

Annexes

Annex 1: Interview script

▪ Introduction

Bonjour à tous,

Tout d'abord, je vous remercie pour votre participation dans ce groupe de discussion. Les éléments que vous apporterez lors de cette discussion seront d'une grande aide pour mon mémoire qui porte sur les programmes de fidélité et plus précisément sur les motivations des consommateurs de s'inscrire et participer dans un programme de fidélité. Un programme de fidélité est tout dispositif marketing qui vise à fidéliser le consommateur en le récompensant pour ses visites ou achats avec divers avantages.

L'objectif principal de cette entrevue est de connaître votre opinion en tant que consommateur au sujet des programmes de fidélité. Ainsi, les questions sont essentiellement axées sur vos expériences, vos motivations ainsi que votre processus de décision quant à la participation dans un programme de fidélité.

Pour faciliter la discussion, je vous demande de parler relativement fort et une seule personne à la fois. Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses, uniquement des avis et points de vue différents. Le but est pas non plus de parvenir à un consensus mais d'avoir une discussion riche et diverse. Mon rôle est de mener la discussion en posant les questions et d'écouter, je vous invite donc plutôt à discuter entre vous. Comme je souhaite entendre l'expérience et l'avis de tout le monde, il se peut que je demande à certaines personnes de s'exprimer d'avantage si je vois qu'ils n'ont pas eu la parole.

Je vais enregistrer cette discussion afin de garder trace de tous les éléments émis. Lors de la rédaction du compte rendu, vos noms seront remplacés par des noms fictifs afin de respecter votre anonymat.

Maintenant, je vous demande de placer en face de vous une feuille avec votre prénom et de me remettre la fiche distribuée auparavant et puis nous pouvons commencer.

▪ Questions

- Quels sont les programmes de fidélité dans lesquels vous êtes inscrits et quels sont les programmes de fidélité que vous préférez ?
 - Sous-question : Pourriez-vous déposer vos cartes de fidélité sur la table et les classer par ordre de préférence ?
- Quelles sont les raisons pour lesquelles vous vous inscrivez dans un programme de fidélité ?
- Quelles sont les raisons pour lesquelles vous refusez de vous inscrire dans un programme de fidélité ou pour lesquelles vous vous désinscrivez d'un programme de fidélité ?
- Comment prenez-vous la décision de vous inscrire ou non dans un programme de fidélité ?
 - Sous-question : De quelle manière décidez-vous de vous inscrire ou non dans un programme de fidélité ; après une réflexion approfondie (p.ex. en comparant les coûts avec les avantages), spontanément, automatiquement, ... ?
- Quelles sont les difficultés ou obstacles que vous avez personnellement rencontrés dans des programmes de fidélité ?
 - Sous-question : Quels sont les éléments dans un programme de fidélité qui engendrent de la frustration de votre part ?
- Quels sont, à vos yeux, les attentes et besoins auxquels un programme de fidélité doit répondre ?
 - Sous-question : Quels sont, à vos yeux, les éléments clé d'un bon programme de fidélité ?

▪ Conclusion

Avant de terminer ce groupe de discussion, j'aimerais vous demander si vous avez encore quelque chose à ajouter. Sinon, je tiens à vous remercier pour votre participation. Vos réponses seront d'une très grande aide pour mon mémoire, et plus concrètement pour la partie pratique de mon mémoire.

Annex 2: Transcription of the first focus group

M: Moderator

P1: Participant 1

P2: Participant 2

P3: Participant 3

P4: Participant 4

P5: Participant 5

P6: Participant 6

G: Group

M : Bonjour à tous.

Voilà, tout d'abord merci pour votre participation dans ce groupe de discussion.

Les éléments que vous apporterez lors de cette discussion seront d'une grande aide pour mon mémoire qui porte sur les programmes de fidélité et plus précisément sur ce qui pousse les consommateurs à participer dans un programme de fidélité. Un programme de fidélité est tout dispositif marketing qui vise à fidéliser le consommateur en le récompensant pour ses visites ou achats avec divers avantages tels que des réductions, promotions, accès prioritaire à des produits et ainsi de suite.

L'objectif principal de cette discussion vraiment est de connaître votre opinion en tant que consommateur au sujet des programmes de fidélité. Ainsi, les questions sont essentiellement axées sur vos expériences, vos motivations ainsi que votre processus de décision quant à la participation dans un programme de fidélité.

Pour faciliter la discussion, je vous demande de parler relativement fort et une seule personne à la fois. Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses. Il s'agit vraiment de connaître votre opinion et d'avoir des points de vue différents. Le but est pas non plus de parvenir à un consensus mais d'avoir une discussion riche et diverse. Voilà, mon rôle est de mener la discussion en posant les questions et d'écouter, je vous invite donc plutôt à discuter entre vous. Il est important que chacun parle pour que j'aie l'avis de chacun, il se peut donc que je demande à certaines personnes de s'exprimer d'avantage si je vois qu'ils n'ont pas eu la parole.

Voilà, je vais enregistrer cette discussion afin de pouvoir la transcrire par après. Lors de la rédaction du compte rendu, vos noms seront remplacés par des noms fictifs afin de respecter votre anonymat.

Avant de commencer, je propose qu'on **fasse un tour de table pour que chacun se présente et qu'on apprenne un peu à se connaître.** Donc je vais commencer. Je m'appelle Maïté, j'ai 25 ans, et je suis en 2^e année de master en gestion à l'UCL. Sinon j'aime bien lire, voyager, et passer du temps avec mes amis.

P1 : Moi je m'appelle David, j'ai 23 ans, je fais des études à l'EPHEC et je bosse à côté au Quick. Sinon, j'aime bien sortir avec des amis

P2 : Moi, c'est Lisa, j'ai 27 ans, et je travaille dans une petite entreprise dans le marketing. J'aime bien lire, cuisiner et aller courir.

P3 : Moi, c'est Tina, j'ai 24 ans, et je suis aussi en master de gestion. Ma passion, c'est le voyage.

P4 : Moi, c'est Alex, j'ai 25 ans, et je suis en dernière année d'architecture, et c'est aussi ça ma passion, et voyager aussi.

P5 : Moi, je m'appelle Christophe, j'ai 30 ans, et je suis vendeur en informatique. L'informatique c'est ma grande passion, et sinon, j'adore le mountain bike aussi.

P6 : Moi, c'est Valérie, j'ai 23 ans, j'ai fait des études en gestion et actuellement, je suis à la recherche d'un emploi. Ma passion, c'est l'art.

M : Parfait, je vous remercie. Avez-vous encore des questions ?

G : Non.

M : Ok, donc on va commencer avec la première question alors. Quels sont les programmes de fidélité dans lesquels vous êtes inscrits et quels sont les programmes que vous préférez ? Vous pouvez aussi montrer vos cartes de fidélité et donner un ordre de classement parmi les programmes dans lesquels vous êtes inscrits.

P1: Ca dépend vraiment du programme dans lequel on est inscrit. Si c'est Carrefour et Delhaize, c'est intéressant au niveau des points que tu peux avoir pour obtenir des casseroles et ainsi de suite, ce qui est intéressant pour le ménage, pour la vie de tous les jours. Et si c'est Spotify et c'est pour gagner plus de l'argent sur l'abonnement que tu as, par exemple avec un mois gratuit, c'est intéressant aussi ce qu'ils font pour l'instant. Et il y a la même chose avec le concurrent. Ça permet de voir un peu les différences entre les deux concurrents par rapport aux promotions qu'ils peuvent donner.

M : Donc, est-ce qu'en général tu es inscrit à plusieurs programmes pour une même sorte de magasin ?

P1 : Oui d'office.

P2 : Oui, moi aussi. Par exemple, je pense aux magasins de parfumerie ou aussi pour mon lunch, genre Exki, Foodmaker, j'ai différentes cartes de fidélité. C'est aussi parce que j'aime bien changer, au niveau alimentation maintenant, pas parfumeries, là c'est vraiment pour comparer les prix.

P3 : Moi j'ai seulement des cartes de fidélité dans les marques que j'aime bien. Je fais aucune comparaison, et généralement je vais regarder s'il y a des baisses de prix ou pas, par exemple via newsletter ou en ligne.

P2 : Oui ça aussi c'est pratique, pour justement comparer s'il y a des offres spéciales et tout ça.

P4 : Moi j'ai Booking et Abercrombie.

P6 : Moi j'ai Delhaize, Yves Rocher et je suis inscrite sur un site pour avoir des promos pour des vacances. A l'époque, j'avais aussi Hunkemöller mais maintenant j'y vais plus, donc je l'utilise plus.

M : Et est-ce qu'il y a un programme que vous trouvez super pour n'importe quelle raison ? Est-ce qu'il y en a un qui fait vraiment la différence parmi ceux où vous êtes inscrits ?

P5 : Ça dépend. Les programmes où tu t'inscris sur internet sont différents par rapport à Carrefour et Delhaize par exemple. Quand t'es inscrit dans un programme de fidélité chez une parfumerie, c'est aussi différent de Carrefour et Delhaize.

M : Oui c'est vrai. Mais pour revenir à la question, vous n'avez pas un programme que vous trouvez meilleur que d'autres ?

P5 : Non, pour moi non. Ce sont tous les mêmes, t'as toujours certains avantages et inconvénients par rapport aux autres mais pour moi, c'est toujours la même chose.

P1 : Il n'y a pas vraiment de spécificité.

P2 : Moi, je sais pas pourquoi spécialement j'aimais bien, mais là où je prenais pendant mes heures de travail le lunch, à chaque dixième repas je recevais ma salade gratuitement. Celui-là je le préfère en fait.

P3 : Oui c'est ça. Pour le Guapa, les smoothies là, il y a la petite carte et donc on voit sa progression, et puis au dixième on a le jus gratuit.

P6 : Moi j'aime surtout celui de Delhaize, comme je reçois 5 euros pour 500 points accumulés.

M : Ah oui je vois. **Et quelles sont donc les raisons pour lesquels vous vous inscrivez dans un programme de fidélité ?**

P4 : Sur le site de fringues, c'est pour les réductions, parce qu'ils envoient des pourcentages. Et sur Booking, c'est pour avoir des hôtels plus ciblés. Sur Booking quand t'es inscrit, tu réserves beaucoup chez eux, ils te font des offres ciblées. Par exemple, quand nous on va à Sydney maintenant, ils envoient des hôtels qui peuvent nous intéresser, qui sont dans notre budget. Et donc ça c'est intéressant. Mais là y a pas de réduction de prix, c'est juste une offre ciblée.

P2 : Moi parce que je vais souvent dans le magasin et que du coup je me dis ça vaut la peine.

M : Ok donc en fait t'es un consommateur régulier dans une boutique et c'est pour ça que tu t'inscris ?

P2 : Oui parce qu'au début quand je commençais à faire mes courses moi-même et à prendre des cartes de fidélité, je prenais juste toutes les cartes de fidélité. A la fin j'en avais trop et du coup, ça commençait à m'agacer. Et donc maintenant je fais vraiment attention à juste prendre les cartes dans les magasins où je vais régulièrement.

P1 : Moi il n'y a pas vraiment de spécificité. C'est juste normalement des programmes de fidélité en ligne où t'es obligé de t'abonner au site en ligne et donc t'es directement intégré au programme de fidélité et tu peux accéder directement aux promotions qu'ils proposent mais c'est surtout pour accéder aux produits ou services d'un magasin ou d'une marque quoi.

P3 : Pour moi, c'est quand je sais que je vais racheter dans le magasin. Par exemple, Amazon je suis abonné à la newsletter parce que je sais qu'il y aura des offres qui seront intéressantes quoi.

P5 : Moi personnellement, je ne fais pas attention à ces choses-là. Si on me le demande, oui je prends, mais si on ne me demande pas, je prends pas. Maintenant pour ce qui est en ligne, tu dois souvent d'office t'inscrire.

M : Et parmi les avantages qu'on vous offre, quels sont les avantages pour lesquels vous allez décider de vous inscrire ? Est-ce que c'est plus pour les promotions, ou plutôt l'accès à des produits avant les autres consommateurs, quels sont les avantages qui vous attirent en fait ?

P1 : C'est plus par rapport au portefeuille, pour pouvoir faire des économies. Par exemple, Basic Fit quand tu t'inscris il y a des promotions souvent où t'as un mois voire deux mois gratuit en fonction de la saison. Et ça ça peut être intéressant, de te dire que tu vas économiser pour pouvoir tester des produits avant de vraiment devenir abonné mais dans le genre abonné où tu vas payer pour ce que tu vas prendre.

P2 : Pareil pour moi. S'il y a des économies, alors je m'inscris.

P5 : C'est également aussi pour moi. Mais je trouve que, par exemple Delhaize et Carrefour, ce qui est bien, si maintenant t'as dépassé plus de 500 points, tu reçois un bon d'achat de 5 euros. Je trouve ça pas si mal que ça.

P6 : Oui moi c'est pareil. C'est pour avoir des réductions ou promotions.

P1 : Par contre il y a un truc, c'est sympa pour les économies, mais quand tu vas au Delhaize et tu reçois un truc genre je sais pas moi, un baby phone alors que t'as pas de bébés, je trouve que les offres sont pas souvent intéressantes alors que les réductions de prix sont beaucoup plus intéressantes que des offres prises au hasard par rapport à ce qu'ils veulent vendre.

M : Donc tu préfères avoir une réduction de prix ou un bon d'achat que de recevoir des cadeaux gratuits ?

P1 : Oui parce que la réduction va d'office être ciblée sur ce que je vais acheter alors que les cadeaux j'en ai pas spécialement besoin.

P2 : Pareil, pareillement justement pour les magasins à grande distribution. Mais si c'est par exemple dans une parfumerie, j'aime bien aussi les petits cadeaux parce que les parfumeries c'est déjà plus qualifié, c'est pas comme je sais pas le supermarché par exemple, donc dans ce type de produits et de magasins, j'aime bien la surprise aussi, mais en général je préfère la réduction de prix.

M : Donc pour toi c'est aussi un moyen de découvrir beaucoup des nouveaux produits ?

P2 : Oui voilà.

P6 : Oui pour moi aussi, pour être au courant des nouveautés et tester des nouveaux produits.

P3 : Encore autre chose, par exemple moi je suis sur le programme de miles and more pour accumuler des miles pour les voyages pour avoir une réduction.

M : Ah oui, donc là t'es inscrit dans un programme qui regroupe plusieurs marques ?

P3 : Oui, plusieurs Airlines.

M : Et tu préfères ça ?

P3 : Oui parce que du coup il y a plus de chance que j'ai des miles, que j'accumule des miles quoi.

M : Et en fait, quelqu'un disait avant quand on lui proposait de s'inscrire dans un programme de fidélité, il s'inscrit simplement. Donc ça c'est ma prochaine question. **Comment prenez-vous la décision de vous inscrire ou non ? Est-ce que vous vous inscrivez automatiquement quand on vous le propose ou est-ce que vous faites une certaine réflexion avant de décider de vous inscrire ?**

P2 : Moi d'abord je réfléchis si je viens régulièrement dans ce magasin, parce que comme je disais, après j'ai 1500 cartes dans mon portemonnaie dont j'ai pas besoin. Et après je demande toujours si c'est payant ou pas, parce que des fois ils demandent un peu d'argent. Et ça c'est en fait mes deux étapes.

M : Donc si tu viens souvent et si c'est gratuit tu t'inscris ?

P2 : Oui voilà.

P6 : Moi aussi, je vais d'abord réfléchir. En fait, je me demande toujours si ça vaut le coup que je prenne ce programme si je ne viens pas souvent et puis si ça coûte quelque chose ou pas. Et après, je regarde aussi les avantages que le programme m'apporte par rapport à la normale.

P3 : Pareil. Si je viens souvent et puis aussi si c'est facile ou bien s'il faut que je remplisse un formulaire pendant 3 ans.

P2 : Oui ça c'est vrai, c'est un bon argument. Par exemple, Delhaize où je sais plus lequel, je me suis pas inscrite parce qu'après il fallait genre remplir le formulaire sur internet à la maison et donc c'était déjà trop.

M : Oui donc facilité d'inscription c'est aussi un facteur ?

P3 : Oui.

P2 : Oui.

P5 : En fait, je m'inscris pas vraiment dans chaque programme qu'on me propose, mais si c'est intéressant pour moi, si ça fait vraiment des économies. Par exemple, je regarde, je suis aussi inscrit dans la Fnac, c'est assez intéressant vu qu'à chaque achat tu reçois

d'office 5 euros en moins ou 5 %. Donc je m'inscris seulement si c'est intéressant pour moi.

P1 : Moi, ça rejoint aussi un peu ça. Moi je suis pas un acheteur impulsif, ni un habitué. Donc à part aller au Carrefour et Delhaize, je vais rarement acheter des produits spécifiques en fait, à moins que ce soit de la nourriture ou quelque chose de nécessaire. Donc c'est plutôt si je vais recevoir quelque chose directement ou pas. Donc si je vais recevoir une réduction directement sur ce que j'achète maintenant chez eux. Parce que je sais que je ne vais pas revenir souvent ou je vais peut-être pas revenir dans les 6 prochains mois.

M : Donc un programme de fidélité qui te dit que tu dois accumuler autant de points avant de recevoir quelque chose ça t'intéresse moins ?

P1 : Ça me bloque tout de suite parce que je sais que je sais pas moi, si je vais chez le gars qui fait des sandwichs et qui me propose après 10 sandwichs un sandwich gratuit, je vais jamais le prendre parce que je sais que je vais jamais arriver.

P4 : Moi je suis contre les cartes de fidélité, mais juste pour le principe de vie privée.

M : On va revenir sur ça encore.

P4 : Ok. Par contre, là j'ai craqué, j'ai pris une carte chez Autocenter Goedert au Luxembourg parce qu'en fait à 30 euros d'essence, ils me donnent un carwash gratuit. Donc j'ai craqué, si vous voulez, c'est hyper intéressant. Donc je trouvais ça intéressant, et ils demandaient pas d'adresse email et pas de numéro de téléphone.

M : Et ça rejoint aussi ce qu'on vient de dire avant. Tu as immédiatement en fait ton bénéfice.

P4 : Oui voilà mais c'est quelque chose qui est durable et claire pour moi et ça vaut d'office la peine. Au Delhaize, c'est débile, où tu dois attendre sur un très long terme et dépenser 500 euros pour avoir 5 euros. Ici, je dois payer mon carwash de toute façon, à chaque fois que je vais au Luxembourg, je mets un plein de toute façon, alors c'est hyper intéressant. Donc il faut vraiment que ce soit un intérêt figurant.

P1 : Faut que tu sens un bénéfice ponctuel et même à la limite si j'ai un bénéfice à chaque fois que je reviens, ça va me pousser à revenir.

M : Est-ce que vous pensez qu'instinctivement ou à l'intérieur de vous, vous faites une comparaison entre ce que vous donnez comme efforts et ce que vous en retirez comme bénéfices ou pas du tout ?

P4 : Bah, ça incite quand même à y aller. Par exemple, dans mon cas, je vais aller chez Goedert, je vais me déplacer jusqu'à chez eux juste pour profiter de leur offre, alors que j'ai des stations d'essence dans mon village. Donc je suis prêt à faire 15 kilomètres juste pour avoir ça.

M : Donc pour toi le bénéfice est plus grand que l'effort que tu dois faire ?

P4 : Oui exactement, c'est ça. Mais je pense que c'est rare, ça doit pas se faire beaucoup.

P2 : Si, moi je fais quand même ça. Par exemple au Delhaize, j'ai pas pris la carte de fidélité, parce que déjà il faut s'inscrire en ligne, et c'est pas tellement avantageux comme tu as dit. Et après, j'ai une carte de fidélité chez mon coiffeur et c'est justement aussi eux qui me font des tampons et genre la 5e fois je reçois 10 % et je vais toujours chez le même coiffeur et donc c'est aucun effort pour moi et je sais que je vais toujours y aller, donc ça me bénéficie. Et oui quand je travaille, je vais toujours manger dans les mêmes endroits et là aussi, c'est avec tampons où j'ai pas besoin de remplir un formulaire, il y pas d'effort et ça me bénéficie quand même.

P6 : Oui, je dirai aussi que je compare. En fait, je vais regarder les avantages et me demander si ça vaut la peine, ou si j'encombre mon portefeuille pour rien,

M : J'ai juste encore une question sur ce que tu disais avant. Tu disais je vais m'inscrire si je suis un client régulier. Donc tu dois déjà être avant un client régulier pour que tu t'inscrives ? C'est pas l'inverse ?

P2 : Je sais pas, mais oui, c'est pas la première fois quand je vais dans le magasin, que je vais tout de suite m'inscrire. Je vais d'abord voir si je vais revenir et puis je vais m'inscrire. Comme je disais avant, au début, quand je commençais à faire mes propres courses, là je m'inscrivais justement partout et du coup, je le fais plus à cause de ça. A la fin je trouve qu'on bénéficie pas si on va pas régulièrement.

M : Et pour rejoindre ce qu'on discutait avant, **quels sont donc les obstacles ou les éléments d'un programme qui vont vous retenir à vous inscrire ou même vous pousser à vous désinscrire d'un programme de fidélité ?**

P5 : Pour ce qui est de se désinscrire, ça serait parce qu'on a trop de cartes dans le portemonnaie. Maintenant on peut se désinscrire sur ce qui est le moins intéressant ou si on n'y va plus. Par exemple, j'ai une carte de fidélité chez un coiffeur où je vais plus, donc là je pourrai en effet me désinscrire. Par contre, si je vais souvent, je vais pas me désinscrire.

P6 : Pareil. Concernant les cartes, je vais refuser si je ne suis pas une habituée, si je sais que je ne viens pas, je sais pas, 2 fois par an dans le magasin. Alors ça prend la place dans le portefeuille pour rien.

P4 : Vous pensez qu'on peut se désinscrire ? Sérieusement ? Tu sais que si tu donnes ton adresse mail et ton numéro de téléphone à Carrefour, qu'un jour tu seras réellement désinscrit chez eux ?

P6 : C'est vrai que des fois j'arrivais pas à me désinscrire.

P1 : Tu peux te désinscrire directement par mail, c'est ce que j'allais dire justement.

P4 : Oui mais tu seras toujours dans la base de données.

P5 : Non non.

P3 : Non non.

P2 : Non, tu peux toujours demander.

P4 : C'est une question. Moi je me suis déjà désinscrit 1000 fois de certains sites et pourtant, j'arrive toujours à recevoir des mails d'eux. Jamais, les sites ou magasins désinscrivent leurs clients. Même si les clients se désinscrivent, ça leur prouve que les clients sont actifs et que le mail est actif. Et du coup, leur email vaut quelque chose. Ils vendent leurs emails, et si les gens se désinscrivent, leur email a plus de valeur car les gens sont actifs et ils tiennent à leur email.

P2 : Mais ça c'est une autre discussion.

P4 : Oui c'est vrai.

P2 : Moi je pense à Yves Rocher, là je me suis désinscrite, parce que je trouve qu'ils étaient trop agressifs. Ils envoyaient vraiment une fois par mois au moins genre par voie postale un bon de réduction ou je sais pas, des trucs, et je recevais plein de mails en plus des courriers à papier. Et donc au fil du temps, ça commençait trop à m'agacer et puis là je me suis désinscrite, parce que c'était trop.

P4 : Tu t'es désinscrite de la newsletter ou carrément du programme ?

P2 : Carrément du programme de fidélité.

P6 : Oui c'est vrai, j'ai aussi Yves Rocher, et ils abusent. Quand on reçoit 2 mails par jour, c'est trop, c'est trop oppressant.

M : Donc vous vous sentez un peu harcelé en fait ?

P5 : C'est vrai qu'il y a des magasins ou même des sites internet qui te harcèlent à acheter.

P4 : Colruyt fait ça.

P5 : Colruyt, 3 suisses, ...

P4 : Si tu te désinscris chez Colruyt, tu continues à avoir des publicités dans la boîte à lettre. C'est pour ça que je me demandais si on peut vraiment se désinscrire. Ils ont en rien à faire, j'ai déjà téléphoné, envoyé des mails.

P5 : C'est vrai que dans ce cas, ce serait bien de pouvoir se désinscrire définitivement parce que c'est vraiment un harcèlement. On reçoit autant de mails, ça remplit la boîte mail, et tu les regardes mêmes pas les mails en plus.

M : Donc trop d'informations ou juste trop de contact ça vous pousse à vous désinscrire ? Et comme on disait avant, vous voulez pas vous inscrire dans trop de programmes de fidélité à cause de la vie privée ?

P6 : Oui exact.

P4 : Oui c'est clair, en fait il faut pas se voiler la face. Si vous vous inscrivez au Carrefour et que à un moment, tu vas acheter des couches pour bébés, ils vont savoir que t'es enceinte et ils vont cibler ta publicité. En fait, t'as plus aucune vie privée et ton mail, c'est

devenu injuste. Pour moi, c'est quelque chose, je tiens à ma vie privée, c'est pour ça que j'ai 2 mails, un pour donner, un pour moi. Et aussi pour le numéro de téléphone, je déteste le démarchage téléphonique. Et je sais que tous les spams, les démarchages téléphoniques, ça se passe par les cartes de fidélité. C'est le début. Pour moi, tout en base de la chaîne, c'est les cartes de fidélité, c'est eux qui revendent des données, et je suis complètement contre ça, je suis complètement contre qu'un magasin sache ce que j'achète ou dans quel état je suis, hors de question. C'est quelque chose qui me freine complètement.

P6 : Oui moi aussi je crois que les données personnelles sont données à d'autres entreprises via des bases de données. Là encore, avant, je viens d'avoir un appel justement de quelqu'un qui essayait de me vendre un truc et j'ai horreur de ça. Aussi je viens d'y penser, ce qui m'énerve, c'est quand je reçois des mails ou des promos qui me concernent pas ou qui m'intéressent pas.

M : Justement, si de toute façon tu reçois des offres, est-ce ce que tu préfères pas avoir des offres qui sont ciblées à ton profil que des offres qui n'ont rien à voir avec toi ?

P4 : Non. Je préférerais même, limite je préférerais même payer le prix normal que d'avoir une offre et de savoir que des purs inconnus connaissent ma vie en détail.

M : Ok c'est intéressant. Est-ce qu'il y a d'autres raisons pour lesquelles vous vous inscrivez pas ?

P1 : Non, moi je rejoins plus ou moins ce qu'il dit ou bien, s'il faut payer pour avoir un upgrade.

P5 : Oui c'est correct.

P1 : S'ils envoient vous devez payer autant pour avoir un upgrade, t'es là en mode mais je suis le même client que tout le monde et je vais acheter aussi, pourquoi est-ce que je dois payer en plus pour avoir un upgrade ? Ça me bloque.

M : Et un programme de fidélité où l'inscription coûte quelque chose, vous vous inscrivez d'office pas ?

P6 : Non.

P2 : Je m'inscris pas.

P1 : Non c'est pas normal.

P5 : Non c'est pas normal du tout, si on veut que tu sois client chez eux, pourquoi payer ? Franchement, c'est un peu bête aussi.

M : Donc pour les raisons qui vous retiennent à vous inscrire, c'est tout ce qui est lié à votre vie privée et le coût ?

P2 : Et puis aussi, s'il y a beaucoup de démarches à suivre.

P1 : La lourdeur administrative. Comme elle disait, si tu dois remplir tout un formulaire, ça va pas.

P4 : Moi ça m'a jamais freiné quand même.

P2 : Ah oui ?

P4 : Tu serais capable de passer à côté d'une offre juste parce que t'es trop feignante pour remplir un formulaire ?

P2 : Oui.

P5 : Ca dépend aussi, si t'as 5 pages à remplir, ça me donne pas envie non plus. 1 page limite, ça me dérange pas, il leur faut ces informations, mais y en a qui exagèrent.

P2 : J'avoue c'est aussi le truc, parce que je crois justement chez Carrefour, tu devais rentrer chez toi et le faire à la maison alors que si c'est un formulaire d'une page que je remplis tout de suite là au magasin pendant que je paie, ça va, le temps que j'attends qu'elle fasse mon paiement ou je sais pas quoi, je peux remplir le formulaire. Mais après, je sais que j'ai eu des cartes de fidélité dans le magasin qu'on me dit, tu dois rentrer chez toi et c'était aussi chez Hunkemöller, la même chose, tu dois rentrer chez toi, tu dois remplir le formulaire et même le temps que je rentre chez moi, je fais d'autres choses et puis ...

P1 : Et puis t'as déjà oublié.

P2 : Oui, c'est ça.

P5 : De toute façon la plupart des magasins, tout ce qu'ils ont besoin c'est le nom, prénom, âge et adresse. C'est tout.

P4 : Non non non. Ils demandent tous le numéro de téléphone et l'adresse mail.

P5 : Oui mais bon tu peux refuser de donner ça.

P4 : Non ils prennent pas quand tu mets pas d'adresse mail.

P5 : Alors tu refuses.

P4 : Bah oui. On revient au sujet de la vie privée. T'es forcé à donner tes informations.

M : J'ai encore une autre question par rapport à ça. Le fait que la carte soit en papier ou en digital, est-ce que ça joue pour vous ?

P3 : Oui.

P5 : Le plus idéal ça serait de pas avoir de cartes, de pas avoir de papier, rien du tout. Tu vas au magasin, tu dis ton nom, basta.

P4 : Ça existe.

P5 : Non, mais des fois tu reçois aussi des cartes et tout ça, et tu te sens obligé de les prendre, parce que soit ils te trouvent pas dans l'ordinateur, soit ton nom est mal inscrit, y a chaque fois un problème quand tu donnes ton nom. Donc t'es obligé d'avoir une carte.

P1 : Ça dépend la carte je trouve, si la carte a une utilité ou pas. Si c'est juste une carte pour montrer, montrer que t'es fidèle, ça sert à rien.

P5 : Quand je regarde par exemple chez Nespresso, t'es obligé d'avoir la carte. Si tu n'as pas la carte, tu ne peux pas monter dans toutes les étages dans leur boutique. Je trouve ça un peu bête, t'es un client comme tous les autres.

M : Oui justement, on rejoint un peu la question d'avant. Tu dis si tu n'as pas cette carte, tu peux pas monter dans tout le magasin. Est-ce que ça provoque chez toi l'effet contraire, tu es frustré ?

P5 : Si maintenant j'ai envie d'acheter une nouvelle machine, je devrai la commander en ligne au lieu d'aller la chercher en magasin.

P4 : Mais il y a pas moyen. S'ils te laissent pas entrer parce que t'as pas une carte, c'est pas possible.

P1 : C'est ce qu'on parlait avant avec les upgrades où tu dois payer pour arriver à quelque chose d'autre.

M : Donc est-ce que des programmes de fidélité avec plusieurs catégories ou statuts où il faut par exemple accumuler des points pour arriver à la catégorie ou le statut au-dessus provoquent un sentiment de frustration chez vous ou bien vous incitent à accumuler des points ?

P3 : Non, frustration.

P1 : Moi je me casse tout de suite et je mets une mauvaise note. Tu devrais pouvoir accéder à tous les produits.

P4 : Je trouve qu'un achat en magasin est différent de par exemple miles and more. Je trouve que c'est pas normal de refuser l'accès en magasin mais pour miles and more, c'est autre chose.

P3 : Maintenant qu'on parle de miles and more, là j'ai aussi une carte et je préfères les cartes digitales, car les cartes en papier, généralement je les mets à un endroit et je les perds.

P2 : Je dois dire que mon système préféré est le truc où tu reçois après 10 fois que t'y étais une réduction. Et ça souvent, c'est en papier, ça j'aime bien. Après, dans le digital, j'ai quelques abonnements où ils m'avertissent par mail s'ils ont des réductions. Donc je dois aller voir mes mails pour être au courant. Et moi j'ai comme tu disais aussi un deuxième adresse mail où je fais mes programmes de fidélité et je les consulte pas souvent en fait. Du coup, quand j'y vais une fois tous les mois ou tous les 2 mois, j'ai raté la réduction ou la promotion. Du coup ça me sert à rien en fait. Donc moi je suis plutôt quand même en faveur du papier.

P1 : Dans un autre sens, il y a aussi l'empreinte écologique de l'entreprise quand ils donnent une carte en papier à tous les clients.

P4 : Ils devraient tellement faire une application où t'as genre un digi code. Comme ça quand tu veux t'inscrire en magasin, tu scannes le digi code et t'es inscrit dans le programme de fidélité et t'as tout dans ton application.

M : Mais il existe une application où tu peux regrouper toutes tes cartes de fidélité.

P4 : Mais moi je parle pour s'inscrire. Tu scannes juste pour t'inscrire.

P1 : Et puis ils ont accès à toutes tes infos ?

P4 : Mais non, toi tu crées ton profil et tu mets tout ce que tu veux.

P1 : Ça rejoint ce que tu disais de la vie privée après.

P4 : Mais non, parce que tu peux limiter ton accès, tu dis moi je mets mon deuxième mail, donc je mettrai pas mon mail principal ni mon numéro de téléphone. Et du coup, ça serait plus intéressant.

M : Justement, ça mène à ma dernière question. **Pour vous, quels sont les éléments clé qu'un programme de fidélité doit avoir pour qu'il soit réussi ? Si vous devez imaginer le programme de fidélité parfait, il ressemblerait à quoi ?**

P1 : Si on peut résumer ce qu'on a dit, je pense que c'est simple, pratique, digital.

P5 : Pas autant d'informations à donner. C'est ta vie privée, ça regarde pas tout le monde.

P1 : Et un avantage immédiat.

P4 : Si j'étais sûre qu'ils garderaient le mail en interne, et qu'ils respecteraient la vie privée et qu'ils n'envoieraient pas de mails si je demande pas de mail, et qu'ils gardent le mail, je m'inscrirai beaucoup plus. J'ai vraiment peur que mon mail soit diffusé et que du coup, ça me pourrisse ma boîte mail. C'est vraiment ça. Chacun a une boîte mail qui est quand même importante, surtout en ce moment avec la recherche de job. Les spams, je déteste ça. Et donc si j'avais pas autant peur que les sociétés vendent nos données personnelles, je m'inscrirai plus.

P6 : C'est pareil pour moi. Pour moi, c'est vraiment important que les données personnelles ne soient pas diffusées et que les newsletters, les offres par mail, soient dosées pour pas trop m'embêter. Et puis après, faut aussi que les avantages doivent me

concerner. Par exemple, une promo sur le jardinage va pas m'intéresser parce que j'ai pas de jardin.

P3 : Oui, faut que ce soit ciblé. Et aussi, s'ils mettent des étapes, que c'est facile à arriver à la prochaine étape et de pas devoir faire mille trucs. Généralement, la barre est trop haute. Tu as l'impression que t'arrives jamais atteindre la récompense.

P1 : Je pensais aussi, un des trucs qui serait un avantage, c'est d'avoir des réductions groupe, c'est-à-dire de pouvoir faire profiter tes potes par rapport à ta carte de fidélité. Ça pourrait aussi intéresser le magasin en soi. Si c'est un magasin qui m'intéresse à moi, vu mes relations, je vais avoir des personnes qui me ressemblent et donc en soi, si je peux en faire profiter mes potes, je pense que ça serait intéressant aussi.

M : T'as ça avec Carrefour quand tu t'inscris, tu reçois par exemple 3 cartes pour un compte. Ainsi quand t'es en colocation et que tu partages tes courses, chacun a une carte mais les points sont accumulés. Donc ça rejoint un peu ça.

P2 : Moi mon système préféré, comme je l'avais dit, c'est vraiment le truc où tu reçois gratuitement quelque chose si tu vas autant de fois. T'as pas besoin de remplir quelque chose, t'as pas besoin de donner des informations privées. Tu sais ce qu'il t'attend, tout le monde est considéré également et voilà.

P3 : Et tu peux mettre plusieurs personnes sur la carte.

P2 : Voilà ça aussi. En plus, souvent ils disent même, si je vais avec mes collègues et qu'ils n'ont pas de carte, ils demandent si je veux qu'ils mettent leur truc sur ma carte.

M : Quelqu'un d'autre a encore quelque chose à ajouter ? Une remarque à faire ?

P5 : Non.

P4 : Non.

P1 : J'ai peut-être un bête truc, je sais pas si c'est important, par exemple chez Quick t'as la business card. T'as ton programme de fidélité qui est lié avec ton boulot. Donc si ton entreprise a payé, tu as directement accès à la carte de fidélité. Si je suis dans une entreprise, je vais recevoir une carte de fidélité directement à travers mon entreprise pour avoir des réductions par après. Et je trouve ça positif pour les employés.

M : Est-ce que ça intéresse les employés d'avoir automatiquement des cartes de fidélité dans lesquelles ils seraient pas forcément intéressés ?

P1 : C'est toujours un avantage.

P4 : C'est vrai. Genre je connais une fille qui a eu une carte par son employeur et qui donne plein d'avantages. Et elle va que chez Planet Parfum maintenant alors qu'avant elle allait chez Sephora. Elle a carrément changé de parfumerie.

M : Ça va un peu à l'encontre de ce que toi tu disais avant. Toi pour t'inscrire, tu dois être un client régulier. Bah elle, elle est devenue un client régulier suite aux avantages qu'elle a eu même si c'est pas elle-même qui s'est inscrite.

P2 : Dans son cas, j'aurai changé aussi. C'est quand même le même type de magasin, tu sais ce qui t'attend et t'as les réductions gratuitement. Moi je vais plus souvent chez Paris 8 au lieu d'une autre parfumerie, mais je sais pas te dire pourquoi je vais plus souvent chez Paris 8. Je t'avoue que je sais même plus pourquoi en fait, ça fait tellement longtemps que je vais chez eux, que je saurai même plus te dire si c'est vraiment plus avantageux.

P4 : Maintenant c'est vrai que les sociétés peuvent pousser les employés à consommer différemment.

P1 : Là il y a aussi un certain critère de paresse. Tu reçois directement l'avantage, tu dois pas te déplacer, tu dois pas aller jusqu'à là-bas.

P5 : Moi ce que je trouverais encore intéressant, c'est de recevoir un seul programme de fidélité qui est valable pour toute une rue ou un centre de shopping.

P2 : Mais alors ça doit être dans toute une rue. Parce que si après il y a genre que quelques magasins qui participent, ça devient compliqué.

P5 : Je sais qu'au Luxembourg, il y a une zone piétonne où ils ont un programme avec une carte de fidélité pour tous les magasins, et ça je trouve très intéressant.

P4 : Ça revient un peu à ce qu'on disait avant avec la digitalisation où tu peux juste scanner un code et t'es automatiquement inscrit. Ça serait beaucoup plus simple.

P3 : Mais ça veut dire avec ton système, c'est le même programme de fidélité pour tous les magasins de la rue ?

P5 : C'est un même programme, tu remplis ta carte d'autant de points, et t'as un avantage dans un magasin, et au fur et à mesure que tu remplis ta carte tu as plus d'avantages dans les magasins.

M : C'est un peu comme miles and more où il s'agit d'accumuler des points dans différentes compagnies aériennes et après tu peux les utiliser pour différents magasins.

P3 : C'est quand même pas mal ça.

P5 : Je trouve ce système-là plus intéressant, t'as plus de choix.

P4 : Je sais pas, t'as des réductions sur les tickets d'avion mais après pour les lounges et tout ça, je sais pas ...

P1 : Par contre des systèmes avec plusieurs magasins ou compagnies aériennes, ça pousse à acheter. Tu sais que tu vas avoir des promotions et alors tu achètes plus.

P2 : En même temps c'est le but des programmes de fidélisation.

P5 : Moi personnellement non, car je sais que je vais revenir une fois de toute façon.

P2 : Au début justement, moi je tombais toujours dans le piège quand je commençais à faire mes dépenses moi-même. Je me disais ah juste 5 points en plus et j'ai des réductions ou j'ai un petit cadeau, et alors je regardais dans le magasin s'il y avait pas un truc dont j'avais envie. Maintenant, je le fais plus, mais c'est facile de tomber dans le piège.

P4 : Il y a des trucs de fidélité qui poussent vraiment. Chez Carrefour je pense, ils font parfois des timbres et t'accumules des timbres et c'est trop bien. Tu t'inscris nulle part, ça c'est super bien. Et ils te donnent des timbres et j'ai déjà fait plusieurs fois des courses à cause de ça. J'ai acheté une valise de marque chez Carrefour et des couteaux de Delhaize. Je pense que les timbres fidélisent une clientèle qui est pas vraiment fidélisée. Nous on allait toujours au Delhaize parce que le Delhaize est juste à côté de chez nous. Et quand je voulais avoir ma valise qui valait 200 euros au magasin et ils la vendaient à 60 euros si j'avais 100 timbres, donc 100 euros d'achat, c'est pas grande chose. Et du coup ça me poussait à venir au Carrefour, juste parce que je voulais cette valise. C'était une sorte de fidélisation temporaire. Pour moi, ça me correspondait vu que je me suis pas engagé sur quelque chose, j'ai pas donné des informations. Ils ont réussi à me fidéliser, temporairement au moins.

P3 : Oui c'est ça, au moins t'as dépensé de l'argent chez eux.

P5 : C'est aussi assez intéressant ça.

P1 : Moi ce qui me bloquerait aussi, c'est la fidélisation géographique, c'est-à-dire si c'est que dans un magasin dans une certaine région. Si c'est une fidélisation sur tout le pays, là ça m'intéresse.

M : Oui je comprends.

P1 : Ça répond à tes questions ?

M : Oui parfait. Est-ce que vous avez encore des commentaires ou remarques ?

G : Non.

M : Alors je pense qu'on peut clôturer cette discussion. Je vous remercie pour votre participation active.

Annex 3: Transcription of the second focus group

M: Moderator

P1: Participant 1

P2: Participant 2

P3: Participant 3

P4: Participant 4

P5: Participant 5

P6: Participant 6

G: Group

M : Bonjour à tous.

Voilà, je vous remercie pour votre participation dans ce groupe de discussion. Les éléments que vous apporterez lors de cette discussion seront d'une grande aide pour mon mémoire qui porte sur les programmes de fidélité et plus précisément sur ce qui influence les consommateurs à s'inscrire et participer dans un programme de fidélité. Un programme de fidélité est tout dispositif marketing qui vise à fidéliser le consommateur en le récompensant pour ses visites ou achats avec divers avantages tels que des réductions, promotions, accès prioritaire à des produits et ainsi de suite.

L'objectif principal de cette discussion est vraiment de connaître votre opinion en tant que consommateur au sujet des programmes de fidélité. Ainsi, les questions portent principalement sur vos expériences, vos motivations ainsi que votre processus de décision quant à la participation dans un programme de fidélité.

Pour faciliter la discussion, je vous demande de parler relativement fort et une seule personne à la fois. Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses. Il s'agit vraiment de connaître votre opinion et d'avoir des points de vue différents. Le but est pas non plus de parvenir à un consensus mais d'avoir une discussion riche et diverse. Mon rôle est de mener la discussion en posant les questions et d'écouter, je vous invite donc plutôt à discuter entre vous. Il est aussi important que chacun parle pour que j'aie l'avis de chacun, il se peut donc que je demande à certaines personnes de s'exprimer d'avantage si je vois qu'ils n'ont pas eu la parole.

Ah oui, je vais enregistrer cette discussion afin de pouvoir la transcrire par après. Lors de la rédaction du compte rendu, vos noms seront remplacés par des noms fictifs afin de respecter votre anonymat.

Je propose qu'on fasse un petit tour de table pour se présenter, histoire de se connaître un peu. Donc je vais commencer. Je m'appelle Maïté, j'ai 25 ans, et je suis en 2^e année de master de gestion à Louvain. Sinon dans la vie, j'aime bien lire, voyager, être dans la nature, et passer du temps avec mes amis. Qui veut continuer ?

P1 : Moi je veux bien. Donc moi je m'appelle Lena, j'ai 26 ans, je suis psycho motricienne et je suis indépendante. Dans mon loisir, j'adore faire la cuisine, faire du sport, aller à des festivals et simplement bouger.

P2 : Moi, c'est Caroline, j'ai 59 ans, j'ai travaillé à la banque et maintenant je suis retraitée. Je suis pas encore très longtemps en retraite, donc je dois trouver des nouveaux hobbies. Mais sinon, j'aime les animaux et j'aime le jardinage.

P3 : Je m'appelle Sandra, j'ai 25 ans, et je suis logopédiste, aussi indépendante. Dans la vie, je suis un peu passionnée par tout ce qui est maquillage, mais sinon j'adore aussi faire du sport et être entre amis.

P4 : Moi, c'est Chiara, j'ai 32 ans, et je suis institutrice. Dans la vie, j'aime faire du sport, surtout du yoga et fitness, et j'adore aussi voyager.

P5 : Moi, c'est Lisa, j'ai 25 ans, et je suis éducatrice graduée. Dans mon temps libre, j'adore relaxer, sortir avec mes amis, et faire des promenades avec mon chien aussi.

P6 : Alors, moi c'est Gabrielle, j'ai 23 ans, et je suis actuellement à la recherche d'un emploi. Sinon, j'adore être dans la nature, faire des randonnées, de l'escalade, et aussi passer du temps avec mes potes. Et aussi, voyager et découvrir des nouveaux endroits, c'est ma passion.

M : Ok cool. Avez-vous encore des questions ?

G : Non.

M : Donc on va commencer tout de suite. La première question c'est dans quel type de programme de fidélité êtes-vous inscrits et est-ce qu'il y a un programme de fidélité que vous préférez parmi ceux où vous êtes inscrits ? Donc est-ce que vous pourriez juste brièvement décrire les programmes dans lesquels vous êtes inscrits et indiquer si vous avez une préférence parmi ces programmes ? Vous pouvez également montrer vos cartes de fidélité si vous voulez.

P1 : Je pense que les cartes des supermarchés, des grandes surfaces, sont les principales, celles qui sont les plus connues, par exemple au Luxembourg la carte Cactus et en Belgique la carte Carrefour, Delhaize.

P2 : Oui, c'est ce que je dirais aussi.

P1 : C'est celle qu'on utilise tout le temps.

P3 : Oui, je dirai que genre tout le monde a une carte de fidélité pour au moins un supermarché, juste pour l'avoir.

P2 : Oui, comme au Cactus par exemple, ils attirent les gens avec des cadeaux de qualité et une fois que t'as commencé à accumuler des points dans un supermarché, tu vas retourner là-bas, même si tu veux peut-être aller dans un autre une fois, t'y vas pour avoir tes points.

P4 : Non, moi je vois ça pas comme ça. C'est plutôt comme ça, je vais dans un magasin parce qu'il me faut quelque chose de ce magasin ou parce que je suis simplement dans les parages, et puis eux ils arrivent et me disent que tu peux avoir ça et ça avec la carte, ou si vous achetez deux trucs, vous recevez un gratuit. Et puis je commence à réfléchir, est-ce qu'il me faut ça, oui ou non, et puis c'est fait. Comme cartes, j'ai principalement des cartes de magasins d'alimentation ou de vêtements.

P3 : Moi j'ai plutôt des cartes dans des parfumeries, comme Sephora, Douglas, Planet Parfum.

P5 : Moi je suis vraiment attirée par les produits de Cactus, par exemple les verres de Ritzenhoff en ce moment, ou les produits Rituals.

P4 : Vraiment ?

P5 : Oui, ça m'intéresse beaucoup. Et donc pour répondre à la question, j'ai aussi surtout des cartes des supermarchés, et des boutiques de vêtements.

P2 : Oui moi aussi j'aime vraiment le programme de Cactus, leurs promotions. Sinon comme les autres, j'ai principalement des cartes dans des supermarchés, grandes surfaces, et magasins de vêtements. Ah, et aussi des parfumeries.

P6 : Moi, c'est plutôt les trucs de vacances, par exemple, les sites pour réserver des vols ou des newsletters d'aéroports pour pas rater de promos. Sinon je suis aussi inscrite chez Booking, où je reçois des réductions si je réfère quelqu'un, et je reçois également des petits avantages si je réserve beaucoup, c'est encore sympa mais bon faut aussi pouvoir se permettre des vacances pour en profiter. Ah et Amazon aussi, mais là il y a pas autant d'avantages, ils t'informent plutôt pour les réductions que tu peux avoir qu'autre chose.

P1 : Oui, je suis aussi inscrite chez Amazon. Et puis comme les autres aussi, j'ai des cartes pour les supermarchés, grandes surfaces, les magasins de vêtements, et aussi des magasins de décoration.

M : Donc pour récapituler, on a les grandes surfaces, les supermarchés, les parfumeries, les magasins de vêtements, les magasins de décoration, les sites pour les vacances, et Amazon ?

G : Oui.

M : Et est-ce qu'il y a un programme que vous préférez ? Avez-vous certains types de programme que vous préférez ? Par exemple des programmes où vous accumulez des points pour avoir des réductions ou des programmes avec des cadeaux gratuits ?

P1 : Non, pas vraiment.

P6 : Moi non plus.

P5 : Moi, comme je disais avant, j'aime vraiment bien le programme de fidélité de Cactus à cause des produits. En gros, ce qu'ils font, c'est qu'on accumule des points et alors ils font régulièrement des promos où on reçoit des timbres, et si on a un certain nombre de timbres et de points, on peut les utiliser pour avoir des produits, comme par exemple maintenant les verres Ritzenhoff. Et ce sont toujours des produits de qualité, c'est ça que je trouve sympa.

P2 : Oui, moi aussi. Et pour les parfumeries, j'aime bien le programme de Paris 8 où je reçois à chaque achat une réduction.

P4 : Moi je préfère les programmes avec les points en général. Parce que si par exemple tu dois acheter un certain nombre de produits pour avoir quelque chose et que t'as un produit en moins, alors je me sens obligée de devoir encore acheter quelque chose. Je pense que tu bénéficies plus avec des programmes où tu dois accumuler des points, au tout cas c'est ce que moi je pense.

P6 : Et t'oublies pas d'utiliser ces points ?

P4 : Non, et puis ils te font y penser parce que eux aussi ils veulent vendre.

P1 : Je viens d'y penser. J'ai aussi des cartes pour des endroits où je vais chercher mon repas de midi des fois, genre des sandwicheries ou des petits restos. Et il y en a où j'ai une carte et à chaque fois que j'y vais je reçois un tampon et après 10 tampons, je reçois un truc gratuit ou une réduction. Et je dois dire, ça je trouve sympa comme programme, parce que c'est simple et j'y vais souvent.

P5 : Ah oui, c'est vrai, je connais ça, j'avais aussi des cartes comme ça quand j'étudiais encore et que j'allais souvent acheter mes sandwiches au même endroit.

P2 : Moi aussi, j'étais une fois inscrite dans un programme comme ça, chez un institut de beauté je pense, mais il y avait une date d'expiration, donc il fallait y aller 10 fois durant une certaine période, genre 6 mois, je sais plus exactement. Bref, j'y allais pas aussi souvent, et donc en fait, j'ai jamais profité.

P1 : Oui c'est vrai que s'il y a une date limite, c'est moins intéressant.

M : Et pour vous, quelles sont alors les raisons principales pour lesquelles vous vous inscrivez ?

P3 : Les réductions.

P5 : Pour moi aussi, c'est pour les réductions.

P2 : En fait, quand t'es au magasin, ils te demandent si t'as une carte et si t'en as pas, ils te la proposent et alors tu te laisses souvent persuader.

P3 : Oui, et souvent, il y a alors dans ce moment-là une promotion. Par exemple, ils te demandent si t'as une carte et si tu dis non, alors ils te la proposent et te disent qu'il y a une promo spéciale où tu reçois tout de suite une réduction de 5 euros ou des pourcentages si tu t'inscris. Et alors tu te dis, ok alors je vais la prendre parce que je dois juste donner mon nom et puis j'ai une réduction.

P5 : Et souvent aussi on reçoit quelque chose pour son anniversaire, soit un bon d'achat ou une réduction. J'ai vu ça déjà dans les parfumeries, mais aussi des hôtels ou des boutiques de vêtements et je trouve ça sympa. Je sais pas, on se sent un peu spécial alors.

P3 : Oui je trouve aussi que des offres comme ça pour l'anniversaire, c'est sympa comme geste, y a pas toutes les marques qui le font.

P6 : Ah oui, maintenant que tu le dis, je suis aussi dans des programmes de fidélité d'hôtels.

P1 : Moi aussi, je m'inscris au final surtout pour économiser.

M : Donc vous vous inscrivez principalement pour épargner de l'argent ?

P1 : Moi oui.

P3 : Oui, en soi, c'est toujours pour économiser de l'argent.

P2 : Oui par exemple, chez Cassis, si j'achète pour plus de 100 euros, je reçois d'office une réduction et j'aime bien ça. Mais des fois on a aussi pas le choix. Par exemple, quand je commande quelque chose sur un site internet, je m'inscris pas dans le programme de fidélité mais quand même, je reçois des newsletters avec des promos ou je sais pas quoi.

M : Et il n'y a pas d'autres raisons, comme je sais pas, par exemple découvrir des nouveaux produits ?

P2 : Non, pas pour moi.

P3 : Moi je dirai plutôt que c'est un chouette effet secondaire des programmes de fidélité, mais c'est pas forcément la raison principale pour laquelle je vais m'inscrire. C'est comme, je suis membre du programme de fidélité de Rituals, et alors je reçois des mails pour m'informer sur des nouveaux produits et aussi pour des événements dans leurs boutiques qui sont exclusivement pour les membres, et même si je suis pas encore allée,

je trouve l'idée vraiment chouette. Par contre la livraison gratuite pour les membres était une des raisons pour lesquelles je me suis inscrite.

P5 : Maintenant que tu parles d'événements, moi je suis inscrite dans un programme d'une boutique de vêtements où il y a chaque mercredi une promotion pour les membres du programme, c'est en quelque sorte un événement pour les membres, et j'adore ce concept. J'avais complètement oublié ce programme là ! En gros, chaque mercredi, tu reçois soit une réduction sur une certaine gamme de produits, soit tu reçois un article gratuit, bref différentes promotions, et ils envoient un mail à l'avance pour t'informer de la promotion. Et comme la boutique est pas loin de chez moi, ça vaut la peine d'y aller, en plus j'ai déjà trouvé des trucs chouettes lors de ces promotions, donc c'est vraiment cool.

M : Et donc vous vous êtes pas non plus inscrites parce que vous appréciez une certaine marque ou un certain magasin ?

P5 : Si, on pourrait dire ça. Par exemple, la boutique dont je venais de parler, j'aime bien, j'aime bien leur sélection de vêtements, leur service et leurs offres.

P3 : Si si. Par exemple, Douglas, je me suis inscrite parce que j'y vais souvent et parce que j'aime y aller et acheter mes produits. Ils ont un super bon choix de produits et il y a toutes les marques que j'aime bien. Et Rituals, j'aime bien aussi la marque. Ce que je voulais dire avant, même si j'aime la marque, je vais pas spécialement aller à des événements organisés par cette marque.

P4 : Oui, c'est vrai. Pour moi c'est comme ça, si tu achètes souvent des produits d'une marque, tu t'inscris pour être au courant des nouveautés et pour ne rien rater.

M : Donc vous pensez que vous vous inscrivez si vous allez souvent dans un magasin ou plutôt vous vous inscrivez et puis vous allez souvent dans le magasin ?

P1 : Les deux. En fait, au début t'y vas souvent et puis tu t'inscris, et une fois que t'es inscrit, tu reçois des mails avec des nouveautés et des promos, et alors tu continues à y aller.

P4 : Oui, voilà.

P2 : Oui moi aussi, je vais dans un magasin spécifique parce que je suis inscrite dans le programme de fidélité et je sais que j'aime les produits et je sais que j'aurai une réduction,

comme chez Cassis. Et comme je disais avant, je fais mes courses chez Cactus entres autres parce que j'ai la carte chez eux et alors j'accumule les points pour obtenir les produits comme les verres ou des couteaux.

P5 : Oui, d'abord faut que j'y aille souvent ou que je crois, que je crois au moins que vais revenir souvent, sinon je m'inscris pas. Et après il est vrai que une fois que je suis inscrite et que le programme a des bons avantages, ça va m'inciter de venir acheter là-bas plutôt que d'aller dans un autre magasin. En fait, ça c'est surtout pour des magasins qui offrent des produits similaires, comme par exemple les supermarchés ou les parfumeries je dirais.

P2 : Oui c'est ça.

M : Et si vous allez dans un magasin et on vous propose de vous inscrire dans un programme de fidélité, **comment décidez-vous si vous allez vous inscrire ou pas ? Est-ce que vous dites automatiquement oui ou est-ce qu'il y a un certain processus de réflexion derrière ?**

P5 : Si eux ils me disent que je recevrai quelque chose tout de suite quand je m'inscris, alors je m'inscris tout de suite. Mais comme je viens de dire, si c'est un magasin où je vais pas aller souvent, alors je m'inscris pas parce que je me dis que j'y vais exceptionnellement et alors ça vaut pas la peine. Par exemple, là j'étais chez S. Oliver, et c'est une boutique où je vais de temps en temps, et ils m'ont proposé la carte de fidélité pour avoir des réductions et alors j'ai dit oui parce que je me suis dit j'y vais quand même souvent et alors je pourrai en profiter.

P3 : Oui, ça c'est vrai aussi.

P4 : Mais souvent, je dis aussi non parce que j'ai pas le temps, parce que ça prend quand même du temps de s'inscrire, de remplir tout le formulaire, de leur donner ça et puis eux ils doivent le taper dans l'ordinateur et souvent c'est ça qui me retient alors.

P2 : Oui ça aussi ça m'est déjà arrivé.

M : Donc le facteur temps et le facteur démarches à faire influence votre décision ?

P3 : Exactement.

P2 : Oui c'est ça, si je dois remplir beaucoup de trucs, comme par exemple âge et adresse, ça me tente pas. Et puis comme on a dit avant, si je peux avoir tout de suite un avantage, ça m'intéresse.

P5 : Et puis il y a des magasins où tu dois remplir un formulaire et puis encore t'inscrire sur internet quand t'es à la maison. Et alors je ne le fais pas.

P4 : Moi non plus.

P6 : Alors tu l'as oublié quand t'arrives à la maison.

P4 : Oui tu l'as oublié et puis j'ai plus envie de devoir faire ça encore.

P5 : Oui pour devoir tout retaper, non merci, alors je laisse tomber parce que comment dire, ça me prend simplement trop de temps. En fait, pour que je m'inscrive, il faut que ce soit facile à faire.

P4 : Oui c'est comme quand j'achète pour la première fois quelque chose sur un site internet. Alors tu peux t'inscrire comme client ou comme invité, et alors je m'inscris souvent comme invité parce qu'il y a simplement moins à remplir. Je dois juste indiquer l'adresse de livraison et rien de plus. Ils ont pas besoin de connaître mon numéro de téléphone, ma date de naissance, et ainsi de suite. J'ai juste envie de commander ce produit et de le recevoir chez moi et c'est tout.

M : Donc vous direz quand même que vous réfléchissez avant de vous inscrire et vous vous inscrivez pas de manière automatique ?

P3 : Au tout cas, moi je dis pas partout oui.

P6 : Moi je dis souvent non, à part si c'est vraiment un magasin où je vais souvent. Mais sinon, dans les magasins, je dis souvent non. Et quand t'achètes en ligne, t'es souvent inscrit automatiquement quand tu commandes quelque chose ou il y a une petite case qui est coché et tu le remarques pas.

P1 : Oui c'est trop vrai ça.

M : Et vous pensez qu'inconsciemment ou consciemment vous comparez vos efforts avec les avantages que vous recevez ?

P5 : D'une certaine façon oui. Par exemple, la boutique qui fait des promos tous les mercredis, je me suis juste inscrite, j'ai donné mon mail quoi, et comme la boutique est pas loin de chez moi, je dois pas beaucoup me déplacer, et j'ai quand même déjà bien profité de leurs promos. C'est pour ça que je dis que ça vaut la peine ! Maintenant si la boutique était loin ou si leurs promos sont nulles, qu'elles m'attiraient pas, je suis pas sûre que je resterai dans le programme.

P1 : J'ai ça surtout pour les programmes où il faut payer. Il y a certaines cartes où on doit payer 5 euros et alors je suis souvent plus réticente parce que même s'il y a des avantages, j'ai quand même l'impression comme si je reçois rien de retour. C'est vrai que là je réfléchis alors plus avant de m'inscrire.

P6 : Aussi, il y a certains programmes, quand tu t'inscris, tu reçois un bon de 5 euros que tu peux utiliser la prochaine fois, et alors tu vas te sentir obligé d'aller dans ce magasin et de dépenser de l'argent pour utiliser ce bon, et donc au final, tu bénéficies pas vraiment.

P2 : Oui souvent tu reçois un bon quand t'as dépensé un certain montant et t'es attiré par cette promo, mais au final tu vas peut-être dépenser plus que s'il n'y avait pas cette promo. Donc faut aussi faire attention.

M : Donc pour vous il est important que l'inscription au programme de fidélité soit gratuite ?

P3 : Oui, absolument.

P4 : Oui, parce que c'est eux qui veulent nous avoir comme client.

P6 : C'est vrai qu'en Belgique j'ai déjà vu des programmes de fidélité qui ont un coût mais pour moi personnellement, c'est pas vraiment une option. Par exemple, pour la Fnac, le programme de fidélité, il faut payer je crois, je sais pas combien, mais il faut payer. Et donc je me demande si beaucoup de gens s'inscrivent, parce que du coup il faut beaucoup dépenser pour que ce soit rentable.

M : Et qu'est-ce que vous pensez des programmes de fidélité qui proposent plusieurs catégories et où il faut accumuler des points pour passer dans la catégorie au-dessus et avoir des avantages différents ?

P5 : Je connais pas ça.

P3 : Moi non plus.

P4 : Ah comme chez miles and more ? Mais là il y a deux cartes différentes je pense, et il faut payer aussi pour ces cartes, il y en a une qui est plus chère que l'autre. Moi je suis chez miles and more et j'ai regardé les différents avantages et j'ai regardé quels avantages sont les plus intéressants pour moi, où je bénéficie le plus. Est-ce que j'ai besoin de pouvoir accéder à une lounge quand je prends un avion ? Non. Quand je suis à un aéroport, j'arrive le plus tard possible et puis j'attends. J'ai pas besoin de ce lounge par exemple et donc j'ai pris la carte la moins chère. Mais c'est le seul programme que je connais qui propose ça.

M : A ma connaissance, Starbucks propose aussi un programme avec 3 différents statuts et plus haut le statut, mieux sont les avantages. Est-ce que vous considérez de tels programmes motivant ou au contraire, frustrant ?

P4 : Pour moi c'est peu important. Mais je pense que ça dépend du programme et de sa connaissance, son hype. Par exemple, il y a presque pas de Starbucks chez nous et alors je ressens pas le besoin d'avoir ça. Par contre, s'il y avait un Starbucks à tous les coins et que je buvais beaucoup de café, alors je pense que ça me motiverait plus.

P6 : Si de toute façon t'y vas tout le temps, alors autant s'inscrire et en profiter.

P5 : A vrai dire, comme je connais pas trop ces programmes, je sais pas vraiment quoi répondre.

P2 : Oui, moi non plus.

P1 : Mais ça me fait penser à certains sites internet où quand tu commandes quelque chose par exemple pour 50 euros, tu reçois un échantillon gratuit, et puis si tu commandes pour 70 euros, tu reçois un 2e truc.

P6 : Moi je pense qu'alors ça motive, que ça te tente de dépenser plus dans ce magasin que dans un autre.

P4 : Moi je pense que c'est aussi une sorte de piège. Par contre, pour revenir encore une fois sur miles and more, ce que je trouve encore bien, c'est que, à côté des avantages, tu peux utiliser tes miles pas seulement pour les vols, réduction de billets je veux dire, mais

aussi pour des hôtels ou des boutiques. Je trouve ça bien parce que t'as plus de choix, t'es sûre de les utiliser une fois, tes miles.

M : Et est-ce que vous avez déjà rencontré des difficultés avec des programmes de difficulté ou est-ce que vous avez déjà senti de la frustration avec un programme de fidélité ?

P6 : Moi oui, avec des programmes où tu reçois plein de mails.

P5 : Quand t'es bombardé avec des mails ...

P2 : Oui je reçois tellement de mails et ça m'énerve.

P6 : Quand je reçois vraiment trop de mails, je me désinscris, point fini.

P4 : Moi aussi. Une fois, je me suis désinscrite de 20 programmes à la fois, tellement j'en avais marre. Ou quand tu reçois des mails qui te disent que ça fait tellement longtemps que t'as plus acheté chez eux, si maintenant tu rachètes, tu reçois un bon d'achat, mais seulement si tu dépenses plus de 50 euros. J'ai envie de dire je sais que j'ai plus acheté depuis un certain temps chez vous, mais peut-être je veux pas racheter en ce moment, c'est tout.

M : Donc trop d'informations ou trop de contact, c'est perçu négativement par vous ?

P4 : Oui, c'est énervant !

P2 : Exactement. Et autre chose encore, comme j'expliquais avant avec le programme où il fallait y aller autant de fois durant une certaine période de temps, ça m'a frustré parce que j'y arrivais jamais et donc au final, je me suis inscrite pour rien parce que j'ai jamais profité d'une réduction ou d'un autre avantage.

M : Et ça nous mène à notre prochaine question. Quelles sont les raisons pour lesquelles vous vous désinscrivez d'un programme ou refusez de vous inscrire dès le début ?

P1 : Exactement ce qu'on vient de dire.

P2 : J'aimerais vraiment pouvoir arrêter tous ces mails.

P5 : Oui pareil pour moi. Des fois je reçois aussi du courrier, des bons d'achat avec la poste, mais ça me dérange moins parce que c'est moins souvent, c'est souvent pour les anniversaires en fait. S'il y a un bon d'achat ou un code pour une réduction, c'est ok pour moi. Mais si ce sont des mails avec des promos, des nouveaux produits, des pourcentages, et qu'elles sont trop fréquentes ou qu'elles m'intéressent pas, qu'elles correspondent pas à ce que je recherche, alors ça m'énerve et alors ça arrive que je les lis plus vraiment.

P2 : Oui moi aussi c'est plutôt les mails qui me dérangent car du courrier, je reçois presque pas.

M : Et parmi les avantages que vous avez avec vos programmes de fidélité, avez-vous eu des avantages que vous avez moins apprécié que d'autres ?

P1 : Oui clairement. Souvent j'ai reçu des cadeaux avec lesquels je peux rien faire, qui sont pas du tout ciblés et oui, qui me servent à rien.

P4 : Quand tu reçois des cadeaux, c'est souvent les trucs qu'ils arrivent pas à vendre, ce que eux ils arrivent pas à vendre ou ce qui appartient à la collection précédente.

P5 : Ou c'est super petit.

P3 : Oui c'est vrai.

P2 : Oui, souvent c'est des gadgets dont t'as pas besoin.

P5 : Oui des petits pots de crème dont tu te sers une fois et puis ils sont vides. Et alors tu te dis est-ce que j'ai aussi longtemps économisé et dépensé de l'argent ici pour avoir ça comme récompense ? Pour appliquer une fois une crème et puis c'est tout. Et ça, ça je trouve alors frustrant.

M : Donc ça vous intéresserait plus d'avoir des cadeaux ciblés ?

P3 : Oui, absolument.

P1 : Oui.

P2 : Oui mais comment tu peux faire ça ?

P6 : Mais ils savent tout.

P4 : Oui, souvent quand tu t'inscris, tu dois remplir un questionnaire.

P2 : Moi, je préférerais avoir une réduction, genre t'achètes pour un certain montant et alors tu reçois 10%, ça je trouve intéressant pour moi.

P3 : Mais si c'est un programme qui offre des cadeaux, alors les cadeaux doivent être adaptés.

P4 : Oui en fonction de ce tu regardes, ce que tu cliques, quand c'est des programmes en ligne, ils peuvent regarder ce qui t'intéresse.

P6 : Et ils savent ce que tu achètes. Ils ont ton historique.

P4 : Oui ils pourraient par exemple t'offrir un produit que t'as souvent acheté ou ils te le donnent à moitié prix.

P5 : Oui, parce que souvent, dans une parfumerie, on te donne un échantillon et alors c'est un parfum pour hommes.

P3 : Oui ou tu reçois une crème anti âge quand t'as à peine 18 ans.

P2 : Oui c'est vrai, ça m'est aussi déjà arrivé.

P5 : Et alors t'as un parfum pour homme et tu sais rien faire avec. Alors là je trouverai ça plus intéressant de te donner par exemple un petit flacon du parfum que tu viens d'acheter pour mettre dans ton sac par exemple. Ça serait plus utile que le parfum homme par exemple.

P2 : Oui parce que c'est frustrant de recevoir des cadeaux inutiles.

P3 : Oui, ça t'énerve parce que t'as autant acheté et alors tu reçois ça.

P2 : Exactement.

P1 : C'est comme je disais avant, j'aime bien les programmes des trucs de repas de midi, genre les sandwicheries où tu achètes 10 sandwiches et puis tu reçois un sandwich gratuit, parce que même si c'est qu'un sandwich, au moins c'est utile.

M : Donc pour récapituler, quels éléments un programme doit-il avoir pour qu'il soit réussi ? Si vous devez imaginer le programme de fidélité parfait, il serait comment ? Que ce soit au niveau des avantages, du fonctionnement ou autre.

P5 : Facilité d'inscription, pas trop d'emails, réductions.

P1 : De préférence pas de carte physique.

P2 : Oui t'as toujours le portemonnaie rempli.

P4 : Oui, le portemonnaie est rempli et tu trouves jamais la carte ou tu l'as pas sur toi et alors les problèmes commencent. Et puis, pourquoi c'est pas suffisant de donner ton nom simplement?

P2 : Oui voilà.

P4 : Moi j'ai une application où j'ai plein de cartes de fidélité dedans, mais cette application m'énerve aussi. Le meilleur ce serait de rien avoir. L'application est surtout là pour éviter que j'aie un portemonnaie énorme parce que tu reçois partout des cartes, et ces cartes prennent de la place. J'ai pas envie d'avoir toujours 1000 cartes sur moi. C'est pour ça que l'application est pratique mais ce serait encore plus pratique si j'avais besoin de rien du tout, parce que souvent j'ai mon GSM dans la voiture, et alors je retourne pas dans la voiture pour aller chercher mon GSM pour montrer cette application.

P5 : Même si ça c'est encore plus facile que d'avoir 100 cartes. Parce que moi personnellement, j'ai tout le temps mon GSM sur moi, je dois avouer que c'est rare que je l'ai pas et alors ça serait facile de juste faire un scan ou un truc comme ça.

P1 : Moi je trouve que le plus facile c'est de dire ton nom et ton code postal. Ça devrait suffire non ?

P4 : Oui parce que souvent quand tu dis que tu l'as oublié, alors ils te disent donnez-moi votre nom et puis ils te trouvent dans leur système.

P5 : Mais moi je dois dire, quand moi je fais la file et que je suis stressée et qu'il y a 10 personnes devant moi et que la caissière doit d'abord taper le nom, ça prend beaucoup plus de temps que de scanner une carte ou une application. Et si les caissières doivent

toujours demander le nom ou le code postal et le taper, alors les gens deviendront nerveux dans la file.

P6 : Oui en effet, ça prend plus de temps.

P5 : Et puis ils savent pas comment écrire le nom. Et dans ce sens-là, une carte est plus pratique ou une application, tu scannes une fois et c'est fait.

P4 : Mais avec l'application ce qui est pas bien, tu dois avoir ton GSM allumé et prêt, et tu le montres et puis il y a déjà 100 articles qui sont passés par la caisse et alors tu dois vite emballer tes trucs et les mettre dans le sac, et c'est aussi du stress. Il y a toujours du stress, aussi avec la carte.

P1 : Oui, c'est vrai parce que je mets toujours du temps pour trouver ma carte.

P5 : Oui parce qu'on en a autant.

P4 : Parfois tu te dis je vais aller dans ce magasin et alors t'as aussi la carte avec toi, mais souvent tu vas dans un magasin spontanément et alors t'as pas la carte avec toi.

P3 : Oui c'est ça, souvent c'est spontanément.

P2 : Au tout cas pour moi, la carte n'est pas la solution idéale.

P4 : Moi je pense que la solution idéale n'existe pas encore.

P1 : Et pour revenir à ta question, pour moi ce qui est vraiment important, c'est d'avoir un avantage immédiatement.

P6 : Oui, pareil.

P5 : Pour moi aussi. Et si c'est des cadeaux, alors ça serait bien qu'il corresponde à mon profil, que c'est un cadeau dont je peux m'en servir, ou que je peux choisir parmi quelques trucs, ça serait pas mal aussi.

P3 : Oui c'est vrai.

P2 : Moi je trouverais ça bien quand tu donnes ton nom à la caisse et que t'es client régulier, tu reçois ta réduction, pas besoin d'une carte ni de GSM, c'est ce qui serait le plus intéressant pour moi.

P5 : Mais comme je disais avant, ça prend plus de temps que la carte. Et si chaque personne devant moi devrait donner son nom, puis la caissière sait pas comment écrire le nom, ça prend du temps. Donc c'est pas idéal non plus.

M : Et finalement, une dernière question, qu'est-ce que vous pensez du fait que vous donnez autant d'informations personnelles aux entreprises ? Ça vous préoccupe ou vous y pensez pas ?

P6 : Je trouve ça pas bien, c'est pour ça que je refuse encore souvent. J'avoue que j'y ai pas beaucoup pensé jusqu'à ce que j'ai eu un cours de marketing et qu'on a étudié ça. A partir de ce moment-là, j'ai commencé à faire plus attention, à pas m'inscrire partout, mais bon après ils auront toujours des informations de nous.

P3 : J'y pense mais pas plus que ça.

P5 : Moi je me dis qu'il y a autant de gens qui le font, je veux dire qui s'inscrivent et qui donnent leur mail, alors je peux aussi le faire. Je sais que c'est pas très intelligent comme réflexion mais je dois avouer que ça me préoccupe pas tellement, je me dis que c'est juste comme ça aujourd'hui.

P2 : Moi je me demande avec toutes les données que tu donnes à ces magasins et entreprises, ce qu'ils en font.

P6 : Ils les vendent.

P4 : En ce qui concerne les magasins, j'y pense pas autant, c'est plus sur internet. Tu achètes quelque chose sur Amazon, et puis une minute plus tard, tu vois une publicité du même truc sur Facebook. Alors je me demande comment ils savent ça, comment c'est possible. Donc je me pose des questions, mais ça m'a jamais retenu à acheter ou à m'inscrire dans un programme.

P1 : Moi c'est pareil. Sur internet, ça me choque vraiment des fois. Et sinon, je sais que les entreprises utilisent nos données, mais je sais pas vraiment ce qu'ils font avec. A vrai dire, j'ai jamais réfléchi en profondeur dessus, je pense que d'une façon, j'accepte juste que c'est comme ça.

P2 : Moi je me sens mal à l'aise et je commence à refuser des cartes de fidélité.

M : Ok. Je pense qu'on est alors arrivé à la fin de la discussion. Avez-vous encore des commentaires ou remarques ?

G : Non.

M : Alors, on va clôturer la discussion. Au tout cas, merci beaucoup pour votre participation.

