



UNIVERSITÉ
DE
MONTPELLIER

Sprite

Mission 2 : SAE Marketing

Bernard Gabin ; Cournut Zoé ; Solbez Alissia ; Vassal Anastasia ; Yamni Maysan



Sommaire

Introduction.....	3
I - Stratégie d'enquête.....	3
A. Problématique managériale.....	3
B. Problématique d'enquête.....	3
C. Objectif général.....	4
D. Objectifs détaillés.....	4
E. Structure.....	4
II - Entretien individuels semi-directif.....	6
A - Échantillon idéal des entretiens individuels :	6
B - Échantillon réel.....	8
C - Guide d'entretien individuels :	8
D - Analyse de contenu des entretiens individuels.....	9
III - Entretien de groupe : focus group.....	12
A - Échantillon idéal.....	12
B - Échantillon réel.....	13
C - Guide d'entretien Focus Group.....	13
C - Analyse de contenu du focus groupe.....	14
Conclusion.....	16
V - Annexes.....	17
A - Rappel des innovations.....	17
B - Retranscriptions entretiens individuels.....	17
C - Retranscription focus groupe.....	72

Introduction

Dans le cadre de notre première mission, nous avons mené une étude documentaire sur l'entreprise Sprite afin d'explorer de nouvelles opportunités de produits. L'objectif principal était d'élargir l'offre de la marque en répondant aux attentes des consommateurs tout en restant fidèle à son identité rafraîchissante et innovante. Cette analyse nous a permis de concevoir plusieurs concepts novateurs, parmi lesquels quatre propositions clés ont émergé.

Parmi ces idées, nous proposons tout d'abord des bonbons acidulés Sprite, de délicieux bonbons au goût citronné et légèrement pétillants, rappelant la fraîcheur emblématique de la boisson. Pour intensifier l'expérience, nous intégrons des perles acidulées, offrant une touche encore plus dynamique en bouche. Nous proposons également une boisson énergisante au matcha, une version boostée de Sprite alliant son goût classique à une infusion subtile de matcha, offrant une alternative naturelle à la caféine tout en conservant le pétillant et la fraîcheur caractéristiques de la marque. Notre troisième proposition est un jeu interactif de création de sodas, offrant une expérience ludique et immersive où les participants peuvent concevoir leur propre soda personnalisé grâce à une machine innovante, expérimenter différentes saveurs et partager un moment convivial. Et enfin, nous proposons comme dernière innovation une puff vitaminée sans nicotine, étant une cigarette électronique jetable enrichie en vitamines, au goût citron-limonade inspirée de Sprite, offrant une alternative saine et rafraîchissante pour les amateurs de nouvelles expériences.

L'objectif de cette mission est d'identifier le concept le plus prometteur et susceptible de rencontrer un succès commercial. Pour cela, nous avons élaboré une méthodologie d'étude qualitative incluant des entretiens individuels et de groupe, afin d'analyser les attentes des consommateurs et affiner notre stratégie.

I - Stratégie d'enquête

A. Problématique managériale

Dans le cadre de notre étude, il est essentiel de définir une problématique managériale qui oriente notre réflexion vers une prise de décision concrète. L'enjeu principal étant d'identifier un produit innovant qui permettrait à Sprite de renforcer sa position sur le marché tout en répondant aux attentes des consommateurs, nous avons formulé la problématique suivante : Parmi nos produits innovants, quel produit doit-on lancer pour étendre la cible de la marque Sprite et ainsi renforcer sa place sur le marché ?

B. Problématique d'enquête

Afin de répondre à cette problématique managériale, nous devons avant tout recueillir des informations pertinentes sur les attentes et les motivations des consommateurs en matière d'innovation produit. Ainsi, notre problématique d'enquête s'articule autour de la question suivante : Quelles sont les attentes et les motivations des consommateurs face aux nouvelles innovations ?

C. Objectif général

L'objectif central de cette étude est d'identifier, parmi les innovations proposées lors de notre première mission, le produit présentant le plus fort potentiel de succès sur le marché.

Pour y parvenir, nous analyserons en profondeur les attentes et les motivations des consommateurs, tout en tenant compte des tendances actuelles et des opportunités stratégiques pour la marque Sprite. Il s'agira de déterminer quel concept est le plus en phase avec les besoins du marché et susceptible de générer un fort engouement auprès des consommateurs.

D. Objectifs détaillés

Afin de structurer notre démarche et de garantir une analyse approfondie, nous avons défini plusieurs objectifs spécifiques à atteindre au cours de notre étude

Premièrement, nous chercherons à déterminer la cible potentielle du produit et son positionnement sur le marché. Il s'agira d'identifier les segments de consommateurs les plus réceptifs à ces innovations, d'évaluer leur intérêt et de comprendre ce qui pourrait les motiver à les adopter.

Ensuite, nous analyserons les motivations et les freins des consommateurs face à ces nouvelles propositions. Nous examinerons ce qui suscite leur enthousiasme, mais aussi les éventuelles réticences qu'ils pourraient avoir à adopter ces produits. Cette analyse nous aidera à identifier des pistes d'optimisation pour maximiser l'attrait du concept retenu.

Par ailleurs, nous étudierons les habitudes de consommation en lien avec les catégories de produits proposées. Nous nous intéresserons aux moments de consommation privilégiés, aux associations de goûts appréciées et aux comportements d'achat des consommateurs, afin de mieux adapter notre offre.

Nous chercherons également à repérer les préférences des consommateurs parmi les concepts développés. En comparant l'intérêt suscité par chaque innovation, nous pourrons isoler les propositions les plus prometteuses et comprendre les critères de choix qui influencent le plus la décision d'achat.

Une fois ces analyses réalisées, nous définirons une stratégie de positionnement marketing adaptée au produit final. Il s'agira d'identifier les canaux de distribution les plus pertinents, de proposer des axes de communication efficaces et de concevoir un plan de lancement cohérent avec l'image de Sprite.

Enfin, nous travaillerons sur l'identité du produit et son nom de marque. Nous veillerons à créer une identité forte, avec un nom percutant, un design attractif et une charte graphique en adéquation avec les valeurs de Sprite.

L'objectif ultime de cette étude est de sélectionner le produit qui suscitera le plus fort engouement auprès des consommateurs et qui permettra à Sprite de renforcer sa présence sur le marché. En mettant en place une méthodologie rigoureuse, nous nous assurerons que notre recommandation repose sur une analyse solide et une compréhension fine des attentes des consommateurs.

E. Structure

Afin de garantir la pertinence et la fiabilité de notre analyse, nous avons adopté une approche qualitative structurée en deux étapes complémentaires. Cette méthodologie nous permet d'affiner progressivement notre sélection en recueillant des avis approfondis et nuancés des consommateurs, tout en favorisant une dynamique de discussion et d'échange pour une meilleure compréhension de leurs attentes et préférences.

Phase 1 : Entretiens Individuels

Dans un premier temps, des entretiens individuels semi-directifs seront menés afin de sélectionner le produit le plus pertinent parmi nos quatre innovations. Ce type d'entretien est structuré à l'aide d'un guide d'entretien, qui permet d'aborder différents thèmes généraux, classés du plus général au plus précis en fonction de notre étude. Chaque thème est ensuite décliné en sous-thèmes afin d'approfondir les analyses et de répondre au mieux à notre problématique.

Cette méthodologie permet d'obtenir des réponses précises sur des thématiques définies tout en laissant place à l'expression libre du répondant, favorisant ainsi des réponses plus personnelles et nuancées. Grâce à des relances adaptées et à nos incitations à approfondir certains points, les répondants pourront développer les aspects qui nous paraissent les plus significatifs.

Lors de ces entretiens, nous questionnons les participants sur leurs préférences, en leur demandant d'exprimer leur avis sur les quatre concepts proposés. À l'issue de l'entretien, chaque participant devra choisir son produit préféré.

Notre entretien passe par 4 étapes : une introduction, elle met en avant un discours banal, stéréotypé, mais c'est une étape essentielle pour le répondant qui va pouvoir prendre confiance et par la suite répondre aux questions de manière la plus sincère possible. Nous avons aussi une consigne de départ ,cela a pour but de mettre à l'aise le répondant au tout début de l'échange. En effet, avec le stress ou l'appréhension, le répondant donne instinctivement des réponses assez simples et stéréotypées. Ainsi, la consigne de départ doit être une question générale, simple à répondre et qui invite le répondant à beaucoup parler. Pour notre étude notre consigne est : Quels types de boissons consommez-vous le plus souvent au quotidien ?”

Ensuite il y a le centrage du thème réellement important, le discours du répondant devient intéressant, nous adopterons une approche en entonnoir, partant des thématiques les plus générales pour progressivement converger vers les aspects les plus stratégiques pour notre étude marketing. Dans un premier temps, nous centrerons notre analyse sur les habitudes de consommation des sodas en général. Cette phase initiale vise à comprendre comment et pourquoi les consommateurs choisissent certaines boissons gazeuses, en s'appuyant sur la question générique : « Quelles sont vos habitudes de consommation en matière de sodas ? ». Ce thème nous permettra d'explorer plusieurs axes clés, tels que les moments de consommation privilégiés, les critères de choix (goût, prix, marque, valeurs perçues), la fréquence d'achat, ainsi que l'impact des tendances actuelles (boissons moins sucrées, alternatives naturelles, marketing d'influence, etc.).

Dans un deuxième temps, nous centrerons notre analyse sur la perception et la connaissance de Sprite. Cette phase vise à comprendre le niveau de familiarité des répondants avec la marque, en s'appuyant sur la question générique : « Que savez-vous à propos de

Sprite ? ». Ce thème nous permettra d'explorer plusieurs axes clés, tels que l'image de marque, le positionnement perçu (boisson rafraîchissante, alternative aux sodas plus sucrés, etc.), et la perception de la qualité du produit.

Enfin la phase d'approfondissement est une étape clé de l'entretien, ce sont les thèmes qui fondent le cœur de l'étude, dans cette partie d'approfondissement, nous centrerons notre analyse sur l'identification du produit le plus pertinent à mettre sur le marché parmi les quatre innovations proposées. Cette phase initiale permettra d'évaluer la perception des répondants en fonction de plusieurs critères clés, comme l'esthétique, l'image du produit et les freins qui pourrait amener les consommateurs à ne pas acheter un produit. Pour conclure sur la phase d'approfondissement, le dernier thème, le plus spécifique, est dédié au choix final du produit à commercialiser. Il a pour objectif de déterminer lequel des produits testés présente le plus grand potentiel sur le marché. Ce thème est fondamental dans notre étude, car il permet d'aboutir à une recommandation claire sur l'innovation la plus prometteuse.

Pour finir on réalise une conclusion où l'on remercie le répondant et on demande s'il a éventuellement d'autres questions ou remarques à faire.

Phase 2 : Focus Group

Une fois le produit sélectionné grâce aux entretiens individuels, nous organiserons un focus group. Cette méthode est particulièrement pertinente car elle permet d'approfondir la perception du produit dans un cadre interactif, favorisant ainsi les échanges et la confrontation d'idées entre les participants. Contrairement aux entretiens individuels où les réponses sont isolées, le focus group met en lumière les dynamiques collectives et les interactions entre consommateurs, ce qui nous aidera à identifier plus précisément les points à améliorer.

Le focus group aura pour objectif de recueillir un maximum de perceptions et d'opinions spontanées sur le produit retenu. Son choix repose sur sa capacité à générer des échanges dynamiques et à observer les interactions entre les participants, permettant ainsi d'analyser les arguments qu'ils avancent spontanément. Contrairement à d'autres méthodes comme le brainstorming, qui ne correspondait pas à nos objectifs, le focus group offre une discussion plus cadrée avec une animation semi-structurée, évitant ainsi les digressions.

Ce focus group sera constitué de six participants, un format standard pour ce type d'étude.

Lors du focus group, nous nous concentrerons sur plusieurs aspects clés du produit retenu notamment sur l'identité visuelle c'est à dire le logo, les couleurs et le design global, puis sur le positionnement marketing, donc le nom, le message associé et la perception générale ; mais aussi sur l'expérience utilisateur, autrement dit le packaging, l'ergonomie ; ainsi que les aspects pratiques et enfin sur les réticences potentielles soit les freins à l'achat et les attentes non satisfaites.

L'objectif de cet échange est de tester en direct les réactions des consommateurs, d'identifier les éléments les plus attractifs et de repérer d'éventuelles objections. Grâce aux interactions et discussions, nous pourrons ajuster le produit afin qu'il réponde de manière optimale aux attentes du marché.

II - Entretien individuels semi-directif

A - Échantillon idéal des entretiens individuels :

Dans le cadre de cette étude, nous souhaitons comprendre les préférences des consommateurs vis-à-vis de Sprite et de ses innovations. Il est donc essentiel que notre échantillon soit représentatif des habitudes de consommation de boissons sucrées.

L'échantillonnage représente l'ensemble des individus interrogés, formant une population de référence dont les résultats pourront être généralisés à la cible visée. Notre échantillon idéal serait composé de 30 personnes

1 - Répartition hommes/femmes

Même si les hommes boivent plus de boissons sucrées que les femmes, notre étude inclura autant d'hommes que de femmes. Ce choix est important pour avoir un avis équilibré et mieux comprendre les attentes de tous les consommateurs. Par exemple, notre boisson énergisante au matcha attire plus les femmes, car le matcha est très populaire depuis que les influenceurs en ont vanté les mérites. Cela montre que, même si elles consomment moins de boissons sucrées en général, elles peuvent être intéressées par cette innovation. Avoir autant de femmes que d'hommes dans notre échantillon nous permettra donc d'obtenir des résultats plus justes et représentatifs. Nous opterons donc pour une répartition équilibrée de 15 hommes et 15 femmes.

2 - Tranche d'âge ciblé

Nous choisissons des répondants âgés de 18 à 35 ans, car cette tranche représente la majorité des consommateurs de boissons sucrées.

- 18-25 ans : public jeune, friand de nouveautés et souvent en quête de boissons énergisantes ou rafraîchissantes.
- 26-35 ans : jeunes parents ou actifs qui peuvent être intéressés par des produits à partager en famille (comme les jeux de société).

Cet écart d'âge permettra d'analyser différents comportements liés au mode de vie, au statut professionnel et aux habitudes de consommation.

Grâce à cette approche, nous pourrons obtenir des données précises et diversifiées sur la consommation de Sprite, ce qui nous aidera à ajuster notre stratégie produit pour mieux répondre aux attentes des consommateurs. Ainsi il y aura 15 femmes et 15 hommes, âgés de 18 à 35 ans, pour représenter au mieux les consommateurs de sodas allant donc des jeunes étudiants, aux jeunes parents, en passant par les jeunes actifs

3 - Spécificité des profils recherchés

Un autre paramètre qui nous intéresse est la consommation de sodas de l'échantillon. En effet, nous souhaiterions une moitié de personnes étant des consommateurs réguliers de sodas et une autre moitié qui sont des consommateurs réguliers ou non-consommateurs du tout. Dans l'idéal, notre échantillon de consommateurs de sodas serait friand de Sprite pour avoir l'avis des fans de la boisson afin de respecter leur profil et la marque.

L'autre moitié de l'échantillon, les consommateurs occasionnels ou non-consommateurs pourrait nous donner un avis extérieur.

De fait, nos innovations s'éloignent des produits proposés par Sprite, c'est-à-dire les sodas traditionnels pourrions nous dire. Le but est d'atteindre un cible qui n'est pas encore touchée par la marque. Mais nous ne voulons pas non plus perdre nos consommateurs actuels en s'éloignant trop de l'identité de la marque.

B - Échantillon réel

En réalité, avoir un échantillon de 30 personnes avec nos moyens est laborieux. Nous avons donc sélectionné un échantillon de 10 personnes en essayant de respecter la parité homme-femme, d'avoir de personnes qui représentent plus ou moins l'étendue de notre cible, ainsi que d'avoir des consommateurs à fréquence différente de sodas.

Ainsi nous avons sélectionné pour les entretiens individuels : Hannah Hoessel, étudiante, 19 ans/ Ethan Vourgères, étudiant, 18 ans/ Lilou Cournut, Etudiante, 18 ans/ Maeva Cournut, Etudiante, 18 ans/ Anton Cassar, étudiant, 18 ans/ Margot Collonge, étudiante, 19 ans/ Thomas Stanimirovic, étudiant, 19 ans/ Chloé Landes, étudiante, 18 ans/ Dorian Rahoui , infirmier , 27 ans/ Sarah Paut étudiante, 21 ans

C - Guide d'entretien individuels :

Introduction : Bonjour, je me présente, je m'appelle (...), ce questionnaire durera maximum 30 minutes. Ne vous inquiétez pas, l'ensemble de vos réponses seront parfaitement anonymes. Nous souhaitons lancer un nouveau produit pour une marque de boisson connue, et nous allons donc prendre un petit moment pour parler avec vous de ces innovations et nous donner votre avis. Ainsi, si vous me le permettez, j'aimerais vous enregistrer afin de pouvoir analyser au mieux votre discours ultérieurement. (...). Si vous êtes prêt(e), nous allons pouvoir débuter.

Consigne de départ : Quels types de boissons consommez-vous le plus souvent au quotidien ??

Thème 1 : Les sodas

Sous-thème I : Habitudes de consommation des sodas

- Quelle est la fréquence de consommation des sodas ?
- Dans quelles circonstances consommez-vous ce produit ? (repas, sorties, fêtes, sport, etc.)
- Quelle est la fréquence d'achat des sodas ?
- Achetez-vous ce produit pour votre propre consommation ou pour quelqu'un d'autre?
- Quels types de sodas consommez-vous le plus souvent ? (classiques, light, sans sucre, bio, énergisants...)
- Quels sont vos sodas préférés et pourquoi ?
- Comment choisissez-vous votre soda ? (prix, goût, marque, packaging, valeurs nutritionnelles...)
- Avez-vous remarqué une évolution de votre consommation au fil du temps ? (moins de sodas, passage à des alternatives, etc.)
- Quelles sont vos idées reçues sur ce produit ? (impact sur la santé, addiction, influence des marques...)

Thème 2 : la marque Sprite

sous thème I: habitude de consommation de Sprite

- A quelle fréquence en achetez-vous ?
- A quelle fréquence en consommez-vous ?
- Quel type achetez-vous ? Et pourquoi?

sous thème II : la perception de la marque Sprite

- Pour vous, quelle image renvoie la marque Sprite ?
- quelles sont vos freins et vos motivations pour réaliser des achats de la marque
- par quelle marque avez-vous tendance à remplacer la marque Sprite.

THÈME 3 : commercialisation

Sous-thème I : Perception du produit

Présentation des 4 produits :

- Au premier abord, lequel de ces produits vous plaît-il le plus ? Et pourquoi ?
- Que pensez-vous de l'esthétique de chacun de ces produits ?

Sous-thème II : Caractéristiques et adaptation au marché

(Focus sur la conception et l'ajustement du produit pour le marché)

- Quelles modifications apporteriez-vous à ces produits ?
- Quels prix leur donneriez-vous ? Et à quels prix les achèteriez-vous ?
- Quels types de packaging vous semble le plus approprié ?

Sous-thème III : Intention d'achat et positionnement face à la concurrence

(Focus sur l'intégration du produit dans les habitudes de consommation et son avantage concurrentiel)

- Vis-à-vis des concurrents, quels seraient les avantages de ces produits ?
- Pensez-vous que l'un de ses produits peut rentrer dans vos habitudes de consommation ?
- Pour qui achèteriez-vous ces différents produits ?

Sous-thème IV : Facteurs influençant l'achat

(Focus sur les freins et motivations à l'achat)

- Quels seraient vos freins à l'achat de ces différents produits ?
- Quelles seraient vos motivations ?

THÈME 4 : le choix :

- Après toutes ces questions, avez-vous quelque chose à rajouter ?
- Pourriez-vous nous dire quel est votre produit favori et pourquoi ?
- (si le produit est différent de celui donné au départ : qu'est-ce qui vous a fait changer d'idée ?)

Conclusion :

Merci beaucoup pour votre participation à cet entretien.

D -Analyse de contenu des entretiens individuels

Après avoir effectué nos entretiens, il nous faut désormais les analyser afin de tirer les conclusions de notre étude. Ces analyses approfondies vont alors permettre de finaliser nos objectifs. Nous allons alors mettre en place certaines techniques afin de prouver que les conclusions que l'on tire sont fiables et objectives. Dans un premier temps, nous analyserons les entretiens individuels afin de dégager le produit retenu, nous allons d'abord réaliser la transcription des données pour parvenir à écrire le plus fidèlement possible tout ce qui a été dit par les répondant, puis nous allons définir l'unité de codage par une analyse thématique, ensuite nous allons réaliser la construction de notre grille de codage ce qui va nous permettre d'analyser les rubriques (catégories) et sous rubriques pertinentes pour l'interprétation du discours. Ensuite on va réaliser le codage des données, puis l'analyse de ces données et pour terminer le rapport de synthèse. Puis nous étudierons l'entretien de groupe afin d'en définir les caractéristiques, notre analyse se constitue des mêmes étapes que pour les entretiens individuels.

1. Transcription des données

Avant de commencer l'analyse, nous avons dû retranscrire l'ensemble des discours recueillis. Pour cela, nous avons obtenu l'autorisation de tous les participants afin d'enregistrer nos entretiens. Une fois ces entretiens réalisés, nous avons procédé à une retranscription fidèle des échanges, en veillant à restituer avec précision les propos des répondants. Nous avons ainsi inclus les hésitations et les silences pour préserver l'authenticité des discours. Ces transcriptions ont été réalisées avec le plus grand soin afin de garantir une base de travail fiable pour la sélection de notre produit innovant, Sprite. (Voir en annexe)

2. Définir l'unité de codage

Ensuite nous avons défini notre unité de codage pour nos entretiens, trois choix sont possibles : l'analyse lexicale, l'analyse syntaxique ou l'analyse thématique. Nous avons donc dû prendre une décision pour choisir l'analyse qui nous semble la plus pertinente. Après élimination nous avons décidé de réaliser une analyse thématique car cette analyse nous permet de recueillir toutes les informations positives comme négatives par rapport à un thème précis, elle nous permet donc de cibler les parties les plus importantes du discours ce qui rend alors plus facile nos comparaison et en tirer nos conclusions finales.

3. Construction de la grille de codage

La grille de codage est un tableau structurant les catégories et sous-catégories utilisées pour synthétiser le discours des répondants. Elle s'aligne généralement sur le guide d'entretien, tout en intégrant, si nécessaire, l'interprétation des entretiens. Pour analyser nos entretiens semi-directifs, nous avons choisi d'organiser nos catégories de la manière suivante:

Thème	Sous thème
1/ Habitude de consommations de sodas	fréquence d'achat de sodas
	occasions de consommation de sodas

2/ Connaissance de la marque Sprite	habitude de consommation de la marque Sprite
	perception de la marque Sprite
3/ Attentes concernant les innovations de la marques	Motivations
	Freins
4/ Choix final	

4. Codage des données

Maintenant grâce aux informations que nous avons récolté nous pouvons réaliser le codage de nos données. (Voir annexe)

5. Analyse des données

Après avoir rempli notre tableau, nous pouvons désormais passer à l'analyse de nos résultats. Cette analyse peut se faire de trois façons différentes : soit par une analyse verticale,c'est-à-dire colonne par colonne, donc analyser l'entretien entier de chaque répondant. Soit une analyse horizontale, c'est-à-dire analyser ligne par ligne, donc faire la synthèse de tous les répondants sur une catégorie ou sous-catégorie. Enfin soit par une analyse quantitative, c'est-à-dire mesurer le nombre de fois où est apparue une variable.

L'objectif de notre étude est d'analyser et de comparer les discours des différents répondants afin d'identifier un consensus sur le produit qu'ils souhaiteraient voir développer par la marque Sprite. Pour cela, nous privilégierons une analyse horizontale, plus pertinente dans ce contexte. De plus, nous compléterons cette approche par une analyse quantitative afin de renforcer la validité de nos résultats.

6. Rapport de synthèse

Dans cette partie, nous allons revenir sur chaque catégorie et sous-catégorie en analysant le discours de tous les répondants (voir annexe pour une synthèse plus détaillée)

Habitude de consommation de sodas : Les pratiques de consommation de sodas varient considérablement d'un répondant à l'autre, allant d'une consommation très occasionnelle à une habitude plus régulière.

- **Fréquence d'achat de sodas** : Certains achètent des sodas très rarement, tandis que d'autres en consomment une fois par semaine, voire quotidiennement pour une minorité.
- **Occasion de consommation de sodas** : La consommation de sodas est principalement associée à des contextes sociaux ou festifs, tels que les repas, les sorties entre amis, les apéritifs ou les fêtes.

Connaissance de la marque Sprite : Sprite est perçue de manière contrastée, certains la considérant comme une marque haut de gamme et écologique, tandis que d'autres la perçoivent comme une simple boisson gazeuse rafraîchissante.

- **Habitudes de consommation de la marque Sprite :** La consommation de Sprite est généralement peu fréquente, plusieurs répondants mentionnant en boire très rarement, voire jamais.
- **Votre perception de la marque Sprite :** L'image de Sprite oscille entre une boisson rafraîchissante et estivale appréciée pour son côté citronné et léger, et des critiques sur son impact sur la santé.

Attentes concernant les innovations de la marque : Les consommateurs souhaitent des innovations originales, qui conservent l'identité de la marque tout en apportant une touche ludique et différenciante.

- **Motivations :** L'originalité, l'esthétique des produits et l'envie de découvrir de nouvelles saveurs constituent les principaux moteurs de consommation des innovations.
- **Freins :** Les freins les plus mentionnés sont la composition jugée trop sucrée, la présence d'additifs, ainsi que certaines préférences gustatives comme le rejet du matcha ou des agrumes.

Choix final : La boisson énergisante au matcha est l'innovation la plus plébiscitée, tandis que la cigarette électronique suscite moins d'engouement.

Conclusion : Malgré une consommation modérée de sodas et de Sprite, l'innovation constitue une opportunité pour repositionner la marque en misant sur des aspects ludiques et esthétiques, tout en tenant compte des préoccupations liées à la santé et aux goûts des consommateurs.

III - Entretien de groupe : focus group

A - Échantillon idéal

1 - Répartition homme-femme

Pour atteindre les objectifs du focus group, l'idéal serait d'avoir 12 personnes présentes pour le focus group.

Comme pour les entretiens individuels nous aimerais avoir un équilibre entre homme et femme qui vont peut-être avoir une approche différente avec le produit proposé et donc avec des choix créatifs différents. Ainsi dans l'idéal nous aurions 6 femmes et 6 hommes.

2 - Tranche d'âge

D'un point de vue de l'âge nous aimerais garder la tranche d'âge que nous avions pour nos entretiens individuels afin de garder une harmonie entre le choix du produit et ses choix commerciaux. De plus, la cible choisie pour les entretiens, étant notre cible marketing et commerciale, il est intéressant d'avoir l'avis des principaux intéressés.

Ainsi, les 18-25 ans de l'échantillon représenterait la jeunesse, parfois la précarité pour les étudiant, et le début d'activité des jeunes qui commencent à travailler.

Pour les 26-35 ans, ils représentent ces jeunes adultes qui sont pour la plupart déjà

actifs depuis un certain temps et ont un salaire fixe avec parfois une vision plus mature. L'aspect financier de l'échantillon est important pour l'entretien de groupe car durant l'entretien nous aborderons la question du prix du produit, un prix qui pourra varier selon le statut des personnes.

3 - Spécificité des profils recherchés

Nous aimerais comme dans les entretiens individuels un équilibre entre consommateurs réguliers de sodas et non-consommateurs ou consommateurs occasionnels. Ici le fait d'être un consommateur de Sprite aura une importance plus importante. De fait, nous ne voulons pas nous éloigner de l'image, de l'identité de Sprite, tout en restant abordable pour sa cible déjà présente. Ainsi la présence de consommateurs de Sprite est primordiale. Mais aussi, la participation des non-consommateurs ou consommateurs occasionnels, est importante pour pouvoir apporter des idées nouvelles et un avis extérieur qui permettrait à leur profil type de faire partie de la nouvelle cible touchée par Sprite.

B - Échantillon réel

Pour organiser un entretien de groupe de 12 personnes reprenant toutes les caractéristiques de l'échantillon idéal est compliqué. Nous avons donc un échantillon de 6 personnes parmi lesquelles nous avons tout de même essayé de respecter les critères de l'échantillon idéal. Nous avons une égalité entre le nombre d'hommes et de femmes et nous avons essayé d'avoir un équilibre entre les personnes qui consomment plus ou moins des produits Sprite. Les personnes sélectionnées pour l'entretien de groupe sont donc : Lily, Shérine, Hannah, Sacha, Mathis et Quentin, des étudiants dont l'âge varie de 17 à 19 ans.

C - Guide d'entretien Focus Group

Introduction : Bonjour, nous vous avons réuni pour discuter à propos d'une innovation que nous avons développée pour la marque Sprite. Dans un premier temps nous avions 4 innovations. Nous avons présenté ces innovations à 10 personnes lors d'entretiens individuels et [ce produit] a majoritairement été choisi. Ainsi vous êtes là pour qu'on puisse avoir vos avis quant à toute la partie commercialisation du produit. Vos avis à tous sont très importants pour nous afin d'améliorer cette innovation.

Thème 1 : avis sur le produit

- Quelles sont vos premières impressions sur le produit ?
- Pensez-vous l'utiliser ?
- Ce produit plairait-il à un de vos proches ?
- Pourriez-vous l'intégrer dans vos consommations quotidiennes ?
- Pourrait-il s'intégrer dans la consommation quotidienne de certaines personnes ?
- S'assimile-t-il à des produits que vous connaissez ?
- S'assimile-t-il à des produits que vous utilisez au quotidien ?

Thème 2 : Caractéristiques fonctionnelles

- Dans un premier temps, comprenez vous à quoi servent ces innovations ?
- Quels aspects vous semblent les plus intéressants ou utiles ?
- Comment imaginez-vous utiliser cette innovation dans votre quotidien ?
- Trouvez-vous cette innovation facile à utiliser ? Pourquoi ?

- À quelle occasion imaginez-vous consommer/utiliser ces produits ?
- Quelles caractéristiques sont les plus importantes pour vous (goût, texture, effet, durée d'utilisation...) ?
- Quels éléments vous attirent ou, au contraire, vous freinent dans cette innovation ?
- Ce produit vous paraît-il fiable et bien conçu ? Pourquoi ?
- En quoi ce produit est-il différent de ce qui existe déjà ?

Thème 3 : Caractéristiques esthétiques

- Comment décririez-vous l'apparence de ce produit ?
- Que pensez-vous de l'aspect visuel global du produit ?
- Que pensez-vous des couleurs utilisées ?
- Ce produit correspond-il à vos goûts esthétiques ?
- Quels éléments de design appréciez-vous le plus dans ce produit ?
- Trouvez-vous que le design utilisé correspond bien au produit ?
- Ce produit vous semble-t-il visuellement attrayant par rapport à d'autres produits similaires ?
- L'apparence de ce produit vous donne-t-elle envie de l'essayer ?
- Si vous pouviez changer un détail du produit ?

Thème 4 : Caractéristiques commerciales :

- Quel nom pourrait être donné à ce produit ?
- A partir de quel prix vous considérez ce produit comme étant de la bonne qualité ?
- A partir de quel prix considérez vous que ce produit est trop cher ?
- Quel est le prix idéal selon vous ?
- Quel est l'endroit idéal pour le commercialiser ?
- Acheteriez-vous ?
- Quelle serait votre fréquence d'achat ?
- Les personnes autour de vous pourraient l'acheter sans problèmes ?
- Quel type de cible pourrions-nous viser ?

Conclusion : merci beaucoup pour cet échange, votre avis nous est d'une grande aide, encore merci au revoir !

C - Analyse de contenu du focus groupe

1. Transcription des données

Comme pour les entretiens individuels, nous avons analysé et retranscrit le discours des répondants lors du focus groupe, en effet nous les avons enregistrés pendant l'entretien de groupe avec leurs autorisations et nous avons ensuite retranscrit l'intégralité de la discussion. (voir annexe)

2. Définir l'unité de codage

Lors de cet entretien, les participants échangeront sous la supervision de deux animatrices, chargées d'assurer une répartition équitable de la parole et de garantir la fluidité des échanges. Cependant, la durée des discussions ne permettra pas une analyse lexicale suffisamment approfondie, de plus l'utilisation d'une analyse syntaxique ne nous semble pas appropriée pour la réalisation de nos objectifs. C'est pourquoi nous avons choisi une analyse

thématische, qui nous offrira la possibilité d'examiner des discours comparables et en même temps cela nous permet de limiter les interférences dans notre retranscription.

3. Construction de la grille de codage

Thème	Sous thème
1. Impression sur le produit	Un avis à première vue
	Fréquence d'achat à première vue
2. Caractéristiques fonctionnelles	L'utilité de l'innovation
	L'occasions de consommation
	Caractéristiques importantes
	Motivations / Freins
3. Caractéristiques esthétiques	Apparence
	Couleur
	Packaging
4. Caractéristiques commerciales	Prix
	Endroit de commercialisation
	Cible
	Fréquence d'achat
	Nom

4. Codage des données

Maintenant grâce aux informations que nous avons récolté suite à notre focus groupe nous pouvons réaliser le codage de nos données. (Voir annexe)

5. Analyse des données

Pour cet entretien de groupe, nous avons opté pour une analyse horizontale, qui permet d'obtenir une vision globale des propos tenus dans chaque catégorie. L'objectif n'étant pas de comparer les réponses des participants entre elles, mais plutôt de dégager une identité de marque à partir de l'ensemble des propositions. Afin d'identifier les idées les plus marquantes dans chaque catégorie, une analyse quantitative sera menée sur les discours les plus fréquents.

6. Rapport de synthèse

Dans cette partie, nous allons revenir sur chaque catégorie et sous-catégorie en analysant le discours de tous les répondants (voir annexe pour une synthèse plus détaillé)

Impression sur le produit :

- **Un avis à première vue :** Les avis sont partagés. Certains trouvent que la boisson a l'air fraîche, saine et originale grâce au matcha. D'autres sont moins emballés, car ils n'aiment pas le goût du matcha, du Sprite ou des boissons gazeuses.
- **Pensez vous l'acheter de manière quotidienne :** Non, la plupart ne pensent pas en acheter tous les jours. Même s'ils trouvent le produit intéressant, ils préfèrent d'abord goûter avant de décider. C'est plus une boisson à tester par curiosité qu'à boire souvent.

Caractéristiques fonctionnelles :

- **L'utilité de l'innovation :** La boisson est vue comme une alternative plus saine aux boissons énergisantes comme Red Bull. Elle peut plaire à ceux qui cherchent un produit naturel, bon pour la santé.
- **Occasions de consommation :** Les gens imaginent la boire pendant les révisions, avant le sport ou en été, pendant les sorties. C'est une boisson à consommer à certains moments, pas tous les jours.
- **Caractéristiques importantes :** Ils veulent un goût agréable, pas trop sucré, un effet énergisant réel, et un format pratique. Il faut aussi que le matcha garde ses bienfaits.
- **Motivations :** Ce qui donne envie d'acheter : le côté nouveau, la confiance en Sprite, l'originalité du produit.
- **Freins :** un goût trop spécial, trop de sucre, et une canette n'est pas pratique.

Caractéristique esthetique :

- **Apparence :** Certains trouvent que le design ressemble trop au Sprite classique. D'autres pensent que c'est bien de rester dans le même style pour reconnaître la marque.
- **Couleur :** Tout le monde est d'accord pour utiliser différentes teintes de vert, avec du vert clair pour attirer l'œil et rappeler le matcha.
- **Packaging :** Le design plaît, surtout le bandeau en haut de la canette qui attire l'attention. Par contre, beaucoup préfèreraient une petite bouteille refermable au lieu d'une canette, pour pouvoir boire en plusieurs fois et garder les bulles.

Caractéristiques commerciales :

- **Prix :** Un prix entre 2 et 2,50€ semble correct. Plus cher, ce serait trop pour une canette.
- **Endroits de commercialisation :** Ils aimeraient pouvoir acheter la boisson en grande surface, dans les épiceries, les bars ou les distributeurs.
- **Cible :** La boisson pourrait plaire à deux groupes : les jeunes entre 14 et 25 ans, et les adultes soucieux de leur santé jusqu'à 70 ans. Le genre ne semble pas important.
- **Fréquence d'achat :** Certains l'achèteraient occasionnellement (pendant les examens ou en été), d'autres un peu plus souvent (1 à 2 fois par semaine ou quelques fois par mois).

- **Nom :** Le nom “Green Sprite” a été choisi par tout le groupe. Il reflète bien l’idée du produit tout en gardant l’image de la marque.

Conclusion : Même si les participants ne sont pas tous des gros consommateurs de sodas ou de matcha, cette boisson attire leur attention. Elle est vue comme originale, saine et différente. Pour que ça marche, il faudra soigner le goût, le prix, et surtout proposer un format pratique. Le nom “Green Sprite” est bien accueilli et colle à l’image du produit.

Conclusion générale :

En définitive, le recours aux études qualitatives nous ont permis d’identifier avec précision le produit innovant idéal pour la marque Sprite. Grâce aux entretiens individuels, nous avons pu déterminer que ce produit prendrait la forme d’une boisson énergisante à base de matcha. La discussion de groupe a ensuite affiné ses caractéristiques afin qu’elles répondent au mieux aux attentes des consommateurs.

Ainsi, notre boisson baptisée “Green Sprite” serait conditionnée dans une bouteille en plastique recyclée, dotée d’un bouchon attaché. Elle serait proposée à l’unité au prix d’environ 2,20 €, avec un design basé sur une palette de verts variés, symbolisant une innovation tout en conservant la notoriété de l’image de marque de Sprite.

Ce nouveau produit s’adresse principalement à une clientèle attentive à sa santé et à son alimentation. Il s’inscrit pleinement dans les tendances actuelles de consommation responsable et constitue une opportunité pour la marque de séduire un nouveau public. Green Sprite permettrait également de redorer l’image de la marque, souvent associée à des produits très sucrés et potentiellement néfastes pour la santé.

Enfin, cette boisson pourrait inaugurer une nouvelle gamme « Healthy », avec des déclinaisons plus saines et allégées. En fonction de son succès, Sprite pourrait ainsi envisager une évolution plus large de son offre, marquant un tournant stratégique audacieux.



V - Annexes

A - Rappel des innovations



B - Retranscriptions entretiens individuels

Anastasia : Entretien Hannah Hoessel n°1

Anastasia (enquêtrice), Hannah (interviewée)

- Bonjour Hannah !
- Bonjour !
- Je me présente, je m'appelle Anastasia et je suis une chargée d'études. On souhaite aujourd'hui lancer un nouveau produit pour une marque de boissons assez connue et nous allons donc prendre un petit moment, 30 minutes à peu près, pour parler avec vous de ces innovations afin que vous nous donniez votre avis. Ne vous en faites pas, ne t'en fais pas.
- On va se tutoyer.
- L'ensemble de tes réponses seront parfaitement anonymes et donc si tu permets, je vais t'enregistrer pour pouvoir les analyser à la fin. Et voilà, si t'es prête, on commence.
- Oui c'est très bien, merci.
- Donc déjà, de façon générale, quel type de boisson bois-tu le plus souvent au quotidien ?
- Je dois dire la marque ?
- Tu dis ce que tu veux.
- En vrai je bois pas trop de soda, mais je bois du coca, je bois de l'ice tea, euh (soupir) Orangina je crois.
- Mais hormis les sodas, vraiment les boissons que tu bois au quotidien le plus souvent ?
- Je bois de l'eau. De l'eau pétillante.
- Ok, de l'eau pétillante..
Alors effectivement, ta première réponse va être notre premier thème. On va aborder ensemble les sodas. Est-ce que tu pourrais me dire à peu près à quelle fréquence tu consommes des sodas ?
- Alors, moins d'une fois par mois. Vraiment c'est pour tout ce qui est occasionnel, fêtes, sorties heuuu Je bois pas trop de soda, c'est pas trop mon délire.
- Ok. Du coup, dans quelles circonstances en fait tu les bois ?
- Bah plutôt pendant les sorties. Genre à la maison je vais pas m'acheter une bouteille de soda à boire comme ça avec le repas.
- Ok. Donc sorties, fêtes, entre amis quoi.
- Oui. C'est ça. Fêtes de village, je sais pas, des choses un peu comme ça quoi. C'est Bonrepos! (son village)
- La fête du village ! La fiesta de l'année on se fait un petit coca !
- La kermesse !
- Mais du coup, ouais, donc la fréquence d'achat des sodas...
- Très faible. Très très faible. Très peu même.

- Ah ouais ?

- Ah ouais j'en achète, pas hein. Vraiment, si on me dit oui... Si je sais qu'il y a une amie qui va venir à la maison et elle me dit ouais j'aime bien boire ça, bah je vais lui acheter. Mais c'est pas pour moi que je vais l'acheter directement.

- T'achètes pas pour toi ?

- Non. Pas vraiment. A part par exemple si pour un voyage, bon pourquoi pas un petit coca quoi. Mais une petite bouteille de 50... C'est centilitres non ?

- 33 centilitres.

Ouais bon voilà.

(rire général)

- Ok je vois. Donc en fait en général, si j'ai bien compris, t'achètes plus des sodas pour les autres que pour toi même.

- Oui c'est ça.

- Ok très bien. Et du coup c'est quel type de soda que tu consommes le plus souvent ?

- Comme ce que j'avais dit tout à l'heure, je dirais plutôt coca, iced tea, orangina (silence) j'aime bien la limonade aussi.

- T'es plutôt dans les classiques light, sans sucre ?

- Non vraiment hyper (gestes qui accentuent)

Hyper sucré.

- Ouais le classique vraiment. Je préfère prendre le coca classique. En fait dans tous les cas c'est pas bon pour la santé. Pourquoi je devrais prendre un truc genre zéro sucre alors qu'il y a sûrement un truc pire que du sucre dans la boisson. Ou pareil pour les trucs, je sais pas, c'est principalement que les zéro sucre à chaque fois ils essaient de faire des trucs comme ça.

- Tu prends pour avoir quoi ? Pour avoir de l'énergie ?

- Non. Alors ça dépend. Par exemple le coca on sait que c'est bon genre contre les maux de ventre. Parfois je vais prendre un coca pour ça. Mais sinon, parce que parfois ça fait plaisir pour un McDo, pourquoi pas ?

- 5 ans de plus, 5 ans de moins haha

- On est plus à ça près au final.

- Du coup la question c'est comment choisis-tu tes sodas ?

- Comment je choisis mes sodas ? Comment je choisis mes sodas ?

En fonction du prix, du goût, de la marque...du packaging, de la marque...

- Ha ouais ouais (hochements de tête)

Ouais, c'est à dire ?

- Par exemple je vais pas prendre la sous marque de Coca Cola.

Ok.

- Donc c'est pour le goût au final heuuu Le prix en vrai ça joue quand même parce que si c'est trop cher je vais pas le prendre non plus. Mais je sais que j'achèterais pas la sous marque.

A ce moment là si je veux prendre un bon soda, on va dire ça comme ça, je vais prendre la marque en général. J'ai jamais pris la marque Carrefour ou quoi que ce soit.

- Ok.

- Par exemple si c'est Orangina, ça sera Orangina. Si c'est Coca Cola, ça sera Coca Cola. Ça sera pas la sous marque.

- Ok. Pourquoi t'attaches autant d'importance à ces marques là ?

- Je sais pas. En plus c'est vraiment sur tout. Vraiment j'achète tout le temps la marque. J'achète jamais la sous marque. Je sais qu'on m'a fait la réflexion pour le liquide vaisselle, j'achète la marque.

- C'est pour le PQ que je t'avais fait la réflexion.

- Ouais c'est vrai. Mais Alissia m'a fait la réflexion. J'ai dit tu achètes où et tout. Elle m'a dit, moi c'est la marque Carrefour. Et moi je prends pas la marque Carrefour. Je sais pas, je prends vraiment la marque en général.

- Ok.

- Et je sais pas pourquoi. Mais en fait c'est parce que je dirais, mes parents ils sont plutôt exigeants aussi. C'est parce que mes parents sont plutôt exigeants au niveau de la nourriture. Ils m'ont toujours dit, faut pas faire des compromis sur la nourriture. Faut toujours prendre quand même la qualité. Genre on peut se le permettre de... C'est pas parce que t'es étudiante que t'es obligée de prendre le moins cher. Tu peux prendre quand même de la qualité.

- C'est par rapport aux valeurs nutritionnelles en fait.

- Ouais c'est ça.

- Ok, très bien. Est-ce que t'as remarqué une évolution de ta consommation au fil du temps, vis-à-vis des sodas ?

- Évolution, non. Je dirais je reste assez (silence, elle réfléchit) Ah peut-être, ouais si elle a peut-être diminué. Peut-être en tant qu'enfant j'en buvais peut-être un petit peu plus. Parce que quand j'étais enfant je buvais pas spécialement des sodas mais plutôt des jus. Tu sais les petits jus là dans les...

- Les barquettes ?

- Non, je sais pas comment ça s'appelle.

- Ah non, les caprisun.

- Non, c'était des bouteilles colorées. Il y avait du jaune, il y avait du violet. Ça ressemblait à une tutute au bout. Ça se tirait comme ça. Je sais pas comment ça s'appelle. C'était hyper sucré. C'était un peu comme des caprisun mais... (silence)

- Ok.

- Je sais pas. Je dirais donc niveau soda, je pense que j'en buvais plus avant que maintenant. C'est à dire que maintenant si on me propose un coca, je vais dire non c'est bon je préfère de l'eau.

- Ah ouais ?

Ouais.

- Ok. Et c'est quoi tes idées reçues à peu près sur les produits genre sur les sodas de façon générale ? Est ce que tu as des idées reçues là dessus ?

- Bah ouais que c'est sucré, que c'est pas très bon pour la santé.

- Mmh ?

- Quoi d'autre ? Qu'il y a des colorants, il y a des trucs, vraiment des choses pas bon pour la santé. Et que c'est pas à boire tous les jours et c'est reconnu quand même. Donc je sais pas si c'est vraiment des idées reçues ou des préjugés mais...

- Ouais. Ok. Je vois. Bon. Déjà c'était très intéressant. Merci.

- Merci beaucoup.

- On va passer si tu permets maintenant à la marque pour laquelle nous travaillons, nous intéressons.

- Non.

- Ok bah écoute à la prochaine.

(rire général)

- Au revoir.

Non mais bon, plus sérieusement.

- Oui oui.

- On va parler maintenant de Sprite. Ok. Donc tu vois ce que c'est Sprite, tu connais.

- Oui bien sûr.

- Est ce que tu en achètes du Sprite ?

- Pas trop, de temps en temps mais très peu. C'est comme les sodas.

- C'est à dire de temps en temps ?
- Vraiment... Peut être une fois, deux fois dans l'année quoi. Vraiment très peu.
- Ok. Et du coup tu en consommes tout autant quoi.
- Ouais c'est ça.
- Ok je vois. Tu achètes quoi de la marque Sprite et pourquoi ?
- Si je dois acheter quelque chose de Sprite ce serait leur soda. Mais le classique là, le...
- Tu veux qu'on trouve à la cafète ?
- Ouais. Voilà exactement. Je veux qu'on trouve à la cafète genre vraiment il n'y a pas... Je ne connais même pas d'autres produits de chez Sprite. Genre vraiment je ne connais que celui là.
- Ok. Et pourquoi tu l'achètes ?
- Parce que c'est pétillant. Ça ressemble à de l'eau pétillante. C'est niveau goût, c'est pas très fort. Genre c'est un peu mais ça va c'est pas...
- Pour toi c'est quoi comme goût ?
- Alors ça... Je ne pourrais pas le décrire. Mais c'est à quoi comme goût en fait ? (silence) Bon c'est un goût de Sprite.
- Tu reconnais le goût de Sprite mais tu ne saurais pas dire ce qu'il y a dedans quoi.
- Non. En vrai ce serait grave intéressant de regarder ce qu'il y a dedans honnêtement.
- Alors moi je sais ce qu'il y a dedans. Si tu veux on pourra en parler après. Ouais mais...
- Ah oui si c'est un truc un peu citronné. Ouais ça j'aime bien. Mais comme je t'ai dit j'aime bien la limonade.
- Ouais.
- Du coup ça j'aime bien en vrai.
- Et c'est un des sodas qui se rapproche beaucoup de la limonade.
- Ouais c'est ça. Et... Ce qui est différent par rapport au Coca ou à l'Orangina et tout ça c'est que c'est transparent. Genre il n'y a pas de couleur.
- Ouais.
- C'est l'idée un peu plus naturelle quoi.
- Ok je vois.
- Même si c'est tout autant sucré mais...
- Mais du coup là cette idée de naturelle pour toi ça renvoie à quelle image de la marque Sprite ? Genre quelle image ça a Sprite pour toi ?
- La même image que Coca et la même image qu'Orangina en vrai.
- C'est à dire ?
- Une marque de grande surface. Mais un peu la qualité quand même. Genre c'est... C'est pas la sous marque. C'est la marque Sprite. C'est la marque Coca. C'est... C'est un peu... On va dire un peu haut de gamme.
- Ok. Ok. Il y a des choses qui te motivent ou qui te freinent à acheter Sprite ?
- Ouais le sucre. C'est trop sucré.
- Ah ouais ?
- Ouais. C'est sucré. Et bon je pense le prix aussi peut-être. C'est un peu cher. Parce qu'en plus je consomme pas trop de soda donc... Niveau prix après...
- Et qu'est-ce qui te pousse à acheter Sprite ? En toute sincérité, t'as pas besoin de mytho
- Qu'est-ce qui me pousse à acheter Sprite ? Mais j'achète pas Sprite.
- Ok, ok c'est hyper sincère. J'adore.
- Mais si je devais acheter Sprite, je pense que c'est pour son côté un peu limonade. Et rafraîchissant pour l'été. Ouais je le boirais pas en hiver.
- Mais du coup Sprite, t'as tendance à le remplacer par quoi ?
- Ice tea ou Coca. Hyper classique.
- Ok.
- Ou de l'eau.

- Ah ouais t'es healthy comme girl.
- Ah j'aime trop l'eau. Vraiment.
- Ok nickel. Bon. Maintenant qu'on a ton avis global sur la consommation de boissons et de la marque, je vais te montrer les 4 innovations qu'on a faites.
- Très bien.
- Et... D'abord je vais te montrer.
- J'espère qu'elles vont être intéressantes.
- Et oh, la pression là.
- Mais non.
- Donc en premier on a ce produit là.
- Ah ouais.
- Des petits bonbons acides huilés goût Sprite.
- Ça donne envie hein.
- Ensuite on a une boisson énergisante au goût Sprite à base de matcha.
- Ah le matcha c'est pas mal ouais.
- Alors attends, là du coup t'as une cigarette, une puff. Une puff à base de vitamines. À base de vitamines.
- Ouais au goût Sprite. C'est particulier ça.
- C'est particulier mais sache que ça existe.
- Donc c'est un complément alimentaire à la fois.
- Ouais exactement. Et alors attends, il me manque un dernier produit que je vais te trouver tout de suite. Et là c'est un jeu société où tu crées ton propre soda en fait, avec tes goûts etc
- Ça c'est pas mal, ça a l'air fun.
- Ok, donc moi maintenant la question que je te pose c'est au premier abord, parmi du coup les 4 produits que je t'ai présenté. Les bonbons, la boisson énergisante, les sodas, le jeu et la CE. Qu'est-ce qui t'intéresse le plus, qu'est-ce qui t'attrait le plus ?
- Ah les bonbons.
- Les bonbons ?
- Ah oui vraiment. Déjà ils ont l'air trop juteux et tout.
- Juteux ?
- Ouais, ça a l'air de...
- C'est des petits bonbons acidulés.
- Ah j'aime trop, j'aime trop. Je suis pas très boisson mais par contre je suis plus sucrée que salée donc je préfère quand même les bonbons.
- Qu'est-ce que t'en penses de l'esthétique de ces produits ?
- Ah bah justement, j'adore. Franchement niveau couleurs et tout, ça représente très bien Sprite.
- Ouais.
- Après c'est écrit en gros dessus mais dans le sens niveau couleurs c'est respecté.
- On reste dans la DA.
- Oui. Et il y a le côté quand même assez limonade du coup. Et vitaminé, assez solaire, assez été. Donc ça a l'air plutôt rafraîchissant en fait.
- Les 4 ?
- Oui. Honnêtement oui.
- T'as le même avis sur les 4 ?
- Huummoi ce qui m'étonne c'est plutôt la cigarette. Je veux dire la CE. Mais après on reste dans l'esprit de Sprite. Après le jeu... Donc c'est un jeu pour enfant ?
- C'est un jeu pour la famille en fait.
- Ok donc on crée son propre soda. En vrai là vous respectez clairement la DA peut-être coloré de Sprite. Mais bon après le rose peut-être pas.

- C'est un goût framboise quoi.
- Ah ouais. Ah ouais ouais. En vrai ça paraît intéressant. Oui on reste sur les... Un citron c'est quoi ? C'est un fruit ?
- Un citron c'est un fruit.
- Ouais. On reste dans le truc assez... C'est quand même des fruits d'été ou de printemps quoi.
- Donc tu valides l'esthétique ?
- Oui. Honnêtement oui.
- Ok. Est-ce qu'il y a un modif à faire sur... Quel modif t'apporterais à ces produits là ?
- Visuellement ou...
- Tout ce que tu veux. Je suis ouverte.
- Les bonbons honnêtement... J'aime beaucoup. Je veux dire j'ai rien à... J'ai rien à ajouter. Franchement ils sont plutôt pas mal. Ah peut-être ça là on dirait un... Le bonbon là qui est sur le packaging.
- mhmm
- On dirait plutôt une pastille... Qui est en train de se... (mimes)
- Ouais un doliprane effervescent . C'est ça. Ok j'ai... Sur lui...
- Ça c'est des feuilles de matcha ?
- Ouais.
- En vrai vous auriez pu en mettre sur la canette quoi. Ok. Pour mettre en avant genre tout du...
- Et sur le produit lui-même. Du coup c'est une boisson énergisante à base de matcha. Avec le goût du Sprite.
- Ah ça a le goût du Sprite et pas le goût du matcha ?
- En fait on a remplacé la caféine par le matcha.
- Ok. Parce qu'il y en a qui n'aiment pas le matcha. Donc c'est bien que peut-être on ressent pas le matcha. Et genre je sais que le café c'est très mauvais pour la santé. Donc en vrai... C'est une bonne idée qu'on ne sent pas le matcha. Parce qu'il y en a qui n'aiment vraiment pas l'effet pelouse. Je veux dire le goût herbe coupée dans la bouche.
- Je comprends.
- Je peux comprendre. Mais en vrai j'aime bien le matcha. Par contre je trouve ça bon mais... Non honnêtement je pense que ça peut être un bon produit.
- Ok. Sur le petit jeux là ?
- Hum... Visuellement... Bon il y a des petites améliorations à faire par ici par exemple (côté de la boite). Il y a des petits quiproquos. Et peut-être... Mais sinon après visuellement ça a l'air d'être sympa.
- Et au niveau de l'idée en elle-même ?
- Alors je ne sais pas comment ça va être réalisé. Parce que la boîte elle me paraît quand même petite. Je me dis qu'il y a un truc...
- Après c'est fait avec... Tu sais les nouvelles trucs scientifiques là. Tu as des petits... Tu sais un peu... (mimes)
- Oui je sais mais je trouvais ça toujours un peu nul. Je suis peut-être un peu moins convaincue.
- Tu n'étais pas à l'enfant scientifique toi.
- Mais non mais ça foirait. C'était un échec.
- Peut-être que tu n'avais pas envie de mettre...
- Il y avait les trucs pour faire les bougies. Mais c'était un échec cuisant quoi.
- Toi tu n'avais pas envie de faire Mentos et Coca.
- Non.
- J'ai toujours rêvé de faire Mentos et Coca. Et là CE?
- Visuellement elle est très sympa.

- Oui.
- On respecte les couleurs. Et après niveau goût...
- Niveau idée du coup ce serait goût Sprite. Et ce serait à base de vitamines en fait. T'ingérerais de la vitamine plutôt que toutes les...
- Et vous avez réfléchi à quel type de vitamines ou pas ?
- Les basiques hein : B12, B9...
- Ok ouais. Après c'est une bonne idée. Après je ne sais pas... Je pense que ça dépend... Je pense que ça peut être dangereux dans le sens... Pour les personnes qui fument beaucoup trop. Je pense qu'ingérer trop de vitamines et sachant que... En général c'est mieux de prendre les vitamines des fruits et tout ça... Ou de l'extérieur que de les ingérer. C'est du synthétique donc...
- Ok.
- Je pense que c'est une bonne idée. Mais après à voir la réalisation si c'est pas cancérigène ou pire qu'une CE quoi. Parce que bon... C'est quand même pareil... Le sucre sans sucre... Les cigarettes sans... Il y avait un truc, il y avait une polémique à une époque. Je sais que c'était à l'époque de mon père. Où en gros les cigarettes c'était... Déjà pas bon pour la santé. Du coup ils ont créé la cigarette allégée. Et au final, quelques années plus tard il s'avère que... Elle était encore pire. Ouais les gens ils ont chopé plein de cancers. Ils sont morts.
- C'est bête hein.
- Oui oui.
- Ok. Quel prix tu donnerais à ces trucs ? Et à quel prix tu achèterais ? On commence la CE. Tu pense que ça coûterait combien ? Est-ce que tu connais un peu le prix de base des CE ?
- De ce que j'ai entendu c'est une quinzaine d'euros.
- En vrai c'est entre 8 et 12 euros une CE.
- Là je me dis comme c'est Sprite, c'est la marque. Moi j'aurais mis à... 15 tu vois, c'est un peu beaucoup. Mais je pense si on la met genre à 14 tu vois, je pense que les gens ils pourraient l'acheter.
- Ok. Et toi tu l'achèterais à combien ?
- Moi je fume pas donc moi je l'achèterais pas. Mais s'ils devraient l'acheter je pense que je l'achèterais à 8 euros.
- Ok. Le jeu ?
- Le jeu... En vrai ça ça coûte assez cher en général. Moi je le mettrais bien à 35, entre 35 et 40. je l'aurait mis à 37.
- Ok et tu l'achèterais ?
- Je l'achèterais 30.
- Ok. La boisson ? La canette ?
- En vrai ça dépend, les canettes ça varie entre 3 et 5 euros. Ça dépend d'où tu l'achètes mais... C'est Sprite. Non mais en fait Sprite c'est pas si cher que ça. La bouteille ou l'achète combien la cafette ?
- Après la cafette c'est bradé parce que c'est l'IUT quand même.
- En général ça coûte combien ?
- Mais en général une bouteille c'est dans les 4... Une bouteille ouais c'est 3-4 euros.
- Ouais c'est ce que j'aurais dit.
- Canette t'as en général un peu moins.
- Ouais.
- En fait une bouteille c'est 4-5 euros, canette c'est 3-4.
- 3,50.
- 3,50 et toi tu l'achèterais à ?
- 3-3,50 hein.
- Et les bonbons ?

- Oh les bonbons... Après là y'en a vraiment pas beaucoup, j'ai l'impression que c'est une petite boîte.
- Mais c'est ces petits sachets de bonbons là.
- Ah ouais ok comme les...
- C'est comme les schtroumpfs quoi.
- Ah bon c'est comme les schtroumpfs, je voyais ça plus comme des vichys là, les tout petits trucs là.
- Non c'était plus comme les schtroumpfs.
- Ah ok comme les schtroumpfs. Ah bah si c'est comme les schtroumpfs, en vrai c'est 2-3... 2 et 4 euros, bon bah en vrai là ça marque le Sprite donc... 3,50.
- Et tu l'achèterais ?
- 3,50.
- Ok. Est-ce que les packaging qu'on a te semblent appropriés ? Ou est-ce que tu veux faire un autre truc ?
- En fait si tu me dis que c'est pour comme les schtroumpfs, ça me paraît bizarre la boîte en carton.
- Ok.
- Moi je l'aurais fait plus comme les schtroumpfs quoi, en sachet.
- En plastique ?
- Oui, c'est plus facile dans le transport.
- Pour la boisson ?
- Pour la boisson, en vrai ça ou bouteille mais c'est bien dans les deux cas. On devrait faire les deux ?... Ha mais attend, matcha c'est pas bon. Ça doit pas toucher du métal. Tu peux pas mélanger je crois avec une fourchette. C'est pour ça qu'il faut le faire avec un fouet en bambou.
- Ok, bonne chose à savoir.
- Je crois. Mais je suis pas sûre, à vérifier.
- Je vérifierai. Merci Hannah.
- De rien.
- Le petit jeu.
- C'était quoi la question encore ?
- Packaging approprié ou est-ce que tu changerais ?
- En vrai approprié de... Oui approprié parce que ça s'ouvre comme ça. (mimes ouverture d'une boîte)
- Et bon la CE...
- Bah oui approprié, c'est ce que je te dis.
- Ok. Bon, vis-à-vis des concurrents, quels seraient les avantages de ces produits tu penses ?
- Ah, si on commence par le CE, je dirais que c'est petit. Et que du coup c'est facile en main, on peut le ranger facilement dans les poches. Parce que parfois il y a des trucs un peu gros... Je vais pas citer mais... Il y en a dans des gros trucs un peu mastoc et ça se voit beaucoup dans la poche. Et ça c'est discret, ça se range facilement.
- Pour les jeux ?
- Face aux concurrents là, je dirais que vous êtes très similaire. Je veux dire, je pense en général, pour les jeux pour enfants, c'est souvent une boîte en carton. Soit carton mou, soit carton plus rigide comme les jeux de société.
- Et là tu parles de l'aspect packaging mais sur l'aspect de l'innovation, t'en penses quoi ?
- Boisson, je crois que ça n'a jamais été trop fait. C'était plutôt tout le temps axé sur les bougies, le maquillage pour enfants, créer son propre maquillage, créer du slime aussi. Boisson, j'ai jamais trop entendu parler.
- Donc pour ça on se démarque bien ?

- Oui.

- Au niveau de la boisson matcha ?

- La boisson matcha... Oui bah c'est une canette. Le matcha, il n'y a pas trop encore de boissons, en tout cas en petit format. Même en tout court matcha, ça ne s'est pas encore trop... Enfin, c'est développé mais on achète plus la poudre. On n'achète pas encore de produits où le matcha est encore assimilé dans les boissons. Donc en vrai, ça pourrait être intéressant. Donc oui, je dirais par rapport aux concurrents forcément parce qu'il n'y a pas de caféine et le matcha c'est quand même reconnu d'être vraiment bon pour la santé.

- Ok. Donc on se démarque bien quoi ?

- Oui, on se démarque bien.

- Et mes petits bonbons ?

- Les petits bonbons... Le côté acidulé... Alors ça, ces bonbons, ça me fait penser à d'autres bonbons mais je ne connais plus la marque. Genre l'effet un peu brillant au centre, un peu liquide. Genre en tout cas, gélatinieux. Je sais qu'il y a des bonbons qui ressemblent à ça, je sais que j'en avais vu en Allemagne. Ça différencie beaucoup de tout ce qui est Haribo. En fait, on dirait un peu des réglisses. Un mélange entre des réglisses et des Haribo. Je ne sais pas comment expliquer.

- Mhmh

- Parce que les réglisses c'est un peu pâteux et là c'est vraiment gélatinieux on dirait.

- Ouais, je vois.

- Donc je dirais que là vous vous y référez un peu moins mais les bonbons c'est plus compliqué.

- Ok. Est-ce que tu penses qu'un de ces produits ou plusieurs produits peuvent rentrer dans tes habitudes de consommation ?

- De tous les jours ?

- Au moins régulière quoi. De façon à ce que tu consommes un peu plus la marque Sprite on va dire.

- Soit les bonbons, soit la boisson en vrai.

- Ils pourraient rentrer dans tes habitudes de consommation ?

- Oui.

- Intéressant de ouf. Pour qui tu achèterais ces différents produits ? Genre les bonbons tu les achèterais pour qui ?

- Pour moi.

- Pour la boisson ?

- Alors pour moi aussi mais sinon pour quelqu'un qui aime le matcha ou qui aime Sprite. En tout cas pour tester des choses innovantes.

- Le jeu pour qui tu achèterais ?

- Pour un enfant mais quel enfant après... Ouais pour un enfant en tout cas.

- Et la CE ?

- La quelqu'un qui fume... mais qui fume dans mon tourage ? En tout cas qui aime bien fumer. (silence avec regard insistant)

- Allez !

- Anastasia. Pour lui faire plaisir, pour qu'elle teste une fois. Pour son anniversaire. Le 18 août.

- Pas du tout.

- Mince.

- On passe à la question suivante. Quels seraient tes freins à l'achat pour s'acheter ces trucs là ?

- Mes freins ?

- Qu'est ce qui te freinerait à acheter la CE ?

- Les vitamines.
- Ah ouais c'est ça qui te freinerait ?
- Oui.
- Qu'est ce qui te freinerait à acheter le jeu ?
- Le côté chimique quand même. Genre on n'est pas sûr de l'expérience quoi.
- Qu'est ce qui te freinerait à acheter le matcha ?
- Qu'il y ait peut-être trop de matcha, que ce soit trop caféiné, que ça augmente trop le rythme cardiaque et que ce soit peut-être trop sucré.
- Ok. Et qu'est ce qui te freinerait à acheter les bonbons ?
- Je n'ai pas vraiment de freins là honnêtement.
- Roue libre. Très bien. Et du coup Qu'est ce qui te motiverait à acheter ces trucs ? A l'inverse. Les bonbons, qu'est ce qui te motive ?
- Là c'est la couleur honnêtement, c'est hyper juicy. Genre ça me donne trop envie de goûter. - Et la boisson ?
- Bah qu'il y ait du matcha ça ça me donne envie
- OK. Le jeu ?
- Le jeu qu'est-ce qui me donnerait envie ? (fais la moue)
- Tu peux me dire rien hein je le prendrai pas mal, je vois ta petite tête là
- Bon bah rien hahha
- Et la CE ?
- Bah rien parce que vraiment j'en achèterai pas donc bon
- Okayyy très bien. Bon après toutes ces questions. Est-ce que t'aimerais dire quelque chose en plus qu'on a pas abordé ?
- Mmmm nan c'est plutôt des interrogations sur les vitamines et si le jeu n'est pas un peu dangereux.
- mm ouais tu penses à l'aspect santé.
- Oui
- Bon je t'ai posé la question au début, je te la repose maintenant, quel est ton produit favori et pourquoi ?
- Bah en fait ça se joue vraiment entre le bonbon et la boisson
- Okay
- Nan ça n'a pas changé parce que les bonbons j'adore ça et franchement ça me donne vachement envie
- Ok donc on reste sur les bonbons ? Et qu'est-ce qui ?
- Quel produit m'intéresse le moins ?
- Oui
- Heuuu la CE je fume pas donc il n'y a rien d'objectif et le jeu on me dit toute catégorie d'âge mais sincèrement à 35€ je me vois plus faire du slim que me faire du sprite, je préfère m'acheter la bouteille directement en magasin. Donc le jeu
- Ben écoutez, merci beaucoup pour cet entretien. De toute façon. Tes réponses ont vraiment été très précieuses et nous permettent de comprendre tes attentes, les préférences et la perception de nos produits que nous pourrions présenter.

Anastasia : Entretien Ethan Vourgères n°2

- Bonjour, je m'appelle Anastasia. On va procéder à un questionnaire qui durera environ 30 minutes. Donc t'inquiète pas, tes réponses sont anonymes. On souhaiterait lancer un nouveau produit pour une marque de boissons assez connue. Donc on va prendre un petit moment pour parler de ces innovations, pour que tu me donnes ton avis. La conversation sera enregistrée si t'es d'accord, pour qu'on puisse mieux l'analyser après. C'est bon pour toi?

- C'est bon

- Ok. On va commencer par une question simple. Quel type de boisson consommes-tu le plus souvent au quotidien ?

- Coca.

- Ok, du coca.

- Yes, c'est ça.

- C'est tout ?

- Coca et ACE.

- C'est quoi ça, un jus de fruits ?

- Jus de fruits, carottes, citron, orange.

- Ok, très très précis. L'eau, tout ça, t'es pas... non ?

- Non, je suis pas dans ça.

- T'es pas dans ça, t'es pas dans ça, ok. Bon, on va parler un peu plus des sodas, si t'es d'accord. A quelle fréquence tu consommes des sodas, à peu près ?

- Tous les deux jours, je pense, un verre.

- Un verre tous les deux jours ?

- Ouais, c'est ça.

- Mais du coup, tu les consommes dans quelles circonstances ?

- Quand j'ai soif.

- C'est en mode collation pour toi ?

- Exactement, collation

(en souriant)

- C'est pas relié aux sorties, à la fête, au sport ?

- Ouais, aussi, aussi, mais je suis pas un mec festif.

- Ok, donc tu restes vraiment dans le truc de... C'est régulier, quoi.

- C'est ça.

- Donc t'en achètes tous les combien, à peu près ?

- Personnellement, j'achète pas, mais...

- Tes parents, du coup.

- Ouais, on va dire deux semaines.

- Toutes les deux semaines, mais t'achètes quoi ? Deux litres toutes les deux semaines ?

- Ouais, un litre cinq.

- Un litre cinq toutes les deux semaines ? Ouais. Donc... T'achètes... Enfin, ces boissons-là, ces sodas-là, ils sont pour ta propre consommation ou pour quelqu'un d'autre ?

- Pour la famille.

- Pour la famille. Sachant que, du coup, vous êtes une famille de...

- Six.

- Six ?

- Ouais, six.

- Du coup, c'est... Quel type de soda tu consommes souvent ?

- Coca.

- Que Coca ? Aucun autre ?

- J'ai déjà dit, mais... Voilà, il fallait m'écouter.

- Mais non, mais c'est des questions différentes. Juste, tu n'y penses pas.

- C'est la même question que tu me posais hahaha . Mais c'est un peu...

- Coca classique, light, sans sucre ?
- Euh... Normal.
- Des bio... ?
- Sans sucre, il faut être fou. Il faut être fou.
- Mais ok, donc pas de boisson énergisante.
- Ah si, si, beaucoup beaucoup Monster haha
- Monster ?
- À fond, à fond.
- À fond Monster. Ok. Donc ton soda préféré, c'est Coca.
- Ouais, on va dire ça.
- Et pourquoi c'est ton soda préféré ?
- Je pense qu'en fait, c'est la notoriété qui fait que ça joue beaucoup sur les mentalités des gens. En France et dans d'autres pays.
- C'est la notoriété de la marque ?
- Exactement.
- Et c'est la notoriété de la marque... Et c'est la notoriété de la marque qui te fait acheter Coca, du coup ?
- Exactement.
- Ok, c'est pas pour...
- C'est... Ha non c'est juste pour... Voilà.
- C'est... Ok. Mais du coup, de façon générale, comment tu choisis tes sodas ? C'est pour le goût ? Pour le prix ? Pour la marque ?
- Pour la qualité de la marque.
- Pour la qualité de la marque ? Uniquement la marque ?
- Hum... Ouais, on va dire ça haah.
- Ethan !
- Non mais c'est vrai, c'est vrai.
- C'est que pour la marque ?
- Bah oui ! Parce que tu peux pas acheter du gin, tu vois. Le gin, c'est du Coca, c'est de la sous-marque.
- C'est pas pour le... T'as aucune notion pour le prix ou pour le goût ?
- Non, le prix, c'est de l'eau. Enfin, c'est une boisson, c'est pas cher.
- Ah, t'es riche. Ok. Est-ce que t'as remarqué une évolution de ton type de consommation au fil du temps ?
- De boissons ?
- De sodas.
- De sodas ? Bah en fait, depuis que je suis allé à la salle de sport, je ne suis plus trop dans ça.
- Depuis que tu vas à la salle, t'es plus trop dans les sodas ?
- Ouais. Ouais, c'est ça.
- Ok. Et t'as quel type d'idées reçues sur les sodas ?
- Moi, j'ai pas trop d'idées en fait. Je m'en fous un peu. On dit que c'est pas bon pour la santé, mais ça me touche pas.
- Ça te touche pas ?
- Non.
- Ok, bon. Maintenant, on va se centrer un peu plus sur la marque pour laquelle nous travaillons, qui est Sprite. Donc Sprite, tu connais, c'est bon ?
- Ouais
- À quelle fréquence t'achètes du Sprite ?
- Ah non, jamais.
- T'achètes jamais Sprite ?

- Non, mais j'en commande au Burger King, je crois.
- Donc t'en consommes tous les combien à peu près ?
- Houla alors là une fois par mois.
- Une fois par mois ?
- Non, une fois tous les deux mois, je pense. J'en bois jamais.
- C'est quel type de Sprite que tu bois ? C'est le classique ?
- Le classique, ouais.
- Ok. Pour toi, ça renvoie à quoi comme image, Sprite ?
- La fraîcheur (vite dit)
- La fraîcheur ? Ouais. Hum, j'aime bien, j'aime bien. Qu'est-ce qui te pousse à acheter Sprite ?
- Euh... Mon instinct.
- Qu'est-ce qui te pousse à acheter Sprite ?
- En fait, le goût.
- Le goût ? Et qu'est-ce qui te freine à acheter Sprite ?
- Euh... Parce qu'en fait, je le vois pas dans le magasin.
- Parce que c'est pas assez visible dans le magasin ?
- En fait, c'est pas assez visible, en fait.
- Ok. Mais par quoi tu remplaces, en général, une boisson Sprite ?
- Par du Coca hahah
- Ok. Bon. Maintenant qu'on a un peu ton avis global sur la consommation de boissons, et sur la marque...
- Ouais.
- Très bien, bon on va maintenant regarder ces 4 innovations. Au premier abord, lequel de ces 4 produits te plaît le plus ?
- La puff.
- Pourquoi ?
- Parce que j'adore ça.
- Ok. Parce que tu fumes. Tu penses quoi de l'esthétique de chacun de ces 4 produits ?
- Ah ouais, c'est vraiment sympa.
- Ok. T'en penses quoi à peu près des bonbons ?
- Des bonbons ? Je trouve que... Ah ouais, ça a l'air vraiment bon. T'as envie de goûter.
- Tu veux que je te présente un peu les produits ? Donc là, t'as les bonbons acidulés.
- Ok.
- Ensuite, t'as une boisson goût Sprite énergisante.
- okay
- Mais en fait, on a remplacé la caféine par du matcha.
- Ok.
- Ensuite, t'as un jeu de société où tu crées tes propres sodas, en fait. Tu crées ton goût, t'as framboises, fraises, etc.
- Okay ouais
- Et après, du coup, c'est une peuf goût Sprite, mais vitaminée. Donc en fait, on a remplacé tous les aspects nicotine par des vitamines.
- Ok.
- Voilà. Donc, t'en penses quoi de l'esthétique ? Ça te kiffe bien ?
- Ouais, je pense que le jeu de société, c'est vraiment sympa, en fait.
- Tu kiffes le jeu de société ?
- Ouais, c'est... Je sais pas, il y a des couleurs vives. C'est sympathique.
- Ok, bon. T'apporterais quoi comme modification à ces produits ?
- mmmmmm

- Genre, t'apporterais quoi comme modification aux bonbons, par exemple ?
 - mmmmmmmm De quoi ? Sur la boîte ou l'image entière ?
 - Sur le produit, sur l'idée du produit, ou sur l'image ?
 - Franchement, l'image, elle est pas mal.
 - Sur le produit en lui-même, t'en penses quoi ?
 - Franchement, en vrai, c'est sympa.
 - Sur la boisson Matcha, t'en penses quoi ?
 - La boisson Matcha, je pense qu'il manque un peu plus de couleurs.
 - Et sur le produit en lui-même ?
 - Ouais, en vrai, c'est pas mal.
 - Et ok, le jeu ?
 - Le jeu, c'est bien, mais je pense que pour les gosses, c'est pas très bien.
 - Pourquoi ?
 - Parce que t'incites à boire du Sprite aux plus jeunes.
 - Ok. Et pour la puff ?
 - Moi, je l'achète tous les jours.
 - Tu l'achètes tous les jours ? Ok, très bien. Tu leur donnerais quel prix et à quel prix tu les achèterais ? Tu vois ce que je veux dire ?
 - Je sais que le prix de retail des puffs, c'est entre 7 et 8 euros. Du coup, 7 et 8 euros.
 - Tu achèterais à 7,8 ?
 - Juste pour la notoriété de la marque, tu leur ajoutes 1 euro.
 - Tu les vendras à combien, cette puff ?
 - Ouais, 9,50.
 - Et tu l'achèterais à combien, toi ?
 - 9,50. Tu mettrais 9,50 ? (silence)
 - Ethan ?
 - Ouais, ça coûte cher quand même, ça fait serrer
 - Ouais, ok. Pour le jeu ?
 - Pour le jeu, en vrai, le prix...
 - Tu penses que ça se vend combien, ça, en général ?
 - En fait, le problème, c'est qu'il y a du matos pour faire des boissons énergisantes.
 - Attention, le jeu, c'est pas pour faire des boissons énergisantes. C'est juste pour faire des sodas.
 - Les sodas, c'est pareil.
 - Ok, vas-y.
 - Le problème, c'est que là, il y a du matos pour le faire. Du coup, le matos, ça coûte quand même cher. Il y a de la technologie derrière. Du coup, j'aurais dit 34,99.
 - Et tu achèterais combien ?
 - Le moins cher possible.
 - C'est-à-dire ?
- (Rires)
- Ouais, en vrai, 20 balles, c'est le prix normal, tu vois.
 - Ok, la boisson matcha ?
 - C'est une canette, c'est combien de centilitres ?
 - 33.
 - Tu mets, max, 2,50 euros. Faut pas forcer.
 - Et les bonbons ?
 - Ça dépend, il y en a combien dedans ?
 - Le type paquet Schtouumphs?
 - Euh... Ouais. Je te le dis juste parce que c'est Sprite. Tu mets 3,50, 3,40.

- Ok. Tu les achèterais au prix que t'as donné ou pas ?
- Bonbons, 3,40, en vrai, il faut tester. La puff, vas-y, pour tester. Une société, je l'achèterais pas parce que je l'utiliserais pas. Et la canette, en vrai, il faut tester, ouais.
- Est-ce que les packagings te semblent appropriés ou tu ferais des changements ?
- Non, une société, c'est parfait. La canette, il manque des couleurs, genre le bleu. Et les bonbons, et la CE ? Bah, la CE c'est bon Et les bonbons, c'est les carrés.
- Vis-à-vis des concurrents, tu penses qu'on aurait quoi comme avantage par rapport à ces produits ?
- La puff, il y a le coca déjà. Le coca, ça tue.
- Mais celle-là, elle a la base de vitamine.
- Ouais, bah juste ça, ça donne un point de plus.
- Ok. Pour le jeu ?
- Ouais, j'ai pas vu des jeux faire ça, du coup. Aussi, avantage concurrentiel.
- Pour la boisson matcha ?
- Pareil, en vrai. Franchement.
- De quoi ?
- Concurrentiel. Personne fait ça.
- Et pour les bonbons ?
- Bonbons, ouais. Bonbons, il y a déjà les bonbons en coca, tu vois. Du coup, il n'y aura pas trop d'avantages concurrentiels.
- Ok. Est-ce que tu penses qu'un de ces produits ou plusieurs peuvent rentrer dans tes habitudes de consommation ?
- Ah ouais, ouais.
- Comme ?
- La puff.
- Ok. J'ai une autre question. Pour qui t'achèterais chacun de ces produits ?
- Les bonbons, je les achèterais pour qui ? Pour moi.
- Pour toi, et la boisson Matcha ?
- Pour moi.
- Pour toi, le jeu ?
- Pour mon cousin.
- Et la CE ?
- Pour moi.
- Ok. C'est quoi tes freins ? Genre, qu'est-ce serait tes freins à l'achat de ces produits ? Genre, qu'est-ce qui te freinerait à acheter les bonbons ?
- Heuuuu ce qu'il y a dedans.
- C'est-à-dire la compo ?
- La compo.
- Et qu'est-ce qui te freinerait à acheter la boisson Matcha ?
- Peut-être le goût. Parce que le goût Matcha, voilà quoi.
- T'as déjà goûté le Matcha ?
- Non.
- Ok. Qu'est-ce qui te freinerait à acheter le jeu ?
- J'ai plus l'âge pour ça.
- Qu'est-ce qui te freinerait à acheter la CE ?
- Rien.
- Rien. Et à l'inverse, qu'est-ce qui te motiverait à acheter tout ça ?
- Un max de fumette.
- Qu'est-ce qui te motiverait à acheter le jeu ?
- Qu'il soit gratuit.

- Et qu'est-ce qui te motiverait à acheter la boisson ?
- Pour tester.
- Pour tester Matcha ?
- Ouais.
- Et qu'est-ce qui te motiverait à tester les bonbons ?
- Pareil. Pareil, pareil, pareil.
- Après toutes les questions que je t'ai posées, t'as un truc à rajouter ?
- Franchement, non, c'est parfait.
- C'est nickel ? Tu kiffes ?
- C'est parfait. Juste si vous pouvez commercialiser les puffs, ça serait cool.
- Ok. Du coup, après tout ça, c'est quoi ton produit préféré ?
- Toujours le même.
- Toujours le même, pourquoi ?
- Parce que ça a l'air bon.
- Nickel, nickel. Ben écoutez, merci beaucoup pour cet entretien. De toute façon. Tes réponses ont vraiment été très précieuses et nous permettent de comprendre tes attentes, les préférences et la perception de nos produits que nous pourrions présenter.
- Pas de soucis !

Gabin : Entretien Margot Colonge n°3

Gabin: Nous souhaitons lancer un nouveau produit pour une marque de boisson connue et nous allons donc prendre un petit moment pour parler avec vous de ces innovations et nous donner votre avis.

Pour commencer, quel type de boisson consommez-vous le plus souvent au quotidien ?

Interviewé : En général, je consomme de l'eau et des jus de fruit, mais si l'on parle des sodas, j'avoue que je préfère les sodas gazeux. Après, je n'ai pas de marque précise que je consomme le plus.

Gabin: D'accord, parfait, maintenant je vais vous interroger sur vos habitudes de consommation de soda.

Quel est votre fréquence de consommation de soda ?

Interviewé : En général, j'en consomme deux à trois fois par semaine.

Gabin: Dans quelle circonstance consommez-vous ce produit ? Repas, sortie, sport ?

Interviewé : En général, je consomme des boissons lors des repas ou alors lors de soirées.

Gabin: Quelle est votre fréquence d'achat de soda ?

Interviewé : J'en achète le week-end quand je fais mes courses.

Gabin: Quel type de soda consommez-vous le plus souvent ? Classique, light, sans sucre, bio, énergisant ?

Interviewé : Je consomme exclusivement des boissons sans sucre.

Gabin: Quels sont vos sodas préférés et pourquoi ?

Interviewé : Je préfère les boissons gazeuses car je trouve que cela va bien avec un soda. Je n'aime pas trop les sodas sans sucre, je trouve ça un peu bizarre.

Gabin: Comment choisissez-vous votre soda ? Par le prix, le goût ou la marque par exemple ?

Interviewé : Par le goût, mais également le prix.

Gabin: Avez-vous remarqué une évolution de votre consommation au fil du temps ?

Interviewé : Oui, j'en consomme de moins en moins, car je trouve que cela est mauvais pour la santé, mais ce n'est pas pour autant qu'il ne faut pas se faire plaisir.

Gabin: Quelles sont vos idées reçues sur ce produit ?

Interviewé : Je pense que les sodas sont en général beaucoup trop sucrés.

Gabin: Nous allons désormais parler de la marque pour laquelle nous travaillons, qui est Sprite. Je vais donc vous interroger, premièrement, sur vos habitudes de consommation de Sprite.

À quelle fréquence en achetez-vous ?

Interviewé : Quelques fois dans le mois, ça dépend des fois. Pour changer, parfois j'en prends.

Gabin: À quelle fréquence en consommez-vous ?

Interviewé : Je dois dire que j'en consomme plus souvent que ce que j'en achète, car il y en a souvent chez les gens où je vais pour passer des soirées, par exemple.

Gabin: Quel type achetez-vous ? Et pourquoi ?

Interviewé : Je les achète en canette, car quand j'en achète en bouteille, je finis par boire toute la bouteille très rapidement, alors que les canettes me régulent dans ma consommation.

Gabin: Pour vous, quelle image renvoie la marque Sprite ?

Interviewé : Selon moi, la marque Sprite renvoie une bonne image générale. Je trouve qu'il n'y a pas souvent de polémique autour de cette marque.

Gabin: Quels sont vos freins et motivations pour réaliser des achats de la marque ?

Interviewé : Moi, ce qui m'a principalement attiré, c'est le design de la marque. J'aime bien les couleurs. Après, je n'ai pas forcément de freins quant aux achats de Sprite.

Gabin: Par quelle marque avez-vous tendance à remplacer la marque Sprite ?

Interviewé : Par de la limonade Lorina, je trouve que cela a un goût assez similaire, notamment la limonade citronnée.

Gabin: Maintenant que nous avons votre avis global sur votre consommation de boissons et de la marque Sprite, voici nos quatre innovations.

Gabin: Maintenant, nous allons aborder tout ce qui entoure la commercialisation du produit.

Au premier abord, lequel de ces produits vous plaît-il le plus ? Et pourquoi ?

Interviewé : Moi, ce qui m'a tout de suite attiré dans vos innovations, c'est la boisson énergisante au matcha, car je trouve que ça a l'air d'être une bonne alternative aux boissons énergisantes à la caféine.

Gabin: Que pensez-vous de l'esthétique de chacun de ces produits ?

Interviewé : Je trouve leur design assez réussi et qu'il représente bien la marque Sprite, notamment avec les couleurs.

Gabin: Quel nom leur donneriez-vous et pourquoi ?

Interviewé : Premièrement, pour la boisson au matcha, je dirais "Spritcha" car ça mélange le nom de la marque et le produit. Pour la cigarette électronique, je dirais tout simplement "E-Sprite" car ça correspond bien au produit. Pour le jeu de société, je dirais "Sprite Game" car ça représente bien le produit et les gens comprendront directement ce que c'est. Et enfin, pour les bonbons, je dirais "Sprite Candy" car ça sonne bien en anglais.

Gabin: Quelles modifications apporteriez-vous à ces produits ?

Interviewé : Dans l'ensemble, je trouve que les produits sont bien réussis, mais pour ce qui est du jeu de société, je mettrais plus de vert sur le design pour rappeler la marque.

Gabin: Quel prix leur donneriez-vous ? Et à quel prix les achèteriez-vous ?

Interviewé : Pour la cigarette électronique, je dirais huit euros. Pour la boisson, deux euros ou 2,50 € car c'est une boisson énergisante. Pour le jeu de société, je dirais 20 €, et pour les bonbons, trois euros. Je les achèterais au prix que je viens de vous donner.

Gabin: Quel type de packaging vous semble le plus approprié ?

Interviewé : Je pense qu'il faudrait les mettre tels quels dans les rayons afin de limiter au maximum l'utilisation de plastique ou de matériaux polluants, mis à part pour la cigarette électronique, à laquelle je mettrais un packaging en plastique rigide.

Gabin: Vis-à-vis des concurrents, quels seraient les avantages de ces produits ?

Interviewé : Eh bien, je pense premièrement qu'aucune marque de boisson n'a réalisé des produits de la sorte, à part pour les bonbons. Donc, je pense que l'originalité serait un facteur qui avantageait les ventes.

Gabin: Pensez-vous que l'un de ces produits peut rentrer dans vos habitudes de consommation ?

Interviewé : J'avoue que la boisson au matcha pourrait intégrer mes habitudes, car c'est une bonne alternative aux boissons énergisantes avec de la caféine. C'est une alternative plus saine.

Gabin: Pour qui achèteriez-vous ces différents produits ?

Interviewé : Je pense tout simplement que je les achèterais pour moi.

Gabin: Quels seraient vos freins à l'achat de ces différents produits ?

Interviewé : Peut-être le fait que ce soit nouveau et que je ne sache pas réellement ce que ça vaut.

Gabin: Quelles seraient vos motivations ?

Interviewé : Pour la même raison : peut-être que, vu que c'est nouveau, ça me donnera envie de tester, je ne sais pas.

Gabin: Après toutes ces questions, avez-vous quelque chose à rajouter ?

Interviewé : Non, mis à part que les innovations sont très originales et que je n'y aurais pas pensé.

Gabin: Pourriez-vous nous dire quel est votre produit favori et pourquoi ?

Interviewé : Pour moi, c'est la boisson énergisante au matcha, car je commence à en consommer après en avoir vu sur les réseaux sociaux, mais surtout parce que c'est une alternative qui me semble être saine comparée aux autres produits de ce type.

Gabin: Merci à vous de nous avoir accordé de votre temps.

Gabin : Entretien Anton Cassar n°4

Gabin: Nous souhaitons lancer un nouveau produit pour une marque de boisson connue et nous allons donc prendre un petit moment pour parler avec vous de ces innovations et nous donner votre avis. Pour commencer, quel type de boisson consommez-vous le plus souvent au quotidien ?

Interviewé : Je bois surtout de l'eau et parfois du jus. Les sodas, j'en bois de temps en temps, mais pas souvent.

Gabin:D'accord, parfait, maintenant je vais vous interroger sur vos habitudes de consommation de soda. Quel est votre fréquence de consommation de soda ?

Interviewé : Peut-être une à deux fois par semaine, parfois moins.

Gabin:Dans quelle circonstance consommez-vous ce produit ? Repas, sortie, sport ?

Interviewé : Surtout avant le sport

Gabin:Quelle est votre fréquence d'achat de soda ?

Interviewé : J'en achète rarement, mais comme je l'ai dit, j'en achète de fois avant d'aller faire mon sport .

Gabin:Quel type de soda consommez-vous le plus souvent ? Classique, light, sans sucre, bio, énergisant ?

Interviewé : Je préfère les sodas énergisants, mais pas trop sucrés.

Gabin:Quels sont vos sodas préférés et pourquoi ?

Interviewé : J'aime bien ceux aux fruits, comme les sodas aux agrumes, parce qu'ils sont plus frais.

Gabin:Comment choisissez-vous votre soda ? Par le prix, le goût ou la marque par exemple ?

Interviewé : Le goût d'abord, mais aussi le prix.

Gabin:Avez-vous remarqué une évolution de votre consommation au fil du temps ?

Interviewé : Oui, j'en bois moins qu'avant parce que je fais plus attention à ma santé.

Gabin: Quelles sont vos idées reçues sur ce produit ?

Interviewé : Je pense que les sodas sont trop sucrés et pas très bons pour la santé.

Gabin:Nous allons désormais parler de la marque pour laquelle nous travaillons, qui est Sprite. Je vais donc vous interroger, premièrement, sur vos habitudes de consommation de Sprite.

À quelle fréquence en achetez-vous ?

Interviewé : Très rarement, seulement quand j'ai envie de changer un peu ou pour une occasion spéciale.

Gabin: À quelle fréquence en consommez-vous ?

Interviewé : J'en bois surtout quand il y en a chez des amis ou en soirée, mais je n'en achète presque jamais moi-même.

Gabin: Quel type achetez-vous ? Et pourquoi ?

Interviewé : Si j'en prends, c'est plutôt en petite bouteille, car je peux la refermer et la boire plus tard.

Gabin:Pour vous, quelle image renvoie la marque Sprite ?

Interviewé : Pour moi, Sprite est une marque connue et plutôt appréciée. C'est une boisson fraîche et légère.

Gabin: Quels sont vos freins et motivations pour réaliser des achats de la marque ?

Interviewé : J'aime bien le goût et le côté rafraîchissant. Par contre, j'en achète peu parce que je préfère éviter les sodas en général.

Gabin: Par quelle marque avez-vous tendance à remplacer la marque Sprite ?

Interviewé : Plutôt par de l'eau pétillante avec du citron, ça me semble plus naturel Perrier par exemple.

Gabin: Maintenant que nous avons votre avis global sur votre consommation de boissons et de la marque Sprite, voici nos quatre innovations.

Gabin: Maintenant, nous allons aborder tout ce qui entoure la commercialisation du produit. Au premier abord, lequel de ces produits vous plaît-il le plus ? Et pourquoi ?

Interviewé : Celui qui m'attire le plus, c'est la boisson même si j'en consomme pas trop ça me paraît être une bonne idée

Gabin: Que pensez-vous de l'esthétique de chacun de ces produits ?

Interviewé : Je trouve que les designs sont modernes et colorés, ça donne envie d'essayer les produits.

Gabin: Quelles modifications apporteriez-vous à ces produits ?

Interviewé : Peut-être rendre le packaging du jeu plus attrayant avec des images plus fun.

Gabin: Quel prix leur donneriez-vous ? Et à quel prix les achèteriez-vous ?

Interviewé : Pour la boisson, je dirais environ 2 €. Pour la cigarette électronique, autour de 7 ou 8 €. Pour le jeu, 18 à 20 €, et pour les bonbons, 2,50 €.

Gabin: Quel type de packaging vous semble le plus approprié ?

Interviewé : J'aimerais des emballages écologiques, avec le moins de plastique possible. Peut-être en carton recyclable.

Gabin: Vis-à-vis des concurrents, quels seraient les avantages de ces produits ?

Interviewé : Ils sont différents de ce qu'on voit habituellement. C'est une bonne idée d'innover avec autre chose que des boissons.

Gabin: Pensez-vous que l'un de ces produits peut rentrer dans vos habitudes de consommation ?

Interviewé : Peut-être la boisson, car malgré que je consomme peu de boisson je consomme principalement des boissons énergisantes .

Gabin: Pour qui achèteriez-vous ces différents produits ?

Interviewé : Pour moi, mais aussi pour offrir, surtout le jeu de société.

Gabin: Quels seraient vos freins à l'achat de ces différents produits ?

Interviewé : Si le prix est trop élevé ou si je ne sais pas trop à quoi m'attendre.

Gabin: Quelles seraient vos motivations ?

Interviewé : L'originalité des produits et l'envie d'essayer quelque chose de nouveau.

Gabin: Après toutes ces questions, avez-vous quelque chose à rajouter ?

Interviewé : Non, mais je trouve que c'est une bonne idée d'innover avec des produits différents.

Gabin: Pourriez-vous nous dire quel est votre produit favori et pourquoi ?

Interviewé : la boisson car je me demande si la consommation de boisson à la caféine aura un effet néfaste un jour sur ma santé, alors pourquoi pas tester une alternative

Gabin: Merci à vous de nous avoir accordé de votre temps.

Zoé : Entretien Lilou Cournut n°5

Zoé : Bonjour, je me présente, je m'appelle Zoé Cournut. Nous souhaitons lancer un nouveau produit pour une marque de boisson connue. Nous nous retrouvons aujourd'hui pour échanger à propos de quatre innovations. Ce questionnaire durera aux alentours de 30 minutes.

Ne vous inquiétez pas, l'ensemble de vos réponses sera parfaitement anonyme. Ainsi, si vous me le permettez, j'aimerais vous enregistrer afin de pouvoir analyser au mieux votre discours ultérieurement.

Intervenant 1 : Oui, il n'y a pas de problème.

Zoé : Donc si vous êtes prête, nous allons pouvoir débuter. Pour commencer, je vais vous poser des questions assez générales sur vos habitudes de consommation des sodas. Donc pour commencer, quelle est votre fréquence de consommation des sodas ?

Intervenant 1 : J'en bois peu fréquemment.

Zoé : Et dans quelles circonstances pouvez-vous consommer des sodas ? Lors des repas, des sorties, des fêtes ?

Intervenant 1 : Plus lors des fêtes et apéros, mais j'en bois pas pendant les repas.

Zoé : Ok, très bien. Quelle serait alors votre fréquence d'achat ? Et vous consommez des sodas par votre propre consommation ou quelqu'un d'autre en achète pour vous ?

Intervenant 1 : Le plus régulièrement, c'est quelqu'un qui en achète pour moi.

Zoé : Quel type de soda consommez-vous le plus souvent ? Entre des sodas classiques, light, sans sucre, bio, énergisant ?

Intervenant 1 : Des sodas classiques sans bulles la plupart du temps.

Zoé : Ok, et quels sont vos sodas préférés et pourquoi ?

Intervenant 1 : L'Ice Tea parce que je trouve ça pas super sucré et qu'il n'y a pas trop de bulles et que ce n'est pas acide.

Zoé : Ok. Comment choisissez-vous votre soda au niveau du prix, du goût, de la marque, du packaging, des valeurs nutritionnelles ?

Intervenant 1 : Je choisis mon soda par rapport à mes goûts.

Zoé : Ok, très bien. Est-ce que vous avez remarqué une évolution dans votre consommation au fil du temps ?

Intervenant 1 : Oui, j'en bois de moins en moins.

Zoé : Très bien. Et quelles sont vos idées reçues par rapport aux sodas ?

Intervenant 1 : euh... Que c'est très sucré et que c'est mauvais pour les dents.

Zoé : D'accord (hochement de tête), nous allons donc désormais parler de la marque pour laquelle je travaille, donc Sprite. Donc tout d'abord, à quelle fréquence achetez-vous la marque Sprite ?

Intervenant 1 : Presque jamais.

Zoé : Très bien, et pourquoi ?

Intervenant 1 : Je n'aime pas trop les boissons gazeuses et en général les boissons assez citronnées comme ça.

Zoé : D'accord..., mais vous savez que Sprite font plusieurs gammes de boissons soda et qu'il n'y a pas que au citron ?

Intervenant 1 : Mmh Oui, il y a un Sprite que j'aime particulièrement mais que je n'achète pas souvent, mais c'est celui que j'aime le plus, c'est Sprite Morito, que j'aime consommer.

Zoé : Très bien, d'accord. Et pour vous, quelle image renvoie la marque Sprite ?

Intervenant 1 : Elle renvoie une image moins mauvaise, je trouve, que les autres marques. Je n'ai pas vraiment de raison mais je la trouve peut-être plus prestigieuse.

Zoé : Très bien, mais en effet vous savez que la marque Sprite, n'utilise pas de sucre dans ses sodas comparé aux autres sodas en général, et puis son packaging vert aussi donne une image épurée.

Intervenant 1 : Oui, voilà une image d'écologie et de bien-être comparé aux autres sodas.

Zoé : Et donc quels sont vos freins et vos motivations pour la marque Sprite ? Et par quelle marque avez-vous tendance à remplacer Sprite ?

Intervenant 1 : Mes freins, c'est plus que je n'aime pas trop le sucre donc j'ai pas tendance à acheter des boissons, même si cette marque ne contient pas énormément de sucre. C'est pas quelque chose dans lequel je me penche, je préfère prendre juste de l'eau, ou de l'Ice Tea c'est quelque chose que je préfère je trouve ça plus naturel dans le sens que ça ressemble à du thé.

Zoé : Donc vous aurez tendance à remplacer Sprite par Lipton Ice Tea ?

Intervenant 1 : Exactement oui, Lipton Ice Tea ou Fusti, un des deux.

Zoé : Très bien, donc maintenant que nous avons votre avis global sur votre consommation de boissons et sur la marque Sprite, je vais vous présenter nos quatre innovations. Donc nous avons nos bonbons acidulés Sprite, ensuite nous avons une boisson énergisante au Matcha, donc au goût du Sprite mais avec du Matcha pour faire le côté énergisant. Ensuite nous avons un kit de préparation Sprite, donc c'est un jeu interactif qui va permettre de construire soi-même sa boisson Sprite grâce à au kit qui est fourni à l'intérieur de la boîte. Et enfin, nous avons une e-cigarette jetable au goût Sprite et à la vitamine C, donc il n'y a pas de nicotine à l'intérieur et elle donne de l'énergie grâce à la vitamine C. Voilà, donc voici nos quatre innovations. Et maintenant on va plus se focaliser sur la commercialisation de ces quatre produits. Donc au premier abord, lequel de ces produits vous plaît le plus et pourquoi ? Je peux vous les remontrer ?

Intervenant 1 : Je pense que le produit qui m'attire le plus serait la boisson énergisante au Matcha.

Zoé : Et pourquoi ?

Intervenant 1 : Parce que on connaît tous les bienfaits du Matcha et l'alliance Sprite et Matcha dans une boisson énergisante, je pense que ça peut être déjà je trouve ça assez original et je pense que ça peut être quelque chose de plutôt bon. Parce que j'aime bien le Matcha étant quelqu'un qui n'aime pas trop ce qui est sucré, le Matcha c'est quelque chose qui m'attire plutôt. Et avec un peu de sucre et des petites bulles, je pense que ça peut être plutôt original et assez bon.

Zoé : Très bien. Et que pensez-vous de l'esthétique de chacun de ces produits ? Par rapport à l'esthétique et même le packaging de la boîte, etc.

Intervenant 1 : Les bonbons, je trouve qu'ils sont assez bien réalisés. L'esthétique des bonbons sont plutôt bien, ça rappelle le citron. Mais quant à la boîte, je ne suis pas super fan. Je trouve qu'on dirait un peu une boîte pour par exemple des bières ou de l'alcool. On ne dirait pas vraiment une boîte de bonbons, je trouve.

Zoé : Et comment vous pensez qu'on peut améliorer ce côté ? Comment vous voyez la boîte ?

En général, les boîtes à bonbons, on les distingue plus quand c'est soit des petits sachets en plastique, soit c'est des boîtes qui sont plus rondes. Donc peut-être faire la boîte plus ronde et qui du coup rappellera aussi la forme des bonbons.

Zoé : Donc là on a une boisson énergisante au matcha. Qu'en pensez-vous de son packaging ?

Intervenant 1 : Je la trouve plutôt bien réussie, justement. C'est aussi pour ça que je trouve qu'elle est plus attrayante et qu'elle donne envie. Je déjà la canette, elle reste fidèle à votre marque. On reconnaît direct que c'est Sprite. Et l'alliance avec le matcha est quand même assez remarquable et on le voit tout de suite.... Non, je n'ai pas de remarque à faire négative là-dessus.

Zoé : Et concernant le kit de préparation ?

Intervenant 1 : Le kit, ça fait très enfant, du coup ça fait très jeu pour enfant. Je pense que ça fait peut-être un peu trop industriel. Mais dans le sens que je comprends pourquoi ça l'est aussi. Parce que c'est un jeu, c'est un kit pour créer ces boissons. Mais c'est très ludique, je pense, euh, éventuellement peut-être signaler les goûts qu'ils peuvent avoir sur le devant de la boîte.

Zoé : Et enfin pour la e-cigarette ?

Intervenant 1 : Je la trouve plutôt bien faite. Je n'ai pas vraiment de remarque à dire là-dessus. On peut voir qu'il y a même des petites bulles sur la cigarette, si je ne me trompe. Elle donne envie de l'acheter.

Zoé : Quel prix vous pourriez acheter ces produits ?

Intervenant 1 : Je pense la e-cigarette, je dirais aux alentours des 12-13 euros. Le prix un peu moyen, je pense, pour une cigarette électronique.

Zoé : D'accord. Ensuite ?

Intervenant 1 : Pour le kit de préparation, je pense, dans les 19 euros, 20 euros max. Pas mal, oui, pour un jeu.

Intervenant 1 : Puis, on va dire, pour une canette de matcha. En vue de la popularité du produit, je pense que ça serait une canette un peu plus chère que la moyenne. Parce que le matcha, ça coûte assez cher. Je pense que, le prix est un peu un frein, mais peut-être 2,90 euros la bouteille, la canette. 3 euros.

Zoé : Et enfin, pour les bonbons ?

Intervenant 1 : 1 euro 20, je pense que c'est bien pour un petit paquet de bonbon.

Zoé : Ok, très bien. Maintenant, pour se focaliser plus sur la conception du produit sur le marché, on a déjà commencé à parler un petit peu des packagings, mais est-ce que chacun des packagings vous semble cohérent ou vous avez d'autres idées pour l'ajuster à part les bonbons ?

Intervenant 1 : A part pour les bonbons, je trouve que tous les packagings sont plutôt conformes. Le kit, c'est une boîte qui est assez grande pour le contenir. Pareil pour la canette et la e-cigarette.

Zoé : Et concernant l'intégration du produit dans les habitudes des consommateurs vis-à-vis, par exemple, de nos concurrents, quels seraient les avantages de ces produits ?

Intervenant 1 : Vis-à-vis de vos concurrents, avec les quatre produits que vous me proposez, vous allez réussir à vraiment toucher une cible encore plus large parce que les boissons pétillantes, même si c'est fait pour tout le monde, là où vous ciblez spécifiquement certaines personnes, par exemple avec le kit qui cible majoritairement les enfants, les cigarettes électroniques, les adultes. Donc ça cible vraiment précisément un groupe de personnes et en plus de ça, ça va vous permettre de vous différencier de vos concurrents parce que personne ne fait ça à part pour les bonbons, bien sûr.

Zoé : Est-ce que vous, par exemple, ça vous permettrait d'acheter plus de produits Sprite, étant donné que vous n'en achetez pas énormément ?

Intervenant 1 : Je pense que oui, parce que je trouve que ces produits sont assez intrigants,. Je ne connais pas énormément cette marque, donc c'est sûr que ça m'attirerait plus de voir qu'elle se différencie et essaye de faire d'autres produits sur le marché.

Zoé : Et donc, est-ce qu'un de ces produits pourrait rentrer dans vos habitudes de consommation ?

Intervenant 1 : Oui, je pense, si j'aime par exemple la canette au matcha ou la cigarette électronique.

Zoé : Très bien. Maintenant, pour parler de vos freins par rapport à ces produits, quelles seraient les choses qui vous dérangent et qui vous limiteraient dans l'achat de ces idées d'innovation ?

Intervenant 1 : Mes premiers freins seraient juste que je n'ai pas l'habitude d'acheter cette marque, Sprite. Donc je serais réticente à l'idée de potentiellement ne pas aimer, malgré le fait que j'adore une de leurs boissons. Et que même si c'est attrayant, c'est totalement nouveau, donc ça me fait un peu peur, la nouveauté fait peur, mais elle est attirante.

Zoé : Et donc maintenant, pour finir ce questionnaire, je vais vous demander de faire un choix.

Donc après toutes les questions que je viens de vous poser, et tout d'abord, est-ce que vous avez quelque chose à rajouter ? En plus de ce que je vous ai demandé ?

Intervenant 1 : euh non je ne pense pas.

Zoé : Et donc, est-ce que maintenant vous pouvez nous nous dire quel est votre produit favori et pourquoi ? Parmi les bonbons, la boisson énergisante, le kit de préparation et la cigarette électronique.

Intervenant 1 : Moi je pense...Je pense que je vais rester sur la canette de boisson énergisante.

Zoé : Et pourquoi ?

Intervenant 1 : Bah du coup, toujours pour les mêmes raisons, c'est quand même quelque chose de nouveau. Je pense que le matcha, pour casser le goût très sucré, je pense que, en tout cas, elle me semble moins mauvaise pour la santé que toutes les autres sur le marché. Et qu'elle me semble plutôt... Le visuel me donne envie de la goûter.

Zoé : Très bien, donc vous avez vraiment envie de boire ce produit ?

Intervenant 1 : Exactement.

Zoé : Très bien, écoutez, merci beaucoup pour votre participation à cet entretien. Vos réponses nous ont été très précieuses et nous permettent de comprendre vos attentes, vos préférences et votre perception des produits que nous avons proposés. L'objectif était vraiment de comprendre votre point de vue de manière authentique et votre retour nous aidera à affiner nos choix pour proposer un produit qui vous correspond davantage.

Si vous avez d'autres réflexions ou d'autres impressions qui vous viennent à pris coup, n'hésitez pas à les partager.

Intervenant 1 : Non, c'est bon, tout va bien, très bien.

Zoé : Encore une fois, merci beaucoup pour votre temps et votre implication, au revoir.

Zoé : Entretien Maeva Cournut n°6

Zoé : Alors, bonjour, je me présente, je m'appelle Zoé Cournut. Nous souhaitons lancer un nouveau produit pour une marque de boisson connue, et nous nous retrouvons aujourd'hui pour échanger à propos de 4 innovations. Ce questionnaire dure 30 minutes maximum. Ne vous inquiétez pas, l'ensemble de vos réponses seront parfaitement anonymes. Ainsi, si vous me le permettez, je souhaite vous enregistrer afin de pouvoir analyser au mieux votre discours ultérieurement.

Intervenant 2 : Oui, je vous le permets.

Zoé : Si vous êtes prêts, nous allons commencer.

Intervenant 2 : D'accord, très bien, je suis prête.

Zoé : Alors, pour commencer, je vais vous interroger sur des questions un peu plus générales sur vos habitudes de consommation des sodas.

Pour commencer, quelle est la fréquence de consommation de soda de vous ?

Intervenant 2 : Je ne bois pas énormément de soda, j'en bois seulement lorsqu'il y a des fêtes ou des soirées ou que je vais être à un repas, mais sinon ça m'arrive rarement d'en boire toute seule.

Zoé : Très bien, et donc pareil pour votre fréquence d'achat du coup ?

Intervenant 2 : Oui, du coup ça va dépendre, si je sors ou quoi que ce soit, oui j'ai tendance à ramener une petite bouteille de soda, mais sinon, très rarement pour moi-même.

Zoé : Et quel type de soda consommez-vous le plus souvent ?

Intervenant 2 : J'ai tendance à beaucoup consommer de Schweppes agrume et d'Orangina.

Zoé : D'accord, et comment vous choisissez vos sodas par rapport au prix, au goût, à la marque, au packaging, aux valeurs nutritionnelles, etc ?

Intervenant 2 : Surtout par rapport au goût, parce que j'aime bien une boisson, j'ai tendance à la garder.

Zoé : Très bien, et est-ce que vous avez remarqué une évolution de votre consommation de soda au fil des années ?

Intervenant 2 : Au fil des années, j'en bois de moins en moins, aujourd'hui que j'habite seule, ça ne me passe pas trop à l'esprit d'en acheter, du coup j'en bois encore moins qu'avant.

Zoé : Ok, d'accord, et quelles sont vos idées reçues sur ce produit ?

Intervenant 2 : Que c'est très très sucré, qu'il y a beaucoup d'arômes, qu'il n'y a pas vraiment de valeur nutritive là-dedans, c'est tout simplement par pur plaisir.

Zoé : Ok, très bien. Désormais, je vais vous parler principalement de la marque pour laquelle je travaille, Sprite. Pour commencer, je vais vous demander vos habitudes de consommation de la marque Sprite. A quelle fréquence diriez-vous que vous achetez des produits Sprite ?

Intervenant 2 : Je ne bois pas beaucoup de produits Sprite, je ne suis pas une grande consommatrice. Je vais peut-être en boire un ou deux verres, peut-être trois verres maximums durant l'été, mais c'est extrêmement rare.

Zoé : Ok, donc vous n'en achetez pas souvent et vous n'en consommez pas souvent non plus.

Intervenant 2 : Exactement.

Zoé : Et si jamais vous en achetez, quel type de produit achetez-vous ?

Intervenant 2 : Souvent, si je vais acheter du Sprite, j'achète la boisson originale Sprite, c'est celle que j'ai tendance à le plus aimer. Sinon, celle au mojito que j'aime bien de temps en temps mais qui n'est pas l'une de mes favorites.

Zoé : Très bien. Ensuite, concernant la perception de la marque Sprite, pour vous, quelle image renvoie la marque ?

Intervenant 2 : Pour moi, la marque renvoie une image plus estivale, c'est une boisson que j'ai plus tendance à vouloir boire en été plutôt qu'en hiver.

Zoé : Très bien. Par quelle marque avez-vous tendance à remplacer la marque Sprite ?

Intervenant 2 : Des marques, je ne sais pas, ce n'est pas vraiment la marque mais plus des boissons comme des limonades.

Zoé : Ok, oui. Et donc maintenant que nous avons votre avis global sur la consommation de marques, je vais vous présenter les 4 innovations Sprite que nous avons réalisées. Premièrement, nous avons le bonbon acidulé Sprite, c'est un bonbon qui a goût au Sprite, qui est acidulé. Ensuite, nous avons la boisson énergisante au matcha, ça va être une boisson classique goût Sprite mais qui va avoir des touches de matcha afin de réaliser cet effet énergisant tout en apportant un côté bon pour la santé. Ensuite, nous avons un kit de préparation Sprite, c'est un jeu interactif et créatif qui va permettre aux participants de créer eux-mêmes leur boisson Sprite grâce au kit qui est fourni à l'intérieur.

Et enfin, nous avons la e-cigarette jetable, c'est une cigarette électronique qui a goût au Sprite mais qui n'a pas de nicotine à l'intérieur et qui est imprégnée de vitamine C pour donner de l'énergie et pour diminuer ce côté addictif et nocif pour la santé. Donc voilà, voici nos 4 produits innovants. Parmi ces 4 produits, au premier abord, lequel vous plaît le plus et pourquoi ?

Intervenant 2 : Alors, je pense que je partirais plutôt sur la boisson Sprite au matcha. Je suis une grande fan de bonbons donc tout l'aspect des bonbons acidulés me plaît également beaucoup mais la découverte d'une boisson pétillante au goût citron et matcha, ça peut être quelque chose de... Ce n'est pas commun et donc je pense que je partirais plus sur ça mais pour la façon découverte.

Zoé : Ok, très bien. Et en regardant chacun de ces produits, qu'est-ce que vous pensez de l'esthétique des produits et qu'est-ce que vous pensez pouvoir améliorer ?

Intervenant 2 : J'aime beaucoup l'esthétique du coup des bonbons et de la boisson qui, je trouve, reste très fidèle au marketing de Sprite de base avec tout ce qui est l'eau et les bulles et tout ça. Donc, j'aime beaucoup. Après, je trouve que la cigarette électronique, peut-être que c'est un petit peu simple. Mais elle reste fidèle aux couleurs et à la représentation de la marque. C'est un peu différent des autres produits.

Zoé : Ensuite, concernant l'adaptation du produit sur le marché, quel prix vous pourriez leur donner à ces produits ?

Intervenant 2 : Je dirais les bonbons à peu près 2 euros. Plus ou moins. La boisson énergisante, je dirais aussi 2 euros à peu près, 3 euros. C'est un produit qui est assez cher. Surtout, imaginons que c'est une édition limitée ou quoi que ce soit, ça peut vite monter entre 2 et 3 euros. Le kit de préparation Sprite, je vois ça comme un jeu un peu... Pour enfants. Donc, je dirais peut-être une quinzaine, vingtaine d'euros.

Zoé : Oui, très bien.

Intervenant 2 : Et la cigarette jetable, je n'ai aucune idée de combien coûte une cigarette jetable. Donc, j'avoue que ça va être un petit peu complexe. Peut-être une dizaine d'euros.

Zoé : Ok, d'accord. Très bien. Merci pour vos réponses. Ensuite, est-ce que vous pensez que les packagings apportés sont appropriés ou est-ce que vous pouvez penser à des modifications à apporter ?

Intervenant : Euh... Non, je trouve que les packagings sont sympas. Ils changent un peu certains, par exemple, pour les bonbons, ce n'est pas des paquets de bonbons qu'on a l'habitude de voir. Après, c'est vrai que la boisson énergisante, je trouve que ça fait un peu bière peut-être.

Zoé : Ok.

Intervenant 2 : Donc, oui, je pense que c'est tout.

Zoé : Ok, très bien. Et maintenant, pour se focaliser sur l'intégration du produit dans les habitudes de consommation des consommateurs, est-ce que vous pensez que nos produits ont un avantage par rapport aux concurrents de Sprite ?

Intervenant 2 : Euh... Oui, c'est une marque quand même qui est assez différente des autres. Enfin, ce n'est pas comme Pepsi et Coca, au final. Et c'est des éléments où on n'a pas vu ça, même dans des marques qui ont une grande diversité de boissons, comme par exemple, je pense à Fanta, une boisson au matcha, ça change des autres. Ça leur permet de se renouveler. Et puis, c'est vraiment un produit qui est un peu à la mode en ce moment. Donc, ça attire beaucoup l'attention sur le produit. Pareil, le jeu, je le trouve assez ludique, c'est que des produits qu'on ne retrouve pas en grande surface ou qu'on ne retrouve pas dans les autres marques. Je trouve que c'est une bonne idée.

Zoé : Ok. Et est-ce que pour vous, un de ces 4 produits peut rentrer dans vos habitudes de consommation ? Et si oui, pourquoi ?

Intervenant 2 : Peut-être pas dans des habitudes récurrentes, mais la boisson et les bonbons, oui, je pense que je pourrais en acheter de temps en temps, oui.

Zoé : Ok. Et donc, pourquoi vous les achèteriez ?

Intervenant 2 : Parce que la boisson, à voir si j'apprécie, parce que je ne suis pas forcément une grande, grande fan de matcha, mais avec le citron, ça peut être super bon. Et puis, c'est hyper rafraîchissant. Et de temps en temps, je trouve que ça donne vraiment l'aspect de boire un soda, mais avec moins de sucre. Donc, ça va peut-être mieux. Et les bonbons, parce que j'adore les bonbons et qu'ils sont différents des autres, ils ont l'air super bons.

Zoé : Ok. Très bien. Et par rapport aux freins et à l'achat, quelles seraient vos appréhensions par rapport aux 4 produits qu'on vous a présentés ?

Intervenant 2 : Déjà, la cigarette électronique, je ne l'achèterais pas parce que je ne suis pas une consommatrice. Même s'il n'y a pas de nicotine, ça engendre le geste, donc ça engendre quand même le trouble de fumer. Et après, les 3 autres, pour la boisson, en fait, tout va dépendre du goût, forcément. Le kit de préparation, je le trouve hyper ludique, surtout pour des enfants, c'est une super initiative.

Zoé : Mais vous pourrez quand même acheter une fois au moins ces produits ?

Intervenant 2 : Oui, chacun, les 3, je pourrais les acheter au moins une fois, histoire de tester.

Zoé : Ok. Donc, vos motivations, c'est de tester les produits ? Par curiosité ?

Intervenant 2 : Voilà.

Zoé . Donc maintenant, après qu'on ait réalisé ces questions un peu plus générales, je vais vous poser des questions plus spécifiques pour pouvoir faire le choix final du produit qu'on va commercialiser. Donc, après toutes les questions que je vous ai posées, déjà premièrement, est-ce que vous avez quelque chose à rajouter, une remarque à mettre en avant ou une question aussi que vous trouvez intéressante à me poser ?

Intervenant 2 : Pas forcément, ça ne me vient pas à l'esprit.

Zoé : D'accord, pas de problème. Et est-ce que vous pourriez me dire alors quel est votre produit favori parmi les 4 ? Et pourquoi ?

Intervenant 2 : Je dirais la boisson Matcha parce que même si le Matcha n'est pas forcément à mon goût de base, je trouve que c'est assez innovant, assez différent de ce qu'on trouve sur le marché et que ça peut plaire à beaucoup de monde. Donc, je pense que c'est plus celui où je me dirais ça a l'air sympa de tester. Après, les bonbons aussi.

Zoé : Quand je vous ai présenté les 4 produits, au tout départ, est-ce que le Matcha était votre premier choix ou vous avez changé d'avis ?

Intervenant 2 : Au début, c'était le Matcha. Puis après, j'ai hésité avec les bonbons puis je suis retournée dessus, je pense.

Zoé : Ok, très bien. Donc, le dernier choix final, c'est acheter le Matcha ?

Intervenant : Oui.

Zoé : Très bien. Écoutez, merci beaucoup pour votre participation à cet entretien. Vos réponses nous ont été très précieuses et nous permettent de comprendre vos attentes, vos préférences et votre perception des produits que nous vous avons présentés. L'objectif était vraiment de comprendre votre point de vue de manière authentique et votre retour nous aidera à pouvoir affiner nos choix pour proposer un produit qui correspond davantage. Encore une fois, si vous avez d'autres réflexions, n'hésitez pas à nous les partager.

Intervenant : Non, c'est bon.

Zoé : Merci. Et un grand merci pour votre temps et votre implication. C'était très gentil de votre part.

Intervenant 2 : Pas de soucis. Au revoir !

Alissia : Entretien Chloé n°7

Alissia : Bonjour, je me présente, je m'appelle Alissia. Alors, du coup, ce questionnaire va durer maximum 30 minutes. Ne vous inquiétez pas, tout ce que vous me direz restera complètement anonyme. En fait, on bosse sur un nouveau produit pour une marque de boisson connue, et du coup, on aimerait prendre un petit moment pour discuter avec vous de ces innovations et voir ce que vous en pensez. Ah, et si vous êtes d'accord, j'aimerais vous enregistrer pour bien analyser vos réponses après. Ça vous va ?

Intervenant 1 : Oui pas de soucis

Alissia : Super ! Alors on peut commencer.

Intervenant 1 : Ok

Alissia : Bon, du coup, première question, quels types de boissons vous consommez le plus souvent au quotidien ?

Intervenant 1 : Euh, franchement, je bois surtout des sodas et du thé glacé. J'aime bien les boissons sucrées, rafraîchissantes, et faciles à trouver. Après, ça dépend un peu des occasions, mais ouais, en général, c'est ça. Parfois, je prends aussi des jus ou des boissons énergisantes, mais bon, les sodas, c'est mon truc.

Alissia : Ok, je vois. Alors, on va commencer avec un premier thème : les sodas. À quelle fréquence vous en consommez ?

Intervenant 1 : Hmm, je dirais... une fois par semaine, à peu près. C'est souvent quand il y a des occasions, genre des soirées ou des fêtes.

Alissia : D'accord, et justement, dans quelles circonstances vous en consommez ? Plutôt pendant les repas, ou quand vous faites des sorties, en soirée ou pendant les fêtes... ?

Intervenant 1 : Ah bah, clairement, pour des apéros, en période de fêtes et, bon, parfois pendant mes concours de cheval avec mes potes.

Alissia : Ok, je vois. Et du coup, vous en achetez à quelle fréquence ?

Intervenant 1 : Euh... ouais, environ une fois par semaine, mais ça dépend si j'ai des événements ou pas mais sinon en général c'est une fois par semaine.

Alissia : Et quand vous en achetez, c'est pour vous ou pour quelqu'un d'autre ?

Intervenant 1 : En général, c'est surtout pour moi. Après, si y'a des potes ou de la famille, bah je partage avec eux mais bon si j'en achète c'est principalement pour moi

Alissia : D'accord. Et vous prenez plutôt quel type de soda ? Genre classiques, light, sans sucre, bio, énergisants... ?

Intervenant 1 : Ah non, moi c'est les classiques. J'aime bien sentir juste le goût de la boisson, et au contraire j'aime pas trop les versions allégées ou sans sucre, énergisante et même avec des bulles j'aime pas non plus.

Alissia : Ok, et si vous deviez dire votre soda préféré, ce serait lequel ? Et pourquoi ?

Intervenant 1 : Euh... je dirais Ice Tea. Parce que c'est frais, c'est pas trop sucré comparé à d'autres, et ça passe bien, peu importe la situation et en plus y a pas de bulles.

Alissia : Je vois ! Et comment vous choisissez votre soda en général ? Plutôt en fonction du prix, du goût, de la marque, du packaging... ?

Intervenant 1 : Bah, en vrai, c'est surtout la marque. J'ai mes habitudes, donc je vais direct vers ce que je connais.

Alissia : D'accord. Et est-ce que vous avez remarqué une évolution dans votre consommation ? Genre, vous en buvez moins qu'avant, vous avez testé des alternatives ou autres ?

Intervenant 1 : Hmm... non, pas vraiment. J'ai toujours à peu près la même consommation.

Alissia : Ok, et sinon, vous avez des idées reçues sur les sodas ? Genre sur la santé, l'addiction, l'influence des marques... ?

Intervenant 1 : Franchement, non. Moi, je vois ça comme une boisson que j'aime bien, c'est tout.

Alissia : D'accord. Maintenant, on va parler d'une marque en particulier, Sprite. Vous en achetez souvent ?

Intervenant 1 : Ah non, jamais.

Alissia : D'accord... et du coup, vous en consommez souvent ou pas du tout ?

Intervenant 1 : Bah... jamais aussi.

Alissia : Haha, ok, au moins c'est clair. Et si vous deviez dire pourquoi, ce serait quoi ?

Intervenant 1 : En fait, j'aime pas les boissons gazeuses, donc forcément, Sprite, c'est pas trop mon truc.

Alissia : Je vois... et du coup, pour vous, Sprite, ça renvoie quelle image ?

Intervenant 1 : Franchement... une boisson gazeuse un peu ratée, j'sais pas, ça me donne pas envie.

Alissia : D'accord, et si vous deviez acheter un soda à la place, ce serait quoi ?

Intervenant 1 : Lipton direct.

Alissia : Ok, maintenant, je vais vous présenter quatre innovations qu'on a développées pour la marque Sprite.

Intervenant 1 : Ok

Alissia : Notre première innovation, ce sont des bonbons acidulés au goût Sprite, légèrement acidulés au citron et avec de petites perles blanches acidulées à l'intérieur qui pétillent souvent utilisées sur les bonbons, rappelant le côté rafraîchissant de la boisson.

Intervenant 1 : En vrai c'est cool mais dommage que ce soit que au citron

Alissia : Oui c'est vrai, on pourrait faire d'autre gout ça pourrait être sympa.

Intervenant 1 : Ouais

Alissia : Ensuite notre deuxième innovation, c'est une boisson énergisante Sprite, qui conserve le goût classique et rafraîchissant de Sprite avec une légère touche de matcha. Le principe de cette boisson repose sur l'utilisation du matcha comme alternative à la caféine pour offrir un boost naturel d'énergie tout en restant fidèle à l'arôme et au pétillant de la marque.

Intervenant 1 : Ah j'aime pas le matcha

Alissia : Ah mince, après comme troisième propositions, on a aussi un jeu interactif et créatif, sous forme d'atelier de fabrication de sodas artisanaux. Chaque joueur utilise une machine à soda innovante pour produire une eau gazeuse personnalisée et créer des mélanges.

Intervenant 1 : C'est stylé ça en vrai

Alissia : Merci. Et enfin, notre dernière innovation c'est une cigarette électronique jetable sans nicotine, mais enrichie en vitamines. Cette puff est conçue pour offrir une expérience à la fois agréable et bénéfique pour votre bien-être, chaque bouffée offre un cocktail de vitamines bénéfique à votre santé avec un goût entre la citronnade et la limonade.

Intervenant 1 : Bon...perso je fume pas mais bon pourquoi pas

Alissia : Alors, à première vue, lequel de ces produits vous plaît le plus ? Et pourquoi ?

Intervenant 1 : Hmm... je dirais le deuxième, celui de la boisson énergisante parce que visuellement il est plus détaillé et plus attractif.

Alissia : Et esthétiquement, vous pensez quoi des autres produits ?

Intervenant 1 : Alors, pour les bonbons je trouve que c'est plutôt coloré et lumineux, donc en vrai ça donne envie. Après, la boisson énergisante comme j'ai dit c'est jolie esthétiquement, mais pas sûr que ça me donne envie de goûter. Après la puff bah ça ressemble à une cigarette électronique... j'ai pas trop d'avis. Et le jeux bah c'est une boîte colorée et ça donne envie d'acheter juste pour tester.

Alissia : Haha, d'accord ! Et vous apporterez des modifications à ces produits ?

Intervenant 1 : Euh ouais. Déjà pour la boisson pas de matcha parce que j'aime pas ça, pas de clope électronique, parce que bon voilà, et pas que du citron pour les bonbons, genre d'autre parfum, même si on garde le goût du Sprite mais pas que le citron, je crois y a d'autre parfum dans les boissons Sprite, après peut être pas je sais pas j'avoue j'y connais rien à Sprite.

Alissia : Ouais, y a à la cerise et au gingembre aussi et même au concombre il me semble et après y a les classiques citron ou citron vert.

Intervenant 1 : Oui voila. Après ils sont bof quand même les goûts. J'image pas trop des bonbons au gingembre genre, mais cerise pourquoi pas et comme ça c'est plus varié.

Alissia : Ouais c'est vrai. Et vis-à-vis des concurrents, quels seraient les avantages de ces produits de la marque Sprite ?

Intervenant 1 : Je pense que ce serait le côté original et la nouveauté des produits

Alissia : D'accord, et côté prix, quel prix leur donneriez-vous ? Et à quels prix les achèteriez-vous ?

Intervenant 1 : Les bonbons je dirais un truc comme 3€ et j'achèterai à 3€ pareil. La boisson je dirais 2,50€ mais moi j'achèteraient pas. La puff je sais pas trop parce que je fume pas mais je sais pas environ 9€ mais pareil j'achèterai pas non plus. Et après le jeux, vu que c'est un jeux de plateau et tout je pense 35€ et j'achèterai à ce prix la.

Alissia : Ok, et vous pensez que vous pourriez intégrer l'un de ces produits dans vos habitudes ?

Intervenant 1 : Franchement, non a la limite le jeux parce que c'est un peu stylé de créer des boissons mais je les boirais même pas vu que j'aime pas le Sprite, ce serait vraiment juste pour rigoler quoi.

Alissia : Pour qui vous achèteriez ces produits alors ?

Intervenant 1 : En vrai je dirais Mon beau-père peut-être.

Alissia : Ok intéressant mais pourquoi votre beau père ?

Intervenant 1 : Bah parce que il aime bien le Sprite

Alissia : D'accord, et vos freins à l'achat, ce serait quoi ?

Intervenant 1 : Bah... j'aime pas les bulles, le matcha et le Sprite donc bon un peu tout, juste la marque c'est déjà un frein pour moi.

Alissia : Haha, ok ! Et à l'inverse, qu'est-ce qui pourrait vous motiver ?

Intervenant 1 : Peut-être pour créer mes propres boissons.

Alissia : Je vois ! Bon, on arrive à la fin, vous avez quelque chose à rajouter ?

Intervenant 1 : Non, c'est bon.

Alissia : Juste pour terminer, votre produit favori parmi ceux-là ce serait le quel ?

Intervenant 1 : Je dirais le 2 et le 4. Le matcha parce qu'il est attractif visuellement, et le jeu parce que j'ai envie de tester des goûts.

Alissia : Et si vous deviez en choisir qu'un seul permis les deux ce serait lequel ?

Intervenant 1 : Bah en vrai, le jeu.

Alissia : Super, merci beaucoup pour votre participation, c'était vraiment un plaisir d'échanger avec vous !

Intervenant 1 : Merci a vous, pour moi aussi mais si c'est compliqué d'être objective quand on aime pas les soda avec des bulles.

Alissia : C'est pas grave c'était super, vos réponses nous ont été quand même très précieuses et nous permettent de comprendre vos attentes, vos préférences et votre perception des produits que nous vous avons présentés. L'objectif était vraiment de comprendre votre point de vue de manière authentique, et votre retour nous aidera à affiner nos choix pour proposer un produit qui vous correspond davantage. Si vous avez d'autres réflexions ou impressions qui vous viennent après coup, n'hésitez pas à les dire. Et encore une fois, un grand merci pour votre temps et votre implication, c'était un échange très enrichissant !

Alissia : Entretien Thomas n°8

Alissia : Bonjour M. Thomas, je me présente, je m'appelle Alissia. Ce questionnaire va durer au maximum 30 minutes. Mais ne vous inquiétez pas, toutes vos réponses sont complètement anonymes. Alors nous, on souhaite lancer un nouveau produit pour une marque de boisson connue. Et nous allons donc prendre un petit moment pour parler avec vous de ces innovations et vous allez nous donner votre avis. Ainsi, si vous nous permettez, j'aimerais vous enregistrer afin de pouvoir analyser au mieux votre discours ultérieurement. Et donc si vous êtes prêts, on peut commencer.

Intervenant 2 : Je suis prêt.

Alissia : Tout d'abord, une toute première question. Quel type de boisson consommez-vous le plus souvent au quotidien ?

Intervenant 2 : De l'eau, du jus de fruits, le jus de pomme généralement, et des fois je prends du coca.

Alissia : Ok. On va commencer par un premier thème pour ce questionnaire. Ça va être basé autour des sodas en général. Donc première question, Quelle est la fréquence de consommation des sodas ? C'est-à-dire à quelle fréquence vous buvez des sodas ?

Intervenant 2 : Je dirais une fois par semaine.

Alissia : Ok. Et dans quelles circonstances vous consommez des sodas ? (Par exemple, pendant les repas, les sorties, les fêtes, etc.)

Intervenant 2 : Plutôt pendant les repas avec du monde.

Alissia : Avec du monde, donc... Jamais seul.

Intervenant 2 : Jamais seul.

Alissia : Et à quelle fréquence vous achetez des sodas ?

Intervenant 2 : Une fois tous les trimestres, voire semestres.

Alissia : Ok. Et quand vous achetez ces sodas, c'est pour votre propre consommation ou c'est pour d'autres personnes ?

Intervenant 2 : Plutôt pour d'autres personnes, mais ça peut m'arriver pour moi avec d'autres personnes.

Alissia : Ok, mais généralement c'est avec des gens. Pour votre consommation

Intervenant 2 : Oui, Non non pas pour ma consommation

Alissia : Donc pour les autres ?

Intervenant 2 : Oui, c'est ça.

Alissia : Et quel type de soda vous consommez le plus souvent ?

Intervenant 2 : Le Coca et l'Ice Tea.

Alissia : Ok. Mais un type de soda, ça va être plutôt des sodas classiques, light, sans sucre, bio, énergisant...

Intervenant 2 : Des classiques.

Alissia : Ok donc un Coca classique, un Ice Tea classique.

Intervenant 2 : C'est ça.

Alissia : Ok. Et du coup, quels sont vos sodas préférés et pourquoi ?

Intervenant 2 : Le Coca et l'Ice Tea.

Alissia : Et pourquoi ?

Intervenant 2 : Les deux parce que je trouve ça rafraîchissant et voilà. J'aime bien.

Alissia : Ok. Et comment vous choisissez votre soda ? Par exemple, dans le magasin, vous allez choisir par rapport au goût, le prix, la marque, si le packaging est joli, s'il y a plus ou moins de valeur nutritionnelle...

Intervenant 2 : Moi je regarde le prix et la composition. Après le goût aussi mais ça c'est après avoir acheté.

Alissia : D'accord. Est-ce que vous avez remarqué une évolution dans votre consommation au fil du temps de sodas ?

Intervenant 2 : Globalement ça réduit. Après il y a des périodes, par exemple l'été quand il fait très chaud, j'ai tendance à en boire un peu plus qu'en hiver où je vais préférer prendre de l'eau.

Alissia : Ok. Et quelles sont les idées reçues que vous avez de ce type de produit ou des sodas ? Impact sur la santé, addiction, influence des marques ?

Intervenant 2 : Je n'ai pas très bien compris.

Alissia : C'est quoi votre idée général sur les sodas ? (4:15) Pour vous c'est quoi les sodas ?

Intervenant 2 : C'est bon, c'est un plaisir, un peu comme un bonbon mais c'est néfaste pour la santé. Ce n'est pas quelque chose d'obligatoire dans sa vie. Donc c'est bien d'éviter ou de se limiter. Ensuite c'est surtout que ça peut devenir une addiction

Alissia : Ok. Nous allons désormais parler de la marque pour laquelle nous travaillons, c'est-à-dire pour Sprite. Tout d'abord, première question, à quelle fréquence achetez-vous du Sprite ?

Intervenant 2 : Je n'ai jamais goûté le Sprite de ma vie. Je crois que c'est au citron.

Alissia : Oui.

Intervenant 2 : Mais je n'aime pas trop les agrumes, c'est pour ça que je ne me suis jamais tourné là-dessus.

Alissia : Donc forcément la fréquence que vous consommez c'est zéro ?

Intervenant 2 : Zéro, depuis la naissance.

Alissia : Pour vous, quelle image renvoie la marque Sprite ? Juste l'image, sans parler de la boisson.

Intervenant 2 : C'est un peu la même image que toutes les boissons pétillantes. Je vois de la même manière Sprite que le Coca, que l'Orangina, ces choses-là.

Alissia : C'est-à-dire ?

Intervenant 2 : Une boisson sucrée, rafraîchissante, mais mauvaise pour la santé.

Alissia : Ok. Et quelle marque vous auriez tendance à prendre pour remplacer la marque Sprite ?

Intervenant 2 : Moi j'aurais dit quelque chose comme soit de la limonade, soit plutôt de l'Orangina, parce que c'est un peu la même chose mais avec un autre agrume.

Alissia : D'accord, maintenant que nous avons votre avis global sur votre consommation de boissons et de la marque Sprite, on va vous présenter quatre innovations. Pour commencer, notre première innovation, ce sont des bonbons acidulés au goût Sprite, qui sont légèrement acidulés au citron et avec des petites perles blanches au milieu acidulées, qui pétillent et qui sont souvent utilisées dans les bonbons, ce qui rappelle le côté rafraîchissant de la boisson. Pour le deuxième, c'est une boisson énergisante Sprite, qui conserve le goût classique et rafraîchissant de la boisson Sprite, mais avec une légère touche de matcha. Le principe de cette boisson, c'est l'utilisation du matcha comme alternative à la caféine, pour offrir un boost naturel d'énergie, tout en respectant les fidèles arômes de la marque Sprite et le pétillant de la marque. Après, comme troisième proposition, on a aussi un jeu interactif et créatif, sous forme d'ateliers de fabrication de sodas artisanaux, où chaque joueur utilise une machine à soda innovante pour produire une eau gazeuse personnalisée et créer des mélanges avec différents goûts. Et notre dernière innovation, c'est une cigarette électronique jetable, sans nicotine, mais enrichie en vitamines. Cette puff est conçue pour offrir une expérience à la fois agréable et bénéfique pour votre bien-être, sachant que chaque bouffée offre un cocktail de vitamines bénéfiques à votre santé, avec un goût entre la citronnade et la limonade. Donc, par rapport à ces quatre produits, au premier abord, lequel de ces produits vous plaît le plus déjà ?

Intervenant 2 : Moi, je vais avoir tendance à dire les bonbons, parce que des bonbons au citron, c'est toujours très bon et c'est vrai que ça a l'air appétissant.

Alissia : Ok. Et qu'est-ce que vous pensez de l'esthétique de chacun de ces produits, donc individuellement ?

Intervenant 2 : L'esthétique, c'est à dire ?

Alissia : L'esthétique du produit, donc le packaging ?

Intervenant 2 : Je trouve ça plutôt soigné, ça rappelle la marque, et on ne peut pas vraiment se tromper sur le produit qu'on achète.

Alissia : Ok, donc les packaging sont clairs.

Intervenant 2 : C'est ça.

Alissia : Le premier packaging, qu'est-ce que vous pouvez dire sur le premier packaging des bonbons, par exemple ?

Intervenant 2 : Tout de suite, on voit la marque Sprite, donc on sait ce qu'on achète. Les bonbons, ils rappellent tout de suite avec leur design le citron, donc on sait que ça va être un goût de citron, et on voit les petites bulles et les espèces de petits grains de sucre dessus qui nous font penser à quelque chose d'acidulé.

Alissia : Le packaging pour la boisson matcha ?

Intervenant 2 : Un petit peu pareil, on voit le matcha tout autour, on voit le matcha dessus, on sait de quoi ça parle, et la marque Sprite, on sait à peu près ce que c'est que du Sprite en boisson.

Alissia : Pour le jeu, qu'est-ce que vous en pensez ?

Intervenant 2 : Moi, je trouve le packaging joli, si j'étais enfant, j'aurais pu le demander à mes parents, je pense.

Alissia : Ok, donc il est attrayant.

Intervenant 2 : C'est ça.

Alissia : Et pour la cigarette électronique ?

Intervenant 2 : En elle-même, elle est jolie, après le packaging, je le trouve un peu vide. L'image est vide, il n'y a que la cigarette.

Alissia : Vous le trouvez minimaliste, c'est ça ?

Intervenant 2 : C'est ça.

Alissia : Ok. Quelles modifications apporteriez-vous à ces produits que je vous ai présentés ?

Intervenant 2 : Rien.

Alissia : Donc pour vous, ils sont parfaits.

Intervenant 2 : Si je les modifie, ce ne sont plus les mêmes produits, donc oui.

Alissia : Ok. Quel prix vous leur donneriez, et à quel prix vous les achèteriez ?

Intervenant 2 : Pour les bonbons, je vous avoue que je ne suis pas friand de bonbons, donc j'en achète rarement, je ne sais pas combien ça vaut sur le marché. Après, ça va dépendre combien il y en a. Si on en achète 5, pas plus de 1,50 €. Après, s'il y en a 30 dans le paquet, on peut comprendre un prix de 4 € ou 3 €, je ne sais pas.

Alissia : Ok. Et vous, vous l'achèteriez à quel prix ?

Intervenant 2 : Les mêmes que j'ai dit.

Alissia : Ok. Et pour la boisson ?

Intervenant 2 : La boisson, le prix d'une cadette, je ne sais pas trop combien, je lui aurais dit 3 €, 3 €, 3,30 €.

Alissia : Et vous l'achèteriez à ce prix-là ?

Intervenant 2 : Oui.

Alissia : Et le jeu ?

Intervenant 2 : Le jeu je ne sais pas, ça dépend du coût de fabrication, j'imagine. Si ça coûte 10 € à produire, 15 €. Après, si c'est un truc de ouf, peut-être 20, 25 €.

Alissia : Ok. En tant que consommateur, vous payerez le prix... 25 €, vous payerez.

Intervenant 2 : Techniquement, oui.

Alissia : Et la puff ?

Intervenant 2 : Encore une fois, je n'ai jamais acheté de puff, je ne sais pas combien ça vaut. Après, le prix d'une puff classique, je ne sais pas combien ça vaut. Donc, dans les prix standards d'une puff de table. En fait, je ne l'achèterais pas si la seule chose qui démarque... Enfin, tous les 4 produits, je ne les achèterais pas si la seule chose qui les démarque des autres, c'est le fait que ça soit Sprite.

Alissia : Ok.

Intervenant 2 : Si je peux avoir la même chose sans le Sprite, pour 10 balles de moins, je vais partir là-dessus.

Alissia : Ok. Quel type de packaging vous semble le plus approprié parmi les 4 produits que je vous ai présentés ?

Intervenant 2 : C'est-à-dire lequel était le plus joli ?

Alissia : Oui, le plus joli, celui qui vous semble le plus adapté.

Intervenant 2 : Moi, j'ai beaucoup aimé celui des bonbons.

Alissia : Ok.

Intervenant 2 : Après, la canette est bien faite aussi.

Alissia : Et donc, pourquoi les bonbons ou la canette ?

Intervenant 2 : Les bonbons, parce qu'on comprend clairement ce qu'on peut attendre de ce bonbon. Si, par exemple, moi, je n'aime pas ce qui va être acide, ça se voit au premier abord que tout de suite, il ne faut pas que j'achète ce bonbon-là. Et on n'est pas surpris de l'acheter et de se dire ah ben, je n'aime pas ça. Il y a peu de chances de se tromper.

Alissia : Ok, donc il est hyper clair pour vous.

Intervenant 2 : C'est ça.

Alissia : Et la boisson ?

Intervenant 2 : C'est joli.

Alissia : Ok. Vis-à-vis des concurrents, pour vous, ce serait quoi les avantages de ces produits ? Par exemple, pour les bonbons, ce serait quoi les avantages ?

Intervenant 2 : Peut-être la nouveauté. Je n'ai jamais vu des bonbons comme ça. Après, si ça existe, simplement le fait que ça soit de la marque Sprite, forcément, c'est une marque qui est déjà connue. Donc, ça peut attirer les gens. Je pense que c'est la même chose sur les quatre. Ça m'étonnerait que... Enfin, là, la boisson, c'est pareil. Le fait que ça soit Sprite, je pense que des boissons matcha, ça existe déjà. Mais là, c'est un truc Sprite. Donc, ça va peut-être attirer plus les gens. La même chose pour la boisson et la puff. Enfin, pour le jeu et la puff. Les deux existent déjà. Mais là, c'est sous l'effigie de Sprite.

Alissia : Ok. Pensez-vous que l'un de ces produits peut entrer dans vos habitudes de consommation ?

Intervenant 2 : Non.

Alissia : Pourquoi ?

Intervenant 2 : Parce que, comme je l'ai dit au début, ça reste quelque chose qui doit rester un plaisir, mais pas... Enfin, c'est pas bon pour la santé. Il faut éviter. C'est sucré, c'est acide, c'est tout ce que vous voulez. C'est pas des choses qu'il faut instaurer de manière régulière dans sa vie. Je pense.

Alissia : Ok. Donc, quotidiennement, vous en achèteriez pas ?

Intervenant 2 : Oui.

Alissia : Mais vous en achèteriez, même si c'était pas pour tous les jours ?

Intervenant 2 : Potentiellement, pour des invités. Enfin, c'est comme tout. L'excès, c'est jamais bon. Mais un peu, pourquoi pas.

Alissia : Ok. Et si vous achèteriez ces produits, pour qui les achèteriez-vous ?

Intervenant 2 : Pour des enfants, dans un anniversaire, ou quand il y a des invités, des softs.

Alissia : Même la puff ?

Intervenant 2 : Non. Non, non, non, pas la peuf. Mais les jeux pour des enfants dans un anniversaire, la boisson aussi, peut-être, je ne sais pas. Ou pour des invités, au cas où il y en a qui viennent faire l'apéro à la maison, ou des choses comme ça. Et les bonbons, des fois où je peux avoir une envie de bonbons, de manière totalement aléatoire, j'achèterais des bonbons.

Alissia : Ok. Quels seraient vos freins à l'achat pour chacun des produits ? Donc, par exemple, pour les bonbons.

Intervenant 2 : Moi, c'est surtout la composition. C'est-à-dire qu'au niveau des bonbons et de la boisson, je vais regarder si c'est bon pour la santé, et je vais être tout de suite freiné dans mon envie de l'acheter, s'il y a beaucoup de sucre, s'il y a beaucoup d'additifs, s'il y a beaucoup de choses potentiellement cancérogènes, enfin, ce genre de choses. Alors que... J'ai rien à dire, en fait.

Alissia : Ok. Et vos freins, du coup, pour le jeu, par exemple ?

Intervenant 2 : Le jeu, je ne vais pas forcément en avoir. Si, par exemple, je vais à un anniversaire... Enfin, si, par exemple, mon enfant veut ça à Noël, ça ne va pas me poser de problème de l'acheter, je pense.

Alissia : Ok, donc vous n'auriez pas de frein spécifique à acheter ?

Intervenant 2 : Non, je ne pense pas.

Alissia : Ok. Et la puff ?

Intervenant 2 : La puff, parce que c'est de la drogue. Il faut éviter, ça donne des...Pour moi, il n'y a aucune raison d'acheter ce genre de choses, à part se donner des mauvaises habitudes.

Alissia : Donc c'est addictif ?

Intervenant 2 : Oui, c'est ça.

Alissia : Ok. Et du coup, au contraire, qu'est-ce qui vous motiverait à acheter ces produits-là ? En commençant par les bonbons.

Intervenant 2 : Les bonbons et la boisson, ça va être des pulsions, des envies un peu...Des envies de sucre, en fait. C'est... Pour vous faire plaisir. C'est ça, c'est pour se faire plaisir.

Alissia : Ok. Le jeu ?

Intervenant 2 : Le jeu, comme j'avais utilisé l'exemple plusieurs fois, si j'ai un enfant qui en demande, après, pour moi, je ne vais pas m'attarder dessus.

Alissia : Ok, donc ce qui vous motiverait, c'est la demande d'un enfant.

Intervenant 2 : C'est ça.

Alissia : Et la puff, qu'est-ce qui vous motiverait à l'acheter ?

Intervenant 2 : Rien. Je ne l'achèterai pas.

Alissia : Ah ok. Et dernier thème, ça va être le choix d'un des quatre produits. Mais déjà, avant toute chose, après toutes les questions que je vous ai posées, est-ce que vous avez quelque chose à rajouter ? À dire en plus.

Intervenant 2 : Alors oui, au niveau de la boisson au matcha, je crois que si j'ai bien compris, vous m'avez expliqué que c'était pour remplacer la caféine et apporter un élément naturel à la place. En fait, je ne vois pas ce qui n'est pas naturel dans la caféine. Et à partir du moment où c'est bien dosé, je ne vois pas à quoi ça sert de la remplacer. (En tout cas, pour moi qui va regarder les compositions, en fait, ça ne me porterait rien de différent. Et si en plus, ça change le goût, ça peut même être mauvais. Alors que je me dis que ça peut faire effectivement plaisir peut-être à certaines personnes qui aiment le matcha. Mais je me dis que ça ne doit pas toucher quand même grand monde.)

Alissia : Donc pour vous, ce n'est pas forcément pertinent de lancer une boisson Sprite au matcha ?

Intervenant 2 : Si c'est pour qu'elle soit plus chère et que c'est juste pour faire une petite différence, l'argument de c'est pour remplacer la caféine, je ne le trouve pas hyper pertinent.

Alissia : D'accord merci pour votre avis. Et donc ma dernière question est, est-ce que vous pouvez me dire quel est votre produit favori parmi les quatre et pourquoi ?

Intervenant 2 : Moi, j'aurais dit que c'est les bonbons parce qu'ils font exactement ce qu'on demande à des bonbons. C'est-à-dire, si par exemple, je vais chercher des bonbons acidulés au citron rafraîchissant et sucré, en fait, c'est super comme produit. Moi, je ne demanderais rien de plus. Ça serait parfait.

Alissia : Donc pour vous, les bonbons sont en parfaite adéquation avec la demande des consommateurs ?

Intervenant 2 : C'est ça.

Alissia : Donc c'est le plus pertinent pour vous ?

Intervenant 2 : Exactement.

Alissia : Est-ce qu'au début, avant les explications et les questions que je vous ai posées, vous seriez parti sur un autre produit préféré ?

Intervenant 2 : Non, j'avais déjà un petit peu mon idée en tête par rapport à mes préférences personnelles.

Alissia : Ok. Donc merci beaucoup pour votre participation à cet entretien. Vos réponses sont hyper importantes et hyper constructives par rapport à notre projet. Donc merci.

Intervenant 2 : De rien. Au revoir.

Alissia : Au revoir.

Maysan : Entretien Dorian N°9

maysan : Bonjour, je me présente, je m'appelle maysan ce questionnaire durera maximum 30 minutes. Ne vous inquiétez pas, l'ensemble de vos réponses seront parfaitement anonymes. Nous souhaitons lancer un nouveau produit pour une marque de boisson connue, et nous allons donc prendre un petit moment pour parler avec vous de ces innovations et nous donner votre avis. Ainsi, si vous me le permettez, j'aimerai vous enregistrer afin de pouvoir analyser au mieux votre discours ultérieurement.. Si vous êtes prêt, nous allons pouvoir débuter.

intervenant 1 : Oui pas de soucis

Maysan : Aller parfait , alors déjà pour commencer que buvez-vous en général ?

intervenant 1: Alors généralement je bois de l'eau mais tous les matins j'ai besoin de mon café .

Maysan : Et les sodas vous en consommez ?

Intervenant 1 : Quand j'étais plus jeune j'étais un grand consommateur de coca mais la je fais attention et j'en consomme par exemple que si je vais dans un restaurant ou invite des amis chez moi de temps en temps .

Maysan : Ça veut dire que vous ne consommez pas trop maintenant ?

Intervenant 1 : A vrai dire j'essaye réellement d'éviter ça au maximum , c'est rempli de sucre mais on s'en rend pas compte lorsqu'on est jeune .

Maysan : Donc vous en achetez très rarement pour vous ?

Intervenant 1 : Oui exactement c'est ça malgré que ça reste à contre cœur

Maysan : Bon malgré que vous en consommez rarement , est-ce que vous consommez la boisson sprite ?

Intervenant 1 : (temps d'attente) Heuu Sprite c'est assez particulier , je trouve que c'est plus bon l'été que l'hiver je pense surtout pour son côté rafraîchit et citronnée .

Maysan : Je comprends votre avis , donc vous avez quelle image de cette entreprise ?

Intervenant 1 : Pour moi, c'est une marque cool et vraiment rafraîchissante, qui se boit facilement et passe bien , elle se mélange bien .

Maysan : Se mélange bien ?

Intervenant 1 : Ouiii , pour faire des cocktails et des Mojitos c'est parfait le sprite , ça donne un goût meilleur .

Maysan : Hahaha mais c'est rempli de sucre ça aussi non ?

Intervenant 1 : J'avoue c'est rempli de sucre mais à choisir je préfère les cocktails en bord de plage avec mes amis par exemple que boire un soda simple que je peux retrouver dans un autre magasin .

Maysan : Je vois, vous aimez ce petit côté unique qui fait la différence. C'est vrai que ça apporte une touche spéciale.

Intervenant 1 : Eh oui parce que chaque endroit à sa manière de créer son propre cocktail pas vrai ?

Maysan : Oui oui c'est vrai , aujourd'hui j'ai besoin de vous , j'ai 4 innovation à vous présenter et vous allez me dire lequel vous préférez si vous avez eu la possibilité de la choisir et de la commercialiser pour l'entreprise Sprite .

Intervenant 1 : D'accord

Maysan : Dans un premier temps , nous avons une boisson énergisante à base de matcha et pas de caféine . Qu'en pensez vous ?

Intervenant 1 : Matcha la genre de plante verte ?

Maysan : Oui c'est ça

Intervenant 1 : C'est tendance ça en ce moment .. Le concept est plutôt bien réfléchi et cette idée de matcha c'est vraiment pas mal ... Maintenant ce que j'en pense ..Le matcha ça ne plaît pas à tout le monde , perso je suis team café même si je préfère être team matcha si j'en avais l'occasion car ça reste meilleur pour la santé

Maysan : Donc ce qui vous pose problème c'est le matcha ?

Intervenant 1 : Oui personnellement je ne sais pas si une boisson gazeuse au matcha me plairait .

Maysan : Mais si le goût est très léger ça passe ?

Intervenant 1 : Pour le goût à voir , mais je n'irai pas l'acheter de moi même ça c'est sur .

Maysan : Je comprends, deuxième innovation que j'ai à vous présenter est un kit de préparation Sprite ou l'on peut personnaliser sa propre boisson .

Intervenant 1 : Aaaaah ça c'est pas mal , j'aime beaucoup les jeu de sociétés

Maysan : Seriez vous prêt à acheter ce kit ?

Intervenant 1 : Franchement oui je trouve vraiment que c'est intéressant et ça peut divertir tout type d'âge .

Maysan : Super , le prochain produit c'est la Puff sprite . Déjà pour commencer fumez vous des puff ?

Intervenant 1 : Non je ne fume pas personnellement et je trouve que les puffs sont un effet à la mode qui durera qu'un temps , en plus la plupart des clients sont des mineurs donc je ne partirai pas pour ce produit

Maysan : Super merci , et enfin des bonbons acidulés sprite ?

Intervenant 1 : Pas mal , après il existe plein de bonbons mais le sprite peut donner ce côté rafraîchissant un peu comme les tic tac goût menthe .

Maysan : Je vois , du genre bonbon sprite goût citron ,

Intervenant 1 : Oui grave voilà ça ça peut être pas mal en vrai .

Maysan : En tous cas merci pour vos réponses , si je ne me trompe pas je vois que vous avez préféré le jeu de société parmis ces propositions ?

Intervenant 1 : En effet , oui après l'idée des bonbon est pas trop mal mais je préfère largement le jeu de société qui pour moi peut convenir à tout âge et je me vois bien jouer à ce jeu avec mes neveux en famille par exemple , par contre je partirai pas du tout pour la puff si j'ai un produit à déconseiller c'est bien ça.

Maysan : Parfait je vous remercie pour votre participation et tient en compte toutes les réponses que vous m'avez apporté .

Intervenant 1 : Avec plaisir .

Maysan Entretien Sarah n°10

Maysan : Alors bonjour, je me présente, je m'appelle Maysan, ce questionnaire va durer vraiment maximum 30 minutes.Ne vous inquiétez pas, l'ensemble de vos réponses seront parfaitement anonymes. Nous souhaitons lancer un nouveau produit pour une marque de boissons connue, Sprite. Et nous allons prendre un petit moment pour parler avec vous de ces innovations. Et ainsi, si vous me permettez, j'aimerais vous enregistrer afin de pouvoir analyser au mieux votre discours. Et ne vous inquiétez pas, c'est anonyme, si vous êtes prêts, ben commençons.

Intervenant 2 : Ok, ça marche, je suis prête.

Maysan: Alors parfait. Tout d'abord, pour commencer, que buvez-vous en général et quel type de boissons consommez-vous le plus au quotidien ?

Intervenant 2 : Alors moi franchement, j'aime beaucoup les boissons gazeuses, donc je suis plus Coca, voire Fanta.

Maysan : Ça veut dire que vous en consommez beaucoup ? Et à peu près à quelle fréquence ?

Intervenant 2 :Alors personnellement, je pense que je dirais minimum une boisson par jour. Franchement, je suis une très grande consommatrice et j'ai l'impression que si je n'ai pas de sucre dans mon sang, ben ma journée va mal.

Maysan : Donc vous en achetez très souvent.

Intervenant 2 : C'est ça, souvent j'essaie de ramener des packs chez moi, comme ça chaque jour j'en prends un par-ci, un par-là.

Maysan : Le Coca, vous préférez Coca classique ou bien sans sucre ?

Intervenant 2 : Ah non, non, non, moi c'est vraiment, vraiment, vraiment le sucre . Pour moi, il n'y a rien de meilleur que le goût classique, après j'aime bien le Coca chéri, mais c'est surtout les goûts classiques que je préfère.

Maysan : Donc si je comprends bien, votre Coca, c'est vraiment votre boisson préférée ?

Intervenant 2 : Ouais c'est ça, c'est ça. Après j'aime bien le Fanta, l'Ice Tea, les autres boissons, le Sprite aussi j'aime bien. Mais le Coca reste ma marque préférée.

Maysan : Ah d'ailleurs en parlant de Sprite, est-ce que vous en achetez souvent ?

Intervenant 2 : Oui de temps en temps, ça m'arrive, j'aime bien en acheter, mais on va dire pas tous les jours.

Maysan : A peu près à quelle fréquence ?

Intervenant 2 : Je dirais une fois toutes les 2-3 semaines, ce n'est pas non plus ma boisson préférée, mais ça reste bon et surtout c'est rafraîchissant, donc c'est pas mal.

Maysan : Je comprends. Aujourd'hui j'ai besoin de vous, en fait je vous explique, j'ai 4 innovations à vous présenter et vous allez me dire laquelle vous préférez. Et si vous avez eu la possibilité de la choisir et de la commercialiser, quelle serait l'innovation que vous aurez choisi pour l'entreprise Sprite ?

Intervenant 2 : D'accord.

Maysan : Alors dans un premier temps, nous avons une boisson énergisante à base de matcha et pas de caféine. Qu'en pensez-vous ?

Intervenant 2 : Franchement ça a l'air plutôt pas mal, en plus de ça j'aime bien le matcha. C'est vraiment pas mal et c'est bon pour la santé. Je pense que ça plairait beaucoup aux personnes. Mais il faut aimer le matcha, c'est assez particulier.

Maysan : Et si on met un goût assez léger en bouche vous pensez que ça passerait ?

Intervenant 2 : Oui, moi je suis plutôt favorable à cette innovation. Je trouve vraiment que c'est bien inventé. Et puis même ça change par exemple de Red Bull, qui eux ils me semblent ils ont une boisson énergisante avec des produits pas très sains.

Maysan : Oui voilà c'est ça en fait, le concept c'est de vraiment créer une boisson énergisante tout en restant dans le milieu sain et surtout bon pour la santé. Ce qui n'est pas très le cas pour les autres marques de boissons énergisantes telles que Monster, Powerhead et Red Bull.

Intervenant 2 : Oui oui je vois franchement je suis complètement d'accord. Mais par contre ce que je conseillerais c'est de faire un goût très léger en fait. De faire un goût vraiment très léger parce que le matcha c'est quelque chose qui est assez fort et souvent c'est soit ça passe soit ça casse. C'est-à-dire que soit on aime le matcha et on boit ça tous les jours ou alors on n'aime pas du tout.

Maysan : Ensuite notre deuxième innovation c'est des bonbons acidulés, goût Sprite. Qu'en pensez-vous ?

Intervenant 2 : Ah ça ça peut être pas mal. Ça peut être pas mal. Après bon les bonbons c'est pas un truc que je mange vraiment souvent. C'est plus un truc pour les petits on va dire. Mais sinon ouais c'est plutôt bien. Après est-ce que j'achèterais ça ? Non. Mais l'idée peut être pas mal.

Maysan : Je comprends. Alors la prochaine innovation c'est une puff Sprite à base de vitamine C et non pas de nicotine pour rester on va dire dans les règles. Mais tout d'abord j'ai une question, est-ce que vous fumez ?

Intervenant 2 : Alors oui moi je fume des puffs en plus de ça. Mais après puffs goût Sprite je pense pas que ça soit un truc que je prendrais. Comme les puffs goût cola. Enfin j'aime beaucoup le coca mais c'est pas des puffs qui me fascinent. Après ça peut être pas mal. Mais je pense qu'il existe tellement de goûts de puffs qu'on peut pas vraiment se dire que c'est une innovation. Et voilà les innovations en termes de goûts elles se rénovent à chaque fois. Enfin je partirais pas trop sur cette innovation malgré que je fume.

Maysan : Ok ok je vois. Troisième produit, c'est un kit de préparation. (8:07) En gros un jeu de société où l'on peut personnaliser et fabriquer sa propre boisson Sprite.

Intervenant 2 : Ah ça c'est pas mal. Après je pense que c'est surtout pour les enfants. En termes d'adultes je pense pas qu'on soit des grands consommateurs de jeux de société. Après ça peut être très divertissant. Ça me fait penser à Mini Délice vous connaissez ?

Maysan : Oui oui je connais j'avais ça quand j'étais petite

Intervenant 2 : c'est un jeu que j'aimais beaucoup aussi quand j'étais petite. Où on devait créer son propre gâteau. C'était très sympa. Après je pense pas que vous aurez tout type de consommateur. Ça sera plutôt pour des enfants ou des adultes qui vont acheter pour leurs enfants.

Maysan : Dernière proposition , des bonbons acidulés Sprite

Intervenant 2 : Ouais bof , si demain Sprite devait sortir ça je ne me dirai pas waw .

Maysan : ok je vois. Et enfin si vous devez choisir un produit que vous allez sûrement acheter, quel serait-il ? (

Intervenant 2 : Pour moi vraiment le produit phare où j'ai vraiment flashé. Ça reste la boisson au matcha parce que j'aime le matcha. Et je trouve que l'idée elle est vraiment cool. Et elle est vraiment bonne pour la santé. Et même ça peut redonner une image bien de l'entreprise Sprite. Surtout si elle montre son intérêt envers la santé de ses clients.

Maysan : Parfait. En tout cas je vous remercie pour vos réponses. Franchement c'était plutôt bien. Et elles vont me servir pour mon étude. Et en tout cas je tiens compte de toutes les réponses que vous m'avez apportées.

Intervenant 2 : Merci à vous.

a - Grille de codage des entretiens individuels

Catégorie	interview 1	interview 2	interview 3	interview 4	interview 5	interview 6	interview 7	interview 8	interview 9	interview 10
1. Habitude de consommation de sodas 1.1 Fréquence d'achats de sodas	"moins d'une fois par mois"	"Toutes les deux semaines"	"J'en achète le week-end quand je fais mes courses"	"J'en achète rarement, c'est plutôt quand je reçois du monde à la maison"	"Peu fréquent", "presque jamais". "je préfère les sodas classiques sans bulles"	"Rare," "je préfère Schweppes Agrume, Orangina". "Consomme moins avec le temps."	"1 fois par semaine"	"une fois par semaine" "Une fois tous les trimestres, voire semestres"	"très rarement" "quand j'invite des amis"	"Tous les jours au moins une fois par jour"
1.2 Occasion de consommation de sodas	"tout ce qui est occasionnel, fêtes, sorties"	"Quand j'ai soif"	"En général, je consomme des boissons lors des repas ou alors lors de soirées"	"Surtout quand je suis avec des amis ou en sortie"	"Plus lors des fêtes et apéros, mais j'en bois pas pendant les repas"	"soirées, fêtes, repas"	"occasions" "soirées" "fêtes" "apéros"	"repas" "avec du monde" "Jamais seul" "pour d'autres personnes"	"Quand j'invite des amis"	Tout le temps
2. Connaissance de la marque Sprite	"marque de grande surface" "un peu haut de gamme"	"je vois pas cette marque en magasin mais au BK"			"marque prestigieuse, image écologique et de bien-être"	"basique, boisson estivale"	"boisson gazeuse"	"boisson sucrée" "Je crois que c'est au citron."	"Boisson rafraîchissante et citronnée"	"Boisson fraîche et bonne"
2.1 Habitude de consommation de la marque Sprite	"Peut être une fois, deux fois dans l'année"	"une fois tous les deux mois"	"Quelques fois dans le mois, ça dépend des fois... il y en a souvent chez les gens où je vais pour passer des soirées"	"Très rarement, seulement quand j'ai envie de changer un peu ou pour une occasion spéciale... en soirée "	"très rarement"	"occasionnelle, surtout en été"	"jamais"	"jamais goûté le Sprite de ma vie"	"L'été ou lors des cocktails"	"1 fois toute les 2 à 3 semaine"

2.2 Votre perception de la marque Sprite	"un peu plus naturelle [que coca]" "ressemble un peu à la limonade"	"La fraîcheur "	"La marque Sprite renvoie une bonne image générale... j'aime bien les couleurs"	"Sprite est une marque connue et plutôt appréciée. C'est une boisson fraîche et légère"	"Image positive, plus sain"	"rafraîchissante, estivale", "comparée aux limonades"	"un peu ratée"	"néfaste pour la santé" "pas quelque chose d'obligatoire dans sa vie" "c'est bien d'éviter ou de se limiter" "ça peut devenir une addiction" "rafraîchissante"	"Rafraîchissante et citronnée"	"Fraîche"
3. Attentes concernant les innovations de la marque	"J'espère qu'elles vont être intéressantes"		"Les innovations sont très originales... la boisson énergisante au matcha [...] alternative plus saine"	Celui qui m'attire le plus, c'est la boisson même si j'en consomme pas trop ça me paraît être une bonne idée	"plus attrayante et qu'elle donne envie", "reste fidèle à votre marque"	"représentation de la marque" "une marque quand même qui est assez différente des autres."	"original" "nouveauté" "sucrées" "rafraîchissant" "faciles à trouver." "classiques"	"rafraîchissant" "composition" "on sait ce qu'on achète" "Si je peux avoir la même chose sans le Sprite, pour 10 balles de moins, je vais partir là-dessus" "différent" "innovant"		"Marque qui se soucient de la santé des clients"
3.1 motivations (pour les 4 produits)	"bonbons plutôt pas mal" "j'aime bien le matcha"	"je fume donc j'adore la puff" "les bonbons T'as envie de goûter"	"Peut-être que, vu que c'est nouveau, ça me donnera envie de tester"	"L'originalité des produits et l'envie d'essayer quelque chose"	"boisson originale" "je suis curieuse" "ces produits sont	"pour la façon découverte", "ça peut être super bon" "hyper"	"stylé de créer des boissons" "créer mes propres boissons"	"ça a l'air appétissant" "soigné" "clair" "packaging"	"Boisson qui va avec les cocktails en été"	"Boisson gazeuse avec un bon goût citronnée"

	<p>"je ne fume pas donc je suis pas trop objective"</p>	<p>"jeu a l'air fun" "le matcha t'as envie de tester"</p>		<p>de nouveau"</p>	<p>assez intrigants" "L'esthétique des bonbons sont plutôt bien" "c'est très ludique" "Elle donne envie de l'acheter"</p>	<p>rafraîchissant" "grande fan de bonbons" "Ce n'est pas commun " "J'aime beaucoup l'esthétique"</p>	<p>"donne envie d'acheter juste pour tester"</p>	<p>joli" "attirant" "Je n'ai jamais vu des bonbons comme ça" "nouveauté" "marque qui est déjà connue" "sous l'effigie de Sprite" "quand il y a des invités" "Pour des enfants" "dans un anniversaire" "faire l'apéro" "envies de sucre" "faire plaisir" "se faire plaisir" "si j'ai un enfant"</p>		
3.2 Freins (pour les 4 produits)	<p>"vitamines synthétiques" "jeu chimique on n'est pas sûr de l'expérience" "peut-être trop de matcha et que ce soit trop sucré" "pas vraiment de freins pour</p>	<p>"la compo des bonbons" "le goût du matcha" "j'ai plus l'âge pour le jeu" "rien me freine pour la CE"</p>	<p>"Peut-être le fait que ce soit nouveau et que je ne sache pas réellement ce que ça vaut"</p>	<p>"Si le prix est trop élevé ou si je ne sais pas trop à quoi m'attendre"</p>	<p>"j'évite les sodas en général, je préfère l'eau", "j'ai peur de ne pas aimer" "la boîte, je ne suis pas super fan"</p>	<p>"Trop sucré", "peu nutritif", "tout va dépendre du goût" "la cigarette électronique, je ne l'achèterais pas" "c'est un petit peu simple"</p>	<p>"bonbons que au citron" "la marque" "j'aime pas le matcha" "j'aime pas les bulles" "je fume pas" "j'aime pas le Sprite" "j'aime pas les bulles"</p>	<p>"je n'aime pas trop les agrumes" "C'est sucré" "c'est acide" "L'excès" "composition" "si c'est pas bon pour la santé" "beaucoup de sucre"</p>	<p>"trop sucré" "minimaliste" "les puffs sont un effet à la mode qui durera qu'un temps" "Le matcha ça ne plaît pas à tout le monde"</p>	<p>"Boisson basique" "je pense pas que vous aurez tout type de consommateur" "il existe tellement de goûts de puffs qu'on peut pas vraiment se</p>

	les bonbons"				"je trouve que ça fait un peu bière peut-être."			"beaucoup d'additifs" "cancérogènes" "drogue" "donner des mauvaises habitudes" "addictif" "pas forcément pertinent de lancer une boisson Sprite au matcha" "si le matcha, ça change le goût, ça peut même être mauvais."	dire que c'est une innovation" "Mais il faut aimer le matcha,"
4. Choix final	les bonbons acidulés	la CE	Kit préparation de	Boisson énergisante au Matcha	boisson énergisante au Matcha	boisson énergisante au matcha	Kit préparation de	Bonbons acidulés	Kit préparation de Boisson énergisante au matcha

b - Synthèse des entretiens individuels :

L'analyse des entretiens individuels a été réalisée à l'aide d'une grille de codage thématique permettant de structurer et d'interpréter les informations recueillies. Cette méthodologie a mis en lumière plusieurs tendances majeures, notamment en ce qui concerne les habitudes de consommation de sodas, la perception de la marque Sprite et les attentes des consommateurs face aux innovations proposées par cette marque. Ces résultats offrent un aperçu détaillé des dynamiques de consommation et des facteurs qui influencent les choix des individus.

Tout d'abord, en ce qui concerne les habitudes de consommation des sodas, on observe une grande diversité dans les pratiques des répondants. Certains consomment des sodas très rarement, voire jamais, tandis que d'autres en achètent régulièrement. En effet, 60% des répondants, soit 6 personnes sur 10, déclarent en boire rarement, voire presque jamais. À l'inverse, 30 %, soit 3 personnes, consomment des sodas de manière hebdomadaire, tandis qu'un seul individu en boit quotidiennement, représentant ainsi 10 % des participants. La fréquence d'achat est souvent corrélée à des moments spécifiques, tels que les courses hebdomadaires ou les périodes festives. Les sodas sont principalement consommés dans un cadre social : 70 % des répondants, soit 7 personnes sur 10, expliquent qu'ils boivent ces boissons lors de soirées, d'apéritifs ou de sorties entre amis. À l'opposé, la consommation de sodas pendant les repas est bien moins fréquente et concerne seulement 30 % des individus interrogés. Il est également intéressant de noter que plusieurs participants mentionnent ne boire des sodas que lorsqu'ils sont en présence d'autres personnes, notamment lorsqu'ils reçoivent des amis ou participent à des événements. Cette dimension sociale de la consommation témoigne de l'importance du partage et des occasions festives dans les choix alimentaires des consommateurs.

Concernant la notoriété et la consommation de la marque Sprite, les avis sont contrastés. Certains la considèrent comme une marque de qualité, voire « prestigieuse », avec une image écologique et de bien-être, tandis que d'autres la perçoivent simplement comme une boisson gazeuse sans caractéristiques distinctives notables. Malgré cette perception globalement positive, la consommation de Sprite reste relativement faible : 60 % des répondants, soit 6 personnes, déclarent en boire rarement, voire jamais. Lorsqu'elle est consommée, c'est généralement en été ou dans le cadre de cocktails. En effet, 50 % des participants, soit 5 personnes, apprécient son goût citronné et rafraîchissant, ce qui en fait une boisson estivale prisée. Toutefois, certaines critiques émergent, notamment concernant son impact sur la santé. Deux personnes, soit 20 % des répondants, expriment des préoccupations à ce sujet, qualifiant Sprite de boisson potentiellement « addictive » ou « néfaste pour la santé ». Cette méfiance s'inscrit dans une tendance plus large de prudence face aux boissons sucrées et aux sodas en général, qui sont de plus en plus perçus comme des produits à consommer avec modération.

S'agissant des attentes des consommateurs vis-à-vis des innovations proposées par Sprite, l'originalité apparaît comme un critère essentiel. 60 % des répondants, soit 6 personnes, déclarent être motivés par la découverte de nouveaux produits, notamment pour tester de nouvelles saveurs et explorer des concepts innovants. L'aspect esthétique du produit joue également un rôle clé dans l'acte d'achat : deux répondants ont mentionné le packaging comme un élément influençant leur décision. Un emballage attractif et une communication visuelle soignée peuvent donc constituer des leviers de différenciation importants pour Sprite. Toutefois, plusieurs freins subsistent et pourraient limiter l'adoption de nouvelles références.

Parmi ces obstacles, la composition des produits est la principale source de réticence : 70 % des répondants, soit 7 personnes, expriment des inquiétudes concernant la présence de sucre, d'additifs ou d'autres ingrédients potentiellement nuisibles pour la santé. Le goût de certaines innovations peut également diviser : 40 % des participants, soit 4 personnes, déclarent ne pas apprécier certaines saveurs spécifiques, comme le matcha, et ne seraient donc pas enclins à acheter un soda intégrant cet ingrédient. Le prix constitue un autre facteur dissuasif : plusieurs répondants affirment qu'un coût trop élevé les inciterait à ne pas tester un nouveau produit, surtout en l'absence de certitude quant à sa qualité ou son goût. Enfin, certaines habitudes de consommation bien ancrées peuvent représenter un frein à l'adoption de nouvelles boissons, en particulier pour ceux qui ont des préférences marquées pour des produits déjà bien établis sur le marché.

Parmi les innovations proposées, la boisson énergisante au matcha est celle qui suscite le plus d'intérêt, avec 40 % des répondants, soit 4 personnes, séduites par son côté novateur et rafraîchissant. Ce produit semble répondre à une attente croissante pour des boissons offrant un regain d'énergie tout en proposant une alternative plus naturelle aux boissons énergétiques classiques. À l'inverse, la cigarette électronique Sprite est l'alternative la moins populaire, avec une seule personne intéressée par ce produit. Plusieurs participants mentionnent qu'ils ne fument pas et que ce type d'innovation ne correspond pas à leurs habitudes de consommation. Ce rejet témoigne d'un décalage entre l'image de Sprite en tant que marque de boisson rafraîchissante et la perception d'un produit comme la cigarette électronique, jugé éloigné de son positionnement initial.

En conclusion, bien que la consommation de sodas et de Sprite en particulier reste modérée, la marque a des opportunités à saisir en proposant des innovations originales et visuellement attractives. Les consommateurs sont prêts à tester de nouveaux produits à condition qu'ils soient perçus comme innovants et qu'ils répondent à leurs attentes en termes de goût et de composition. Toutefois, les préoccupations liées à la santé et aux préférences gustatives demeurent des freins majeurs à l'adoption de nouvelles références. Sprite devra ainsi tenir compte de ces éléments pour maximiser l'adhésion à ses futures innovations. Un équilibre entre originalité, naturalité et plaisir gustatif semble essentiel pour convaincre les consommateurs et renforcer l'image de la marque sur un marché de plus en plus concurrentiel et exigeant.

C - Retranscription focus groupe

Zoé : Bonjour, nous vous avons réunis pour discuter à propos d'une innovation que nous avons développée pour la marque Sprite. Dans un premier temps, nous avions quatre innovations. Nous avons présenté cette innovation à dix personnes lors d'un entretien et ce produit, la boisson énergisante au matcha, a été sélectionné.

Ainsi, vous êtes là pour qu'on puisse avoir votre avis quant à toutes les parties commercialisations vis-à-vis du produit. Vos avis sont très importants pour nous afin d'améliorer cette innovation.

Anastasia : Premier thème, on va vous demander votre avis sur le produit.

Déjà, c'est quoi vos premières impressions ? D'abord, je vous la présente peut-être un peu. C'est une boisson énergisante à base de matcha. C'est-à-dire qu'on a gardé le goût de la

boisson Sprite, comme vous connaissez, et on a remplacé tout ce qui était caféine par le matcha.

Déjà, c'est quoi vos premières impressions par rapport à ce produit ?

Lily : Ça m'a l'air bien. Le matcha, c'est plus sain pour la santé, n'est-ce pas ?

Anastasia : Oui.

Lily : Ça a l'air plus sain.

Non, ça peut être une bonne initiative. Ça ne change pas le goût ?

Anastasia : Non, techniquement, c'est fait pour que ça ne change pas le goût.

Lily : Moi, ça m'a l'air bien.

Hannah : Ça a l'air frais et c'est vrai que ça a l'air meilleur pour la santé.

Cherine : C'est vrai que ça a l'air plus sain pour la santé, mais moi, personnellement, je n'aime pas trop le matcha. Donc heuuu... Ça m'attire moins.

Mathis : Moi, je n'aime pas trop le matcha et je n'aime pas trop le Sprite non plus. Du coup, bof...

Quentin : moi, si c'est plus sain pour la santé ou quoi, ça peut être intéressant parce que je n'ai jamais goûté, donc je serais curieux de le tester.

Zoé : OK, et toi, Sacha ?

Sacha : Moi, j'aime bien le concept. Je trouve ça intéressant d'intégrer le matcha pour remplacer la caféine. Après, je ne sais pas forcément si j'en achèterais, mais bon.

Anastasia : OK, est-ce que vous pensez que vous l'utiliserez, que ça rentrerait dans vos habitudes de consommation ?

Lily : Personnellement, je ne bois pas trop du Sprite au quotidien, mais si je dois choisir entre un Sprite normal et un Sprite au matcha, si c'est meilleur pour la santé, je choisirais le Sprite au matcha.

Hannah : Moi, je ne pense pas que ça rentrerait dans mes habitudes de consommation parce que je ne bois pas de Sprite, mais c'est vrai que peut-être entre un Sprite normal et un Sprite matcha, peut-être plutôt le Sprite matcha.

Cherine : Moi, pareil, je ne bois pas trop de boissons gazeuses, mais à voir si le goût me tente.

Mathis : Moi aussi, je n'aime pas les boissons gazeuses, Sprite encore moins, mais après, ça aurait été justement sans gaz, pourquoi pas, mais sinon non.

Quentin : Moi, je pense qu'après l'avoir goûté, je dirais si je peux la boire régulièrement, mais sinon, sans l'avoir goûté, je ne sais pas.

Sacha : Oui, pourquoi pas, ça peut être une bonne alternative pour les boissons énergisantes.

Zoé : Ensuite, concernant les caractéristiques fonctionnelles de notre produit, quel aspect vous semble le plus intéressant ou le plus utile dans cette innovation ?

Lily : L'aspect sain, je pense. Le fait que du coup, c'est le meilleur pour la santé et tout. Ça me paraît le plus important.

Hannah : Il faudrait voir ce que ça apporte au niveau... Je veux dire, s'il y a assez de matcha pour que ce soit réellement bon pour la santé par rapport à la quantité de sucre qu'il y a réellement dans le soda.

Cherine : Moi, je trouve que ça peut être une très bonne idée pour les amateurs de matcha parce que je sais qu'il y a énormément de personnes qui aiment le matcha et c'est très tendance en ce moment. Mais bon, encore une fois, personnellement, ce n'est pas mes goûts.

Mathis : Moi, je pense que ça peut être une bonne alternative au Red Bull, du coup, si c'est énergisant. On sait que le Red Bull, c'est de la merde au niveau santé. Du coup, pourquoi pas ? Pourquoi pas si c'est vraiment énergisant et que ça booste un peu.

Quentin : Ouais à voir si l'énergie... Si on ressent bien l'énergie ou quoi, pas trop fort, pas trop... Voilà, donc si ça marche bien, ça peut être intéressant.

Sacha : Il faudrait que je le teste avant de répondre.

Anastasia : OK. Est-ce que vous pensez que c'est facile à utiliser, ce format-là ?

Lily : De la canette ?

Zoé : Oui.

Lily : Le truc pas pratique, c'est qu'on ne peut pas refermer, du coup, on ne peut pas trop transporter une fois que c'est ouvert. Et ensuite, c'est gazeux. Après, ça, c'est pour tous les emballages. C'est compliqué, mais il ne faut pas trop le secouer ou quoi. C'est un peu énervant aussi.

Hannah : En plus, si on ne peut pas le refermer, les bulles partent plus rapidement. C'est vrai. Et après, le fait que la canette soit en métal, ce n'est peut-être pas très pertinent, puisque le matcha, si ça touche du métal, c'est pas bon. Ça enlève ses propriétés, je crois.

Anastasia et Zoé : OK.

Anastasia : Donc, vous proposez quelque chose de plus simple.

Tous : En bouteille ?

Lily : En bouteille plastique. Pas très grande, je pense, la taille d'une canette. Peut-être respecter le format.

Zoé : Avec un bouchon pour refermer ?

Tous : Oui.

Anastasia et Zoé : OK.

Zoé : À quelle occasion vous pourriez vous imaginer consommer ce produit ?... Sacha ?

Sacha : Avant les révisions, pour avoir un petit boost, histoire de réviser bien, je crois.

Zoé : C'est bien.

Quentin : Peut-être aussi avant le sport, pour donner un peu d'énergie ou quoi.

Lily : Peut-être alors mélanger avec d'autres boissons.

Cherine : De l'alcool.

Hannah : Ou soit en été.

Cherine : En été aussi, ouais.

Hannah : Parce que ça peut être rafraîchissant.

Lily : Ouais, ça a l'air d'être frais.

Cherine : Pendant les sorties.

Hannah : Ça reste de la limonade.

Anastasia : Qu'est-ce qui, pour vous, est le plus important là-dedans ? Genre le goût, la texture, les effets que ça produit.

Cherine : Pour moi, c'est le goût. Si j'aime pas le goût, c'est un peu...

Lily : Oui, moi aussi.

Mathis : Le goût et surtout la promesse que ça soit énergisant du coup. Déjà, si c'est pas bon, j'en boirais pas. Et si en plus c'est pas énergisant, encore moins.

Quentin : Et que ça soit bon pour la santé aussi, c'est essentiel, je pense.

Anastasia : Ouais. OK.

Hannah : Je dirais le goût et peut-être aussi la quantité de sucre, parce que sinon ça sert à rien.

Lily : Ouais, parce qu'on sait que les solas, c'est très... Sucré. Donc... Ça a l'air d'être plus sain avec le matcha, mais si c'est tout autant... heuu s'il y a tout autant de sucre, ça sert à rien.

Anastasia et Zoé : OK.

Zoé : Et est-ce que ce produit vous paraît fiable ? C'est-à-dire, est-ce que... Si vous voyez un magasin, vous pensez que la promesse, elle est tenue ? Et si oui, pourquoi ? ...Sacha, par exemple.

Sacha : Bah écoutez, si ça vient d'une grande marque, du coup, là c'est Sprite, je pense que ça sera fiable. D'autant plus que si c'est commercialisé, c'est que... Il doit y avoir eu des tests sur le produit, etc. Donc, c'est que ça doit être fiable.

Cherine : Je pense pareil.

Lily : Oui, j'ai le même avis. C'est une grande marque, on fait plus facilement confiance, quand même.

Anastasia : OK. En quoi c'est différent de ce que vous connaissez déjà ?

Hannah : Bah, le matcha, en général, c'est commercialisé en poudre, mais pas déjà en boisson pré-faite, et encore moins dans un soda.... Sucré et gazeux

Lily : Puis autant connu, quoi.

Quentin : Ouais, c'est assez spécial, on voit pas ça dans toutes les marques, quoi.

Lily : Et puis, on connaît beaucoup la boisson de base, le sprite de base. Donc... C'est nouveau.

Zoé : Concernant les caractéristiques esthétiques du produit, comment vous décririez l'apparence de ce produit ? Qu'est-ce qui vous plaît et qu'est-ce qui vous déplaît ?

Mathis : Moi, je trouve, en fait, ça ressemble vraiment au sprite de base, du coup, ça peut perturber le consommateur, un peut confondre, tu vois. C'est pas clairement... J'aurais peut-être mis un coloris différent, ou je sais pas. Là, on dirait vraiment que c'est un sprite normal, limite.

Hannah : Ouais, mais tu mettrais quoi comme coloris ?

Lily : Ah oui, c'est dommage, parce que c'est déjà en vert, en fait, et le matcha, enfin, c'est vert, quoi, donc...

Mathis : C'est vert aussi, ouais, mais je sais pas.

Anastasia : Ok. Sacha, t'en penses quoi ?

Sacha : Moi, je pense que c'est pas mal, parce que, dans tous les cas, sprite, y a que un design, donc si on voit quelque chose de différent, c'est que c'est forcément quelque chose de différent.

Lily : Après, avec le dessus, on voit quand même que c'est au matcha, mais peut-être faire quelque chose d'un peu plus voyant ? Je sais pas.

Anastasia : Ok. Ouais, donc, les couleurs utilisées pour vous, c'est...

Lily : Qui devraient être utilisées, ouais, du vert, et après...

Cherine : Du vert un peu plus clair, du coup.

Hannah : Oui, c'est des nuances de vert, plus de nuances de vert.

Anastasia et Zoé : Ok.

Anastasia : Par contre, ce qu'on garde, là, sur le produit, enfin, sur l'aspect esthétique, pour vous, qu'est-ce qui est important qu'on garde ?

Zoé : Dans la globalité du packaging.

Hannah : Le fait qu'en haut, il y ait écrit matcha, boisson énergisante, ça peut être pas mal, ça précise vraiment ce que fait le matcha dans cette boisson, et que c'est pas juste quelque chose qui a été ajouté bêtement.

Anastasia : Ok.

Mathis : Moi, je comprends pas le citron, en fait. Parce qu'il y a le citron du sprite, de base, sauf que, du coup, y a pas de citron.

Anastasia : Si parce qu'on garde le goût du sprite, en fait.

Quentin : C'est intéressant d'avoir mis les éléments du matcha.

Anastasia : Sacha, t'en penses quoi ?

Sacha : Heuuuu... Pas plus.

Zoé : Est-ce que l'apparence de ce produit vous donne envie de l'essayer, ou pas du tout ?

Lily : Oui. Moi, personnellement, oui.

Cherine : Pourquoi pas.

Anastasia : Les gars ?

Mathis : Ouais, classique, hein. Oui, je pense.

Hannah : Oui, ça a l'air rafraîchissant.

Sacha : Moi, j'aime bien le design de la marque Sprite, donc ouais.

Lily : Puis avec le bandeau en-dessus, on comprend que c'est une nouveauté, et du coup, c'est... Enfin, moi, ça peut m'attirer. En tout cas, c'est une nouveauté, c'est un nouveau truc.

Anastasia : Vous voyez dans les rayons, vous avez envie, quoi.

Hannah : Oui, moi, ça m'intrigueraient. Si j'ai envie d'essayer quelque chose de nouveau, pourquoi pas.

Zoé : Ok, oui. C'est attirant. Heuu... À partir de quel prix vous considérez que ce produit pourrait être d'une très bonne qualité ? Sacha, par exemple ?

Sacha : 3 euros, je dirais. Parce qu'en général, les boissons énergisantes, elles sont un peu plus chères. Elles sont entre 2 et 3 euros, donc je pense que 3 euros, ça me garantirait que c'est un produit de qualité.

Anastasia : Chérine, je t'ai vu foncer les sourcils.

Chérine : Non, parce que si je compare à Red Bull, les canettes, elles sont à 1,80 euro, donc... Précisément. Donc, 2 à 3 euros, je trouve que c'est cher, mais oui, ça signifierait que c'est vraiment de la bonne qualité. Si on reste sur cette tranche-là.

Hannah : Après, le matcha, c'est assez cher, et Sprite, c'est quand même la marque, donc ça me choquerait pas à 3 euros la canette.

Quentin : Moi, je dirais entre 2 et 3, voilà.

Tous : Moi aussi, pareil.

Lily : Après, je serais pas prête à payer plus de 3 balles pour la canette.

Mathis : Moins de 3, je pense. Moins de 3, parce qu'à partir de 3, t'achètes la bouteille, quoi.

Anastasia : Donc à partir de 3, pour vous, c'est trop cher ?

Hannah : Oui à ce moment-là, t'achètes le grand format, quoi.

Chérine : Ouais, c'est ça.

Zoé : Et à quel prix ce serait pas assez cher, justement ? Ça vous donne pas envie, vous trouvez que c'est de la mauvaise qualité ?

Chérine : 1,50 euro.

Hannah : Entre 0 et 1,50 euro.

Zoé : Oui, c'est pas gratuit.

Hannah : Sans déconner.

Lily : Ouais, moins de 1,20 euro. Ouais, c'est bizarre.

Hannah : Ouais, c'est... Ils le sortent d'où, le matcha, quoi ?

Anastasia : Vous, vous seriez prêts à l'acheter au prix que vous nous aviez donné, là ? Dans les 2 euros, à peu près ?

Lily : Dans les 2 euros, oui. Pour goûter.

Chérine : Pour goûter.

Lily : à voir. Du coup, à voir si le produit plaît.

Anastasia : Vous metriez combien ?

Cherine : 1,80 euro.

Anastasia : Les gars ?

Mathis : 2,10, 2,20.

Quentin : Ouais. Je pensais un peu moins de 2 euros. 1,80 euro, ouais, pareil.

Sacha : Moi, je mettrais 2 euros, moi, au maximum.

Hannah : Mais juste pour essayer. Après, peut-être pas pour la consommation tous les jours, parce que j'aime pas le Sprite. Mais une fois pour tester, pourquoi pas.

Lily : Moi, je connais pas trop les prix du marché, mais si c'est dans les prix du marché, je prendrais. Après, sinon...

Zoé : Et pour vous, c'est où l'endroit idéal pour acheter ce genre de produit ? Dans un grand supermarché, un petit...

Hannah : Un peu partout, épicerie, supermarché.

Chérine : Grande surface. Ouais, grande surface. Dans les bars, peut-être.

Hannah : Les bars ?

Chérine : Oui, dans les bars. Moi, j'aimerais bien ça, dans des bars, peut-être.

Hannah : Ouais. Mais comme c'est pas trop connu, je sais pas.

Chérine : Ah oui, c'est vrai, ouais.

Lily : Moi, j'aurais plus besoin de voir l'aspect visuel, parce que sur la carte, ça me donnerait peut-être un peu moins envie.

Chérine : Bah, si ça marche, après, avec le temps, on pourrait l'utiliser comme un diluant ou quoi.

Anastasia : Quentin, tu disais quoi ?

Quentin : A voir aussi peut-être dans des distributeurs automatiques ou quoi, si on a besoin d'avoir ça au moment de la journée ou quoi. Dans des endroits comme, par exemple, des établissements scolaires ou alors des hôpitaux, je sais pas.

Zoé : Quelque chose à rajouter ?

Sacha : Moi, je le verrais bien, ouais, dans les bars, par exemple, intégré dans un cocktail.

Anastasia et Zoé : OK. OK.

Anastasia : Quelle serait votre fréquence d'achat pour ce produit ?

Zoé : En imaginant que vous aimez ce produit.

Lily : Ah, en imaginant que je l'aime ? Oui. Je pense, quelques fois par mois, deux, trois fois par mois.

Anastasia et Zoé : OK.

Zoé : Hannah ?

Hannah : Si j'aime beaucoup, je sais pas, régulièrement, mais... Je sais pas. Deux, trois fois par semaine.

Anastasia : Ah ouais, OK.

Chérine : Moi, ce serait une fois par semaine max si j'aime vraiment, mais après, je vais me réguler, quoi, parce que ça reste quand même une boisson gazeuse. Et sucrée.

Lily : Et sucrée. Et énergisante aussi, on sait qu'il y en a aussi.

Mathis : Moi, déjà, en fait, j'aime pas les boissons gazeuses de base.

Hannah : Non, mais imagine que t'aimes.

Mathis : Oui, mais même. Quand même, je consomme pas beaucoup de boissons, et tout, à part de l'Ice Tea. Du coup, je sais pas, ouais, une, deux fois par mois, max.

Zoé : OK.

Quentin : Si j'aimais que ça marche bien, moi, je dirais peut-être une à deux fois par semaine. Ouais, voilà.

Anastasia : OK. Sacha ?

Sacha : Moi, pas de fréquence particulière. Je le prendrai quand j'en aurai besoin, quoi.

Lily : Ouais, je comprends. Après, c'est quand même un coup, du coup, fin...

Hannah : Je suis étudiante, hein.

Lily : Oui, c'est ça.

Chérine : Ça dépend du prix, après.

Lily : Puis, il faut aussi les occasions, quoi.

Hannah : Peut-être pendant les périodes, par exemple...

Lily : Un peu plus festives ?

Hannah : Non, justement, pendant les partiels et tout, peut-être un peu plus, mais sinon... Sinon, normal, quoi. Pendant les périodes, les événements.

Lily : C'est peut-être un peu plus en été, mais en hiver, je pense. Super.

Zoé : Et est-ce que vous pensez qu'il y a des personnes autour de vous qui pourraient aussi acheter ce produit régulièrement ?

Lily : Des amis de mon âge, je pense, qui aiment les boissons gazeuses, les énergisantes. Après, je pense que ça plairait moins aux adultes un peu plus âgés.

Zoé : Quentin ?

Quentin : Peut-être que... Ouais, des amis comme moi, de mon âge ou quoi. Mais moi, je pense qu'au contraire, ça pourrait plaire aussi aux adultes.

Chérine : Non, c'est vrai, ouais.

Quentin : Passé la quarantaine ou quoi.

Hannah : Ils veulent arrêter le café.

Chérine : Voilà. Et qui aime le soda, en fait.

Quentin : Une alternative au café ou pour tester de nouvelles choses aussi. Pourquoi pas ? Moi, je pense que ça pourrait marcher.

Anastasia : Heu...Mathis ?

Mathis : Ouais, ouais. Moi, je pense... Pareil, il y a plein de gens qui peuvent aimer ça. Donc oui, pourquoi pas ? N'importe quelle tranche d'âge. Pareil.

Anastasia : Et Sacha ?

Sacha : Moi, je suis du même de Lily. Je pense que c'est plus mes amis qui pourront en acheter et pas des personnes âgées, entre guillemets.

Anastasia : Ouais, donc vous êtes partagés entre.. Vous êtes partagés entre jeunes et passés 40 ans, quoi.

Hannah : Je pense qu'on peut toucher les deux.

Mathis : je pense tous hein

Chérine : Ouais, les deux, ouais.

Quentin : Enfin, peut-être pas la tranche senior qui... Je sais pas, peut-être pas le meilleur.

Lily : Ouais, je pense pas au-dessus de 70 ans.

Zoé : Bref, du coup, pour vous, la cible principale qu'on pourrait avoir, ce serait quelle tranche d'âge ?

Hannah : Je pense que vous en avez deux. Je pense vraiment qu'il y a les jeunes entre...

Lily : Ou à partir du collège. 14, ouais, 12.

Hannah : Ouais, 14... 25. Et après, un petit peu plus tard, à nouveau... 50 à... 70 ou 60.

Zoé : Et des femmes, des hommes, peu importe ?

Chérine : Même la tranche d'âge, moi, j'aurais pas donné tranche d'âge, par exemple. J'aurais plus pensé à des personnes qui sont juste soucieuses de leur santé.

Lily : Moi, c'est peut-être un préjugé, mais j'ai l'impression que les femmes, elles font un peu plus attention à leur santé, donc je dirais peut-être un tout petit peu plus les femmes.

Anastasia : mais... Pour vous, les gars, vous êtes d'accord ou pas ?

Mathis : Moi, je dirais n'importe quel sexe. L'âge d'entre 12 et 50 ans. Et voilà.

Quentin : Ouais, d'accord avec Mathis, ouais.

Sacha : Moi, je dirais plus les femmes aussi, parce que j'ai jamais vu d'hommes consommer du matcha, en fait.

Hannah : Moi non plus.

Lily : Oui. Moi, je dirais entre 12 et, par contre... 30, 35.

Hannah : 12, c'est jeune.

Zoé : C'est une boisson énergisante, quand même.

Hannah : Oui, je veux dire, c'est comme le café. Vous voyez, les enfants de 12 se taper un petit café ?

Lily : ... Peut-être pas 12, parce que non, à la limite, je pense 14.

Anastasia : Ok bon, maintenant, j'aimerais qu'on parle du nom. Pour vous, quel serait le nom idéal pour cette boisson ?

Lily : Je pense qu'il faudrait garder "Sprite" dans le nom pour qu'on comprenne bien que c'est un nouveau produit.

Sacha : En vrai simple Sprite Matcha

Mathis : Ou "Green Sprite" ? Comme c'est énergisant et vert.

Hannah : Moi, j'aime bien "Sprite Zen", ça rappelle le côté naturel et relaxant du matcha.

Cherine : Mais c'est censé être une boisson énergisante, pas relaxante.

Quentin : Pourquoi pas "S'Matcha" ? Ça fait énergisant et bon pour la santé.

Lily : Moi j'aime bien S'matcha et Green Sprite.

Chérine : J'aime bien Green Sprite, ça me fait plus penser à la fraîcheur

Hannah : C'est vrai en plus ça fait plus boisson healthy.

Lily : Mais est-ce que tout le monde va comprendre que c'est au matcha ?

Mathis : En vrai oui il ya le côté vert du matcha

Zoé : Du coup Green Sprite ou S'matcha ?

Chérine : Moi j'aime bien Green Sprite

Hannah : Moi aussi

Anastasia : les autres ?

Lily, Mathis, Quentin et Sacha : Oui c'est bon.

Anastasia : Bon, ben écoutez, merci beaucoup pour cet échange. Votre avis était très important pour nous.

Zoé : Ça va nous permettre de faire des changements importants qui comptent pour nos futurs consommateurs. Et voilà, encore merci.

Tous : Avec plaisir. Avec plaisir. Merci.

a - Grille de codage du focus group

Thème	Sous-thèmes	Réponses
1.Impressions sur le produit	Premières impressions	« Ça m'a l'air bien » « à l'air frais » « a l'air meilleur pour la santé » « bof j'aime pas trop le matcha » « je serais curieux de le tester » « Je trouve ça intéressant » « je ne sais pas forcément si j'en achèterais »
	Pensez vous l'achetez de manière quotidienne	« si c'est meilleur pour la santé, je choisirais le Sprite au matcha que le normal » « je ne pense pas je bois pas de Sprite » « je ne bois pas trop de boissons gazeuses » « à voir si le goût me tente » « ça aurait été justement sans gaz » « sans l'avoir goûté, je ne sais pas » « bonne alternative pour les boissons énergisantes »
2.Caractéristiques fonctionnelles	L'intérêt / utilité de l'innovation	« L'aspect sain » « très bonne idée pour les amateurs de matcha » « très tendance en ce moment » « bonne alternative au Red Bull » « bonne alternative au Red Bull » « si ça marche bien, ça peut être intéressant »
	Occasions de consommation	« Avant les révisions » « avant le sport » « mélangé avec d'autres boissons » « en été » « Pendant les sorties »
	Caractéristiques importantes	« le goût » « énergisant » « bon pour la santé » « quantité de sucre »
	Motivations	« fiable » « tests faits » « grande marque » « on fait confiance » « assez spécial » « nouveau »

	Freins	« trop sucré » « format pas pratique » « goût peut-être bizarre »
3.Caractéristiques esthétiques	Apparence	« ça ressemble vraiment au sprite de base, ça peut perturber le consommateur » « Sprite il y a que un design »
	Couleur	« faire quelque chose d'un peu plus voyant » « Du vert un peu plus clair » « des nuances de vert »
	Packaging	« on ne peut pas refermer la canette » « si le matcha touche du métal, c'est pas bon » « plutôt une bouteille format canette » « qu'il y ait écrit matcha, boisson énergisante, ça peut être pas mal » « intéressant d'avoir mis les éléments du matcha » « ça a l'air rafraîchissant » « bandeau en-dessus, on comprend que c'est une nouveauté » « ça m'intriguerait »
4.Caractéristiques commerciales	Prix	« 3 euros, ça me garantirait que c'est un produit de qualité » « Donc, 2 à 3 euros, je trouve que c'est cher » « le matcha, c'est assez cher » « ça me choquerait pas à 3 euros la canette » « pas prête à payer plus de 3 balles pour la canette » « Moins de 3, parce qu'à partir de 3, t'achètes la bouteille » « moins de 1,50 euro c'est pas de la qualité » « Dans les 2 euros, oui. Pour goûter » « 1,80 euro » « un peu moins de 2 euros » « 2 euros au maximum »
	Lieux de commercialisation	« Un peu partout, épicerie, supermarché » « Grande surface » « bars » « j'aurais plus besoin de voir l'aspect visuel » « distributeurs automatiques dans les écoles ou hôpitaux »
	Projection de fréquence de consommation / d'achat	« deux, trois fois par mois » « Deux, trois fois par semaine » « une fois par semaine max » « une, deux fois par mois max » « une à deux fois par semaine » « quand j'en aurai besoin » « Ça dépend du prix » « pendant les partiels » « plus en été »
	Cible	« amis de mon âge » « qui aiment les boissons gazeuses, les énergisantes » « ça pourrait plaire aussi aux adultes » « ceux veulent arrêter le café » « qui aime le soda » « N'importe quelle tranche d'âge » « pas des personnes âgées » « entre jeunes et passés 40 ans pas au dessus de 70 ans » « 14-25. Et après, un petit peu plus tard » « personnes qui sont juste soucieuses de leur santé » « un tout petit peu plus les femmes » « n'importe quel sexe entre 12 et 35 ans »
	Nom	"Sprite Matcha" "Green Sprite" "Sprite Zen" "S'Matcha"

b - Synthèse du Focus Group

Le Focus Group s'est déroulé avec 6 personnes. Suite à cela nous avons construit une grille de codage thématique où nous y avons classé les réponses les plus pertinentes des répondants.

Nous avons commencé par le thème « Impressions sur le produit », avec comme premier sous-thème les premières impressions. Les réponses étaient assez mitigées. En effet, certains étaient attirés par la boisson matcha qui donne une image saine, fraîche et innovante. Cependant d'autres n'étaient pas convaincu car ils n'aiment pas le matcha, ou le Sprite ou les boissons gazeuses.

Nous avons donc enchaîné avec le second sous-thème, qui portait sur la régularité d'achat de cette nouvelle innovation. Dans cette partie nous avons eu des réponses assez nuancées. Alors qu'ils la présentent comme une bonne alternative aux autres boissons énergisantes pour la santé, ils ont tout de même émis un doute relatif au goût de la boisson qui mélange le goût du matcha et du Sprite. Cependant la majorité s'est montrée apte à essayer le produit par envie d'expérience et curiosité.

Le deuxième thème de cette discussion concernait les caractéristiques fonctionnelles du produit. L'intérêt de cette innovation est l'aspect sain, se différenciant ainsi de la marque Red Bull selon eux. Ils ont ajouté que cette innovation est intéressante notamment pour les amateurs de matcha, une boisson qui se popularise et qui conquiert de plus en plus de consommateurs.

Pour eux ce produit est idéal en période de révision, avant le sport et propice en été pendant des sorties ; à condition que le goût, la faible quantité de sucre, l'aspect énergisant et le respect de la santé soient à la hauteur de leurs attentes.

Ce qui les motiverait à acheter la boisson matcha c'est la confiance qu'il porte à la marque Sprite qui est censée avoir fait des tests relatifs à la qualité du produit. Sans compter sur le fait qu'ils qualifient ce produit de spécial et nouveau poussant à la curiosité.

En revanche, l'abus de sucre, l'originalité du goût et le format de la canette pourraient les freiner à l'achat.

Nous avons par la suite porté la discussion sur l'aspect esthétique du produit.

En apparence il y a eu 2 avis opposés : certains pensaient que le graphisme reprenait trop la boisson originale pouvant perturber le consommateur, d'autres n'étaient pas d'accord considérant qu'on ne pouvait pas faire un graphisme opposé pour Sprite, afin de rester dans leur charte graphique.

Tous les participants de la discussion étaient d'accord pour les couleurs, conseillant des nuances de vert en ajoutant du vert clair afin de faire quelque chose de plus voyant. Mais ils ont tout de même trouvé le packaging intrigant donnant envie de tester avec le bandeau du dessus qui faisait ressortir l'aspect nouveau du produit.

Les principales critiques du prototype se sont portées sur le packaging. Selon eux la

canette n'est pas adaptée car le matcha réagit mal avec le métal et le fait d'être en canette oblige à tout boire d'un coup. Ils préféreraient ainsi une bouteille en plastique de 33 cL avec un bouchon de façon à pouvoir refermer la boisson et conserver les bulles et les bienfaits du matcha.

Nous avons continué avec les caractéristiques commerciales.

Le premier point abordé était le prix. La première intervention proposait un prix à 3€, mais assez rapidement les prix sont descendus à 2€ puis remontés à 2,20€. S'approchant ainsi des 2€ sans les dépasser, considérant qu'au-delà de ce prix, autant acheter une bouteille.

Ensuite nous avons continué sur quels lieux sur lesquels ils pourraient acheter le produit. Ont donc été proposés les grandes surfaces, épiceries, bars et distributeurs.

A ce stade où ils s'étaient un peu plus projetés dans ce produit, nous leur avons demandé dans le cas où le goût leur plairait, quelle serait leur fréquence de consommation, d'achat. Les réponses ont été différentes pour tous les participants, certains s'imaginaient une consommation occasionnelle pendant les périodes de partiels ou en été. D'autres considèrent qu'ils pourraient avoir des consommations plus régulières deux à trois fois par mois ou pour certains une ou deux fois par semaine.

Le thème sur lequel le groupe a le plus débattu a été la cible de la boisson matcha. Certains misaient sur une cible plus féminine, d'autres considéraient que le sexe importait peu. Certains pensaient que la cible était plus des jeunes de 16-25 ans, d'autres considéraient qu'on pourrait l'étendre des plus jeunes de 12 ans jusqu'au plus âgés allant à 70 ans. Ils se sont mis d'accord sur le fait d'avoir une cible qui veut être respectueuse de sa santé avec deux tranches d'âge : de 14 à 25 ans et de 35 ans à 70 ans maximum.

Maintenant que les participants se sont imprégnés du produit et projetés, nous leur avons demandé quel nom nous pourrions lui donner. Après quelques propositions, ils ont rapidement convenu sur Green Sprite.