails. Le packaging est plutôt fun et s'adresse à une cible plutôt créative. Qu'en pensez-vous ?

Magali : Alors là je trouve que c'est une idée très originale, très ludique, ça pourrait être très très sympa pour un goûter d'anniversaire ou pour occuper un petit peu les enfants. Par contre c'est un produit que moi personnellement je ne consommerai pas en tant qu'adulte.

Zoé : D'accord, merci beaucoup. Voici la 4e et dernière innovation : c'est la **pâte à tartiner BN**, elle est au chocolat avec des éclats de biscuits BN à l'intérieur. Son packaging est plutôt sobre et reprend le style de BN. Quels sont vos ressentis spontanés ?

Magali : Alors encore une fois cela donne envie d'acheter le produit, mais on ne sait pas trop ce qui se cache à l'intérieur, de la pâte à tartiner aux biscuits peut être rapidement écoeurante.

Zoé : Merci beaucoup pour vos avis. Est-ce que vous pouvez les classer du plus intéressant au moins intéressant maintenant ? Je vous laisse un peu de temps pour le faire.

Magali : Très bien, je suis prête.

Zoé : Pouvez-vous me donner votre innovation préférée ?

Magali : Alors pour moi, en tant que grande gourmande je préférerais la tablette de chocolat BN.

Zoé : Quelle est votre seconde innovation préférée ?

Magali : Ensuite, en tant que maman. J'aime beaucoup l'innovation 3, le BN personnalisable.

Zoé : Merci, et quelle est votre innovation favorite ?

Magali : Ma troisième innovation favorite serait la pâte à tartiner.

Zoé : Merci beaucoup ! Pour le produit que vous avez placé en tête, la tablette de chocolat BN, quels sont ses atouts et a-t-il des défauts selon vous ?

Magali : La chose qui serait peut-être à améliorer serait de retrouver à l'intérieur plusieurs sortes de chocolats, c'est-à-dire que chaque carreau aurait un goût différent.

Zoé : Ah oui, très bonne idée. À l'inverse, pourquoi avez-vous classé la pâte à tartiner BN en troisième produit du classement, qu'est-ce qui pourrait vous convaincre à l'acheter ?

Magali : Il faudrait peut-être proposer dans le même style ; de la pâte à tartiner mais sans les éclats de gâteaux pour vos consommateurs qui séparent les gâteaux et le chocolat à la dégustation.

Zoé : Très bien, merci beaucoup. Pour le produit que vous avez positionné en tête, je rappelle que c'est la tablette de chocolat BN, quel prix seriez-vous prêt à débourser pour ce produit ?

Magali : Alors pour une tablette je pense que 2,50€ serait le prix maximum.

Zoé : Il y a-t-il un point dont nous n'avons pas parlé mais qui vous semble important à aborder lors de cet entretien ?

Magali : Non, je n'en vois pas.

Zoé : Avez-vous une dernière suggestion ou remarque ?

Magali : Pas du tout.

Zoé : Très bien, je vous remercie vivement pour votre participation, vos réponses nous sont très précieuses. Merci Magali !

Magali : Avec plaisir !

Annexe 6 : Codage entretien Raphaël

Zoé : Bonjour Raphaël, je m'appelle Zoé et je travaille pour un cabinet d'étude.

Raphaël : Bonjour Zoé !

Zoé : Notre entretien portera sur un choix que vous aurez à faire entre 4 produits innovants. Je tiens tout d'abord à vous remercier pour votre temps et votre implication. Vous êtes prêt ?

Raphaël : Avec plaisir, je suis prêt

Zoé : Tout d'abord, pouvez-vous me décrire une journée type en ce qui concerne votre alimentation et vos moments de consommation de snacks ou de desserts ?

Raphaël : Alors, lorsque je travaille, je me réveille le matin vers 7h00 puis ensuite je prends un bon petit déjeuner car j'aime manger le matin. Ensuite je prends le train et je commence à travailler vers 08h30. À midi, j'ai une pause d'une heure et demie dans laquelle je mange un plat préparé chez moi et puis je finis à 17h00. Je reprends le train pour rentrer chez moi puis je mange vers 19h00 mon repas.

Zoé : Très bien, merci et quels types de produits consommez-vous généralement au goûter au petit-déjeuner ou en dessert ?

Raphaël : Pour le goûter, la semaine quand je travaille je n'en prends pas vraiment mais le week-end sinon j'aime bien prendre soit des gâteaux avec un soda ou alors avec des céréales. Au petit déjeuner, j'aime bien prendre des tartines ou de la baguette avec du Nutella et un jus de fruit. Concernant les desserts, je n'en prends pas beaucoup mis à part des fois des petits gâteaux après le repas.

Zoé : Merci, est-ce que vous pourriez me parler de vos critères de choix pour ces produits ?

Raphaël : Je ne choisis pas forcément beaucoup par rapport au packaging, même si je préfère quand y a pas trop de sur-emballage par rapport à des questions d'écologie. Je vais plus regarder l'aliment lui-même plutôt que son packaging mais je m'intéresse également à son prix. J'ai remarqué des grosses différences entre certains gâteaux. Après, de temps en temps je suis prêt à mettre plus d'argent pour avoir un produit de meilleure qualité ou en tout cas de meilleur goût, mais le prix est décisif dans mon choix.

Zoé : Quels principaux problèmes rencontrez-vous avec ces produits ?

Raphaël : Je dirais que c'est des produits qui ne sont pas forcément très bons pour la santé, ils contiennent beaucoup de sucre et produits très gras mais bon c'est compliqué d'arrêter d'en manger quand on a faim et qu'on n'a pas d'autres solutions sous la main.

Zoé : Maintenant, je vais vous demander de me parler des différents éléments qui influencent votre décision d'achat, pouvez-vous me parler du packaging ?

Raphaël : Comme dit précédemment, ce que je regarde le plus au niveau du packaging c'est si les produits ne sont pas sur-emballés, je trouve inadmissible qu'il puisse encore y avoir des produits emballés séparément dans un emballage les contenant ensemble, pourquoi ne pas les vendre à l'unité alors ?

Zoé : Vous faites attention à des critères éco-responsables lors de votre choix ? Si oui, lesquels ?

Raphaël : Alors on n'est jamais parfait « rires » mais j'essaye en tout cas de faire le plus attention à ce que j'achète donc j'essaie d'être en tout cas le plus éco-responsable possible et je pense que c'est important.

Zoé : Dans votre processus de décision, regardez-vous le prix ?

Raphaël : Oui, le prix est l'élément décisif de ma prise de décision je dirai, il se doit d'être raisonnable.

Zoé : Au niveau de votre choix, est ce que la marque est décisive ?

Raphaël : La marque n'est pas toujours gage de qualité je trouve, je me retrouve souvent à préférer des marques distributeurs comparé à de grandes marques.

Zoé : Donc de tous ces éléments, le prix est l'élément le plus décisif pour vous, est-ce vrai ?

Raphaël : Tout à fait.

Zoé : Merci ! Je vais donc maintenant vous présenter 4 produits innovants et il faudra que vous me partagiez vos ressentis concernant ces différents produits.

Quels sont vos ressentis spontanés par rapport à cette **tablette de chocolat** : sa base est faite de biscuit qui est croustillante. La tablette de chocolat peut être au chocolat noir, chocolat au lait, ou autres et est très généreuse. Et elle est faite de façon responsable avec un emballage recyclable.

Raphaël : Euh bah elle a l'air de donner très envie, il y a l'air d'avoir beaucoup de chocolats, c'est vrai que personnellement c'est quelque chose que je regarde beaucoup, je cherche la générosité "rires". Je mange beaucoup d'aliments surtout au goûter avec du chocolat. C'est donc un aliment qui me satisferait certainement.

Zoé : Merci.

Raphaël : Puis également le packaging a l'air très simple et rentre dans les codes de l'éco responsabilité qui me conviendrait également.

Zoé : Super, je vais donc maintenant vous demander de partager vos ressentis spontanés par rapport au **dessert à compartiment**. Il est composé d'un côté avec de la crème. De l'autre côté, il y a des mini cookies qui peuvent être versés dans la crème, c'est déclinable avec de la pâte à tartiner, du chocolat ou du fromage blanc par exemple. Son packaging est plutôt enfantin.

Raphaël : Bah alors déjà le packaging a l'air très innovant et il a l'air de sortir de l'ordinaire. C'est vrai que ce sont des produits qui donnent envie encore une fois. La pâte à tartiner et les gâteaux à tremper dedans sont des bonnes idées. Après personnellement c'est pas forcément un produit que je que j'aimerais goûter car au goûter je préfère manger des gâteaux soit au sucre ou des gâteaux au chocolat simplement, sans les tremper dans quelque chose.

Zoé : Merci, je vais donc maintenant vous présenter la 4e invention, le **kit personnalisable de biscuit BN** : l'idée, c'est qu'il y a des biscuits vierges dans le paquet et des tubes de différentes saveurs comme du chocolat noir, au lait, blanc, ou à la fraise. Le consommateur peut dessiner sur ses biscuits avec ces tubes pour les décorer avant de les manger. Il y a aussi des petits pinceaux pour affiner les détails. Le packaging est plutôt fun et s'adresse à une cible plutôt créative.

Raphaël : Alors, c'est un produit qui a l'air super innovant c'est quelque chose que j'aimerais beaucoup tester, encore une fois des supers biscuits avec du chocolat et puis le packaging a l'air assez sympa et rigolo donc c'est un produit qui donne envie.

Zoé : Merci, je vais donc maintenant vous présenter notre 4e produit innovant : la **pâte à tartiner BN**. Elle est au chocolat avec des éclats de biscuits BN à l'intérieur. Son packaging est plutôt sobre et reprend le style de BN.

Raphaël : Alors c'est un produit assez surprenant qu'on attend pas forcément de la part de la marque BN. C'est pas forcément un produit vers lequel je me tournerai je pense qu'il y a des marques qui sont plus qui sont mieux positionnées pour faire de la pâte à tartiner. Nutella est quand même le leader et je ne pense pas en changer.

Zoé : Merci beaucoup pour vos avis, pouvez-vous maintenant les classer du plus intéressant au moins intéressant selon vous ? Je vous laisse quelques instants pour le faire.

Raphaël : Je trouve que le plus innovant serait le **BN personnalisable** ça quelque chose que je n'ai jamais vu personnellement. La seconde serait la **tablette de chocolat BN**, la troisième serait le **dessert à compartiment** et enfin là quatrième innovation, qui est pour moi la moins intéressante est la **pâte à tartiner BN**.

Zoé : Merci beaucoup, vous avez donc classé en 5e position la pate à tartiner, est-ce que c'est parce que vous la trouvez pas suffisamment innovante ou pas assez intéressante pour être commercialisée de la part de BN ?

Raphaël : Selon moi, c'est pas très intéressant de la part de BN de commercialiser de la pâte à tartiner parce que BN pour moi est une marque qui s'est fait connaître pour ses biscuits et donc c'est pas forcément quelque chose vers lequel les consommateurs se tournent en premier sachant qu'il y a déjà beaucoup de marques qui commercialisent de la pâte à tartiner et qui sont spécialisé la dedans.

Zoé : Diriez-vous que pour le dessert à compartiment il s'agit de la même raison ?

Raphaël : Euh oui c'est également une raison similaire on connaît aussi d'autres marques qui qui font déjà des produits de ce style. C'est pas forcément un produit vers lequel j'imaginais BN.

Zoé : Merci, la tablette de chocolat BN semblait vous avoir plu, pourquoi l'avez vous mis en 3e place ?

Raphaël : Alors je l'ai mis en seconde place car c'est un produit que j'aimerais beaucoup mais ce n'est pas forcément une très grande innovation, dans le sens où malgré tout ce serait ça se rapprocherait beaucoup de ce que BN a déjà fait avec ces biscuits.

Zoé : Très bien, merci beaucoup nous reprendrons maintenant avec le BN personnalisable, qui je le rappelle a été placé en première position par voix. A-t-il pour vous des points forts ou des défauts qui pourraient être améliorés ?

Raphaël : Alors le gros point fort selon moi de ce produit BN c'est que c'est quelque chose d'interactif, de ludique pour les consommateurs et c'est quelque chose qui pourrait beaucoup plaire aux jeunes consommateurs. Maintenant, le défaut c'est que c'est quelque chose qui va peut-être être amusant les premières fois pour les gens qui veulent découvrir cela mais qui vont peut-être pas forcément avoir la motivation de racheter ces produits et donc à chaque fois de devoir concevoir les biscuits pour les consommer.

Zoé : Merci, et si vous deviez modifier un élément clé de votre produit préféré pour le rendre par exemple plus attractif qu'est-ce que vous changeriez ? Ajouteriez-vous quelque chose ?

Raphaël : Alors par exemple ça pourrait être d'augmenter le côté personnalisable avec des gâteaux différents, plus de déclinaisons.

Zoé : Et si maintenant vous deviez acheter un des produits innovants, est-ce que vous choisirez le BN personnalisable ?

Raphaël : Alors, je pense que oui parce que comme je l'ai dit c'est un produit qu'on a envie de tester et qui sort de l'ordinaire. Je me tournerais vers ce produit en premier mais par la suite je me tournerai peut-être vers d'autres produits car finalement c'est un produit qui prendrait du temps entre guillemets à confectionner. Je me tournerai par exemple vers la tablette de chocolat BN qui est plus rapide à consommer et qui a l'air appétissante.

Zoé : Merci, et quel prix seriez-vous prêt à payer pour le kit de BN personnalisable ?

Raphaël : Ben alors ça dépend combien il y a de biscuits à l'intérieur mais si on prend par exemple en compte un paquet où on peut refaire 3 fois la personnalisation, je pense qu'entre 5 et 7€ ce serait un prix raisonnable pour ce produit.

Zoé : Merci beaucoup, avez-vous une dernière suggestion ou question à la suite de notre entretien ?

Raphaël : Non, tout est bon pour moi !

Zoé : Parfait, je vous remercie encore, vos réponses nous sont précieuses. Au revoir Raphaël !

Raphaël : Au revoir, merci !

Annexe 7 : Codage avec pour enquêteur Noé

Enquêteur : Bonjour, monsieur. Je vais vous poser quelques questions dans le cadre d'une étude quantitative. Tout d'abord, une question d'introduction afin d'aborder le sujet, puis des questions un peu plus précises.

Pour commencer, pouvez-vous me décrire votre journée type, notamment en ce qui concerne vos habitudes alimentaires ?

Répondant : Alors, une journée type commence par le petit-déjeuner. Pour moi, c'est le repas le plus important de la journée. Dès que je me réveille, je bois du jus d'orange, puis je prends mon petit-déjeuner. Cela peut être des céréales avec du lait ou un chocolat chaud accompagné d'un fruit ou d'un autre aliment.

Le repas du midi est aussi important. Il faut manger des sucres lents pour tenir toute la journée, surtout si on fait du sport. Quand on est étudiant, on mange souvent au restaurant universitaire. J'essaie de varier mes choix alimentaires parce qu'ils proposent différentes sources de nutriments. Et quand je suis chez moi, j'essaie d'acheter des produits frais et de qualité pour équilibrer mon alimentation.

Enquêteur : Concentrez-vous uniquement sur ce que vous mangez au cours de votre journée.

Répondant : D'accord.

Le soir, j'essaie de manger plus léger.

Enquêteur : Passons maintenant à votre profil de consommateur. Qu'avez-vous l'habitude de consommer au goûter ?

Répondant : Au goûter, je mange souvent du Nutella, que je tartine sur du pain de mie, des pains au lait ou du pain si j'en ai acheté dans la journée. Je consomme aussi des fruits à tous mes goûters. Parfois, je mange des gâteaux comme des Lu, des Savane, ou d'autres biscuits industriels.

Enquêteur : Et au petit-déjeuner ?

Répondant : Le matin, je prends soit un bol de céréales avec du lait et un jus de fruits, soit un chocolat chaud dans lequel je trempe des gâteaux, par exemple des pains au chocolat ou des Savane.

Enquêteur : Concernant le dessert, qu'avez-vous l'habitude de consommer ?

Répondant : Je ne prends pas toujours de dessert, mais quand j'en prends, c'est généralement quelque chose de léger, comme un yaourt ou un fruit (une clémentine, un kiwi, etc.).

Critique des produits consommés

Enquêteur : Parmi les produits que vous avez cités, y a-t-il des points à améliorer ? Présentent-ils des inconvénients pratiques ou nutritionnels ?

Répondant : Le matin, je consomme des céréales ou des gâteaux parce que c'est rapide et pratique. Mais ce type de produit industriel n'est pas toujours bon nutritionnellement, c'est un peu de la malbouffe. Le Nutella, par exemple, c'est gras et sucré. En revanche, les fruits, c'est bien. Pour les yaourts, je trouve qu'ils sont plutôt bons d'un point de vue nutritionnel.

Enquêteur : Parmi ces produits, lesquels préférez-vous pour leur facilité de transport ?

Répondant : Les gâteaux, parce qu'ils sont déjà emballés individuellement et faciles à emporter. Contrairement au Nutella, par exemple, qui nécessite un pain et un couteau pour le tartiner.

Enquêteur : Concernant vos critères de choix, qu'attendez-vous du packaging de ces produits ?

Répondant : Je privilégie la praticité, notamment pour pouvoir les emporter. La conservation est aussi un critère important.

Enquêteur : Et en ce qui concerne le prix ?

Répondant : Ça dépend. Je fais attention au prix, mais je regarde aussi la qualité et le goût. Pour le dessert et le goûter, ce sont des moments où on peut se faire plaisir, donc je suis prêt à payer un peu plus pour un produit que j'aime vraiment.

Enquêteur : L'éco-responsabilité entre-t-elle en compte dans vos choix ?

Répondant : Franchement, non. Je sais que la plupart des emballages sont en plastique, parfois recyclé, mais je ne regarde pas vraiment cet aspect quand j'achète des produits alimentaires.

Enquêteur : Et la marque ? Est-ce un critère important pour vous ?

Répondant : Pour certains produits, oui. Une marque connue garantit une certaine fiabilité et qualité, surtout si mon entourage la consomme aussi. Mais il y a des produits de marque distributeur que je trouve aussi bons, voire meilleurs que ceux des grandes marques. Ça dépend vraiment du produit.

Évaluation de produits innovants

Enquêteur : Je vais maintenant vous présenter quatre produits innovants.

1. Le kit BN personnalisable : un kit avec un tube de gel chocolat ou autre coulis, permettant de personnaliser son BN.

2. La tablette de chocolat BN : une tablette de chocolat avec une partie biscuitée et le sourire BN en contraste.

3. Le yaourt à compartiment BN : un yaourt accompagné de mini BN à tremper.

4. La pâte à tartiner BN : une pâte à tartiner croustillante avec des morceaux de biscuit.

Pouvez-vous me donner votre ressenti spontané sur ces produits ?

Répondant :

- Le kit BN personnalisable : C'est une bonne idée, surtout pour les enfants. Il y a un côté ludique et créatif. Ça leur permet de personnaliser leur goûter et d'apprendre à faire des choses eux-mêmes.
- Le yaourt avec mini BN : J'ai déjà consommé des yaourts avec des Smarties ou d'autres toppings, donc pourquoi pas avec des BN. C'est une bonne idée.
- La tablette de chocolat BN : Je ne suis pas un gros consommateur de chocolat, donc je ne sais pas trop. Je ne vois pas trop si ça plairait plus aux amateurs de chocolat ou de biscuits. Personnellement, je ne pense pas l'acheter.
- La pâte à tartiner BN : Je suis fidèle au Nutella, mais je pourrais essayer une fois. Après, il faudrait vraiment qu'elle soit excellente pour que j'en rachète.

Enquêteur : Pouvez-vous classer ces produits par ordre de préférence ?

Répondant :

1. Le kit BN personnalisable
2. Le yaourt avec mini BN
3. La pâte à tartiner BN
4. La tablette de chocolat BN

Enquêteur : Pourquoi ce classement ?

Répondant :

- Le kit DIY en premier parce qu'il est original, ludique et personnalisable.
- Le yaourt en deuxième parce que c'est un produit que je consomme déjà sous d'autres formes.
- La pâte à tartiner en troisième, car je suis attaché au Nutella et j'ai du mal à changer de marque.
- La tablette de chocolat en dernier, car je ne vois pas vraiment son intérêt.

Enquêteur : Si vous deviez acheter le produit que vous avez placé en tête, combien seriez-vous prêt à payer ?

Répondant : Pour un kit complet avec tout le nécessaire et un guide, je pense que je serais prêt à mettre environ 10 euros.

Enquêteur : Merci beaucoup pour votre participation. L'entretien est terminé.

Répondant : Merci à vous.

Annexe 8 : Codage avec pour enquêteur Noé

Interviewer : Bonjour, au cours de cet entretien, je vais vous poser plusieurs questions sur vos habitudes alimentaires afin de nous aider à sélectionner un nouveau produit à la fin de cette enquête. Pour commencer, pouvez-vous me décrire votre journée type en termes de consommation alimentaire ?

Répondant : Je n'ai pas vraiment d'habitude pour le petit-déjeuner. En général, c'est soit un sirop, soit un verre d'eau. Pour le déjeuner, je prends un repas plus conséquent. L'après-midi, je prends une collation, et le soir, un dîner un peu plus léger.

Interviewer : Votre goûter et votre collation sont-ils toujours les mêmes ou varient-ils en fonction des produits ?

Répondant : Cela dépend du produit, je n'ai pas d'habitude fixe.

Interviewer : D'accord. Plus précisément, que consommez-vous au goûter si vous en prenez un ?

Répondant : Ça peut être un jus ou de l'eau accompagné d'un gâteau ou d'un fruit, cela varie.

Interviewer : Et pour le petit-déjeuner, est-ce que vous mangez quelque chose ?

Répondant : De temps en temps. Si je prends quelque chose, ce sera une compote, accompagnée d'eau, de sirop ou de jus d'orange.

Critiques et améliorations des produits

Interviewer : Concernant ces produits, voyez-vous des points d'amélioration possibles ? Que ce soit au niveau du transport, de l'emballage, ou même des inconvénients comme les miettes qu'ils peuvent laisser ?

Répondant :

- Pour les fruits, je préférerais qu'ils soient plus locaux, car l'importation peut être un frein à la consommation.
- Pour les gâteaux, il serait bien de réduire la quantité de sucre et d'opter pour des recettes plus saines.
- Pour les jus, j'aimerais qu'ils soient plus naturels et qu'ils utilisent des produits français.

Critères de choix des produits

Interviewer : Lors de vos achats, l'emballage influence-t-il votre choix ?

Répondant : Pas vraiment, je fais surtout attention au prix et à la qualité du produit.

Interviewer : Justement, le prix est-il un critère central pour vous ?

Répondant : Oui, je cherche un bon rapport qualité-prix. Je ne prends pas forcément le moins cher, ni le plus cher, mais celui qui me semble le meilleur.

Interviewer : L'écoresponsabilité est-elle un facteur important pour vous ?

Répondant : Oui, je privilégie de plus en plus les produits locaux. Je trouve important d'avoir des produits frais et de saison.

Interviewer : Et la marque, est-ce un critère décisif ?

Répondant : Pas spécialement. Parfois, j'achète une marque par habitude, mais ce n'est pas un choix réfléchi.

Réactions aux innovations proposées

Interviewer : Donnez-moi votre ressenti spontané sur les produits suivants :

1. Tablette de chocolat

→ “Sympathique, la marque est bien reconnaissable.”

2. Kit BN personnalisable

→ “Une manière ludique pour les enfants, intéressant.”

3. Yaourt avec biscuit

→ “Idée intéressante, mais à revoir selon les caractéristiques.”

4. Pâte à tartiner avec morceaux de gâteau

→ “Concept compliqué à mettre en place, à réfléchir davantage.”

Interviewer : Pouvez-vous établir un classement de ces innovations par ordre de préférence ?

1. Kit BN personnalisable

2. Tablette de chocolat

3. Yaourt avec biscuit

4. Pâte à tartiner

Interviewer : Qu'est-ce qui vous plaît dans le produit que vous avez mis en premier ?

Répondant : L'aspect créatif pour les enfants et l'innovation avec une touche “healthy”.

Interviewer : Y voyez-vous des défauts potentiels ?

Répondant : Cela dépendra de la conception des coulis, mais l'idée est bonne.

Interviewer : Si vous deviez modifier un élément clé de ce produit, que changeriez-vous ?

Répondant : Rien de particulier, je trouve le concept intéressant tel quel.

Interviewer : Pourquoi avez-vous placé la pâte à tartiner en dernier ?

Répondant : C'est une idée compliquée à commercialiser. Une pâte à tartiner avec des morceaux de gâteau, ce n'est pas ce à quoi les consommateurs sont habitués. C'est un marché encore peu développé chez nous.

Prix et décision finale

Interviewer : Pour le produit que vous avez préféré, à quel prix seriez-vous prêt à l'acheter ? Disons pour un pack de 300 g incluant les petits tubes de coulis et le matériel.

Répondant : Environ 4 à 4,50 €.

Annexe 9 : Grille de codage des entretiens individuels

Catégories	Sous-catégories
Habitudes de consommation	Consommation quotidienne Attentes et frustrations
Critères de choix d'un produit alimentaire	Facteurs influençant l'achat Priorisation des critères Attitudes face à de nouveaux produits
Perception et choix d'un produit innovant	Ressenti initial : Tablette de chocolat Ressenti initial : Dessert à compartiment Ressenti initial : Pâte à tartiner Ressenti initial : Kit BN personnalisable Comparaison et classement Perspectives d'amélioration
Décision d'achat et prix	Sélection finale Evaluation du prix
Fin d'entretien	Retours supplémentaires

Annexe 10 : Codage des données des entretiens individuels

Catégories	Sous-catégories	Interview 1 (Jonah)	Interview 2 (Lola)	Interview 3 (Peggy)	Interview 4 (Harrison)	Interview 5 Noé 1	Interview 6 Noé 2	Interview 7 (Raphaël)	Interview 8 (Magali)	
Habitudes de consommation	Consommation quotidienne	"je me fais des oeufs brouillés", "je me fais des shakers ... en rentrant des cours", "en général (je mange) des desserts à la vanille", la texture au "petit-déjeuner, je m'en fiche", "au goûter je préfère quand c'est liquide (...) c'est plus rapide", "le dessert je m'en fiche"	"Desserts : yaourts, petits gâteaux au chocolat." "Je mange plutôt des gâteaux au chocolat et j'aime bien quand ça crostille."	Un petit dej plutôt équilibré, un café, des tartines, des fois un morceau de fromage. Je rentre le midi pour manger un repas léger genre crudités. À 17h, je prends un fruit avec un petit gâteau ou un morceau de chocolat, puis dîner vers 21 heures."	"Je bois un verre d'eau et un verre de jus d'orange. Parfois, je prends des cacahuètes. À midi, soit j'ai une gamelle, soit je vais à Lidl ou McDo. Le goûter, c'est variable, mais j'aime bien un verre de lait avec des biscuits."	"« Alors, une journée type commence par le petit-déjeuner. Pour moi, c'est le repas le plus important de la journée. »« Le repas du midi est aussi important. »« Le soir, j'essaie de manger plus léger. »"	"« Je n'ai pas vraiment d'habitude pour le petit-déjeuner. »« En général, c'est soit un sirop, soit un verre d'eau. »« L'après-midi, je prends une collation. »« Le soir, un dîner un peu plus léger. »"	"Je commence la journée avec un petit-déjeuner assez rapide, souvent du pain avec de la confiture ou du beurre."	"Je ne prends pas de petit-déjeuner, si j'en prends un c'est sur le pouce très rapidement."	"Je prends un repas le midi, le soir et je grignote régulièrement dans l'après-midi."
	Attentes et frustrations	"je n'ai rien à reprocher"	"Trop sucrés, certains sont difficiles à transporter ."	"J'aime pas les choses trop sucrées , après trop gras je m'en	"Je ne fais pas particulièrement attention à mon alimentation. Je mange ce que je veux."	"Pour les fruits, ça pourrait être par exemple l'exportation qui peut venir de certains pays différents. Ce qui est un peu embêtant à la consommation puisque je préfère manger des produits	"Les emballages plastiques sont trop présents. J'aimerais plus d'emballages recyclables." "Les produits sont souvent trop sucrés, notamment les biscuits."	"Je suis assez sensible au goût, à la texture aussi, j'aime quand c'est croustillant ou moelleux selon le produit."	"Je prends emballés individuellement pour pouvoir les transporter facilement et grignoter dans la journée."	"Très souvent mon seul problème est que c'est vendu

				fous un peu. L'emballage écologique c'est important, mais pas un critère majeur ."		locaux." "Pour les gâteaux, ce serait enlever un peu de sucre dans certains et essayer de faire des gâteaux qui sont un peu mieux pour la santé."		dans des grosses boîtes."
Critères de choix d'un produit alimentaire	Facteurs influençant l'achat	"le prix", "je regarde celui qui a l'air le plus appétissant ", "je vais me pencher vers du chocolat", "je fais pas attention (à l'éco responsabilité)", "je m'en fiche complètement (de l'ergonomie)"	"Le prix et le visuel sont décisifs, surtout le packaging." "Je suis étudiante, donc le prix est un critère important. Le packaging m'attire aussi beaucoup."	"le Packaging, la marque (pour donner confiance), et si le packaging est sympa, je suis prête à tester même si je connais pas la marque. Le prix, ça dépend, les goûters sont généralement à peu près équivalents ."	"Le visuel est primordial : il faut que le produit ait l'air tendre et pas sec."	« Je privilégie la praticité, notamment pour pouvoir les emporter. » La conservation n'est aussi un critère important. » Je fais attention au prix, mais je regarde aussi la qualité et le goût. »	Packaging : "Le packaging a un rôle, il faut que ce soit pratique et attrayant." Prix : "Le prix joue aussi, je compare pas mal entre produits." Éco-responsabilité : "Je regarde surtout la composition, j'essaie d'éviter les produits trop transformés." "J'essaie d'éviter les emballages trop plastiques." Marques : "Je choisis souvent les marques distributeurs mais je peux aller vers une grande marque si elle a bonne	Packaging : "Le packaging est très important, c'est la première chose qui donne envie aux clients d'acheter le produit." Prix : "toujours comparé avec d'autres produits" Éco-responsabilité : "Pas un critère décisif" Marques : "Je me tourne plus vers des produits de marque parce que pour moi la marque est un gage de qualité."

							réputation. "	
Priorisation des critères	"le goût c'est le plus important. ..) parce que le but c'est que je me fasse plaisir"	"Le prix et le visuel sont décisifs, surtout le packaging. ""Le packaging est prioritaire, si ce n'est pas beau, je ne l'achète pas."	"Le goût d'abord, puis le packaging."	"Je regarde aussi la marque, car les marques les plus chères font souvent de meilleurs produits."		« Je fais surtout attention au prix et à la qualité du produit. »« Je cherche un bon rapport qualité-prix. »« Je ne prends pas forcément le moins cher, ni le plus cher, mais celui qui me semble le meilleur. »	"Le prix est décisif."	"Au final ce sera quand même le prix qui va influer le plus sur mon choix final."
Attitudes face à de nouveaux produits	"j'aime bien essayer de nouveaux produits"	"Si le packaging m'attire, je vais tester, mais je reste fidèle aux marques qui ne m'ont pas déçue."	"J'aime bien tester de nouvelles choses."	"J'aime bien essayer des nouveaux produits, si le visuel me plaît, je tente."			"La marque n'est pas toujours un gage de qualité, je préfère souvent les marques distributrices."	"Je fais toujours une comparaison entre les produits existants que j'achète régulièrement et les produits similaires d'autres marques."
Perception et choix d'un produit innovant	Ressenti initial : Tablette de chocolat	"il est top"	"Ça a l'air super, j'aime beaucoup le chocolat."	"Très très sympa, une petite préférence pour le chocolat noir, emballage écolo, c'est une bonne idée."	"Une tablette de chocolat avec du biscuit ? J'ai peur que ce soit trop sec."	« Je ne suis pas un gros consommateur de chocolat. »« Personnellement, je ne pense pas l'acheter. »	"Sympathique, la marque est bien reconnaissable." "C'est intriguant, ça donne envie de goûter." "J'aime bien l'idée du biscuit en dessous, ça change." "J'aime le côté responsable et recyclable" "Peut-être que ce serait un peu trop sucré, à voir."	"C'est très sympathique que le packaging soit recyclable." "On a envie d'acheter la tablette pour la goûter directement." "Le frein principal serait plutôt la période de l'année." "S'il fait très chaud, j'hésiterai plus à acheter un produit

								comme celui-là."
Ressenti initial : Dessert à compartiments	"ça a l'air bon. C'est original"	"J'aime beaucoup l'idée, ça me rappelle un souvenir d'enfance, et je pourrais l'acheter pour mes enfants."	"Chouette, ça me rappelle l'enfance, c'est ludique, top pour les enfants. Ça m'attire."	"Un dessert à compartiment avec des cookies ? J'adore !"	« J'ai déjà consommé des yaourts avec des Smarties ou d'autres toppings, donc pourquoi pas avec des BN. C'est une bonne idée. »	« Idée intéressante, mais à revoir selon les caractéristiques. »	"Ça me fait penser à des produits pour enfants."	"Je trouve l'idée rigolote." "J'ai l'impression de voir un autre produit que je connais d'une autre marque." "Je pense que c'est quand même assez volumineux, ce qui ne serait pas évident à transporter ."
Ressenti initial : Pâte à tartiner	"c'est une bonne idée"	"C'est original et c'est une bonne idée, avec un côté croustillant qui manque dans le Nutella."	"L'idée est bonne, mais j'ai déjà goûté beaucoup de pâtes à tartiner et je reste fidèle au Nutella."	"Pâte à tartiner avec éclats de biscuits ? Je ne suis pas fan des pâtes à tartiner sauf Nutella, donc non."	« Je suis fidèle au Nutella, mais je pourrais essayer une fois. »» Il faudrait vraiment qu'elle soit excellente pour que j'en rachète. »	« Concept compliqué à mettre en place, à réfléchir davantage. »» C'est une idée compliquée à commercialiser. »» Une pâte à tartiner avec des morceaux de gâteau, ce n'est pas ce à quoi les consommateurs sont habitués. »	"Produit surprenant , mais BN n'est pas légitime sur la pâte à tartiner, Nutella reste la référence."	"Cela donne envie d'acheter le produit." "On ne sait pas trop ce qui se cache à l'intérieur. " "La pâte à tartiner aux biscuits peut être rapidement écoeurante. "
Ressenti initial : Kit BN personnalis ale	"Ça a l'air sympa comme idée, mais je pense que c'est plus un truc pour les enfants"	"c'est une très bonne idée mais ca a l'air moins évident à mettre en place"	"hmmm, oe l'idée est sympa après je me sens forcément pas trop touché "	"Ah c'est pas mal ça. J'aime bien les trucs interactifs comme ça. Ça me rappelle un peu les glaces où tu peux ajouter toi-même les toppings."	« C'est une bonne idée, surtout pour les enfants. Il y a un côté ludique et créatif. »» Ça leur permet de personnaliser leur goûter et d'apprendre	« Une manière ludique pour les enfants, intéressant. »» L'aspect créatif pour les enfants et l'innovation avec une touche "healthy". »	"C'est fun, je trouve l'idée sympa pour des enfants ou des moments festifs." "Personnellement je ne prendrais pas ça pour	"C'est une idée très originale, très ludique." "Ça pourrait être très sympa pour un goûter d'anniversaire ou

					e à faire des choses eux-mêmes. »		<i>une consommation quotidienne ."</i>	pour occuper un petit peu les enfants."
Comparaison et classement	"le plus intéressant pour moi c'est la pâte à tartiner", "c'est le plus original des quatre, je trouve", "en deuxième je dirais la tablette"	1. Pâte à tartiner BN, 2. Tablette BN, 3.BN personnalisable 4. Dessert à compartiment BN.	"1. Tablette de chocolat BN, 2. Dessert à compartiment, 3. BN personnalisable 4. Pâte à tartiner BN."	"1. Dessert à compartiment, 2. Kit de biscuits personnalisables, 3. Pâte à tartiner, 4. Tablette de chocolat."	« 1. Le kit DIY »« 2. Le yaourt avec mini BN »« 3. La pâte à tartiner BN »« 4. La tablette de chocolat BN »	« 1. LE Kit DIY»« 2. Tablette de chocolat »« 3. Yaourt avec biscuit »« 4. Pâte à tartiner »	"1. BN personnalisable, 2. Tablette de chocolat BN, 3. Dessert à compartiment, 4. Pâte à tartiner BN."	"1. Tablette chocolat BN, 2. BN personnalisable, 3. Pâte à tartiner BN, 4. Dessert à compartiment."
Perspectives d'amélioration	"Peut-être trop de sucre du coup."	"Peut-être trop sucré, mais l'ajout de billes de chocolat pour du croustillant pourrait être une bonne idée."		"Le dessert doit avoir des éclats de cookies bien dosés, voire du Daim pour plus de texture."		« Cela dépendra de la conception des coulis, mais l'idée est bonne. »« Rien de particulier, je trouve le concept intéressant tel quel. »	"Produit interactif et ludique, mais risque de lassitude."	"Différents goûts dans la tablette, un goût par carré de chocolat"
Décision d'achat et prix	Sélection finale	"Si je devais en acheter, je prendrais la pâte, je pense."	"pâtes à tartiner BN"	"Tablette de chocolat BN"	"Si je devais en acheter, je prendrais le dessert."	« Le kit DIY en premier parce qu'il est original, ludique et personnalisable. »	« L'aspect créatif pour les enfants et l'innovation avec une touche "healthy". »	"Je testerai le BN personnalisable en premier, mais j'opterai ensuite pour la tablette de chocolat BN par la suite, car elle est plus rapide à consommer ."
Evaluation du prix	"Pas plus de 6 euros, je dirais. Oui, pas plus de 6 euros."	"5€, pour un pot de 1kg", "7€ maximum" , "3,50 €minimum "	"Entre 2,30€ et 3,50€ me semble bien."	"Un lot de 6 desserts, je paieraient entre 5 et 10,50 euros max."	« Pour un kit complet avec tout le nécessaire et un guide, je pense que je serais	« Environ 4 à 4,50 €. »	"Entre 5 et 7€ pour un paquet permettant trois personnalisations."	"Pour une tablette je pense que 2,50€ serait le prix maximum"

						prêt à mettre environ 10 euros. »			
Fin d'entretien	Retours supplémentaires	"Non, tout est clair pour moi."	pour le Packaging "Il me faut quelque chose de coloré qui donne envie d'acheter	"J'aime bien quand l'emballage est écolo et sympa. Ça donne envie d'acheter."	"Non, je pense avoir tout dit."			"Tout est bon pour moi !"	"Aucunes"

Annexe 11 : Analyse horizontale des données

Thèmes	Analyse horizontale
Habitudes de consommation	<ul style="list-style-type: none"> • Rythme alimentaire variable selon les profils • Petit-déjeuner souvent négligé (2, 4, 5, 6) • Le goûter est un moment clé et c'est un moment de plaisir.
Critères de choix d'un produit alimentaire	<ul style="list-style-type: none"> • Rejet du trop sucré (2, 3, 5, 6, 7) • Rejet des emballages plastiques, attentes autour de l'éco responsabilité. (3, 5, 6)
Perception et choix d'un produit innovant	<ul style="list-style-type: none"> • Goût, prix et packaging sont les 3 leviers majeurs. • Éléments éthiques ou santé de plus en plus pris en compte. • L'emballage joue aussi un rôle affectif ou visuel fort dans la perception. (1, 2, 3, 4) • Produits bien accueillis, surtout ceux évoquant la nostalgie de l'enfance (1, 2, 3, 5, 6) ou l'originalité (1, 2, 3, 5, 6, 7). • Appréciation mitigée plaisir (1, 2, 3, 4, 6, 8) VS praticité (4, 7, 8) VS attachement à des marques connues (3, 4, 6, 8)
Décision d'achat et prix	<ul style="list-style-type: none"> • Prix jugé acceptable entre 2,50 € et 10,50 € selon le type de produit et sa perception de qualité • Décision d'achat motivée par la curiosité (1, 2, 3, 4, 5, 7), l'attrait visuel (1, 2, 3, 4, 8) ou la promesse de plaisir (1, 2, 3, 5, 6).
Fin d'entretien	<ul style="list-style-type: none"> • Recommandation d'un packaging coloré (2) • Attrait pour un packaging écolo (3)

Annexe 12 : Analyse verticale des données

Thèmes	Interview 5	Interview 6	Interview 7
Habitudes de consommation	<ul style="list-style-type: none"> • Petit-déjeuner et déjeuner importants • Favorise les produits locaux et moins sucrés. • Cherche équilibre entre goût, santé et praticité. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pas de routine matinale (seulement de l'eau). • Goûter régulier l'après-midi (compote). • Préfère des produits simples et légers. 	<ul style="list-style-type: none"> • Petit-déjeuner copieux. • Déjeuner fait maison. • Pas de goûter en semaine. • Consomme biscuits/gâteaux le week-end. • Préfère produits peu gras/sucrés.
Critères de choix d'un produit alimentaire	<ul style="list-style-type: none"> • Goût, praticité et bonne conservation. • Équilibre entre qualité, prix et saveur. • Ouvert à tester de nouveaux produits. 	<ul style="list-style-type: none"> • Importance du rapport qualité/prix. • Refuse le trop sucré. • Emballages recyclables valorisés. 	<ul style="list-style-type: none"> • Choisit selon le prix, mais peut payer plus pour qualité. • Préfère produits simples, peu emballés, avec packaging éco-responsable.
Perception et choix d'un produit innovant	<ul style="list-style-type: none"> • Très réceptif à l'innovation, surtout pour enfants. • Intéressé par des concepts comme : kit DIY, yaourt + BN. 	<ul style="list-style-type: none"> • Intéressé par l'innovation, mais avec prudence. • Trouve certains concepts trop complexes pour le grand public. • Apprécie une touche "healthy". 	<ul style="list-style-type: none"> • Aime les idées ludiques • Apprécie le kit BN personnalisable, mais préfère la tablette pour sa praticité. • Favorise concepts simples.
Décision d'achat et prix	Prêt à payer jusqu'à 10 € pour un kit BN personnalisable s'il est complet et bien conçu.	Prêt à payer entre 4 € et 4,50 € pour un produit bien conçu, simple, sain.	<ul style="list-style-type: none"> • Prête à mettre 5 à 7 € pour un kit. • Attentive à la quantité et la praticité.
Analyse verticale	<ul style="list-style-type: none"> • Consommateur réfléchi et curieux. • Valorise les produits sains et pratiques. • Intérêt marqué pour les concepts ludiques, notamment pour les enfants. 	<ul style="list-style-type: none"> • Consommateur éco responsable. • Privilégie les produits légers. • Très attentif à la qualité et au prix, • Méfiant vis-à-vis des innovations trop complexes (comme pâte à 	<ul style="list-style-type: none"> • Équilibre entre plaisir et raison • Apprécie les produits gourmands • Apprécie les produits éco-conçus et simples. • Recherche des formats pratiques.

	<ul style="list-style-type: none"> • Sensible au goût et à la qualité. • Prêt à investir davantage pour des produits innovants et équilibrés. • Garde une exigence sur la composition et le rapport qualité/prix. 	<ul style="list-style-type: none"> • tartiner avec des éclats de biscuit). • Valorise la praticité. • Reste ouvert aux nouveautés si elles sont accessibles et bien pensées. 	<ul style="list-style-type: none"> • Peut payer plus pour des produits de qualité. • Ouverte à l'innovation.
--	--	---	--

Annexe 13 : Corpus d'analyse de l'entretien de groupe

Raphaël : Bonjour à tous. Aujourd'hui, nous allons faire un entretien de groupe. Merci à vous 5, Noélie, Dylan, Esteban, Margot et Emma pour votre participation.

Dans un premier temps, nous allons faire un brainstorming. On va essayer de générer un maximum d'idées de nom pour le produit que nous avons sélectionné. Ensuite, nous allons essayer de hiérarchiser un peu vos idées pour avoir le nom final. Le brainstorming sera donc suivi d'un TGN.

Pour commencer avec ce brainstorming, on va juste poser un cadre. Je vais vous demander de ne faire aucune critique, parlez librement, pas de censure, le but c'est vraiment de maximiser le nombre d'idées. On va essayer d'associer un peu des idées pour trouver le nom parfait.

Donc, notre mission va être de trouver un nom accrocheur, mémorable et évocateur pour une innovation de la marque BN, donc soyez créatifs et surtout osez parler.

L'objet final c'est un kit BN personnalisable. L'idée c'est d'avoir une boîte qui contient des biscuits vierges avec à l'intérieur de la boîte des ustensiles et des tubes de crèmes de différentes saveurs - ça peut être une crème au chocolat, à la vanille, à la fraise... - pour personnaliser les biscuits. Donc c'est une activité ludique. Ça peut être pour le petit déjeuner ou au goûter.

Dylan : C'est quoi les ustensiles dedans ?

Raphaël : Il y a des petits pots, des petits pinceaux, tu peux dessiner avec du chocolat dessus.

Estéban : Et votre cible du coup c'est quoi ? C'est les enfants ?

Raphaël : Voilà, ça, c'est plus les enfants. Après si tu veux le faire tu peux.

Emma : Il y a différentes tailles de pinceaux ?

Raphaël : Oui, voilà. Et avec les petits tubes de crèmes tu peux dessiner sur les biscuits.

Dylan : Mais le chocolat il est comment ?

Raphaël : C'est dans un tube du coup c'est comme une pâte. C'est un peu comme de la crème fouettée.

Dylan : Mais si ça durcit ?

Raphaël : On pourra le faire réchauffer pour le ramollir. Mais non, c'est fait pour être assez malléable. Tout est pensé pour, nous avons étudié notre produit monsieur.

Noélie : Et est-ce que vous savez comment BN appelle ses produits d'habitude ?

Raphaël : Je peux vous citer quelques exemples comme "les Minis BN", "le BN Pocket", le "BN goûter fourré", "le casse-croûte"...

Margot : Ok, ils mettent le BN presque partout du coup.

Raphaël : Oui voilà, l'acronyme BN est souvent dans le nom des produits. Mais pas toujours. Il existe le "Choco star" ou le "tarto'choco" par exemple. Vous pouvez vous orienter vers un nom simple, en français ou en anglais, énoncez les premiers noms qui vous viennent en tête. Pour commencer on peut vous donner quelques pistes de réflexion. On a pu penser de notre côté à "B&..." qui s'entend comme

les lettres "BN". Maintenant à vous, on vous laisse penser à des idées, et souvenez vous : pas d'auto-censure, pas de critiques et un maximum d'idées.

Margot : Il faudrait déjà que ce soit assez simple pour les enfants, parce que c'est pour eux principalement.

Dylan : Ouais, du coup en français parce que l'anglais ils ne le comprendront pas.

Noélie : Surtout BN c'est français. Oui, c'est la biscuiterie nantaise.

Estéban : Biscuit et compagnie.

Emma : Pourquoi compagnie ?

Dylan : Le kitty. Le BN kitty. Kit avec un y à la fin, je sais pas. Ça veut dire quoi kitty en anglais ?

Noélie : C'est : petit chaton genre "minou minou".

Margot : Le kitty pourquoi pas. Le kitty BN ou le BN kitty ?

Raphaël : On note tout d'abord, on verra après si on élimine certaines idées ou non.

Dylan : Comment on dit goûter en anglais ?

Estéban : Snack je crois. On a dit qu'on voulait la sécheresse.

Emma : Je pensais qu'on voulait un nom français ?

Noélie : Après ils ont utilisé "star" pour un de leur gâteau...

Raphaël : Anglais, français peu importe, on prend toutes les idées sans critiques ou jugement.

Estéban : Le funny BN ?

Margot : Crée ton BN. C'est le nom du gâteau.

Dylan : BNW. "rires" Non je rigole. B.I.Y.

Emma : Ça veut dire quoi ?

Dylan : B.I.Y. Biscuit It Yourself

Estéban : Ouais ouais B.I.Y. j'aime bien mais faut le comprendre B.I.Y.

Emma : C'est bizarre hein c'est pour les enfants.

Noélie : Le BN draw.

Margot : Le BN art.

Dylan : Le kit art.

Estéban : L'idée quand même de l'art qui est présent dans le nom ça peut être pas mal ouais. Le truc que c'est fait par soi-même.

Emma : Pain au choco.

Dylan : Pain ? Ou un truc avec peintre genre. Peints ton choco.

Emma : Ou chocopain. Ça fait copain, ça fait peindre, ça fait choco. Chocopain.

Margot : Après moi j'ai Déli BN.

Noélie : Après on peut revenir simplement sur ce que c'est et l'appeler le kit BN.

Estéban : Moi j'aime bien BNco ("B&co")

Dylan : BNart.

Raphaël : On l'a déjà, mais s'il vient deux fois c'est peut-être qu'il est chouette.

Noélie : BN artiste. Ça fait "Be an artist" en anglais.

Margot : C'est pas mal ça, j'aime beaucoup.

Dylan : Ouais mais logiquement il faut essayer de faire un truc que les enfants vont comprendre.

Noélie : Après ça s'appelle BN artiste. T'as le jeu de mots en anglais pour ceux qui grandissent ou même les parents peuvent comprendre.

Emma : Mini création. Ou le mini créa.

Estéban : Les mini créa ça fait penser genre à créateur. Le petit créateur

Emma : Le petit créa sinon.

Dylan : BFD.

Margot : BFD pour quoi ?

Dylan : Biscuit fourré DIY. BN BFD.

Emma C'est un peu compliqué ton truc.

Noélie : On en a combien là ?

Raphaël : Pour l'instant, on a le BNF, biscuit et compagnie ou B&co, le BN Kitty, le Funny BN, Crée ton BN, B.I.Y, BN Art, le kit art, BN Draw, Pain Choco, Choco Pain, le kit BN, BN Artist, les minicréas, le déli BN, le petit créateur ou le petit créa et le BN BFD. On a pas mal d'idées, on va essayer de continuer à brainstormer mais si je vois que vous avez plus d'idées on passera à l'étape suivante.

Margot : Je pense qu'on peut passer à la suite, on est à sec là.

Raphaël : Ok, alors on va faire un TGN. Etant donné qu'on a déjà réalisé la phase de génération d'idées et qu'elles sont exposées, on va pouvoir collectivement les regrouper. Ensuite chacun les évaluera de

son côté. Vous allez les hiérarchiser et à la fin, collectivement, on confrontera chacun de vos avis pour arriver à un score.

Du coup, on va commencer par regrouper les différents noms qu'on a. Il faut que le nom respecte un peu la promesse de BN, donc un produit ludique orienté vers les enfants, qui stimule leur créativité tout en restant un produit bon. Donc essayez de respecter la cohérence avec le positionnement qui est orienté vers les enfants. Facile à prononcer, facile à écrire. Il faut aussi qu'on réussisse à se différencier par rapport à la concurrence. Mais vu qu'on est quand même sur un produit assez original, il n'y a pas tant de concurrence. Et juste, quelques critères qui sont importants : la mémorabilité et l'impact, donc facile à retenir et un nom qui pète. Vous êtes ok avec ça ?

Dylan : On est ok.

Estéban Ok.

Raphaël : Eh bien, les noms sont au tableau. Il faut essayer de les regrouper.

Margot : C'est quoi BNF déjà ?

Dylan : C'est moi, mais en fait j'aime pas. C'était Biscuit Nantais Fourré.

Noélie : Ça vous va tous si on l'enlève lui déjà ? Je crois que y'avait que Dylan qui l'aimait à la base.

Emma : Oui je suis d'accord pour qu'on l'enlève. Moi non plus, ça fait un peu banque. Moi ça fait un

Estéban : Et puis BNF, ça fait un peu comme PNL.

Dylan : Ouais, ça marche pas.

Emma : Et BN BFD, qu'est-ce que c'est ?

Dylan : Ca aussi tu peux l'enlever...

Estéban : Faudrait regrouper en fonction du nom du kit et celui du biscuit.

Noélie : Comment ça ?

Estéban : Le kit c'est le nom du produit que t'achètes, l'ensemble tu vois.

Dylan : Le truc c'est qu'on est vachement restés sur l'anglais par contre.

Emma : Moi je trouve pas.

Estéban : Et les noms avec "choco" on peut pas les garder. Parce que ça peut être d'autres goûts puisqu'il a dit qu'il y avait plusieurs tubes de différentes saveurs dans le kit.

Margot : Ouais c'est vrai. Donc on enlève déjà les produits avec des chocos.

Raphaël : Est-ce qu'il y en a déjà un que vous voulez éliminer unanimement ?

Emma : Moi je trouve Déli BN c'est pas ouf. Pourquoi déli ?

Margot : Pour délicieux. Mais je suis d'accord je suis pas fan, on peut l'enlever.

Dylan : Moi je suis d'accord.

Estéban : Personne n'a rien à y redire c'est bon ? On peut l'enlever.

Noélie : Après pour le "Kitty" là il peut y avoir une DA de chat sur le packaging parce que Kitty, en fait, ça veut dire minou.

Margot : Par contre j'ai envie de "Crée ton BN".

Emma : Mais c'est plus une phrase qu'un nom.

Estéban : Acheter des "crée ton BN" c'est vrai que ça fait un peu bizarre. Alors que tu peux acheter par exemple le kit du petit créateur.

Raphaël : Le kit du petit créateur je note en plus.

Estéban : Ou le petit créa. Écris les deux Raphaël. Ou le petit chef. On est encore en plein brainstorming, là, les gars. Ça reprend.

Emma : Le petit créa, c'est bien. Je préfère plutôt que créateur.

Estéban : Et après t'as le p'tit chef ou les p'tits chefs.

Dylan : Non mais moi j'trouve que le p'tit chef ça fait trop cuisine.

Noélie : Ouais. Mais c'est pas mal, ça peut être pas mal.

Estéban : Le kit du p'tit chef. J'aime trop !

Raphaël : Donc on garde le kit devant le nom ?

Estéban : Non, c'est la façon de parler. En gros c'est, oh je vais acheter un kit du p'tit chef. Et la marque c'est le Petit Chef, enfin le nom du truc c'est le Petit Chef.

Margot : Le BN Draw ça va pas parce que c'est en anglais.

Emma : Je suis d'accord. J'aime pas trop le BN Draw.

Raphaël : Après je propose quand même qu'on en laisse quelques-uns et qu'après vous évaluez individuellement. En hiérarchisant. Là on regroupe, sans effacer, on regroupe.

Noélie : Bah déjà les trucs des petits, genre le mini-chef, le petit créateur.

Estéban : Mais t'as deux catégories, les catégories du produit et les catégories du kit. Il y en a un, tu vas dire "je vais acheter un kit nanana", ou tu vas dire "je vais acheter le BN nanana" sans dire kit devant.

Dylan : Exemple ?

Estéban : Par exemple tu vas pas dire le BN le petit chef tu vas dire le kit du petit chef, le kit mini créa, mais tu peux dire le funny BN, le BN'art... Moi j'aurais fait ça en tout cas.

Emma : Moi j'aurais pas dit kit le petit chef, j'aurais juste dit le petit chef.

Raphaël : Ok, donc BN Kitty, Funny BN, BN artiste, BIY tout ça ça va ensemble du coup.

Margot : BIY.

Dylan : On le supprime lui.

Emma : On supprime. Je suis pour supprimer moi. Vous êtes d'accord ?

Noélie : BIY on supprime.

Raphaël : Ok, là je pense qu'on a assez supprimé. Ce serait bien qu'on hiérarchise individuellement maintenant. On a 11 noms sur le tableau. Le BN Kitty, le funny BN, Crée ton BN, BN'art, kit'art, le kit BN, le petit créateur, le petit créa, le BN artiste, les minis créas et le petit chef. Ce serait bien que vous arriviez à les classer de 0 à 11, chacun de votre côté. Pour moi, chacun de vos classement vaudra le nombre de points de sa position. Je m'explique, si vous classez un nom en première position il vaut 11 points, en deuxième position il en vaut 10 etc. Celui qui remporte le plus de points sera le nom choisi.

Ci-dessous les scores de chaque nom après hiérarchisation.

	BN KIT'Y	Le funny BN	Crée ton BN	BN'Art	Kit'art	Le kit BN	Le créateur	BN artiste	Les minis créa	Le petit chef	Le petit créa
Esteban	7	4	1	8	5	3	10	2	6	9	0
Margot	1	7	10	4	5	9	8	6	2	3	0
Emma	2	7	3	9	6	5	1	4	0	8	10
Noélie	7	4	1	8	5	3	6	2	10	9	0
Dylan	10	7	1	8	0	5	6	2	9	4	3
Total	27	29	16	37	21	25	30	16	27	33	13

(on montre les résultats sur l'écran)

Raphaël : Après analyse de vos réponses, le nom pour l'instant choisi c'est BN'ART, vous avez des choses à dire ? On peut encore en discuter si il y a des divergences d'opinion ou quoi, Margot par exemple tu as mis que 4 point pourquoi ?

Margot : euhh je sais pas vraiment, en vrai avec du recul j'ai la visu je crois "rire" en vrai j'aime bien.

Raphaël : Et bien écoutez, si tout le monde est d'accord et que vos votent restent les mêmes, le gagnant avec une avance de 4 points devant "le petit chef" est le "BN'art". Le kit personnalisable de BN s'appellera donc "BN'Art" !

Je vous remercie grandement pour votre participation, vous nous avez été d'une grande à mon équipe et moi.

Annexe 14 : Grille de codage pour l'entretien de groupe

Thèmes	Sous-thèmes
Thématique du discours	Créativité
	Alimentation
	Enfance
	Personnalisation
Langue utilisée	Français
	Anglais
	Jeux de mots bilingues
Critères de choix du nom	Simplicité
	Mémorabilité
	Accessibilité
	Cohérence avec la marque
	Originalité
Dynamique de groupe	Accord / soutien
	Désaccord
	Humour
	Relances
Processus de décision	Tri / élimination
	Classement / hiérarchisation

Annexe 15 : Codage des données de l'entretien de groupe

Thèmes	Sous-thèmes	Extraits du corpus
Thématique du discours	Créativité	« Le kit contient des ustensiles pour dessiner », « Crée ton BN », « Le petit créa », “tu peux dessiner”, “créateur”, “artiste”
	Alimentation	« Chocopain », “snack”, “gâteaux”, “biscuits”, “goûter”
	Enfance	« Il faut que ce soit compréhensible par les enfants », « Un nom que les enfants peuvent retenir facilement », « Ça ne parle pas assez aux enfants »
	Personnalisation	« Tu peux créer ton propre biscuit », « C'est un produit qu'on peut décorer », “BN personnalisable”, “le kit personnalisable”
Langue utilisée	Français	« En français, parce qu'ils ne comprendront pas l'anglais », “BN c'est français. Oui, c'est la biskuite nantaise”
	Anglais	« Be an artist », « DIY → BIY : Biscuit It Yourself », « C'est trop anglais », “BNdraw”, “BN art”, “BN co”
	Jeux de mots bilingues	« BN artiste : ça fait <i>Be an artist</i> », “Le BN kitty”, “le funny BN”
Critères de choix du nom	Simplicité	« Faut que ce soit facile à dire », « Il faut un nom court »
	Mémorabilité	« Un nom qui pète », « Qu'on retient facilement »
	Accessibilité	« En français, sinon c'est trop compliqué », « Pas de mots trop techniques », “il faut qu'ils puissent le comprendre”
	Cohérence avec la marque	« Il faut que ça rappelle BN », « Un nom qui évoque le produit et la marque », “ils mettent BN un peu partout”
	Originalité	« Pas un nom déjà vu », « Faut que ce soit nouveau »
Dynamique de groupe	Accord / soutien	« Je suis d'accord », « Oui j'aime bien BN'art », « Le petit créa c'est chouette et compréhensible », “Ouais ouais B.I.Y j'aime bien”, “c'est pas mal ça, j'aime beaucoup”, “Oui”
	Désaccord	« BIY c'est bizarre », « Chocopain c'est trop axé chocolat », « Kitty c'est mignon, mais ça fait pas

		biscuit », « Kitty c'est trop éloigné de BN », “c'est un peu compliqué ton truc”, “comment ça ?”, “Non mais moi j'trouve que le p'tit chef ça fait trop cuisine.”, “Non”, “J'aime pas trop”
	Humour	“minou minou”, “Non je rigole”
	Relances	« On en garde combien ? », « On garde BN'art ? », “on va essayer de continuer à brainstormer”
Processus de décision	Tri / élimination	« Vous êtes d'accord si on le supprime ? », « Chocopain on le garde pas ? », « On enlève les noms trop complexes », “Ça vous va tous si on l'enlève lui déjà ?”, “Personne n'a rien à y redire c'est bon ?”
	Classement / hiérarchisation	« Vous notez de 0 à 11 chaque nom », « On fait la moyenne pour chaque nom », “t'as deux catégories, les catégories du produit et les catégories du kit”, “on regroupe, sans effacer, on regroupe.”, “BN Kitty, Funny BN, BN artiste, BIY tout ça ça va ensemble du coup”

Annexe 16 : Analyse des données de la grille de codage de l'entretien de groupe

Thème	Sous-thème	Contenu
Thématique du discours		La thématique du discours est très centrée sur la nécessité de trouver un nom faisant allusion au côté créatif et à la personnalisation qu'offre ce produit.
	Créativité	Des mots comme créateur, artiste, dessin sont souvent répétés, ce qui prouve une certaine importance dans le choix du nom, ce dernier devra être en cohérence avec le côté créatif de notre produit.
	Alimentation	Des termes basiques et récurrents sont présents dans ce sous thème comme goûter, snack, gâteaux, ...
	Enfance	Les participants considèrent que le nom du produit doit être facilement compréhensible pour les enfants et leur donner envie de se tourner vers lui.
	Personnalisation	La création et la personnalisation sont liées dans les discours des répondants.
Langue utilisée		La langue préférée est le français pour maximiser la compréhension du nom aux consommateurs, néanmoins l'anglais est également présent car cette langue est vue comme internationale et les jeux de mots semblent rassembler ces deux idées opposées.

Pourcentage d'investissement

Raphaël Melloul : 32 %

Noé Brun : 15 %

Zoé Schmitz : 25 %

Matilda Miceli : 28 %