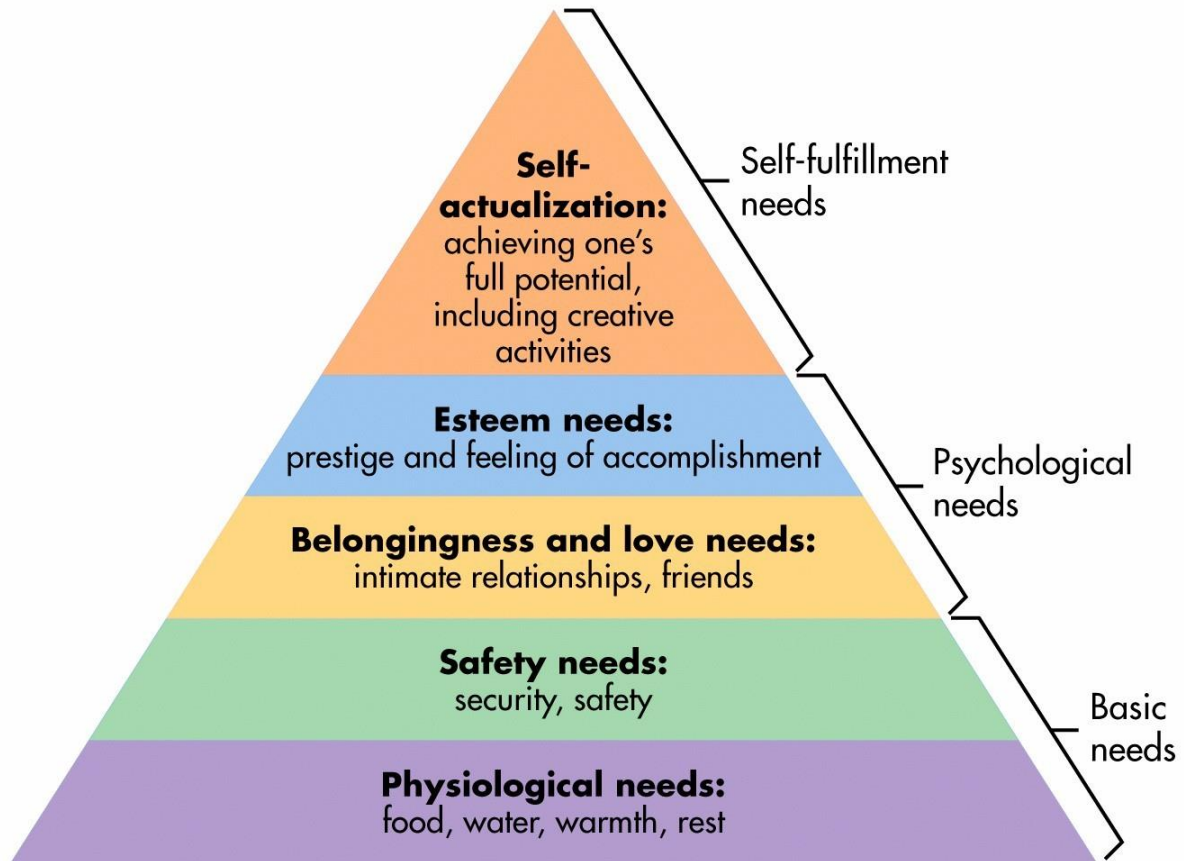


# ANNEXES

## ANNEXE 1 : La pyramide de Maslow



Source : <http://wunderkindworld.com/2015/01/abraham-maslow-was-a-brand-strategist/>

## ANNEXE 2 : La relation entre l'implication attitudinale et l'accessibilité attitudinale

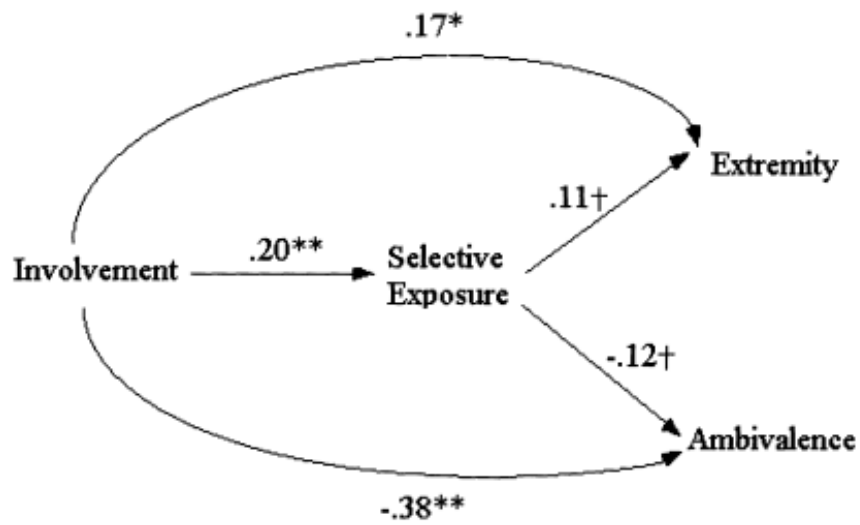
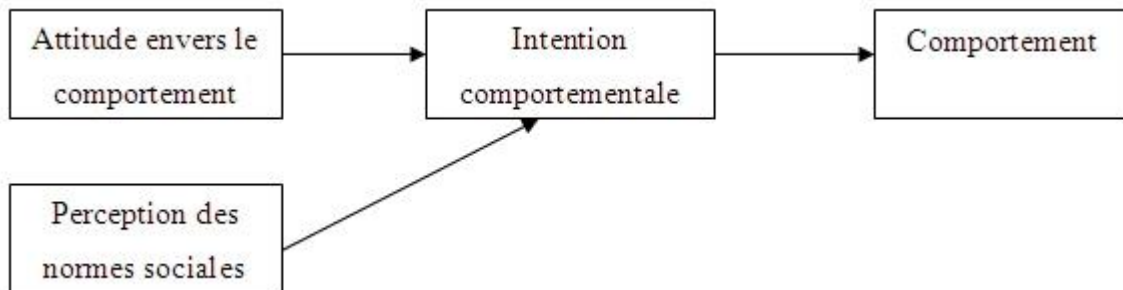


Figure 3. Relations among involvement, selective exposure, ambivalence, and extremity  
(† $p < .10$ , \* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ ).

Lavine, H., Borgida, E., & Sullivan, J. L. (2000). On the relationship between attitude involvement and attitude accessibility: Toward a cognitive-motivational model of political information processing. *Political Psychology*, 21(1), 81-106.

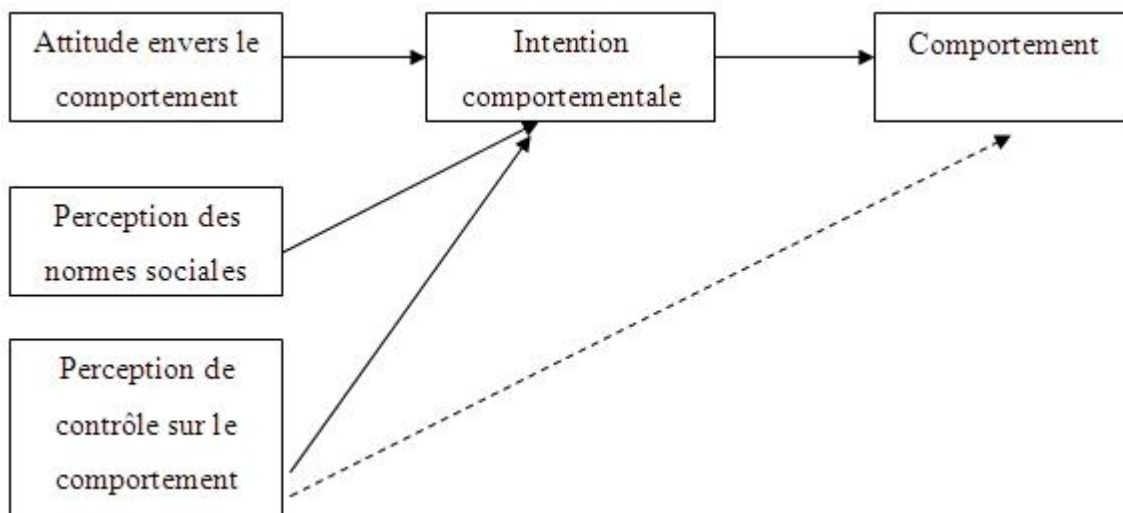
## ANNEXE 3 : Les théories de l'action raisonnée et de l'action planifiée

### Théorie de l'action raisonnée



<http://theses.ulaval.ca/archimede/fichiers/23215/ch02.html>

### Théorie de l'action planifiée



<http://theses.ulaval.ca/archimede/fichiers/23215/ch02.html>

## **ANNEXE 4 : Guide d'entretien**

Bonjour, je souhaiterais vous interroger sur vos préférences et motivations d'achats concernant les voitures. Cet entretien devrait durer entre une demi-heure et une heure. Vous pourrez vous exprimer tel que vous le souhaitez, en toute honnêteté. Êtes-vous d'accord de répondre à quelques questions ?

Merci beaucoup. Puis-je enregistrer cette conversation afin de ne pas avoir à prendre de notes ?

Pour commencer, je voudrais me présenter. Je m'appelle Déborah Felten. J'ai 22 ans et je suis étudiante à la Louvain School of Management, à l'UCL. Je suis en dernière année de Master en sciences de gestion. Je réalise cette année mon mémoire et c'est dans ce cadre que je souhaiterais vous interroger.

Pourriez-vous vous présenter en quelques mots ?

Avant de connaître votre point de vue concernant les voitures, je souhaiterais savoir si vous avez acheté vous-même votre voiture ou si celle-ci est une voiture de société et j'aimerais également connaître quelle marque de voiture vous utilisez actuellement.

Pourquoi avez-vous choisi d'acheter cette voiture ?

Répond-t-elle à vos attentes ?

Si vous deviez changer de voiture, rachèteriez-vous cette marque ? Si non, laquelle achèteriez-vous et pourquoi ?

Comment décririez-vous votre voiture idéale ?

Je vais maintenant vous décrire une voiture fictive. Je vous poserais ensuite quelques questions par rapport à celle-ci.

(« agency ») Une nouvelle voiture vient de sortir. Celle-ci est complètement distinctive des voitures classiques de votre entourage, non seulement par sa forme, tout en arrondi, mais également par le choix des couleurs disponibles. Le slogan de cette marque, inconnue jusqu'à présent, est « Exprimez votre différence ». /

(« communion ») Une voiture est arrivée il y a quelques mois sur le marché. Celle-ci est actuellement première en termes de ventes mensuelles sur le marché européen. Plusieurs de vos connaissances en possèdent une et en sont satisfaits. La voiture est une berline semblable à de nombreux modèles pratiques et fonctionnels très présents sur le marché. Le slogan de la marque est « Suivez le mouvement ».

Quelles sont vos impressions générales par rapport à cette voiture ?

Qu'appréciez-vous dans la description que je vous en ai faite ?

Que n'appréciez-vous pas dans la description que je vous en ai faite ?

Pourriez-vous acheter cette voiture ? Quel montant seriez-vous prêt à dépenser ?

Pourquoi ?

Comment décririez-vous le type de personnes qui achète ce genre de voiture ?

Quelles informations souhaiteriez-vous avoir sur cette voiture qui pourraient vous influencer à l'acheter ou non ?

Si vous deviez décrire cette voiture à un ami, comment la décririez-vous ?

Je vais maintenant vous décrire une seconde voiture. (« agency »/ « communion »).

Que pensez-vous de cette voiture ?

Laquelle des deux voitures décrites vous correspond le mieux ?

Pour quelle(s) raison(s) ?

Avez-vous déjà acheté une voiture auparavant afin de vous distinguer/ressembler aux autres ?

Pensez-vous que cela a eu l'effet désiré ?

Quelle a été la réaction de votre entourage ?

Vous sentiez-vous satisfait de votre choix ? Si non, pourquoi ?

Pensez-vous que l'achat de cette voiture a eu des impacts ? Si oui, lesquels ? A-t-il changé votre manière de penser et d'agir quant à votre consommation ?

Y a-t-il d'autres catégories de produits que vous achetez afin de vous distinguer/ressembler aux autres ? (vêtements, technologies, etc.)

Facultatif : [Quels mots associez-vous à « différence » ?

*Répondant :*

Quels mots associez-vous à « ressemblance » ?

*Répondant :*

Pouvez-vous compléter ces phrases ?

Pour moi, il est important qu'une voiture soit...

Avoir la même voiture qu'un autre est...

ANNEXE 4 : Guide d'entretien

Pour se différencier des autres il faut...

Les personnes qui m'entourent sont...

J'aime dépenser de l'argent pour...]

Nous arrivons maintenant à la fin de cet entretien. Je souhaiterais conclure en vous demandant quel est pour vous, votre avis général sur cet entretien, tant au niveau de la forme que du fond.

Avez-vous été satisfait de cet entretien et avez-vous des critiques à émettre ?

Je vous remercie du temps que vous m'avez accordé.

## **ANNEXE 5 : Entretiens individuels**

### ***Entretien n°1***

Bonjour, je souhaiterais vous interroger sur vos préférences et motivations d'achats concernant les voitures. Cet entretien devrait durer entre une demi-heure et une heure. Vous pourrez vous exprimer tel que vous le souhaitez, en toute honnêteté. Êtes-vous d'accord de répondre à quelques questions ?

*Répondant : Oui.*

Merci beaucoup. Puis-je enregistrer cette conversation afin de ne pas avoir à prendre de notes ?

*Répondant : Oui, cela ne me dérange pas.*

Pour commencer, je voudrais me présenter. Je m'appelle Déborah Felten. J'ai 22 ans et je suis étudiante à la Louvain School of Management, à l'UCL. Je suis en dernière année de Master en sciences de gestion. Je réalise cette année mon mémoire et c'est dans ce cadre que je souhaiterais vous interroger.

Pourriez-vous vous présenter en quelques mots ?

*Répondant : J'ai 50 ans, je suis mère de famille de quatre enfants et je travaille à Charleroi.*

Avant de connaître votre point de vue concernant les voitures, je souhaiterais savoir si vous avez acheté vous-même votre voiture ou si celle-ci est une voiture de société et j'aimerais également connaître quelle marque de voiture vous utilisez actuellement.

*Répondant : C'est une voiture privée que j'ai achetée neuve en novembre 2009. C'est une voiture de marque Kia Ceed – C-E-E-D.*

Pourquoi aviez-vous choisi d'acheter cette voiture ?

*Répondant : C'est une bonne voiture de calibre moyen et le rapport qualité-prix est excellent. La garantie de 7 ans m'a aussi séduite. C'est important.*

Répond-t-elle à vos attentes ?

*Répondant : Oui, elle répond à mes attentes.*

Si vous deviez changer de voiture, rachèteriez-vous cette marque ?

*Répondant : Oui mais avec des options supplémentaires, notamment un système de navigation intégré.*

Comment décririez-vous votre voiture idéale ?

*Répondant : Ce serait une voiture de capacité moyenne, d'un bon rapport qualité-prix. Je ne suis pas attachée à la marque mais la garantie est, pour moi, un atout important, de même que le concessionnaire et le garage.*

Et au niveau du design ?

*Répondant : Je n'attache pas tellement d'importance au design.*

Je vais maintenant vous décrire une voiture fictive. Je vous poserais ensuite quelques questions par rapport à celle-ci.

Une voiture est arrivée il y a quelques mois sur le marché. Celle-ci est actuellement première en termes de ventes mensuelles sur le marché européen. Plusieurs de vos connaissances en possèdent une et en sont satisfaits. La voiture est une berline semblable à de nombreux

modèles pratiques et fonctionnels très présents sur le marché. Le slogan de la marque est « Suivez le mouvement ».

Quelles sont vos impressions générales par rapport à cette voiture ?

*Répondant : Est-ce que c'est un bon prix ? Est-ce une Diesel ? Est-ce une voiture pour rouler dans le cadre de la vie privée ou de la vie professionnelle ?*

Imaginons dans le cadre de la vie privée. Sans tenir compte du prix ou du fait de savoir si c'est une voiture Diesel ou non. Juste par rapport aux éléments donnés, quelles sont vos impressions ?

*Répondant : Je me demande si elle est confortable par rapport à la composition de la famille, si elle est suffisamment grande par rapport à la composition de ma famille.*

Qu'appréciez-vous dans la description que je vous en ai faite ?

*Répondant : Je suis Influencée par le fait que plusieurs de vos connaissances en ont et en sont satisfaits.*

Est-ce important l'avis de vos connaissances lors du choix d'un produit ?

*Répondant : Oui.*

Que n'appréciez-vous pas dans la description que je vous en ai faite ?

*Répondant : Je ne sais pas. Rien parmi les éléments donnés.*

Pourriez-vous acheter cette voiture ? Quel montant seriez-vous prêt à dépenser ?

*Répondant : Oui si elle correspond à mes attentes sur le plan privé car je n'utilise pas vraiment ma voiture sur le plan professionnel, et si son prix reste raisonnable car ne souhaite pas consacrer un budget de dépense trop important au poste d'achat de véhicule.*

Qu'entendez-vous par raisonnable ? Pouvez-vous donner une fourchette de prix ?

*Répondant : Cela dépend des options, s'il y a le système de navigation intégré. Si l'on ne me fait pas de remise sur mon ancien véhicule, j'irais jusqu'à 16 000 - 17 000 €. Je mettrais plus s'il y a des options intéressantes comme le système de navigation intégré.*

Comment décririez-vous le type de personnes qui achète ce genre de voiture ?

*Répondant : Je vois les personnes qui achètent ce véhicule comme étant une famille moyenne avec 2 enfants, plutôt des parents dans la tranche d'âge de 35 à 55 ans.*

Quelles informations souhaiteriez-vous avoir sur cette voiture qui pourraient vous influencer à l'acheter ou non ?

*Répondant : La marque tout d'abord, ensuite le prix et les options. Il y a aussi la remise que me ferait le vendeur sur la reprise de mon ancien véhicule.*

Si vous deviez décrire cette voiture à un ami, comment la décririez-vous ?

*Répondant : Je reprendrais ce que vous m'avez dit, que c'est une voiture qui a été achetée par plusieurs de mes connaissances et qu'elles en sont satisfaites. Aussi, je dirais qu'elle est numéro 1 sur le plan du marché européen. Pour le reste, je n'en sais pas plus au niveau des caractéristiques, je ne l'ai pas testé moi-même.*

Je vais maintenant vous décrire une seconde voiture.

Une nouvelle voiture vient de sortir. Celle-ci est complètement distinctive des voitures classiques de votre entourage, non seulement par sa forme, tout en arrondi, mais également

par le choix des couleurs disponibles. Le slogan de cette marque, inconnue jusqu'à présent, est « Exprimez votre différence ».

Que pensez-vous de cette voiture ?

*Répondant : Je n'en pense pas grand-chose, je n'ai pas beaucoup d'informations.*

Laquelle des deux voitures décrites vous correspond le mieux ?

*Répondant : La berline !*

Pour quelle(s) raison(s) ?

*Répondant : Elle correspond mieux à la composition familiale. En outre, pour l'autre, je n'ai aucune information sur la taille du véhicule. Quant à la couleur, cela n'a pas vraiment d'importance.*

Avez-vous déjà acheté une voiture auparavant afin de vous distinguer ou de ressembler aux autres ?

*Répondant : Non.*

Y a-t-il d'autres catégories de produits que vous achetez afin de vous distinguer/ressembler aux autres ? (vêtements, technologies, etc.)

*Répondant : Non.*

Nous arrivons maintenant à la fin de cet entretien. Je souhaiterais conclure en vous demandant quel est pour vous, votre avis général sur cet entretien, tant au niveau de la forme que du fond.

Avez-vous été satisfait de cet entretien et avez-vous des critiques à émettre ?

ANNEXE 5 : Entretiens individuels

*Répondant : J'ai trouvé que donner mon avis sur le deuxième véhicule était difficile vu le peu d'informations données. Pour le reste, il faut préciser qu'il y a un autre véhicule dans le ménage et mon véhicule est plutôt utilisé de manière accessoire. Je veux dire par là, qu'il n'est pas pour véhiculer l'ensemble de la famille.*

Je vous remercie du temps que vous m'avez accordé.

### **Entretien n°2**

Bonjour, je souhaiterais vous interroger sur vos préférences et motivations d'achats concernant les voitures. Cet entretien devrait durer entre une demi-heure et une heure. Vous pourrez vous exprimer tel que vous le souhaitez, en toute honnêteté. Êtes-vous d'accord de répondre à quelques questions ?

*Répondant : Oui.*

Merci beaucoup. Puis-je enregistrer cette conversation afin de ne pas avoir à prendre de notes ?

*Répondant : Oui, bien sûr.*

Pour commencer, je voudrais me présenter. Je m'appelle Déborah Felten. J'ai 22 ans et je suis étudiante à la Louvain School of Management, à l'UCL. Je suis en dernière année de Master en sciences de gestion. Je réalise cette année mon mémoire et c'est dans ce cadre que je souhaiterais vous interroger.

Pourriez-vous vous présenter en quelques mots ?

*Répondant : Je suis un homme de 52 ans. J'ai 4 enfants. Je suis fonctionnaire supérieur domicilié dans une commune rurale.*

Avant de connaître votre point de vue concernant les voitures, je souhaiterais savoir si vous avez acheté vous-même votre voiture ou si celle-ci est une voiture de société et j'aimerais également connaître quelle marque de voiture vous utilisez actuellement.

*Répondant : J'utilise une Kia.*

Pourquoi aviez-vous choisi d'acheter cette voiture ?

*Répondant : Le prix et la garantie.*

Et au niveau du design, cela vous a-t-il influencé ?

*Répondant : Un peu. C'est un design modern pour un prix qui reste acceptable et de plus, il y a d'importants équipements de base compris dans le prix. C'est important parce que ce n'est pas toujours le cas.*

Répond-t-elle à vos attentes ?

*Répondant : Globalement oui.*

Vous dites globalement, cela signifie-t-il qu'il y a certains points sur lesquels elle ne répond pas à vos attentes ?

*Répondant : Elle consomme un peu plus que ce qui était annoncé.*

Si vous deviez changer de voiture, rachèteriez-vous cette marque ? Si non, laquelle achèteriez-vous et pourquoi ?

*Répondant : Dans la mesure du budget que je me fixe, oui. Forcément, je rêve d'une Ferrari rouge mais bon, il faut savoir se la payer. Donc, compte tenu du budget que je peux allouer à une voiture, je choisirais encore une Kia. Le prix est normal et raisonnable pour l'équipement offert.*

Comment décririez-vous votre voiture idéale ?

*Répondant : Une voiture qui se parque toute seule, qui se préchauffe avant que j'arrive et qui m'avertit avec une vision des voitures qui arrivent à gauche et à droite avant un carrefour, dans le style Google Maps en temps réel.*

Je vais maintenant vous décrire une voiture fictive. Je vous poserais ensuite quelques questions par rapport à celle-ci.

Une nouvelle voiture vient de sortir. Celle-ci est complètement distinctive des voitures classiques de votre entourage, non seulement par sa forme, tout en arrondi, mais également par le choix des couleurs disponibles. Le slogan de cette marque, inconnue jusqu'à présent, est « Exprimez votre différence ».

Quelles sont vos impressions générales par rapport à cette voiture ?

*Répondant : Bof, il faut voir si elle me plaît d'abord. Ce n'est pas parce qu'elle est différente qu'elle me plairait. Il n'y a pas besoin d'avoir du plaisir d'être différent pour être différent. Je suis plus sensible à l'argument d'efficacité. Dans le style, la voiture qui sort du garage toute seule, pendant que je bois mon café, et se préchauffe.*

Qu'appréciez-vous dans la description que je vous en ai faite ?

*Répondant : Bof, le fait que ce soit nouveau peut-être, et encore.*

Que n'appréciez-vous pas dans la description que je vous en ai faite ?

*Répondant : Le design en arrondi.*

Pourriez-vous acheter cette voiture ? Quel montant seriez-vous prêt à dépenser ?

*Répondant : Il faudrait que je la voie d'abord. Il faudrait que je connaisse sa cylindrée, sa puissance, ses performances. Je ne juge pas une voiture sur un slogan. J'ai besoin d'informations sur le coffre, le nombre de passagers. Ce n'est pas juste le slogan, il pourrait s'appliquer autant à une Mini qu'à une Lamborghini. Je choisis en fonction de l'espace, la cylindrée, la puissance et tout.*

Comment décririez-vous le type de personnes qui achète ce genre de voiture ?

*Répondant : C'est quelqu'un qui veut se distinguer.*

Pensez-vous qu'une voiture peut aider à se distinguer ?

*Répondant : Oui ! Quand on achète une Mini Cooper, c'est pour se distinguer... C'est cher, c'est laid, c'est vilain, on ne sait pas s'asseoir, il n'y a pas de coffre. Et on paie cher !*

Quelles informations souhaiteriez-vous avoir sur cette voiture qui pourraient vous influencer à l'acheter ou non ?

*Répondant : Sa taille, l'importance du coffre, les accessoires style GPS, aide au stationnement. J'aimerais plutôt avoir des éléments techniques que purement esthétiques.*

Si vous deviez décrire cette voiture à un ami, comment la décririez-vous ?

*Répondant : Un truc original vient de sortir.*

Recommanderiez-vous cette voiture à certaines de vos connaissances ?

*Répondant : Je ne recommande jamais rien sinon ça nous retombe dessus.*

Je vais maintenant vous décrire une seconde voiture.

Une voiture est arrivée il y a quelques mois sur le marché. Celle-ci est actuellement première en termes de ventes mensuelles sur le marché européen. Plusieurs de vos connaissances en possèdent une et en sont satisfaits. La voiture est une berline semblable à de nombreux modèles pratiques et fonctionnels très présents sur le marché. Le slogan de la marque est « Suivez le mouvement ».

Que pensez-vous de cette voiture ?

*Répondant : Il faudrait la voir. Elle paraît intéressante à première vue.*

Laquelle des deux voitures décrites vous correspond le mieux ?

*Répondant : La seconde.*

Pour quelle(s) raison(s) ?

*Répondant : Parce que c'est une berline, classique, qui correspond à un segment classique du marché et qui semble répondre aux attentes d'un certain nombre de personnes.*

Avez-vous déjà acheté une voiture auparavant afin de vous distinguer ou de ressembler aux autres ?

*Répondant : Bof, non.*

Pensez-vous qu'une voiture peut aider à atteindre ce but ?

*Répondant : Oui. Manifestement, ça sert à se distinguer pour ceux qui en ont besoin. Un certain nombre de personnes achètent des voitures tape-à-l'œil pour le plaisir d'avoir des voitures tape-à-l'œil et qu'on se retourne sur elles dans le parking. Il faut savoir si la voiture est un outil ou si c'est un faire-valoir. C'est la même chose qu'un sac Delvaux. C'est fonctionnel, c'est beau, c'est tape-à-l'œil. Mais est-ce qu'un produit authentique fonctionnel, 10 fois moins cher ne peut pas remplir la même utilité ?*

Et est-ce que la voiture peut aider à s'intégrer en se conformant ?

*Répondant : Ben, l'exemple de personnes qui prennent une voiture comme outil utilitaire. Forcément, ils se conforment sur un certain nombre de choses. Si on a quatre enfants, on achète volume à 5 portes. Et puis, il y en a d'autres qui estiment qu'ils achètent des voitures parce que ça montre le niveau social, etc. Tout est une question de la manière dont on conçoit que la voiture est soit un objet utilitaire, soit un faire-valoir. De multiples objets ont de doubles critères.*

Y a-t-il d'autres catégories de produits que vous achetez afin de vous distinguer ou de ressembler aux autres ? (vêtements, technologies, etc.)

*Répondant : Non, je ne pense pas. Mon intelligence suffit à me distinguer des autres, je n'ai pas besoin de faire-valoir.*

Nous arrivons maintenant à la fin de cet entretien. Je souhaiterais conclure en vous demandant quel est pour vous, votre avis général sur cet entretien, tant au niveau de la forme que du fond.

Avez-vous été satisfait de cet entretien et avez-vous des critiques à émettre ?

*Répondant : Premièrement, faut-il nécessairement être original pour vivre ? Ou faut-il se conformer à la masse ? Ni l'un ni l'autre, mademoiselle. Il faut être soi. Il y a d'autres moyens de se faire valoir que par l'intermédiaire d'objets.*

Je vous remercie du temps que vous m'avez accordé.

### **Entretien n°3**

Bonjour, je souhaiterais vous interroger sur vos préférences et motivations d'achats concernant les voitures. Cet entretien devrait durer entre une demi-heure et une heure. Vous

pourrez vous exprimer tel que vous le souhaitez, en toute honnêteté. Êtes-vous d'accord de répondre à quelques questions ?

*Répondant : Oui.*

Merci beaucoup. Puis-je enregistrer cette conversation afin de ne pas avoir à prendre de notes ?

*Répondant : Oui.*

Pour commencer, je voudrais me présenter. Je m'appelle Déborah Felten. J'ai 22 ans et je suis étudiante à la Louvain School of Management, à l'UCL. Je suis en dernière année de Master en sciences de gestion. Je réalise cette année mon mémoire et c'est dans ce cadre que je souhaiterais vous interroger.

Pourriez-vous vous présenter en quelques mots ?

*Répondant : Je m'appelle Cédric. J'ai 34 ans et je suis entrepreneur dans la construction.*

Avant de connaître votre point de vue concernant les voitures, je souhaiterais savoir si vous avez acheté vous-même votre voiture ou si celle-ci est une voiture de société et j'aimerais également connaître quelle marque de voiture vous utilisez actuellement.

*Répondant : J'ai acheté ma voiture moi-même. C'est une Opel Astra de 2010.*

Pourquoi aviez-vous choisi d'acheter cette voiture ?

*Répondant : J'ai choisi cette voiture pour une question de facilité. Je connaissais le garagiste depuis de nombreuses années et j'aimais ce modèle de voitures.*

Répond-t-elle à vos attentes ?

*Répondant : Oui, tout à fait.*

Si vous deviez changer de voiture, rachèteriez-vous cette marque ? Si non, laquelle achèteriez-vous et pourquoi ?

*Répondant : C'est une question d'envie, je changerais. Je prendrais une Mercedes CLA shooting break.*

Comment décririez-vous votre voiture idéale ?

*Répondant : C'est une bonne question. Je dirais élégante, sportive et assez grande et fonctionnelle.*

Je vais maintenant vous décrire une voiture fictive. Je vous poserais ensuite quelques questions par rapport à celle-ci.

Une voiture est arrivée il y a quelques mois sur le marché. Celle-ci est actuellement première en termes de ventes mensuelles sur le marché européen. Plusieurs de vos connaissances en possèdent une et en sont satisfaits. La voiture est une berline semblable à de nombreux modèles pratiques et fonctionnels très présents sur le marché. Le slogan de la marque est « Suivez le mouvement ».

Quelles sont vos impressions générales par rapport à cette voiture ?

*Répondant : C'est une voiture qui suit la nouveauté et peut-être qu'elle répond à plus d'exigences par rapport à l'attente des gens.*

Qu'appréciez-vous dans la description que je vous en ai faite ?

*Répondant : J'apprécie que ce soit une voiture qui suit le temps.*

Que n'appréciez-vous pas dans la description que je vous en ai faite ?

*Répondant : Que plusieurs personnes dans mon entourage l'aient, peut-être.*

Pourriez-vous acheter cette voiture ? Quel montant seriez-vous prêt à dépenser ?

*Répondant : Pourquoi pas. Sans la voir, c'est difficile à dire mais j'estimerai à environ 25 000 euros.*

Pourquoi ?

*Répondant : Il faut évoluer avec le temps. On ne sait pas avec la description si c'est une voiture écologique ou pas. En tout cas, il faut bien un véhicule pour se déplacer.*

Vous avez dit précédemment que vous n'appréciez pas le fait que tout le monde ait cette voiture, en particulier vos connaissances. Pourquoi cela ?

*Répondant : Parce qu'avoir les mêmes voitures que ses connaissances, c'est un peu est se restreindre à un certain choix de voitures. Je n'aime pas en général avoir la même voiture que les autres gens.*

Préférez-vous avoir un modèle complètement différent ou un modèle semblable mais dans une autre marque ?

*Répondant : J'aime autant avoir un modèle complètement différent.*

Pourquoi cela ?

*Répondant : Pour ne pas spécialement avoir de comparaisons entre les deux voitures et car mes attentes ne sont peut-être pas les mêmes attentes que d'autres personnes.*

Comment décririez-vous le type de personnes qui achète ce genre de voiture ?

*Répondant : Ce sont des personnes qui aiment les voitures récentes.*

Quelles informations souhaiteriez-vous avoir sur cette voiture qui pourraient vous influencer à l'acheter ou non ?

*Répondant : Tout d'abord, j'aimerais savoir si c'est une voiture écologique ou pas. J'aimerais aussi savoir le nombre de places et peut-être un peu l'équipement dont elle dispose.*

Si vous deviez décrire cette voiture à un ami, comment la décririez-vous ?

*Répondant : C'est une nouvelle voiture sur le marché. Elle se vend très bien et je connais quelques personnes qui en ont une.*

Je vais maintenant vous décrire une seconde voiture.

Une nouvelle voiture vient de sortir. Celle-ci est complètement distinctive des voitures classiques de votre entourage, non seulement par sa forme, tout en arrondi, mais également par le choix des couleurs disponibles. Le slogan de cette marque, inconnue jusqu'à présent, est « Exprimez votre différence ».

Que pensez-vous de cette voiture ?

*Répondant : Moi, personnellement, ça m'attire car c'est une voiture peu commune.*

Qu'est-ce qui vous attire dans le fait que ce soit une voiture peu commune ?

*Répondant : J'aime que ce soit une voiture que l'on voit peu sur les routes. Je pense que cette voiture peut donner envie à d'autres personnes qui la trouvent jolie car on en voit pas beaucoup.*

Pensez-vous qu'une voiture distinctive peut vous aider à vous distinguer vous-même des autres ?

*Répondant : Non, je ne pense pas qu'un objet puisse faire ça car chacun a sa personnalité et est donc distinct des autres.*

Laquelle des deux voitures décrites vous correspond le mieux ?

*Répondant : Je dirais la deuxième.*

Pour quelle(s) raison(s) ?

*Répondant : Parce que justement, elle est différente.*

Avez-vous déjà acheté une voiture auparavant afin de vous distinguer ou de ressembler aux autres ?

*Répondant : Non. Je ne pense pas.*

Pensez-vous le faire à l'avenir ?

*Répondant : Je n'en sais rien du tout.*

Y a-t-il d'autres catégories de produits que vous achetez afin de vous distinguer ou de ressembler aux autres ? (vêtements, technologies, etc.)

*Répondant : Peut-être un téléphone portable, sinon non. J'ai acheté le dernier Iphone.*

Vous l'avez acheté dans le but d'être différent ou de ressembler aux autres ?

*Répondant : Pour être différent.*

Comment pensez-vous qu'un téléphone différent peut affecter la façon dont les gens vous perçoivent ?

ANNEXE 5 : Entretien individuels

*Répondant : Peut-être par la jalousie ou l'envie d'avoir la même chose sans qu'ils puissent forcément avoir les moyens de l'acheter.*

Est-ce que vous étiez satisfait de l'impact que votre achat a eu et de l'achat en lui-même ?

*Répondant : En général, oui.*

Est-ce que l'avis des personnes qui vous entourent vous influencent dans vos achats ?

*Répondant : Non, pas du tout. Je peux demander des conseils mais ce n'est pas pour autant que je suis influencé. En général, je demande même des conseils.*

Nous arrivons maintenant à la fin de cet entretien. Je souhaiterais conclure en vous demandant quel est pour vous, votre avis général sur cet entretien, tant au niveau de la forme que du fond.

Avez-vous été satisfait de cet entretien et avez-vous des critiques à émettre ?

*Répondant : Oui, je suis satisfait. Je n'ai pas de critiques ni de remarques à ajouter.*

Je vous remercie du temps que vous m'avez accordé.

#### **Entretien n°4**

Bonjour, je souhaiterais vous interroger sur vos préférences et motivations d'achats concernant les voitures. Cet entretien devrait durer entre une demi-heure et une heure. Vous pourrez vous exprimer tel que vous le souhaitez, en toute honnêteté. Êtes-vous d'accord de répondre à quelques questions ?

*Répondant : Oui, je suis d'accord.*

Merci beaucoup. Puis-je enregistrer cette conversation afin de ne pas avoir à prendre de notes ?

*Répondant : Oui. Bien entendu.*

Pour commencer, je voudrais me présenter. Je m'appelle Déborah Felten. J'ai 22 ans et je suis étudiante à la Louvain School of Management, à l'UCL. Je suis en dernière année de Master en sciences de gestion. Je réalise cette année mon mémoire et c'est dans ce cadre que je souhaiterais vous interroger.

Pourriez-vous vous présenter en quelques mots ?

*Répondant : Je m'appelle Corentin, j'ai 22 ans, je travaille dans la logistique, dans les transports.*

Avant de connaître votre point de vue concernant les voitures, je souhaiterais savoir si vous avez acheté vous-même votre voiture ou si celle-ci est une voiture de société et j'aimerais également connaître quelle marque de voiture vous utilisez actuellement.

*Répondant : Je l'ai achetée moi-même. C'est une Peugeot 208.*

Pourquoi avez-vous choisi d'acheter cette voiture ?

*Répondant : Parce que, par rapport à mon budget, c'est le meilleur rapport qualité-prix.*

Répond-t-elle à vos attentes ?

*Répondant : Oui, totalement.*

Si vous deviez changer de voiture, rachèteriez-vous cette marque ? Si non, laquelle achèteriez-vous et pourquoi ?

*Répondant : Je prendrais bien encore une Peugeot mais les goûts changent avec le temps. J'hésite à aller vers Audi mais, question de budget, je ne suis pas sûr.*

Comment décririez-vous votre voiture idéale ?

*Répondant : Ce serait une voiture pas trop grande, en couleur dark blue, puissante, avec un intérieur clair et avec une facilité de réaliser des manœuvres.*

Je vais maintenant vous décrire une voiture fictive. Je vous poserais ensuite quelques questions par rapport à celle-ci.

Une nouvelle voiture vient de sortir. Celle-ci est complètement distinctive des voitures classiques de votre entourage, non seulement par sa forme, tout en arrondi, mais également par le choix des couleurs disponibles. Le slogan de cette marque, inconnue jusqu'à présent, est « Exprimez votre différence ».

Quelles sont vos impressions générales par rapport à cette voiture ?

*Répondant : Banale.*

Pourquoi ?

*Répondant : C'est une voiture que tout le monde a. Pour moi, elle n'a aucun style.*

Qu'appréciez-vous dans la description que je vous en ai faite ?

*Répondant : Je n'ai pas apprécié grand-chose.*

Que n'appréciez-vous pas dans la description que je vous en ai faite ?

*Répondant : C'est une voiture que tout le monde a comme je l'ai dit. Pour moi, c'est une voiture familiale.*

Pourriez-vous acheter cette voiture ?

*Répondant : Non.*

Pourquoi ?

*Répondant : Elle n'est pas à mon gout. J'ai besoin d'une voiture avec un look, des courbes, une couleur qui est plus normale que ça, et avec un intérieur design.*

Comment décririez-vous le type de personnes qui achète ce genre de voiture ?

*Répondant : Pour moi, ce sont des gens qui s'en foutent de leur voiture. Ce sont des gens qui ont besoin d'une voiture, un point c'est tout.*

Quelles informations souhaiteriez-vous avoir sur cette voiture qui pourraient vous influencer à l'acheter ou non ?

*Répondant : Le nombre de portes, la cylindrée et les options.*

Si vous deviez décrire cette voiture à un ami, comment la décririez-vous ?

*Répondant : Voiture simple, banale.*

Je vais maintenant vous décrire une seconde voiture.

Une voiture est arrivée il y a quelques mois sur le marché. Celle-ci est actuellement première en termes de ventes mensuelles sur le marché européen. Plusieurs de vos connaissances en possèdent une et en sont satisfaits. La voiture est une berline semblable à de nombreux modèles pratiques et fonctionnels très présents sur le marché. Le slogan de la marque est « Suivez le mouvement ».

Que pensez-vous de cette voiture ?

*Répondant : Bonne voiture si tout le monde l'achète, c'est qu'elle a quelque chose, surtout si c'est mes amis. Mes amis ont bon goût.*

Laquelle des deux voitures décrites vous correspond le mieux ?

*Répondant : La deuxième.*

Pour quelle(s) raison(s) ?

*Répondant : Parce que c'est les meilleures ventes du mois.*

Avez-vous déjà acheté une voiture auparavant afin de vous distinguer ou de ressembler aux autres ?

*Répondant : Non. Ce n'est que ma deuxième voiture.*

Y a-t-il d'autres catégories de produits que vous achetez afin de vous distinguer/ressembler aux autres ? (vêtements, technologies, etc.)

*Répondant : Non je ne pense pas. J'achète si j'aime bien.*

Est-ce que l'avis des autres vous influence dans votre choix ?

*Non.*

Est-ce que d'après vous, si un produit est utilisé par de nombreuses personnes, cela signifie qu'il est meilleur ?

*Répondant : Je pense que s'il y a de bons échos à propos de ce produit, oui, il doit être meilleur.*

Nous arrivons maintenant à la fin de cet entretien. Je souhaiterais conclure en vous demandant quel est pour vous, votre avis général sur cet entretien, tant au niveau de la forme que du fond.

Avez-vous été satisfait de cet entretien et avez-vous des critiques à émettre ?

*Répondant : J'ai été satisfait, je n'ai pas de remarques ou critiques.*

Je vous remercie du temps que vous m'avez accordé.

### ***Entretien n°5***

Bonjour, je souhaiterais vous interroger sur vos préférences et motivations d'achats concernant les voitures. Cet entretien devrait durer entre une demi-heure et une heure. Vous pourrez vous exprimer tel que vous le souhaitez, en toute honnêteté. Êtes-vous d'accord de répondre à quelques questions ?

*Répondant : Oui.*

Merci beaucoup. Puis-je enregistrer cette conversation afin de ne pas avoir à prendre de notes ?

*Répondant : Oui.*

Pour commencer, je voudrais me présenter. Je m'appelle Déborah Felten. J'ai 22 ans et je suis étudiante à la Louvain School of Management, à l'UCL. Je suis en dernière année de Master en sciences de gestion. Je réalise cette année mon mémoire et c'est dans ce cadre que je souhaiterais vous interroger.

Pourriez-vous vous présenter en quelques mots ?

*Répondant : Je m'appelle Michel. J'ai 25 ans et je suis étudiant en informatique. Je suis en master et je vis à Charleroi. Je suis à Paris pour mes études pour l'instant. Je suis en stage en informatique là-bas.*

Avant de connaître votre point de vue concernant les voitures, je souhaiterais savoir si vous avez acheté vous-même votre voiture ou si celle-ci est une voiture de société et j'aimerais également connaître quelle marque de voiture vous utilisez actuellement.

*Répondant : Mes parents m'ont offert ma voiture quand j'ai eu mon permis et aussi car j'avais réussi mon année. Je n'ai pas acheté la voiture mais je l'ai choisie avec eux. C'est une Clio.*

Pourquoi aviez-vous choisi d'acheter cette voiture ?

*Répondant : C'est une voiture pratique. Elle est facile à conduire. De plus, on n'a pas besoin d'une voiture familiale quand on est jeune.*

Répond-t-elle à vos attentes ?

*Répondant : Oui, elle me conduit où je dois aller et elle ne tombe pas en panne. Elle répond à mes attentes pour le moment et elle est confortable. Je n'ai pas mal au dos quand je dois faire de longs trajets, notamment entre la France et la Belgique.*

Si vous deviez changer de voiture, rachèteriez-vous cette marque ? Si non, laquelle achèteriez-vous et pourquoi ?

*Répondant : Logiquement, en informatique, on n'a pas besoin d'acheter une voiture car on a une voiture de société. Si je devais racheter une voiture, j'achèterais une autre marque. Je choisirais une voiture plus grande, peut-être une Audi.*

Comment décririez-vous votre voiture idéale ?

*Répondant : Ma voiture idéale est une voiture qui ne tombe pas en panne. C'est le point le plus important. Elle doit aussi être confortable. On doit y être bien dedans et elle doit être agréable à conduire et quand même puissante mais surtout être à l'aise pour conduire. Après il y a des choses qui peuvent rendre la voiture plus confortable, le régulateur, le chauffage, la climatisation, différentes options.*

Je vais maintenant vous décrire une voiture fictive. Je vous poserais ensuite quelques questions par rapport à celle-ci.

Une voiture est arrivée il y a quelques mois sur le marché. Celle-ci est actuellement première en termes de ventes mensuelles sur le marché européen. Plusieurs de vos connaissances en possèdent une et en sont satisfaits. La voiture est une berline semblable à de nombreux modèles pratiques et fonctionnels très présents sur le marché. Le slogan de la marque est « Suivez le mouvement ».

Quelles sont vos impressions générales par rapport à cette voiture ?

*Répondant : Il faudrait que j'en sache plus sur la voiture. Ce n'est pas parce que tout le monde l'achète qu'elle est bien. De plus, il faut voir si j'ai besoin de changer de voiture à ce moment. Si je garde la mienne, je ne fais pas plus attention que ça aux voitures sur le marché.*

Qu'appréciez-vous dans la description que je vous en ai faite ?

*Répondant : Je trouve qu'il n'y a pas une grande quantité d'informations. On ne sait pas ce que c'est. On ne connaît pas le nombre de places, le moteur, le prix, la consommation et ce genre de choses. Il n'y a pas beaucoup d'informations qui pourrait faire que je la préfère à une autre.*

Que n'appréciez-vous pas dans la description que je vous en ai faite ?

*Répondant : Je n'apprécie pas le manque d'informations, le fait de ne pas savoir sa consommation, son prix, ses options, les possibilités, ses offres, ce qu'elle a de mieux qu'une*

*autre voiture, si c'est une voiture électrique ou au gasoil ou si elle a une autre technologie, peut-être une nouvelle technologie. Je voudrais savoir pourquoi tout le monde l'achète.*

Pourriez-vous acheter cette voiture ?

*Répondant : Peut-être, il faudrait que j'en apprenne davantage sur cette voiture. Il faudrait que je connaisse les raisons pour l'acheter plutôt qu'une autre voiture.*

Comment décririez-vous le type de personnes qui achète ce genre de voiture ?

*Répondant : Je dirais plutôt que ce n'est pas forcément des couples qui viennent d'avoir un enfant car c'est une berline. Ceux-ci ont besoin de places donc ils préfèrent une voiture familiale. Quant aux jeunes, ils prennent plutôt des petites voitures que des grandes berlines. Je pense que les personnes qui achètent ce type de voiture sont plutôt des personnes en couple, à 2. Ce sont plutôt eux qui ont tendance à prendre des berlines.*

Quelles informations souhaiteriez-vous avoir sur cette voiture qui pourraient vous influencer à l'acheter ou non ?

*Répondant : Dans un premier temps, j'aimerais savoir l'avantage que j'aurais à l'acheter par rapport à ce que j'ai déjà. Est-ce que ça vaut la peine à changer ? Est-ce que je ferais des économies en termes de carburant ? Je pourrais en avoir besoin pour avoir un plus grand confort. Je voudrais savoir ce qu'elle pourrait m'apporter que je n'ai pas avec ma voiture actuelle. Je pourrais aussi m'informer si la mienne a un accident qui me pousse à acheter une nouvelle voiture.*

Si vous deviez décrire cette voiture à un ami, comment la décririez-vous ?

*Répondant : J'aurais un peu de mal à la décrire. Il faudrait que j'ai une image ou une description de plus de caractéristiques dessus. J'aurais vraiment du mal à la décrire sans l'avoir vue et sans avoir plus d'informations. Je dirais juste que c'est une voiture, comme la description que vous*

*m'en avez faite, qu'elle a un grand taux de vente, que c'est une berline mais je devrais me renseigner d'avantages pour en parler à d'autres personnes.*

Comment chercheriez-vous à obtenir ces informations ?

*Répondant : Je chercherais soit sur internet, je regarderais les critiques sur la voiture et les commentaires positifs, soit sur le site du constructeur ou j'irais directement la voir en vrai et pourquoi pas l'essayer.*

Je vais maintenant vous décrire une seconde voiture.

Une nouvelle voiture vient de sortir. Celle-ci est complètement distinctive des voitures classiques de votre entourage, non seulement par sa forme, tout en arrondi, mais également par le choix des couleurs disponibles. Le slogan de cette marque, inconnue jusqu'à présent, est « Exprimez votre différence ».

Que pensez-vous de cette voiture ?

*Répondant : Toujours la même chose, je pense que l'on ne sait pas gd chose d'elle. Elle permet juste de dire aux gens que s'ils veulent être différent, ils devraient l'acheter. Mais je trouve que si c'est pour acheter une voiture juste pour être différent alors qu'elle n'est pas terrible, ça ne vaut pas la peine.*

Laquelle des deux voitures décrites vous correspond le mieux ?

*Répondant : Je ne sais pas. L'une des voitures est pour être différent et l'autre pour être comme les autres.*

Et à choisir, préférez-vous être différent ou ressembler aux autres ?

*Ça dépend. Pour une histoire de voiture, je ne sais pas trop. Ce serait plus la voiture que le fait d'être différent ou de ressembler aux autres qui ferait que je l'achète. Si je n'aime pas la*

*marque de l'une, je vais choisir l'autre. Etre différent ou ressembler à mon entourage n'est pas le critère qui va me faire choisir la voiture que j'achète.*

Est-ce un critère pour certains achats ?

*Non, pas pour mes achats. J'ai plus tendance à regarder l'aspect pratique, le prix, les caractéristiques des objets que de faire comme les autres. Ce n'est pas un critère du tout.*

Et parmi vos connaissances, y a-t-il certaines personnes qui attachent de l'importance à cela ?

*Non, aucun n'est obsédé quant au fait d'avoir ce que les autres ont. Mes connaissances s'en fichent d'être comme les autres ou pareil.*

Avez-vous déjà acheté une voiture auparavant afin de vous distinguer ou ressembler aux autres ?

*Répondant : Non, ce n'est pas un de mes principaux critères. Je préfère l'aspect pratique et les caractéristiques de la voiture plutôt que l'influence des autres.*

Y a-t-il d'autres catégories de produits que vous achetez afin de vous distinguer/ressembler aux autres ? (vêtements, technologies, etc.). Faites-vous attention à ce que les autres achètent ?

*Répondant : Je fais attention à ce que les autres achètent au niveau technologique mais ça n'influence pas ma décision. Par exemple, je possède un Mac. Personne dans mon entourage n'en a un pourtant. Et c'est pareil pour mon téléphone. Ça m'intéresse de connaître leur avis quand mes amis ou des membres de ma famille ont les dernières technologies sorties, pour voir par rapport à ce que j'ai ce qu'il y a de mieux ou moins bien, mais ce n'est pas pour autant que j'achète pour être différent ou pareil qu'eux.*

Nous arrivons maintenant à la fin de cet entretien. Je souhaiterais conclure en vous demandant quel est pour vous, votre avis général sur cet entretien, tant au niveau de la forme que du fond.

Avez-vous été satisfait de cet entretien et avez-vous des critiques à émettre ?

*Répondant : Non, j'ai été satisfait. Les descriptions de voiture ne me semblaient pas indiquer beaucoup d'informations à part que cela aidait à être différent ou ressembler aux autres.*

Je vous remercie du temps que vous m'avez accordé.

### ***Entretien n°6***

Bonjour, je souhaiterais vous interroger sur vos préférences et motivations d'achats concernant les voitures. Cet entretien devrait durer entre une demi-heure et une heure. Vous pourrez vous exprimer tel que vous le souhaitez, en toute honnêteté. Êtes-vous d'accord de répondre à quelques questions ?

*Répondant : Oui, bien sûr.*

Merci beaucoup. Puis-je enregistrer cette conversation afin de ne pas avoir à prendre de notes ?

*Répondant : D'accord.*

Pour commencer, je voudrais me présenter. Je m'appelle Déborah Felten. J'ai 22 ans et je suis étudiante à la Louvain School of Management, à l'UCL. Je suis en dernière année de Master en sciences de gestion. Je réalise cette année mon mémoire et c'est dans ce cadre que je souhaiterais vous interroger.

Pourriez-vous vous présenter en quelques mots ?

*Répondant : Je m'appelle Catherine. J'ai la cinquantaine et habite dans la région de Liège. Je suis fonctionnaire.*

Avant de connaître votre point de vue concernant les voitures, je souhaiterais savoir si vous avez acheté vous-même votre voiture ou si celle-ci est une voiture de société et j'aimerais également connaître quelle marque de voiture vous utilisez actuellement.

*Répondant : J'ai acheté ma voiture. C'est une Opel.*

Pourquoi avez-vous choisi d'acheter cette voiture ?

*Répondant : J'ai acheté ma première Opel Corsa avant de commencer à travailler. Je l'ai achetée car c'est la voiture qui me convient le mieux. Aussi, j'ai fait le tour des garages. L'Opel Corsa a un bon prix, elle est pratique.*

Répond-t-elle à vos attentes ?

*Répondant : Tout à fait.*

Si vous deviez changer de voiture, rachèteriez-vous cette marque ?

*Répondant : Oui, j'achèterais la 4<sup>ème</sup> Corsa.*

Comment décririez-vous votre voiture idéale ?

*Répondant : Elle serait pratique au niveau du transport, pour se parquer, au niveau de la conduite. Elle est confortable et a un grand coffre.*

Je vais maintenant vous décrire une voiture fictive. Je vous poserais ensuite quelques questions par rapport à celle-ci.

Une voiture est arrivée il y a quelques mois sur le marché. Celle-ci est actuellement première en termes de ventes mensuelles sur le marché européen. Plusieurs de vos connaissances en

possèdent une et en sont satisfaits. La voiture est une berline semblable à de nombreux modèles pratiques et fonctionnels très présents sur le marché. Le slogan de la marque est « Suivez le mouvement ».

Quelles sont vos impressions générales par rapport à cette voiture ?

*Répondant : Je m'en fous complètement de ce genre de voitures et de l'avis des autres. J'achète en fonction de mes critères et pas ceux des autres. Je ne suis pas un mouton.*

Qu'appréciez-vous dans la description que je vous en ai faite ?

*Répondant : Je n'aime rien à part le fait qu'elle soit nouvelle à la limite.*

Que n'appréciez-vous pas dans la description que je vous en ai faite ?

*Répondant : Je n'aime pas le fait que ce soit une berline. J'aime les breaks. Je n'aime pas non plus le slogan.*

Pourriez-vous acheter cette voiture ?

*Répondant : Non. Pas du tout*

Pourquoi ?

*Répondant : Parce que je ne l'apprécie pas, en aucun point.*

Comment décririez-vous le type de personnes qui achète ce genre de voiture ?

*Répondant : Ce sont des personnes qui suivent le mouvement, qui n'ont pas trop de critères, qui suivent la mode. Cette voiture peut convenir aux critères de certaines personnes, qui aiment le confort.*

Quelles informations souhaiteriez-vous avoir sur cette voiture qui pourraient vous influencer à l'acheter ou non ?

*Répondant : La taille du coffre, l'assistance à la conduite, le limiteur de vitesse, le rétroviseur, la caméra de recul, etc. Principalement des informations au niveau pratique.*

Si vous deviez décrire cette voiture à un ami, comment la décririez-vous ?

*Répondant : C'est une voiture pour pères.*

Je vais maintenant vous décrire une seconde voiture.

Une nouvelle voiture vient de sortir. Celle-ci est complètement distinctive des voitures classiques de votre entourage, non seulement par sa forme, tout en arrondi, mais également par le choix des couleurs disponibles. Le slogan de cette marque, inconnue jusqu'à présent, est « Exprimez votre différence ».

Que pensez-vous de cette voiture ?

*Répondant : Je m'en fous aussi parce que ce sera mes critères à moi qui influenceront mon achat.*

Laquelle des deux voitures décrites vous correspond le mieux ?

*Répondant : Peut-être la deuxième. S'il faut vraiment choisir l'une des deux.*

Pour quelle(s) raison(s) ?

*Répondant : Pour la différence. A part ça, il n'y a pas beaucoup de détails pour les deux.*

Qu'est-ce qui vous intéresse dans le fait qu'elle soit différente ?

*Répondant : Car je ne veux pas suivre la masse et la deuxième pourrait suivre mes critères.*

Pensez-vous que vos critères soient éloignés des critères de la masse ?

*Répondant : Je ne sais pas, on nous fait croire que...*

Avez-vous déjà acheté une voiture auparavant afin de vous distinguer ou de ressembler aux autres ?

*Répondant : Non, j'ai acheté la voiture dont j'avais envie, pas pour ressembler ou être différent.*

Pensez-vous que votre voiture ressemble aux voitures dominante sur le marché ou qu'elle est différente ?

*Répondant : On en voit quand même sur le marché mais elle me correspond le mieux. De plus, le garage entre en ligne de compte aussi. On sait qu'on peut avoir confiance en lui. Le service après-vente est important.*

Demandez-vous des conseils à votre entourage lors de l'achat d'une voiture ?

*Répondant : Pour première oui, j'ai demandé des conseils. Maintenant, je sais ce que je veux mais je demanderais quand même l'avis de mon époux. L'avis de mes enfants, c'est moins important.*

Y a-t-il d'autres catégories de produits que vous achetez afin de vous distinguer/ressembler aux autres ? (vêtements, technologies, etc.)

*Répondant : Non, je ne pense pas. J'ai toujours les mêmes critères.*

Quels mots associez-vous à « différence » ?

*Répondant : Ne pas ressembler à l'autre, ne pas suivre la masse, ne pas suivre la mode.*

ANNEXE 5 : Entretien individuels

Quels mots associez-vous à « ressemblance » ?

*Répondant : La même chose, faire la même chose, suivre la masse.*

Pouvez-vous compléter ces phrases ?

Pour moi, il est important qu'une voiture soit... *pratique*

Avoir la même voiture qu'un autre est... *absurde*.

Pourquoi trouvez-vous cela absurde ?

*Répondant : Vouloir avoir même voiture que les autres, c'est absurde car ça doit être un choix personnel et non influencé par les médias, la mode, l'avis des autres. Il faut se faire ses critères personnels et en fonction de sa vie, comment on conçoit sa vie. Par exemple, quelqu'un qui fait beaucoup de travaux chez lui doit avoir une voiture pratique avec un grand coffre.*

Pour se différencier des autres il faut... *être soi-même*.

Si se différencier passe par être soi-même et que vous disiez acheter votre voiture selon vos propres critères, cela signifie-t-il que votre voiture vous aide à vous différencier ?

*Répondant : Quelque part, oui.*

Les personnes qui m'entourent sont... *géniales*.

J'aime dépenser de l'argent pour... *les vacances. Ca dépend lesquelles aussi.*

Pour quel type de vacances aimez-vous dépenser de l'argent ?

*Répondant : Pour les grands voyages à l'étranger, la découverte des pays.*

Vous préférez organiser votre voyage vous-même ou suivre un parcours ?

ANNEXE 5 : Entretiens individuels

*Répondant : Je préfère l'organiser moi-même.*

Nous arrivons maintenant à la fin de cet entretien. Je souhaiterais conclure en vous demandant quel est pour vous, votre avis général sur cet entretien, tant au niveau de la forme que du fond.

Avez-vous été satisfait de cet entretien et avez-vous des critiques à émettre ?

*Répondant : J'ai été satisfaite. C'était très bien, très amusant.*

Je vous remercie du temps que vous m'avez accordé.

### **Entretien n°7**

Bonjour, je souhaiterais vous interroger sur vos préférences et motivations d'achats concernant les voitures. Cet entretien devrait durer entre une demi-heure et une heure. Vous pourrez vous exprimer tel que vous le souhaitez, en toute honnêteté. Êtes-vous d'accord de répondre à quelques questions ?

*Répondant : Oui, je veux bien.*

Merci beaucoup. Puis-je enregistrer cette conversation afin de ne pas avoir à prendre de notes ?

*Répondant : Oui.*

Pour commencer, je voudrais me présenter. Je m'appelle Déborah Felten. J'ai 22 ans et je suis étudiante à la Louvain School of Management, à l'UCL. Je suis en dernière année de Master en sciences de gestion. Je réalise cette année mon mémoire et c'est dans ce cadre que je souhaiterais vous interroger.

Pourriez-vous vous présenter en quelques mots ?

*Répondant : Je m'appelle Natacha. Je vais avoir 25 ans. Je travaille depuis un an et demi.*

Avant de connaître votre point de vue concernant les voitures, je souhaiterais savoir si vous avez acheté vous-même votre voiture ou si celle-ci est une voiture de société et j'aimerais également connaître quelle marque de voiture vous utilisez actuellement.

*Répondant : Je viens d'acheter une voiture moi-même. C'est une Seat Ibiza. C'est une voiture d'occasion.*

Pourquoi avez-vous choisi d'acheter cette voiture ?

*Répondant : Je cherchais une voiture qui soit petite, facile à conduire et pas trop chère car c'est ma première voiture.*

Répond-t-elle à vos attentes ?

*Répondant : Je ne l'ai pas encore essayé.*

Comment décririez-vous votre voiture idéale ?

*Répondant : Ce serait une voiture petite, chic et pratique.*

Je vais maintenant vous décrire une voiture fictive. Je vous poserais ensuite quelques questions par rapport à celle-ci.

Une nouvelle voiture vient de sortir. Celle-ci est complètement distinctive des voitures classiques de votre entourage, non seulement par sa forme, tout en arrondi, mais également par le choix des couleurs disponibles. Le slogan de cette marque, inconnue jusqu'à présent, est « Exprimez votre différence ».

Quelles sont vos impressions générales par rapport à cette voiture ?

*Répondant : Au niveau des couleurs, je ne cherche pas vraiment des couleurs flashy mais je trouve cela bien d'avoir une voiture avec laquelle, quand on la voit sur le parking, on sait que c'est celle-là, avec laquelle nos amis savent qu'on arrive quand ils la voient arriver. C'est bien que ce ne soit pas une voiture comme tout le monde. Il faudrait la voir mais je préfère le fait qu'elle soit distinctive par sa forme que par ses couleurs.*

Qu'appréciez-vous dans la description que je vous en ai faite ?

*Répondant : Le fait qu'elle soit unique et pas comme celle de tout le monde.*

Que n'appréciez-vous pas dans la description que je vous en ai faite ?

*Répondant : Le fait d'avoir une couleur flashy. Je n'aimerais pas, par exemple, avoir une voiture rouge.*

Pourriez-vous acheter cette voiture ? Quel montant seriez-vous prêt à dépenser ?

*Répondant : Oui, éventuellement. Pour une nouvelle voiture, je pourrais dépenser 20 000 euros.*

Pourquoi ?

*Répondant : Comme je vous l'ai dit précédemment, car elle a une forme originale, qu'on ne voit pas chez tout le monde donc si je la trouve jolie, pourquoi ne pas l'acheter ?*

Comment décririez-vous le type de personnes qui achète ce genre de voiture ?

*Répondant : Pour moi, ce sont des personnes qui aiment se démarquer, ne pas faire comme tout le monde, qui aiment attirer un peu l'attention.*

Et à quel profil sociodémographique cela correspondrait ?

*Répondant : Les hommes, surtout pour la voiture, de tout âges et de tous milieux. Après, ça dépend du prix de la voiture mais les personnes à bas revenus aiment parfois avoir une belle voiture. C'est parfois pour certains plus important d'avoir une belle voiture, tape-à-l'œil, plutôt qu'une belle maison. Pour les femmes, ce seraient plutôt des jeunes, sans enfants mais avoir une voiture distinctive, c'est plus un truc d'hommes.*

Quelles informations souhaiteriez-vous avoir sur cette voiture qui pourraient vous influencer à l'acheter ou non ?

*Répondant : Il faudrait que je l'essaie. Outre esthétique, il faudrait qu'elle soit agréable à conduire, pratique. Il faudrait connaître le nombre de places à l'arrière, la taille du coffre. Il faut surtout pouvoir la voir en vrai et l'essayer. Le physique ne fait pas tout.*

Si vous deviez décrire cette voiture à un ami, comment la décririez-vous ?

*Répondant : Je reprendrais les caractéristiques énoncées. Elle a une forme ronde, elle est différente et disponible en plusieurs couleurs. Si quelqu'un cherche une voiture originale, c'est un genre qui peut plaire.*

Je vais maintenant vous décrire une seconde voiture.

Une voiture est arrivée il y a quelques mois sur le marché. Celle-ci est actuellement première en termes de ventes mensuelles sur le marché européen. Plusieurs de vos connaissances en possèdent une et en sont satisfaits. La voiture est une berline semblable à de nombreux modèles pratiques et fonctionnels très présents sur le marché. Le slogan de la marque est « Suivez le mouvement ».

Que pensez-vous de cette voiture ?

*Répondant : D'un côté, si c'est numéro un et que beaucoup de personnes l'ont, je suppose que c'est une bonne voiture c'est donc un point positif mais d'un autre côté, le fait que tout le*

*monde ait la même, je suis partagée, ça ne me dit rien d'avoir la même voiture que les autres. Encore une fois, il faut voir et tester.*

Laquelle des deux voitures décrites vous correspond le mieux ?

*Répondant : Je dirais plutôt la deux car il y a autre chose que l'esthétique. C'est bien d'avoir une jolie voiture mais je pense que si l'autre est numéro une, elle doit avoir beaucoup d'atouts. La conduite et le confort passent quand même avant l'esthétique.*

Et dans le cas où les performances de la voiture sont les mêmes ?

*Répondant : C'est difficile à dire. La deuxième je peux demander l'avis de ceux qui l'ont. Si tout est réellement au même niveau de confort, je pense que je choisirais celle hors du commun.*

Avez-vous déjà acheté une voiture auparavant afin de vous distinguer ou de ressembler aux autres ?

*Répondant : Non.*

Y a-t-il d'autres catégories de produits que vous achetez afin de vous distinguer ou de ressembler aux autres ? (vêtements, technologies, etc.)

*Répondant : J'ai un Iphone mais c'est pour des raisons pratiques donc je dirais non pour la technologie mais peut-être pour du maquillage, j'en achète pour ressembler aux autres car je suis influencée par Youtube.*

Parlez-moi un peu des vidéos que vous regardez. Avez-vous choisi de les visionner ou êtes-vous tombées par hasard dessus ?

*Répondant : C'était par hasard au départ. Une vidéo se trouvait dans mes recommandations. Ensuite, lorsqu'on regarde une vidéo, d'autres sont recommandées dans ce genre là et je me suis laissée prendre au jeu.*

Quelle attitude aviez-vous en voyant ces vidéos au début ? Les regardiez-vous dans le but de reproduire le maquillage ou d'acheter des produits ?

Répondant : C'était par curiosité. Cela me faisait rire et à force d'entendre tout le monde parler de telle nouveauté, j'ai eu envie de tester moi-même certains produits pour voir si c'est aussi bien que ce que les gens en disent.

Regardez-vous ces vidéos de manière passive ou vous arrive-t-il d' « aimer », partager et commenter ces vidéos ?

*Répondant : Je n'ai jamais aimé, partagé ou commenté des vidéos. Je ne fais rien à part les regarder sauf récemment je me suis abonnée mais sinon je suis passive dans mon visionnage.*

Au niveau de votre comportement, vous laissez-vous un moment de réflexion ou achetez-vous directement les produits ? En parlez-vous d'abord avec d'autres personnes ?

*Répondant : J'attends beaucoup. Je n'achète jamais directement. Eventuellement, j'en parle avec des amies et à la fin, je craque parfois mais j'essaie tout de même de rester raisonnable et de ne pas dépenser des fortunes folles dans du maquillage.*

Quels mots associez-vous à « différence » ?

*Répondant : Originalité.*

Quels mots associez-vous à « ressemblance » ?

*Répondant : Universalité.*

Pouvez-vous compléter ces phrases ?

Pour moi, il est important qu'une voiture soit... *fonctionnelle*

Avoir la même voiture qu'un autre est... *indifférent*.

Pourquoi avoir fait ce choix de mot ?

*Répondant : Parce qu'avoir la même voiture qu'un autre, n'est pas ma priorité. Si je dois avoir la même voiture, ok, tant pis, ça ne change pas ma vie. Je parle bien de voiture. Pour des vêtements, ce n'est pas la même chose. Je trouve cela plus gênant.*

Préférez-vous portez-vous des vêtements complètement originaux ou dans le même style mais pas exactement pareils ?

*Répondant : Ça dépend des goûts des gens. Je n'ai pas un style extravagant mais je trouve que si l'on met un pantalon et qu'une amie ou sœur a le même, le même jour, c'est un peu gênant.*

Pour se différencier des autres il faut... *se démarquer*.

Les personnes qui m'entourent sont... *des gens que j'apprécie, mes amis*.

Leur avis est-il important pour vous ?

*Répondant : Oui, j'aime demander leur avis. Après, je prends en compte ou pas mais au moins je sais ce qu'ils en pensent.*

J'aime dépenser de l'argent pour... *me faire plaisir*.

Nous avons abordé plusieurs catégories de produits lors de cet entretien. Pour certaines catégories, vous avez dit préférez ressembler aux autres tandis que pour d'autres vous préféreriez être différent. Je vais vous citer certaines catégories de produits et vous allez me dire, pour la catégorie, ce que vous préférez, ressembler aux autres, être différent ou aucun des deux.

Electroménager ? *Ressembler aux autres, j'ai suivi les conseils de ma mère pour en acheter.*

Nourriture ? *Me distinguer, j'aime essayer de nouveaux trucs.*

Voyages ? *Me distinguer. J'aime tester de nouvelles choses, ne pas aller toujours aux mêmes endroits.*

Accessoires de mode (bijoux, chaussures) ? *Je suis plutôt la tendance donc je dirais pour ressembler autres.*

Maison et décorations ? *J'ai un style plutôt classique donc je dirais ressembler aux autres mais avec quelques touches pour me distinguer.*

Nous arrivons maintenant à la fin de cet entretien. Je souhaiterais conclure en vous demandant quel est pour vous, votre avis général sur cet entretien, tant au niveau de la forme que du fond.

Avez-vous été satisfait de cet entretien et avez-vous des critiques à émettre ?

*Répondant : J'ai été contente de vous aider. Je n'ai pas de remarques ni critiques.*

Je vous remercie du temps que vous m'avez accordé.

### ***Entretien n°8***

Bonjour, je souhaiterais vous interroger sur vos préférences et motivations d'achats concernant les voitures. Cet entretien devrait durer entre une demi-heure et une heure. Vous pourrez vous exprimer tel que vous le souhaitez, en toute honnêteté. Êtes-vous d'accord de répondre à quelques questions ?

*Répondant : Oui.*

Merci beaucoup. Puis-je enregistrer cette conversation afin de ne pas avoir à prendre de notes ?

*Répondant : Oui, bien sûr.*

Pour commencer, je voudrais me présenter. Je m'appelle Déborah Felten. J'ai 22 ans et je suis étudiante à la Louvain School of Management, à l'UCL. Je suis en dernière année de Master en sciences de gestion. Je réalise cette année mon mémoire et c'est dans ce cadre que je souhaiterais vous interroger.

Pourriez-vous vous présenter en quelques mots ?

*Répondant : Je m'appelle Astrid. Je suis assistante de direction et j'ai 36 ans. Je viens de la province de Namur.*

Avant de connaître votre point de vue concernant les voitures, je souhaiterais savoir si vous avez acheté vous-même votre voiture ou si celle-ci est une voiture de société et j'aimerais également connaître quelle marque de voiture vous utilisez actuellement.

*Répondant : Oui, j'ai acheté une Toyota.*

Pourquoi aviez-vous choisi d'acheter cette voiture ?

*Répondant : Je me suis basée sur le rapport qualité-prix.*

Répond-t-elle à vos attentes ?

*Répondant : Oui, je ne dois aller que rarement au contrôle technique, elle fonctionne bien.*

Si vous deviez changer de voiture, rachèteriez-vous cette marque ? Si non, laquelle achèteriez-vous et pourquoi ?

*Répondant : Je rachèterais la même car elle est fiable.*

Comment décririez-vous votre voiture idéale ?

*Répondant : Pour moi, la voiture idéale est une voiture confortable, avec de l'espace et un bon rapport qualité-prix.*

Je vais maintenant vous décrire une voiture fictive. Je vous poserais ensuite quelques questions par rapport à celle-ci.

Une nouvelle voiture vient de sortir. Celle-ci est complètement distinctive des voitures classiques de votre entourage, non seulement par sa forme, tout en arrondi, mais également par le choix des couleurs disponibles. Le slogan de cette marque, inconnue jusqu'à présent, est « Exprimez votre différence ».

Quelles sont vos impressions générales par rapport à cette voiture ?

*Répondant : Cela m'a l'air d'être une voiture qui marcherait bien. On ne voit pas souvent des voitures de toutes les couleurs, c'est sympa.*

Qu'appréciez-vous dans la description que je vous en ai faite ?

*Répondant : J'apprécie qu'elle soit différente des autres voitures.*

Que n'appréciez-vous pas dans la description que je vous en ai faite ?

*Répondant : Je ne saurais pas dire car c'est vague.*

Pourriez-vous acheter cette voiture ? Quel montant seriez-vous prêt à dépenser ?

*Répondant : Je ne choisis pas sur base de la différence et des couleurs. Je dois regarder un peu les autres caractéristiques. J'ai d'autres critères.*

Quels autres critères prenez-vous en compte ?

*Répondant : Je regarde la qualité, le prix et le confort.*

Comment décririez-vous le type de personnes qui achète ce genre de voiture ?

*Répondant : Cette voiture a une cible assez jeune d'après la description mais j'aurais besoin de plus de détails pour savoir à quel type de personnes elle correspond.*

Si vous deviez décrire cette voiture à un ami, comment la décririez-vous ?

*Répondant : C'est une voiture qui veut être différente des autres et qui propose pas mal de choix de couleurs.*

Je vais maintenant vous décrire une seconde voiture.

Une voiture est arrivée il y a quelques mois sur le marché. Celle-ci est actuellement première en termes de ventes mensuelles sur le marché européen. Plusieurs de vos connaissances en possèdent une et en sont satisfaits. La voiture est une berline semblable à de nombreux modèles pratiques et fonctionnels très présents sur le marché. Le slogan de la marque est « Suivez le mouvement ».

Que pensez-vous de cette voiture ?

*Répondant : C'est une voiture beaucoup mieux au niveau de la qualité et le prix.*

Quelles informations dans la description vous font penser que la voiture est meilleure au niveau de la qualité et du prix ?

*Répondant : Le fait qu'elle soit la première sur le marché européen et donc la meilleure.*

Laquelle des deux voitures décrites vous correspond le mieux ?

*Répondant : La deuxième voiture me correspond davantage. La première voiture, j'ai l'impression qu'elle est mieux au niveau externe, design tandis que la deuxième, j'ai l'impression que c'est plutôt au niveau du fonctionnement, du caractère pratique et technique.*

Dans le cas où les deux voitures sont semblables au niveau technique et que seuls le nombre de personnes l'a possédant et le design les distinguent, laquelle préférez-vous ?

*Répondant : Alors dans ce cas-là, je dirais la première car il y a une plus-value avec son originalité et ses couleurs.*

Avez-vous déjà acheté une voiture auparavant afin de vous distinguer ou de ressembler aux autres ?

*Répondant : Non.*

Y a-t-il d'autres catégories de produits que vous achetez afin de vous distinguer/ressembler aux autres ? (vêtements, technologies, etc.)

*Répondant : Oui mais à la base, je dois préciser que je ne suis pas très fan de voitures. J'utilise plus la voiture pour son utilisation fonctionnelle que l'image qu'elle renvoie de moi.*

Quelles catégories de produits achetez-vous pour vous distinguer ou ressembler aux autres dans ce cas ?

*Répondant : Les vêtements principalement.*

Achetez-vous ceux-ci pour ressembler ou être différente des autres ?

*Répondant : Je dirais pour être différente.*

Quelle image pensez-vous refléter grâce à vos vêtements ?

*Répondant : Je pense montrer que je suis quelqu'un d'originale.*

Quels mots associez-vous à « différence » ?

*Répondant : Pas commun, creativity, think out of the box.*

Quels mots associez-vous à « ressemblance » ?

*Répondant : Copier, pas original, groupie.*

Pouvez-vous compléter ces phrases ?

Pour moi, il est important qu'une voiture soit... *de bonne qualité avec un bon rapport qualité-prix.*

Avoir la même voiture qu'un autre est... *je m'en fous.*

Pour se différencier des autres il faut... *être créatif.*

Les personnes qui m'entourent sont... *mes amis.*

Demandez-vous des conseils à vos amis lors de vos achats?

*Répondant : Oui, énormément.*

J'aime dépenser de l'argent pour... *manger, acheter des vêtements et partir en vacances.*

Nous arrivons maintenant à la fin de cet entretien. Je souhaiterais conclure en vous demandant quel est pour vous, votre avis général sur cet entretien, tant au niveau de la forme que du fond.

Avez-vous été satisfait de cet entretien et avez-vous des critiques à émettre ?

*Répondant : J'ai été très satisfaite. Je n'ai pas de critiques ni de remarques particulières à faire.*

Je vous remercie du temps que vous m'avez accordé.

### ***Entretien n°9***

Bonjour, je souhaiterais vous interroger sur vos préférences et motivations d'achats concernant les voitures. Cet entretien devrait durer entre une demi-heure et une heure. Vous pourrez vous exprimer tel que vous le souhaitez, en toute honnêteté. Êtes-vous d'accord de répondre à quelques questions ?

*Répondant : Oui.*

Merci beaucoup. Puis-je enregistrer cette conversation afin de ne pas avoir à prendre de notes ?

*Répondant : Oui, vous pouvez.*

Pour commencer, je voudrais me présenter. Je m'appelle Déborah Felten. J'ai 22 ans et je suis étudiante à la Louvain School of Management, à l'UCL. Je suis en dernière année de Master en sciences de gestion. Je réalise cette année mon mémoire et c'est dans ce cadre que je souhaiterais vous interroger.

Pourriez-vous vous présenter en quelques mots ?

*Répondant : Je m'appelle Amine. J'ai 26 ans, je suis en master en finance. J'ai déjà eu une expérience de travail à la banque.*

Avant de connaître votre point de vue concernant les voitures, je souhaiterais savoir si vous avez acheté vous-même votre voiture ou si celle-ci est une voiture de société et j'aimerais également connaître quelle marque de voiture vous utilisez actuellement.

*Répondant : Oui, j'ai acheté ma voiture. C'est une Ford Fiesta 2010 Diesel.*

Pourquoi aviez-vous choisi d'acheter cette voiture ?

*Répondant : J'ai acheté cette voiture car dans cette gamme de voitures, les petites citadines, c'est celle qui est réputée au niveau du moteur Diesel. J'ai confiance dans cette marque même si elle est un peu plus chère que d'autres citadines. Comparée à d'autres voitures dans sa catégorie, elle est un peu plus puissante. Quand on donne des coups de volants, ça ne part pas très légèrement. Elle a une, bonne tenue de route.*

Répond-t-elle à vos attentes ?

*Répondant : Oui, plus ou moins. Elle est vraiment bien, surtout au niveau de la tenue de route mais j'ai eu quelques petits problèmes après un an et demi. La pente des freins était fissurée mais ça a été réparé. Cependant, c'est un peu récurrent donc chaque année, il faut changer chez le garagiste mais ce n'est pas très coûteux.*

Si vous deviez changer de voiture, rachèteriez-vous cette marque ? Si non, laquelle achèteriez-vous et pourquoi ?

*Répondant : Ça dépendra de mon budget à ce moment-là. Si j'ai petit budget, je choisirais une citadine aussi. Si j'ai assez d'argent, je choisirais une citadine allemande, Audi ou Mercedes. J'ai plus confiance avec ces voitures et je trouve que le design est meilleur. Avec ces voitures, on sait qu'elles ne vont pas nous lâcher en pleine route. Elles demandent d'autres entretiens assez coûteux mais si j'avais assez d'argent, je prendrais bien une berline, plus d'espace.*

Comment décririez-vous votre voiture idéale ?

*Répondant : Une berline couleur foncée, spacieuse, puissante mais pas trop. Je préfère l'aspect design et sécurité que l'aspect puissance car je ne suis pas un fan de vitesse. Je reste raisonnable quand je conduis donc ça ne ferait pas une grande différence si j'ai une voiture très puissante. Pour moi, il y a deux déterminants dans l'achat de ma voiture : la marque et le design.*

Je vais maintenant vous décrire une voiture fictive. Je vous poserais ensuite quelques questions par rapport à celle-ci.

Une nouvelle voiture vient de sortir. Celle-ci est complètement distinctive des voitures classiques de votre entourage, non seulement par sa forme, tout en arrondi, mais également par le choix des couleurs disponibles. Le slogan de cette marque, inconnue jusqu'à présent, est « Exprimez votre différence ».

Quelles sont vos impressions générales par rapport à cette voiture ?

*Répondant : Ça a l'air intéressant à première vue. C'est quelque chose qui pourrait m'attirer car, déjà, quand une nouvelle voiture arrive sur le marché, j'ai l'habitude de discuter avec des amis à propos de celle-ci. Nous faisons des tours de table pour discuter et argumenter si on la trouve bien ou pas. Si c'est une nouvelle voiture, ça m'intéresserait mais je ne sais pas si j'achèterais juste car c'est nouveau ou uniquement pour exprimer ma différence. J'ai plus confiance dans les trucs que je connais déjà. Je ferais plus d'investigation afin d'en connaître d'avantage et pouvoir me faire mon opinion mais je ne l'achèterais pas juste sur un coup de tête, juste pour exprimer ma différence. Du moins, je ne pense pas.*

Qu'appréciez-vous dans la description que je vous en ai faite ?

*Répondant : J'apprécie que ce soit nouveau et qu'elle adhère à un nouveau design. Au niveau du slogan, je trouve que cela correspond plus à marque qu'à un type de voiture. Je ne suis pas très susceptible à ce genre d'argument car je sais que c'est un argument commercial. Je m'intéresse plutôt aux caractéristiques techniques qu'à ce qui est apparent. Ce n'est pas le slogan qui me fait changer d'avis sur une voiture.*

Que n'appréciez-vous pas dans la description que je vous en ai faite ?

*Répondant : Rien, je ne vois pas vraiment de point négatif. Cela dépendra du modèle. Si tout ce que je veux dans une voiture est là, c'est bien mais ça dépend du modèle. Il y a toujours des différences dans les voitures. Cette voiture attirerait mon attention et ensuite je ferais mon*

*enquête et je verrais les points négatifs. Acheter une voiture ne se fait pas du jour au lendemain, je devrais faire une étude de mon budget et des études comparatives avec les autres voitures.*

Pourriez-vous acheter cette voiture ? Quel montant seriez-vous prêt à dépenser ?

*Répondant : Je ne sais pas. Je dirais, considérant que je suis un jeune travailleur, que je pourrais mettre de 20 à 25 000 mais ce serait pour une voiture de moyenne gamme, pas pour une voiture de luxe non plus.*

Comment décririez-vous le type de personnes qui achète ce genre de voiture ?

*Répondant : C'est vrai qu'on peut avoir une idée des gens à travers leur voiture. Normalement, je ne fais pas ce genre de réflexion, je trouve ça méchant, mais je dirais plutôt que c'est par rapport au budget. Certains préfèrent le confort. Ici, les gens qui achètent la voiture décrite prêtent attention à l'entourage et à l'image qu'ils projettent à la société. Ce sont des gens qui ont une satisfaction intérieure. Ce sont des gens heureux et satisfaits.*

Quelles informations souhaiteriez-vous avoir sur cette voiture qui pourraient vous influencer à l'acheter ou non ?

*Répondant : Il faut que je connaisse sa puissance. Aussi, au niveau fiscal, plus que prix de la voiture, il faudrait que je connaisse sa consommation, le combustible utilisé, essence ou diesel. Il faudrait que je réfléchisse au design quand même. J'aimerais une photo. Pour moi, peu importe la couleur mais c'est surtout le design qui prime au niveau de l'apparence. Principalement, je voudrais connaître la consommation. Je veux aussi savoir si on se sent en sécurité. En bref, je voudrais surtout des informations sur la consommation, le design et le confort qu'elle apporte.*

Si vous deviez décrire cette voiture à un ami, comment la décririez-vous ?

*Répondant : Je ne vais pas m'arrêter sur le slogan car si ça exprime ma différence, je ne suis pas sûr que ça exprime celle de mon pote. Je décrirais donc tout ce qui est technique. Je discuterais de si ça engage des frais, de l'assurance. On en discute à chaque fois avec mes amis quand nous parlons des voitures. Et je dirais aussi, par exemple, que c'est une voiture qui a l'air de marcher très bien, que ce sont des gens du même niveau socio-économique que lui qui l'achètent.*

Je vais maintenant vous décrire une seconde voiture.

Une voiture est arrivée il y a quelques mois sur le marché. Celle-ci est actuellement première en termes de ventes mensuelles sur le marché européen. Plusieurs de vos connaissances en possèdent une et en sont satisfaits. La voiture est une berline semblable à de nombreux modèles pratiques et fonctionnels très présents sur le marché. Le slogan de la marque est « Suivez le mouvement ».

Que pensez-vous de cette voiture ?

*Répondant : Là, c'est plus clair. Ça m'intéresse plus. J'aime que ce soit une berline et qu'elle soit entrée sur le marché récemment et que beaucoup de gens qui l'ont achetée en sont satisfaits. Ça me concerne vraiment. Je pourrais vraiment l'acheter car ça me correspond sauf le slogan qui me dérange. Je n'aimerais pas avoir la même voiture qu'un million de gens à côté. D'un côté, que ce soit très répandu, c'est un bon point car ça prouve que ça marche bien et c'est facile pour trouver des pièces de rechange mais d'un autre côté, je ne voudrais pas la même voiture que la moitié des bruxellois, et en croiser cinq ou six dans la même rue. C'est un point qui me dérange mais à part ça, toute la description est bonne et me correspond. Je serais très, très intéressé sauf le pour le slogan qui déclenche un déclic dans ma tête. Ça me dérange un peu.*

Laquelle des deux voitures décrites vous correspond le mieux ?

*Répondant : Je préfère la deuxième. Je préfère une qui marche bien mais que tout le monde a. Je cherche plus à répondre plus à des besoins physiques que matériaux. Au niveau de ce qui est psychologique comme les slogans et les symboles, ça ne m'attire pas.*

Avez-vous déjà acheté une voiture auparavant afin de vous distinguer ou de ressembler aux autres ?

*Répondant : Oui, pour ressembler aux autres. Je ne vais pas acheter une voiture pour créer de la différence mais pour des raisons pragmatiques. Je veux une jolie voiture mais je ne veux pas me faire remarquer. Je suis quelqu'un de discret. Je ne repeindrais jamais une voiture en rouge par exemple. Je préfère les couleurs passe-partout. La différence n'est pas le motif principal pour l'achat d'une voiture.*

Dans votre entourage, connaissez-vous des personnes qui achètent dans le but de se différencier ou de ressembler aux autres ?

*Répondant : J'ai pas mal de potes qui achètent pour se différencier des autres. Par exemple, j'ai un pote qui a acheté une Audi A3 l'été dernier alors qu'il avait déjà une belle voiture mais il a acheté une nouvelle pour se faire remarquer car il n'avait aucun problème avec l'autre. Dans mon entourage, mes amis font très attention. Généralement, l'esthétique et les voitures différentes, ça va avec ce qui est technique. Cependant, je pense que dans mon exemple, mon pote qui a acheté l'Audi A3, c'est pour se sentir bien, pas pour les prouesses mécaniques. C'est pour se montrer.*

Pensez-vous que l'achat d'une voiture peut avoir un impact au niveau de l'image qu'on renvoie ?

*Répondant : Oui. Ça peut renvoyer une image positive ou négative. On peut catégoriser les gens sur base des voitures qu'ils utilisent. Quand on voit une berline, on se dit que la personne a un gros salaire. On a des réflexions. On essaie de renvoyer les gens dans une case. Si on voit une femme dans une petite citadine, on a l'image d'une nouvelle salariée qui préfère mettre*

*de l'argent dans des voyages et des sorties entre amis. On a des clichés. Forcément, une grosses Lamborghini jaune attire l'attention.*

Y a-t-il d'autres catégories de produits que vous achetez afin de vous distinguer ou ressembler aux autres ? (vêtements, technologies, etc.)

*Répondant : Oui, pour tout ce qui est technologique, je ne suis pas un pionnier mais plutôt suiveur. Je n'achète pas ce qu'il y a de plus récent, le nec plus ultra. Je fais de plus en plus attention avec ma formation à la publicité, à l'influence qu'elle peut avoir. Ce qui est plus cher n'est pas forcément justifié. Ça ne l'est pas pour le peu de différences entre l'iPhone 4 et l'iPhone 5. Je préfère un smartphone moins cher mais bon pour mon utilisation. Je n'essaie pas de me distinguer à ce point de vue. Pour me distinguer, je vais utiliser d'autres choses. Au niveau des vêtements, c'est important. Je ne veux pas quelqu'un qui a les mêmes vêtements que moi. Les vêtements, c'est un moyen simple de se distinguer sans devoir dépenser plein d'argent. C'est facile de varier les couleurs, d'acheter des vêtements qui nous vont bien et sont harmonieux et de dégager mon idée de style même si je n'ai pas réellement un style particulier. J'aime essayer différents styles. Les vêtements, c'est un moyen simple d'exprimer sa différence. Mais au niveau technologique, je ne cherche pas à être différent, je suis plutôt un suiveur.*

Et pensez-vous à d'autres catégories de produits que vous utilisez pour vous distinguer ou vous fondre dans la masse ?

*Répondant : Je ne pense pas parce que par rapport aux produits, je ne me distingue pas vraiment. Je n'aime pas me distinguer. C'est vaniteux de vouloir se distinguer. Ce n'est pas dans mes valeurs. Je préfère me distinguer par des voyages, en visitant des endroits que des gens n'ont pas l'habitude de voir. J'aime faire des expériences inhabituelles au niveau divertissement, par exemple du saut en parachute. Je ne me distingue pas par des objets matériels mais plutôt par des expériences. Je dirais vraiment que je me différencie plutôt par des voyages et de nouvelles expériences.*

Quels mots associez-vous à « différence » ?

*Répondant : C'est humain.*

Quels mots associez-vous à « ressemblance » ?

*Répondant : Conformisme.*

Pouvez-vous compléter ces phrases ?

Pour moi, il est important qu'une voiture soit... *fiable.*

Avoir la même voiture qu'un autre est... *pas très excitant, pas intéressant.*

Pour se différencier des autres il faut... *être unique et soi-même.*

Les personnes qui m'entourent sont... *raisonnables. Ils vont faire des décisions raisonnables.*

J'aime dépenser de l'argent pour... *des voyages.*

Nous arrivons maintenant à la fin de cet entretien. Je souhaiterais conclure en vous demandant quel est pour vous, votre avis général sur cet entretien, tant au niveau de la forme que du fond.

Avez-vous été satisfait de cet entretien et avez-vous des critiques à émettre ?

*Répondant : J'ai été satisfait. Je pense que pour les hommes de mon âge, je ne pense pas que ce soit pour se différencier qu'ils achètent des voitures. Ce sont des gens superficiels qui achètent pour se différencier même si je ne vois pas ça comme un défaut. On peut être superficiel et avoir plein de qualités à côté. Ce n'est pas la volonté de différence ou ressemblance qui pousse à faire un achat important. Un jeune fait plus attention au design mais pas forcément à un design pour se différencier. Tout le monde peut avoir le même modèle et on trouve le design joli tout de même. La technique et la fiabilité sont importantes. Ce qui est psychologique vient après.*

Je vous remercie du temps que vous m'avez accordé.

### **Entretien n°10**

Bonjour, je souhaiterais vous interroger sur vos préférences et motivations d'achats concernant les voitures. Cet entretien devrait durer entre une demi-heure et une heure. Vous pourrez vous exprimer tel que vous le souhaitez, en toute honnêteté. Êtes-vous d'accord de répondre à quelques questions ?

*Répondant : Oui, je suis d'accord.*

Merci beaucoup. Puis-je enregistrer cette conversation afin de ne pas avoir à prendre de notes ?

*Répondant : Oui, bien entendu.*

Pour commencer, je voudrais me présenter. Je m'appelle Déborah Felten. J'ai 22 ans et je suis étudiante à la Louvain School of Management, à l'UCL. Je suis en dernière année de Master en sciences de gestion. Je réalise cette année mon mémoire et c'est dans ce cadre que je souhaiterais vous interroger.

Pourriez-vous vous présenter en quelques mots ?

*Répondant : Je m'appelle Marie. J'ai 22 ans et je suis étudiante.*

Avant de connaître votre point de vue concernant les voitures, je souhaiterais savoir si vous avez acheté vous-même votre voiture ou si celle-ci est une voiture de société et j'aimerais également connaître quelle marque de voiture vous utilisez actuellement.

*Répondant : J'ai acheté une Polo, une VW.*

Pourquoi aviez-vous choisi d'acheter cette voiture ?

*Répondant : Car ma mère avait une VW avant et c'est une voiture pratique. Il y avait de bonnes conditions au salon de l'auto quand je l'ai achetée.*

Répond-t-elle à vos attentes ?

*Répondant : Oui, je n'ai pas besoin de plus pour le moment. J'ai juste besoin d'une voiture qui roule.*

Si vous deviez changer de voiture, rachèteriez-vous cette marque ? Si non, laquelle achèteriez-vous et pourquoi ?

*Répondant : Oui, je suis contente de ma VW.*

Comment décririez-vous votre voiture idéale ?

*Répondant : Une voiture sportive, avec du style, avec 90 chevaux au moins et pratique quand même, avec un bon coffre.*

Je vais maintenant vous décrire une voiture fictive. Je vous poserais ensuite quelques questions par rapport à celle-ci.

Une voiture est arrivée il y a quelques mois sur le marché. Celle-ci est actuellement première en termes de ventes mensuelles sur le marché européen. Plusieurs de vos connaissances en possèdent une et en sont satisfaits. La voiture est une berline semblable à de nombreux modèles pratiques et fonctionnels très présents sur le marché. Le slogan de la marque est « Suivez le mouvement ».

Quelles sont vos impressions générales par rapport à cette voiture ?

*Répondant : Elle a l'air pas mal.*

Qu'appréciez-vous dans la description que je vous en ai faite ?

*Répondant : J'apprécie le slogan « suivez le mouvement », le fait que ce soit une berline et j'aime également que des connaissances l'aient et en sont satisfaites.*

Que n'appréciez-vous pas dans la description que je vous en ai faite ?

*Répondant : J'apprécie moins que ce soit la première sur le marché. Ça fait voiture passe-partout et j'apprécie avoir une voiture un peu plus particulière, différente.*

Pourriez-vous acheter cette voiture ? Quel montant seriez-vous prêt à dépenser ?

*Répondant : Oui, je serais prête à l'acheter jusqu'à 20 000 euros même si ça se vendrait jusqu'à 30 000 euros mais en tant qu'étudiante, je ne sais pas mettre davantage.*

Comment décririez-vous le type de personnes qui achète ce genre de voiture ?

*Répondant : C'est une voiture classique donc ce seraient des personnes classiques. Ça ne correspond pas à une grande famille, ni à des étudiants. Ce seraient plutôt des jeunes couples avec 2 enfants, plutôt habitant en ville comme c'est une voiture classique. Ça pourrait correspondre à tout âge, des personnes âgées ou de jeunes travailleurs.*

Quelles informations souhaiteriez-vous avoir sur cette voiture qui pourraient vous influencer à l'acheter ou non ?

*Répondant : Les caractéristiques du moteur, la consommation, l'assurance et la qualité des finitions.*

Si vous deviez décrire cette voiture à un ami, comment la décririez-vous ?

*Répondant : Il s'agit d'une berline classique, pratique et fonctionnelle. C'est une voiture passe-partout car c'est le numéro 1 mais elle est fiable et les gens en sont contents lors du bouche-à-oreille.*

Je vais maintenant vous décrire une seconde voiture.

Une nouvelle voiture vient de sortir. Celle-ci est complètement distinctive des voitures classiques de votre entourage, non seulement par sa forme, tout en arrondi, mais également par le choix des couleurs disponibles. Le slogan de cette marque, inconnue jusqu'à présent, est « Exprimez votre différence ».

Que pensez-vous de cette voiture ?

*Répondant : C'est assez attirant. C'est ce que mon frère cherchait avec sa Smart particulière. J'aime avoir une voiture qui se distingue mais il manque des informations. Ça peut être une voiture très sympa ou moche car on ne sait pas à quoi s'attendre avec la description contrairement à la berline où on a une idée claire de ce à quoi elle ressemble.*

Laquelle des deux voitures décrites vous correspond le mieux ?

*Répondant : Je prendrais plus la première parce que j'ai moins de chance de faire une erreur car elle est plus classique. La deuxième, je ne sais pas à quoi m'attendre niveau style. Dans les 2 descriptions, il manque des informations concernant le moteur, la praticité, etc. Avec la deuxième, il y a moins de risque d'être déçu comme beaucoup de personnes l'ont et sont satisfaits.*

Avez-vous déjà acheté une voiture auparavant afin de vous distinguer ou de ressembler aux autres ?

*Répondant : La Polo est ma première voiture donc non.*

Y a-t-il d'autres catégories de produits que vous achetez afin de vous distinguer ou de ressembler aux autres ? (vêtements, technologies, etc.)

*Répondant : Oui, au niveau de l'habillement, je cherche toujours à me distinguer des autres. Aussi, c'est aussi le cas au niveau des chaussures, des sacs. Par exemple, j'ai un sac Longchamp.*

*A la fois, c'est se distinguer et ressembler. C'est se distinguer d'une catégorie de personnes et ressembler à une autre. Au niveau des GSM aussi, même si moi, je cherche le truc classique. Ceux qui prennent un iPhone le font pour faire partie de la famille Apple. Moi, j'ai un vieux Samsung.*

Quels mots associez-vous à « différence » ?

*Répondant : distinction, unique, originalité, hors du commun, oser, personnalité.*

Quels mots associez-vous à « ressemblance » ?

*Répondant : appartenance à un groupe, modèle, classique.*

Pouvez-vous compléter ces phrases ?

*Pour moi, il est important qu'une voiture soit... sportive, avec un chouette design et abordable. Peut-être ce dernier point car je suis étudiante.*

*Avoir la même voiture qu'un autre est... qu'on a les mêmes goûts et besoins automobiles.*

*Pour se différencier des autres il faut... se démarquer mais pas nécessairement du point de vue matériel. Ça peut être au niveau du caractère. C'est un tout.*

*Les personnes qui m'entourent sont... gentilles et agréables.*

*J'aime dépenser de l'argent pour... un voyage récemment. Sinon, pour des sorties, me faire plaisir avec des vêtements mais en général je n'aime pas trop dépenser de l'argent. Je suis très économe.*

Demandez-vous des conseils à votre entourage avant de réaliser un achat ?

*Oui souvent. Même pour acheter des vêtements, je demande l'avis à ma mère. Pour une voiture, d'office je demanderais lorsque j'achèterais une nouvelle. Je demanderais notamment l'avis de mon frère qui s'y connaît et travaille dans ce secteur. Je fais aussi des recherches internet.*

Nous arrivons maintenant à la fin de cet entretien. Je souhaiterais conclure en vous demandant quel est pour vous, votre avis général sur cet entretien, tant au niveau de la forme que du fond.

Avez-vous été satisfait de cet entretien et avez-vous des critiques à émettre ?

*Répondant : J'ai été satisfaite. Les questions sont intéressantes.*

Je vous remercie du temps que vous m'avez accordé.

## ANNEXE 6 : Étude quantitative - Questionnaire

Bonjour, dans le cadre de mon mémoire de fin d'année, je souhaiterais vous poser quelques questions sur vos habitudes d'achats. Ce questionnaire ne devrait pas prendre plus de 15 minutes. Il est anonyme et ne sera pas utilisé à des fins commerciales. Veuillez, s'il vous plait, répondre en toute franchise et prendre le temps de lire l'entièreté des questions.

Parmi les affirmations suivantes, veuillez sélectionner votre degré d'accord, 1 correspondant à « pas du tout d'accord » et 7 correspondant à « tout à fait d'accord ».

1. Je combine souvent ce que je possède de manière à créer une image personnelle qui ne peut pas être dupliquée
2. J'essaie souvent de trouver une version plus intéressante des produits ordinaires car j'apprécie être original(e)
3. Je cherche activement à développer mon unicité personnelle en achetant des produits ou marques spéciaux
4. Garder un œil sur les produits qui sont intéressants et inhabituels me permet d'établir une image distinctive
5. En ce qui concerne les produits que j'achète et les situations dans lesquelles je les utilise, je casse les coutumes et règles
6. J'ai souvent violé les règles de mon groupe social concernant quoi acheter ou posséder
7. Je vais souvent à l'encontre des règles de mon groupe social concernant quand et comment certains produits sont correctement utilisés
8. J'apprécie défier les goûts dominants des gens que je connais en achetant quelque chose qu'ils ne semblent pas accepter
9. Quand un produit que je possède devient populaire parmi la population générale, je commence à moins l'utiliser
10. J'essaie souvent d'éviter les produits ou marques dont je sais qu'ils sont achetés par la population générale

11. En règle générale, je n'aime pas les produits ou marques habituellement achetés par tout le monde
12. Au plus un produit ou une marque est banal au sein de la population générale, au moins je suis intéressé(e) à l'acheter.
13. Si d'autres personnes ne semblent pas m'accepter en raison de ce que j'achète ou je possède, je ne m'en soucie pas
14. J'essaie fort de ne pas acheter des choses qui feraient que d'autres personnes m'évitent ou me rejettent
15. Je m'inquiète rarement de savoir si d'autres personnes se soucient des produits ou marques que j'utilise
16. J'ai besoin de sentir qu'il y a des gens vers qui je peux me tourner en cas de besoins de conseils à propos des produits que j'utilise ou souhaite acheter
17. A travers ma consommation, je veux que les autres personnes m'acceptent
18. Je n'aime pas être seul(e) et achète des produits pour me sentir inclus(e) dans un groupe
19. Ça ne m'ennuie pas que mes amis consomment des produits différents, des produits meilleurs ou qu'ils consomment de manière différente
20. J'ai un fort « besoin d'appartenance » et cela impacte ma consommation
21. Cela me dérange beaucoup si je ne suis pas inclus(e) dans un groupe à cause des produits que j'utilise (vêtements, voiture, technologie, type de voyage, etc.)
22. Mes sentiments sont facilement blessés quand je sens que d'autres personnes ne m'acceptent pas en raison des marques que j'utilise
23. J'aime les nouvelles façons de faire les choses
24. J'aime m'amuser avec de nouvelles idées même s'il s'avère que c'est une perte de temps
25. J'aime les choses nouvelles et différentes
26. Quand je vois une nouvelle marque en rayon, j'ai une attitude positive et me demande quels avantages elle apporte

27. J'aime parler des marques que j'utilise avec d'autres personnes
28. J'aime raconter des anecdotes sur les marques que j'utilise à d'autres personnes
29. J'explique aux autres pourquoi ils ont intérêt à acheter certaines marques par rapport à d'autres
  
30. J'ai souvent l'intention de changer de marques
31. Je considère changer les marques que j'utilise fréquemment
32. J'aime varier les marques
33. Je suis attiré(e) fréquemment par d'autres marques que celles que j'utilise habituellement
34. Je préfère garder toujours les mêmes marques
  
35. Si de nombreuses personnes utilisent un produit, c'est parce qu'il est meilleur que les autres produits
36. Je trouve attrayant les produits utilisés par de nombreuses personnes de mon entourage
37. Les produits utilisés par la population générale me semblent désirables
  
38. J'écoute les conseils de mes proches pour faire mes achats
39. Je fais plus confiance aux avis de mes amis qu'aux informations sur les sites internet des marques que j'achète
40. Je n'écoute pas mes amis concernant les produits et je préfère me faire ma propre opinion
41. Lorsqu'un nouveau produit est lancé sur le marché, je cherche à en savoir plus en discutant auprès de mes amis ayant déjà essayé le produit
  
42. Lorsque de nouveaux produits arrivent sur le marché, je les achète volontiers
43. Je trouve intéressant d'acheter de nouvelles choses
44. J'aime acheter de nouveaux produits afin de les essayer
45. Je suis satisfait(e) de mes produits actuels et ne vois pas l'utilité d'acheter de nouveaux

46. J'achète des produits une fois qu'ils deviennent populaires et sont répandus parmi la population
47. J'achète souvent des produits également utilisés par de nombreuses personnes dans mon entourage
48. J'achète fréquemment les produits générant le plus de vente dans leur catégorie (premiers en part de marché).

Veillez indiquer l'importance relative que vous accordez à ces critères dans le choix d'un produit. Les extrêmes signifie que vous ne prenez en compte que ce critère. Les points intermédiaires permettent de refléter les situations intermédiaires.

49. Critère esthétique (emballage, couleur du produit, formes et design du produit, etc.)  
– Critère fonctionnel (produit pratique, confortable, utile, techniquement efficace, etc.)

Veillez répondre aux questions suivantes par un nombre entier.

50. Pour des vêtements, lorsque vous faites du shopping seul, vous dépensez en moyenne : \_\_\_\_\_
51. Pour des vêtements, lorsque vous faites du shopping avec un ami, vous dépensez en moyenne : \_\_\_\_\_
52. Pour des courses alimentaires, lorsque vous faites du shopping seul, vous dépensez en moyenne : \_\_\_\_\_
53. Pour des courses alimentaires, lorsque vous faites du shopping avec un ami, vous dépensez en moyenne : \_\_\_\_\_
54. Pour acheter un cadeau à un ami, lorsque vous faites du shopping seul, vous dépensez en moyenne : \_\_\_\_\_
55. Pour acheter un cadeau à un ami commun, lorsque vous faites du shopping avec un ami, vous dépensez en moyenne : \_\_\_\_\_

56. Vous êtes : 1. Un homme – 2. Une femme

57. Quel âge avez-vous ? \_\_\_\_\_

## ANNEXE 7 : Matrice hypothèses-questions

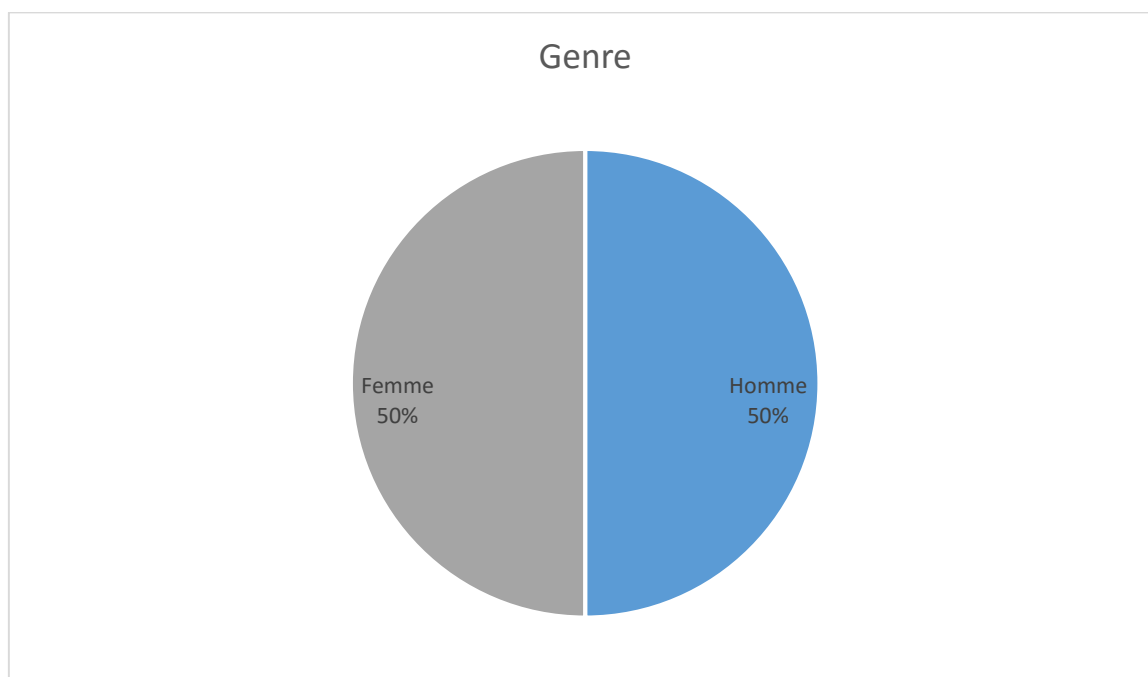
Q\H	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	X		X	X	X	X	X						X	
2	X		X	X	X	X	X						X	
3	X		X	X	X	X	X						X	
4	X		X	X	X	X	X						X	
5	X		X	X	X	X	X						X	
6	X		X	X	X	X	X						X	
7	X		X	X	X	X	X						X	
8	X		X	X	X	X	X						X	
9	X		X	X	X	X	X						X	
10	X		X	X	X	X	X						X	
11	X		X	X	X	X	X						X	
12	X		X	X	X	X	X						X	
13		X						X	X	X	X	X		X
14		X						X	X	X	X	X		X
15		X						X	X	X	X	X		X
16		X						X	X	X	X	X		X
17		X						X	X	X	X	X		X
18		X						X	X	X	X	X		X
19		X						X	X	X	X	X		X
20		X						X	X	X	X	X		X
21		X						X	X	X	X	X		X
22		X						X	X	X	X	X		X
23				X										
24				X										
25				X										
26				X										
27							X					X		
28							X					X		
29							X					X		
30			X											
31			X											
32			X											
33			X											
34			X											
35								X						
36								X						
37								X						
38									X					
39									X					
40									X					
41									X					
42					X									
43					X									
44					X									
45					X									
46										X				

47										X				
48										X				
49													X	X
50						X					X			
51						X					X			
52						X					X			
53						X					X			
54						X					X			
55						X					X			
56	X	X												
57														

## ANNEXE 8 : Répartition de la population en termes d'âge et de genre

**Genre**

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Un homme	100	50,0	50,0	50,0
	Une femme	100	50,0	50,0	100,0
Total		200	100,0	100,0	



**Statistiques**

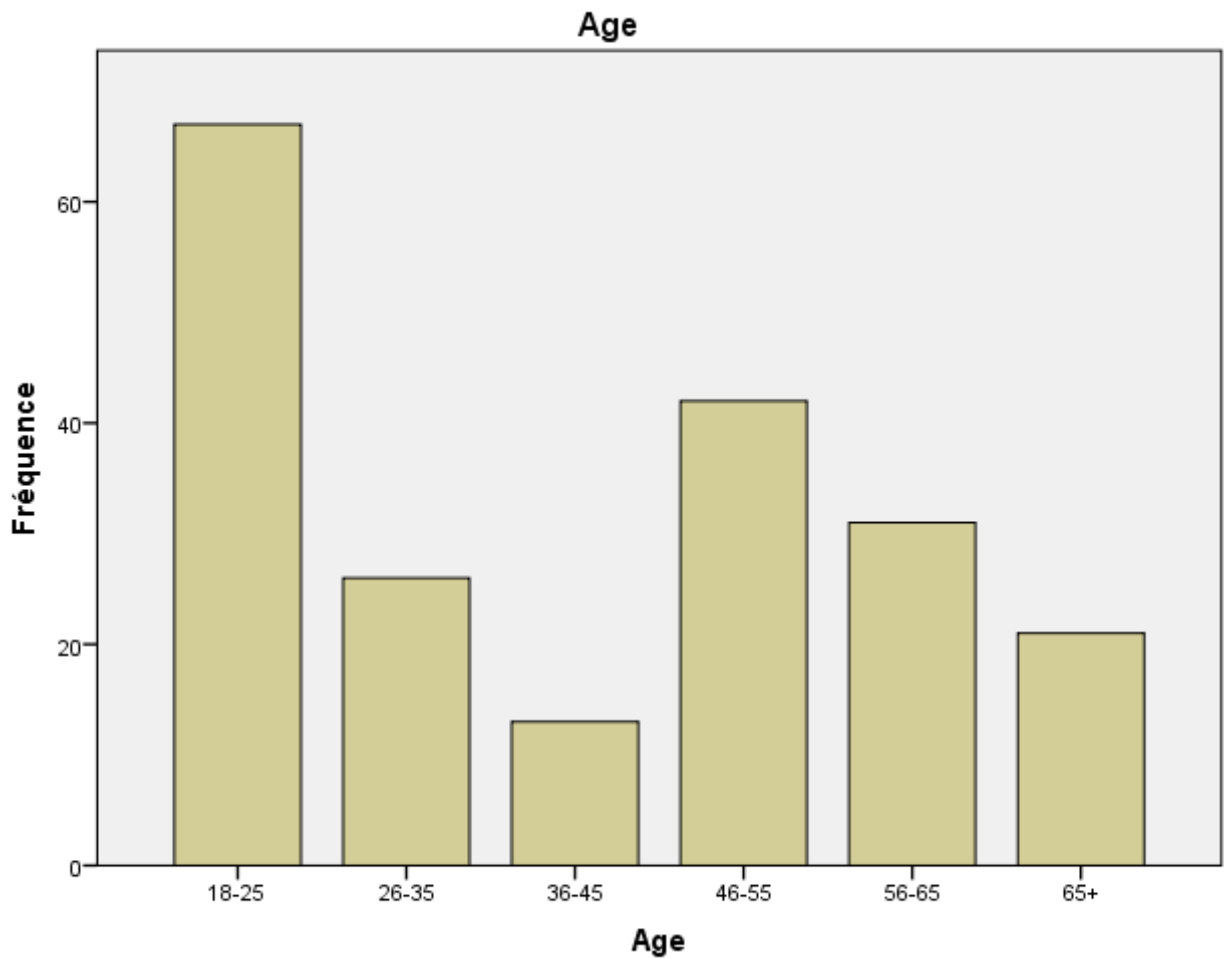
Age

N	Valide	200
	Manquant	0
Moyenne		41,43
Médiane		39,50
Mode		23
Minimum		19
Maximum		75

## Age

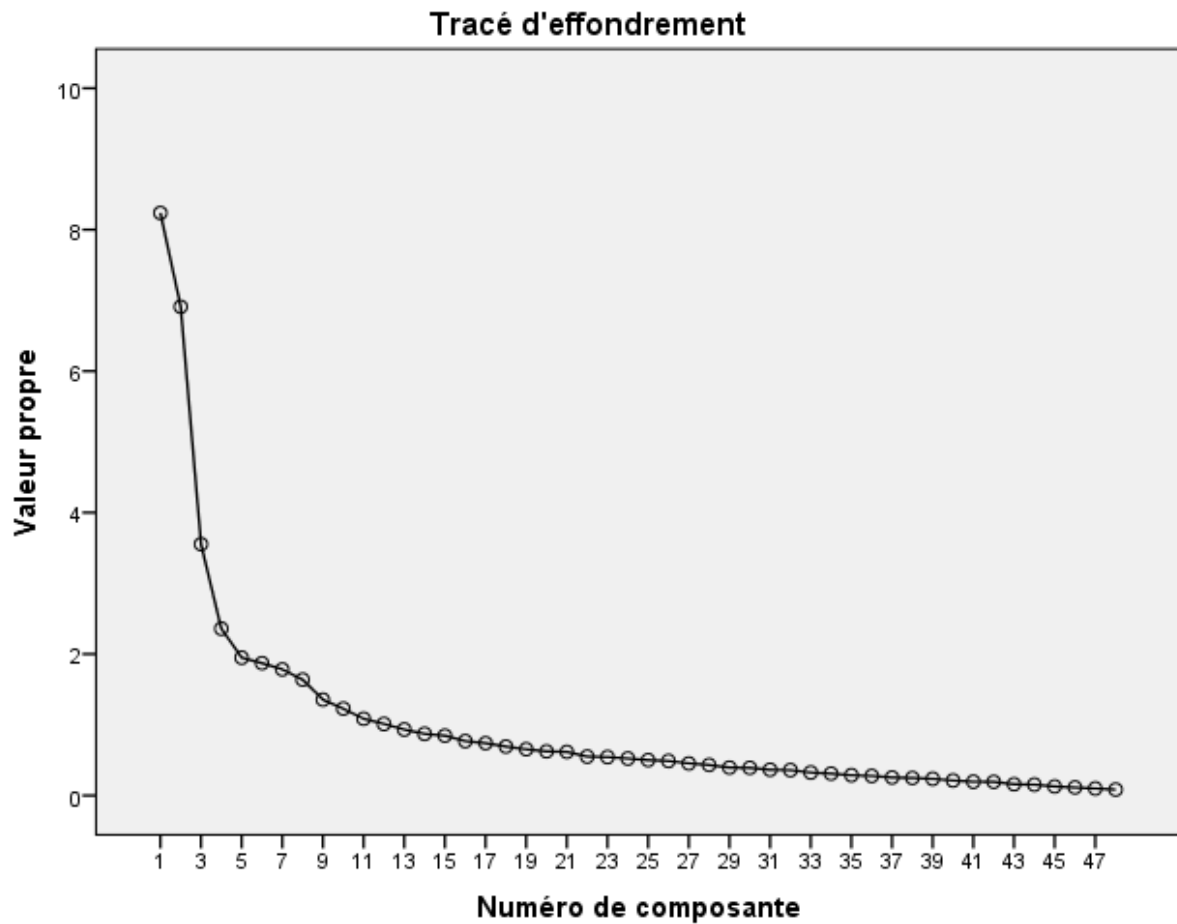
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	19	3	1,5	1,5	1,5
	20	5	2,5	2,5	4,0
	21	5	2,5	2,5	6,5
	22	11	5,5	5,5	12,0
	23	20	10,0	10,0	22,0
	24	9	4,5	4,5	26,5
	25	14	7,0	7,0	33,5
	26	12	6,0	6,0	39,5
	27	3	1,5	1,5	41,0
	30	2	1,0	1,0	42,0
	32	4	2,0	2,0	44,0
	33	2	1,0	1,0	45,0
	34	1	,5	,5	45,5
	35	2	1,0	1,0	46,5
	36	1	,5	,5	47,0
	37	2	1,0	1,0	48,0
	38	2	1,0	1,0	49,0
	39	2	1,0	1,0	50,0
	40	3	1,5	1,5	51,5
	41	1	,5	,5	52,0
	42	2	1,0	1,0	53,0
	46	1	,5	,5	53,5
	47	5	2,5	2,5	56,0
	48	2	1,0	1,0	57,0
	49	1	,5	,5	57,5
	50	4	2,0	2,0	59,5
	51	7	3,5	3,5	63,0
	52	5	2,5	2,5	65,5
	53	6	3,0	3,0	68,5
	54	6	3,0	3,0	71,5
	55	5	2,5	2,5	74,0
	56	1	,5	,5	74,5
	57	3	1,5	1,5	76,0
	58	4	2,0	2,0	78,0
	60	6	3,0	3,0	81,0
	61	3	1,5	1,5	82,5

62	1	,5	,5	83,0
63	6	3,0	3,0	86,0
65	7	3,5	3,5	89,5
66	5	2,5	2,5	92,0
67	5	2,5	2,5	94,5
68	2	1,0	1,0	95,5
69	3	1,5	1,5	97,0
70	2	1,0	1,0	98,0
71	2	1,0	1,0	99,0
73	1	,5	,5	99,5
75	1	,5	,5	100,0
Total	200	100,0	100,0	



## ANNEXE 9a : Fiabilité – Analyses factorielles

12 facteurs, rotation Varimax



### Indice KMO et test de Bartlett

Indice de Kaiser-Meyer-Olkin pour la mesure de la qualité d'échantillonnage.		,806
Test de sphéricité de Bartlett	Khi-deux approx.	5275,030
	Ddl	1128
	Signification	,000

### Qualités de représentation

	Initiales	Extraction
@1.JecombinesouventcequejepossÃdedemaniÃreÃcrÃeru	1,000	,677

@2. J'essaie souvent de trouver une version plus intéressante	1,000	,750
@3. Je cherche activement à développer mon identité personnelle	1,000	,725
@4. Garder un œil sur les produits qui sont intéressants en	1,000	,679
@5. En ce qui concerne les produits que j'achète, la situation	1,000	,658
@6. J'ai souvent violé les règles d'un groupe social concern	1,000	,725
@7. Je vais souvent à l'encontre des règles d'un groupe soc	1,000	,735
@8. J'ai apprécié les goûts dominants des gens que je co	1,000	,651
@9. Quand un produit que je possèdais devient populaire parmi	1,000	,680
@10. J'essaie souvent d'acheter les produits de marques dont	1,000	,831
@11. En règle générale, j'ai aimé mes produits de marque	1,000	,812
@12. Au plus un produit ou une marque est banale, se développe	1,000	,764
@13. Si d'autres personnes n'ont pas accepté mes rais	1,000	,728
@14. J'essaie fort de ne pas acheter des choses qui feraient q	1,000	,544
@15. Je m'inquiète rarement de savoir si d'autres personnes	1,000	,731
@16. J'ai besoin de sentir qu'il y a des gens vers qui je peu	1,000	,426
@17. À travers ma consommation de jeux que les autres perso	1,000	,607
nnes		

@18. J'en aime pas à tre seul eetach à tes produits pour m	1,000	,616
@19. À n en m à en nuie pas que mes amis consomment des pro duits d	1,000	,567
@20. J'ai un fort à besoind à ap partenance à	1,000	,639
@21. Ce lamed à range beauc oupsijenesuis pas inclusedan su	1,000	,737
@22. Mes sentiments sont faci lement bles à squandjesensq ued à	1,000	,622
@23. J'aime les nouvelles fa à ons de faire les choses	1,000	,697
@24. J'aime m à muser avec de nouvelles id à sm à mes à il s à	1,000	,687
@25. J'aime les choses nouv elles et diff à rentes	1,000	,724
@26. Quand je vois un nouvel le marque en rayon j'ai une attit	1,000	,552
@27. J'aime parler des marqu es que j'utilise avec d à autres	1,000	,856
@28. J'aime raconter des ane c dotessur les marques que j'ai til	1,000	,869
@29. J'explique aux autres po urquoi ils ontint à r à t à achete	1,000	,755
@30. J'ai souvent l à intention de changer de marques	1,000	,708
@31. Je consid à rechanger le s marques que j'utilise fr à que mme	1,000	,741
@32. J'aime varier les marqu es	1,000	,668
@33. Je suis attir à e fr à quemm ent pard à autres marques que c	1,000	,767
@34. Je pr à f à regardertoujou rs les m à mes marques	1,000	,608

@35.Sidenombreusespersonnesutilisentunproduitcâestpar	1,000	,624
@36.JetrouveattrayantlesproduitsutilisÃspardenombreuses	1,000	,752
@37.LesproduitsutilisÃsparlapopulationgÃnÃralemesembl	1,000	,725
@38.JÃcoutelesconseilsdesmesprochespourfairemesachat	1,000	,584
@39.Jefaisplusconfianceauxavisdesamisquâauxinforma	1,000	,665
@40.JenÃcoute pasmesamisconcernantlesproduitsetjep	1,000	,584
@41.LorsquâunnouveauproduitestlancÃsurlemarchÃjec	1,000	,515
@42.LorsquedenouveauxproduitsarriventsurlemarchÃjel	1,000	,776
@43.JetrouveintÃressantdâacheterdenouvelleschoses	1,000	,800
@44.Jâaimeacheterdenouveauxproduitsafindelesessayer	1,000	,812
@45.Jesuissatisfaitedemesproduitsactuelsetnevoispas	1,000	,746
@46.JâachÃtedesproduitsunefoisquâilsdeviennentpopul	1,000	,670
@47.JâachÃtesouventdesproduitsÃgalementutilisÃspard	1,000	,636
@48.JâachÃtefrÃquemmentlesproduitsgÃnÃrantleplusde	1,000	,555

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

Variance totale expliquée

Composante	Valeurs propres initiales			Sommes extraites du carré des chargements			Sommes de rotation du carré des chargements		
	Total	% de la variance	% cumulé	Total	% de la variance	% cumulé	Total	% de la variance	% cumulé
1	8,237	17,160	17,160	8,237	17,160	17,160	4,195	8,740	8,740
2	6,911	14,398	31,558	6,911	14,398	31,558	3,370	7,021	15,761
3	3,554	7,403	38,961	3,554	7,403	38,961	3,279	6,832	22,592
4	2,358	4,913	43,874	2,358	4,913	43,874	3,102	6,462	29,054
5	1,949	4,060	47,934	1,949	4,060	47,934	3,065	6,385	35,439
6	1,872	3,900	51,833	1,872	3,900	51,833	2,955	6,156	41,594
7	1,783	3,715	55,549	1,783	3,715	55,549	2,806	5,846	47,440
8	1,638	3,413	58,961	1,638	3,413	58,961	2,735	5,698	53,138
9	1,355	2,823	61,784	1,355	2,823	61,784	2,488	5,184	58,322
10	1,228	2,558	64,342	1,228	2,558	64,342	1,955	4,074	62,396
11	1,085	2,260	66,602	1,085	2,260	66,602	1,935	4,031	66,427
12	1,012	2,108	68,710	1,012	2,108	68,710	1,096	2,283	68,710
13	,933	1,944	70,654						
14	,871	1,816	72,469						
15	,846	1,763	74,232						
16	,769	1,603	75,835						
17	,740	1,542	77,377						
18	,692	1,442	78,819						
19	,654	1,361	80,181						
20	,623	1,298	81,479						
21	,617	1,285	82,764						
22	,550	1,146	83,911						
23	,543	1,131	85,042						
24	,523	1,090	86,131						

25	,501	1,043	87,174								
26	,489	1,019	88,194								
27	,454	,946	89,139								
28	,432	,899	90,039								
29	,395	,822	90,861								
30	,391	,815	91,676								
31	,364	,759	92,434								
32	,359	,747	93,181								
33	,324	,676	93,857								
34	,310	,646	94,503								
35	,287	,598	95,101								
36	,277	,577	95,678								
37	,255	,531	96,209								
38	,247	,515	96,724								
39	,235	,490	97,214								
40	,212	,442	97,656								
41	,195	,406	98,063								
42	,194	,403	98,466								
43	,160	,333	98,799								
44	,154	,320	99,119								
45	,127	,265	99,384								
46	,113	,236	99,620								
47	,099	,206	99,826								
48	,084	,174	100,000								

Matrice des composantes

	Composante											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

@2. J'essaie souvent de trouver une version plus intéressante	,671	-,195	,211	,156	-,127	-,008	-,005	-,112	-,373	,091	,094	,089
@30. J'ai souvent l'intention de changer de marques	,612	,032	-,058	,349	,266	,215	,266	,017	,049	,014	-,006	-,128
@4. Garder un accès sur les produits qui sont intéressants	,611	-,160	,314	,083	-,336	-,015	-,046	-,105	-,185	,020	-,048	-,108
@33. J'ai souvent l'intention de passer à d'autres marques	,602	-,055	-,299	,284	,163	,137	,202	,158	-,126	-,090	-,174	,257
@31. Je considère que j'utilise souvent des marques que j'ai utilisées autrefois	,590	,012	-,150	,397	,200	,088	,300	,064	,163	-,062	-,051	-,196
@43. J'ai souvent l'intention d'acheter de nouvelles choses	,587	,071	-,542	,071	-,040	,022	-,283	-,086	,178	,006	-,080	-,155
@44. J'aime acheter de nouveaux produits afin de les essayer	,578	,060	-,499	,061	-,152	-,010	-,304	-,113	,237	-,070	-,119	-,132
@29. J'explique aux autres pourquoi ils ont acheté ce produit	,550	,275	,009	-,173	,058	-,492	,200	-,025	,040	-,174	,162	-,058
@3. Je cherche activement à développer mon identité personnelle	,541	-,198	,284	,302	-,264	,076	-,011	-,067	-,372	,001	-,030	-,039
@42. Lorsque je découvre de nouveaux produits, j'essaie de les acheter	,524	,040	-,418	,200	-,193	,021	-,278	-,365	,157	,013	-,094	-,054
@1. Je combine souvent ce que je possède de manière créative	,519	-,190	,267	,081	-,357	-,018	,027	,119	-,328	,130	,038	,156
@32. J'aime varier les marques	,516	-,093	-,375	,283	,246	,104	,174	,237	-,121	-,002	-,016	-,015
@5. En ce qui concerne les produits que j'ai achetés, je suis souvent en situation	,515	-,325	,226	-,050	-,315	,158	,112	,030	,016	,283	-,020	-,127

@24. J'ai aimé ma usure													
vecdenouvellesidéesmâ	,508	-,219	-,221	-,226	,056	,114	-,098	,296	,056	,133	,383	-,004	
mesâilsâ													
@26. Quand je vois un eno													
uvellemarqueenrayonjâ	,507	,001	-,305	-,034	-,148	-,140	-,223	-,216	-,219	-,015	,068	-,105	
iuneattit													
@25. J'ai aimé les choses n													
ouvellesetdifférentes	,493	-,337	-,318	-,282	,128	,124	-,211	,198	,040	,040	,257	-,057	
@41. Lorsqu'un nouveau													
produitestlancésurlemar	,492	,336	-,077	-,316	,095	-,062	-,129	-,111	-,030	-,035	-,033	-,100	
châjech													
@9. Quand un produit que j													
epossède devient populaire	,484	-,244	,402	,043	,267	,031	-,120	-,159	,237	-,166	-,016	,166	
reparmilap													
@8. J'ai apprécié les													
goûts dominants des gens	,436	-,337	,279	-,146	-,246	,051	,249	,014	,305	,141	-,091	-,040	
que jeco													
@23. J'ai aimé les nouvelles													
façons de faire les choses	,428	-,369	-,238	-,256	,046	,181	-,259	,322	-,018	,111	,192	,001	
@45. Je suis satisfait de m													
es produits actuels et ne voi	,408	,006	-,393	,155	,090	-,265	-,113	-,290	,058	,324	-,167	,300	
spas													
@16. J'ai aimé sentir													
qu'il y a des gens vers qui je	,408	,360	,090	-,251	-,017	-,112	-,074	,111	-,121	,085	-,044	,067	
peu													
@37. Les produits utilisés													
par la population n'ont pas	,178	,649	-,165	-,070	-,131	,268	-,066	-,134	,075	-,109	,011	,333	
me sembl													
@47. J'ai aimé ce que j'ai													
es produits généralement	,217	,636	-,002	-,209	,138	,261	,195	-,079	,080	-,009	-,034	-,051	
s'asparde													
@36. J'ai trouvé attrayant le													
s produits utilisés par deno	,222	,624	-,018	-,188	-,169	,190	,196	-,176	,119	-,009	,045	,355	
mbreuses													
@46. J'ai aimé ce que j'ai													
ts une fois qu'ils deviennent	,146	,618	,146	-,066	-,147	,322	,255	,013	-,055	-,078	-,023	-,203	
nt popula													

@35.Sidenombreusespe rsonnesutilisentunproduit câestpar	,092	,607	,009	-,175	-,163	,305	,076	-,217	-,005	-,141	,150	,031
@48.JâachÂtefrÂquem mentlesproduitsgÂnÂran tleplusde	,244	,592	-,032	,014	-,088	,188	,137	-,144	-,054	-,222	,015	-,092
@17.Atraversmaconsom mationjeveuxquelesautre spersonnes	,249	,586	,283	,096	,044	,089	-,256	,169	-,037	,083	,005	-,001
@14.Jâessaiefortdenepa sacheterdeschosesquifer aientqu	,251	,565	,233	,112	-,062	,096	-,117	-,048	,036	-,136	,214	,017
@18.JenâaimepasÂtres euleetachÂtedesproduits pourm	,097	,543	,272	,221	-,086	,114	-,082	,289	,067	,073	,015	-,260
@20.JâaiunfortÂbesoind âappartenanceÂ	,139	,537	,184	,009	,023	-,057	-,243	,331	,060	,125	-,137	,293
@22.Messentimentssont facilementblessÂsquandj esensquedâ	,203	,500	,321	-,008	-,025	,023	-,269	,288	,035	,021	-,251	,080
@7.JevaissouventÂlâen contredesrÂglesdemong roupesoc	,431	-,478	,206	-,265	-,223	,013	,111	,091	,348	,106	,017	,064
@21.CelamedÂrangebe aucoupsijenesuispasincl usedansu	,194	,434	,203	,139	,076	-,153	-,250	,413	,088	-,090	-,398	-,121
@6.JâaisouventviolÂlesr Âglesdemongroupesocia lconcer	,418	-,422	,220	-,259	-,211	,019	,264	,121	,314	,085	-,128	,072
@38.Jââcoutelesconseil sdemesprochespourfaire mesachat	,198	,413	-,078	-,290	,303	,013	-,019	-,058	-,259	,337	,003	,086
@10.Jâessaiesouventdâ Âviterlesproduitsoumarq uesdont	,445	-,256	,542	,010	,412	,059	-,165	-,153	,140	-,146	,089	-,028

@ 11. EnrÃglegÃnÃraleje nÃaimepaslesproduitsou marque	,382	-,395	,518	-,041	,404	,015	-,168	-,189	,051	-,092	,017	,019
@ 12. Auplusunproduitou unemarqueestbanalause indelapop	,434	-,284	,517	,060	,331	,003	-,088	-,304	-,085	-,061	-,020	,052
@ 13. Sidautrespersonn esnesemblentpasmÃacc eptererais	-,122	,456	,123	,475	,035	-,109	-,118	,081	,052	,148	,450	-,068
@ 39. Jefaisplusconfiance auxavisdesemisquÃa uxinforma	,159	,361	,022	-,465	,345	,200	,132	-,085	-,081	,265	-,026	-,178
@ 15. JemÃinquiÃterarem entdesavoirsidÃautrespe rsonnes	-,145	,387	,167	,456	-,010	-,136	-,019	-,015	,330	,240	,332	,170
@ 27. JÃaimeparlerdesm arquesjeÃutiliseavecd Ãautres	,480	,366	-,017	-,131	-,041	-,633	,181	,077	-,035	-,173	,035	-,037
@ 28. JÃaïmeraconterdes anecdotesurlesmarque squejÃutil	,523	,342	-,011	-,081	-,070	-,566	,328	,081	,066	-,114	,122	,008
@ 34. JeprÃfÃregardertou jourslesmÃmesmarques	,233	-,200	-,320	,293	,239	,145	,404	,194	-,057	,017	-,013	,207
@ 19. ÃanemÃennuiepas quemesamisconsommen t desproduitsd	-,182	,215	,133	,293	-,089	-,023	,100	-,290	,188	,471	-,059	-,146
@ 40. JenÃÃcoute pasme samisconcernantlesprod uitsetjepr	-,043	,390	,013	-,141	,327	-,245	,150	-,132	-,101	,399	-,129	-,131

Rotation de la matrice des composantes

	Composante											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

@35.Sidenombreusespe rsonnesutilisentunproduit câestpar	,765	,041	-,075	,001	-,113	,033	,041	-,083	-,022	,072	,051	-,033
@36.Jetrouveattrayantle sproduitsutilisÃspardeno mbreuses	,755	,051	-,096	-,025	,011	,102	,149	,110	-,064	,115	,081	,316
@37.LesproduitsutilisÃs parlapopulationgÃnÃrale mesembl	,720	,210	-,114	-,067	,018	,208	,010	-,117	,006	,004	,049	,292
@46.JÃachÃtedesprodui tsunefoisquÃilsdevienne ntpopula	,672	-,098	-,138	,087	,077	,218	,054	,037	-,129	,145	,022	-,293
@47.JÃachÃtesouventd esproduitsÃgalementutili sÃsparde	,659	,027	,006	-,153	,125	,182	,105	,016	-,029	,331	-,003	-,084
@48.JÃachÃtefrÃquem mentlesproduitsgÃnÃran tleplusde	,647	,127	-,046	,061	,114	,124	,171	-,130	-,119	,044	,006	-,153
@14.JÃessaiefortdenepa sacheterdeschosesquifer aientqu	,528	,049	,152	,122	-,048	,297	,160	-,140	,008	-,045	,288	-,066
@42.Lorsquedenouveau xproduitsarriventsurlema rchÃjeles	,136	,836	,039	,156	,133	-,053	,020	,039	,021	-,069	,045	,056
@44.JÃaimeacheterden ouveauxproduitsafindele sessayer	,105	,826	-,028	,017	,169	,095	,125	,091	,203	-,094	-,069	-,033
@43.JetrouveintÃressan tdÃacheterdenouvellesch oses	,087	,801	-,029	,011	,248	,079	,098	,033	,261	,016	-,040	-,048
@45.Jesuissatisfaitedem esproduitsactuelsetnevoi spas	-,130	,587	,026	,082	,232	-,043	,138	,017	-,052	,247	,100	,478
@26.Quandjevoisuneno uvellemarqueenrayonjÃa iueattit	,052	,542	,006	,350	,014	-,092	,233	-,111	,207	,068	-,102	-,001

@41.Lorsquâunnouveau produit est lancÃ sur le mar chÃ je ch	,322	,329	,150	,053	-,031	,173	,313	-,001	,186	,297	-,158	-,037
@10.Jâessaiesouventdâ Ãviter les produits ou marq ues dont	-,038	-,023	,873	,115	,055	,072	,036	,138	,121	,004	,025	-,097
@11.EnrÃglegÃnÃraleje nâaime pas les produits ou marque	-,168	-,041	,848	,158	,011	-,004	-,008	,142	,095	,044	-,076	-,019
@12.Au plus un produit ou un marque est banalause in delapop	-,073	-,009	,796	,316	,064	-,029	,025	,077	-,050	,093	-,048	,023
@9.Quand un produit que j e possÃde devient populai re par milap	,003	,087	,748	,087	,116	,079	,062	,234	,058	-,113	-,011	,106
@3.Je cherche activemen tÃdÃvelopper mon activitÃ personnelle	-,001	,104	,213	,774	,188	,053	,010	,091	-,031	-,122	-,021	-,082
@2.Jâessaiesouventdetr ouver une version plus intÃ ressante	,014	,136	,290	,743	,204	-,026	,137	,094	,134	,037	,000	,083
@1.Je combine souventc e que je possÃde de maniÃ re ÃcrÃeru	-,021	-,026	,056	,735	,090	,108	,108	,243	,141	-,075	-,021	,127
@4.Garder unÃilsur les spr oduits qui sont intÃressant setinh	,044	,201	,237	,675	,013	,083	,134	,282	,008	-,070	-,050	-,114
@33.Je suis attirÃfrÃque mment par dâautres marq ues que c	,077	,216	,063	,210	,747	,088	,088	,017	,121	-,052	-,166	,217
@34.Je prÃfÃregarder tou jours les mÃmes marques	-,076	-,054	-,062	,008	,730	-,160	-,017	,032	,096	-,029	-,027	,158
@32.Jâaime varier les mar ques	-,054	,212	-,005	,132	,723	,023	,089	-,047	,252	,040	-,052	-,029
@31.Je considÃre chang er les marques que jâutilise frÃquemme	,082	,268	,173	,070	,710	,036	,172	,157	-,006	-,016	,116	-,235

@30. J'ai souvent l'intention de changer de marques	,163	,193	,261	,163	,689	,032	,064	,114	,049	,095	,116	-,178
@21. Cela me dérange beaucoup si j'en suis pas inclus dans	,006	,082	,033	-,052	,079	,808	,170	-,049	-,122	,002	-,033	-,142
@22. Mes sentiments sont facilement blessés quand j'en suis exclu	,238	-,007	,070	,070	-,076	,734	,051	,010	-,035	,071	,028	,039
@20. J'ai un fort besoin d'appartenance	,208	-,038	-,033	-,016	-,030	,687	,093	-,046	,041	,101	,152	,273
@17. À travers ma consommation je veux que les autres personnes	,349	,023	,109	,141	-,026	,591	,046	-,133	,042	,152	,239	-,046
@18. J'en aime pas trop ceux qui ne sont pas de produits pour moi	,279	-,061	-,080	,078	,030	,545	,018	-,026	-,055	,039	,328	-,332
@16. J'ai besoin de sentir qu'il y a des gens vers qui je ne suis pas	,248	,081	,026	,187	-,039	,340	,303	,050	,159	,265	-,073	,098
@27. J'aime parler des marques que j'utilise avec d'autres	,107	,136	-,016	,107	,058	,192	,874	,015	-,015	,094	-,016	,017
@28. J'aime raconter des anecdotes sur les marques que j'utilise	,166	,091	-,027	,101	,162	,110	,864	,148	,000	,072	,098	,039
@29. J'explique aux autres pourquoi ils ont acheté	,176	,145	,150	,075	,091	,048	,798	,072	,089	,117	,020	-,023
@6. J'ai souvent violé les règles de mon groupe social	-,083	-,030	,165	,132	,086	-,039	,109	,772	,129	-,078	-,173	,055
@8. J'apprécie d'être le plus dominant des gens que je côtoie	-,021	,031	,189	,210	,068	-,045	,074	,741	,040	-,040	-,042	-,052
@7. Je n'ai souvent rien de spécial à dire sur les marques	-,120	,044	,219	,143	-,014	-,079	,082	,738	,261	-,119	-,082	,058

@5.Encequiconcerneles produitsquejâachâteetele ssituat	-,033	,102	,098	,500	,085	-,024	-,058	,579	,155	,055	-,001	-,120
@24.Jâaimemâamusera vecdenouvellesidâesmâ âmesâilsâ	-,016	,148	,049	,107	,186	-,044	,101	,208	,746	,056	,035	,000
@23.Jâaimelesnouvelles faâonsdefaireleschoses	-,155	,190	,053	,124	,122	,018	-,081	,177	,734	,017	-,160	,018
@25.Jâaimeleschosesn ouvellesetdiffârentes	-,098	,283	,123	,043	,154	-,098	,038	,145	,732	,048	-,151	-,024
@39.Jefaisplusconfiance auxavisdesamisquâa uxinforma	,351	-,053	,080	-,125	,003	,050	,023	,043	,143	,679	-,122	-,124
@40.Jenââcoute pasme samisconcernantlesprod uitsetjepr	,012	-,027	-,049	-,122	-,010	,091	,192	-,100	-,212	,674	,110	,002
@38.Jââcoutelesconseil sdemesprochespourfaire mesachat	,243	,027	-,003	,039	,030	,138	,095	-,169	,152	,641	-,021	,176
@15.Jemâinquiâterarem entdesavoirsidâautrespe rsonnes	,105	-,054	-,013	-,123	-,004	,152	,045	-,062	-,167	-,071	,787	,145
@13.Sidâautrespersonn esnesemblentpasmâacc eptererais	,110	-,070	-,060	,015	,001	,187	,079	-,331	-,023	-,034	,737	-,108
@19.Âanemâennuiepas quemesamisconsommen tdesproduitsd	,005	,094	-,097	,003	-,073	-,021	-,173	,129	-,435	,265	,483	-,064

9 facteurs, rotation Varimax

Qualités de représentation

	Initiales	Extraction
@1. Jecombinesouventceque je possÃde de maniÃre crÃerue	1,000	,634
@2. JÃessaiesouvent de trouver une version plus interessante	1,000	,725
@3. Jecherche activement ÃdÃvelopper mon unitÃ personnelle	1,000	,722
@4. Garder un Ãil sur les produits qui sont intÃressants et innovants	1,000	,665
@5. En ce qui concerne les produits que j'achÃte et les situations	1,000	,562
@6. J'Ãais souvent violÃ les rÃgles de mon groupe social concernant	1,000	,696
@7. J'Ãvais souvent ÃlÃencontrer des rÃgles de mon groupe social	1,000	,719
@8. J'ÃapprÃcie dÃfier les goÃts dominants des gens que j'Ãc	1,000	,621
@9. Quand un produit que je possÃde devient populaire parmi la population	1,000	,625
@10. J'Ãessaiesouvent d'Ãviter les produits ou marques dont	1,000	,801
@11. En rÃglerÃnÃrale j'en ai mÃpas les produits ou marques	1,000	,803
@12. Au plus un produit ou une marque est banale une fois dÃveloppÃe	1,000	,757
@13. Si d'Ãautres personnes n'Ãsemblent pas mÃaccepter en raison	1,000	,499
@14. J'Ãessaie fort de ne pas acheter des choses qui feraient qu	1,000	,480

@15. JemâinquiÃterarement desavoirdâautrespersonnes	1,000	,535
@16. Jâaibesoin desentirquâilyadesgensversquijepu	1,000	,412
@17. Atraversmaconsommationjeuxquelesautrespersonnes	1,000	,600
@18. JenâaimepasÃatreseuleetachÃtedesproduitspourm	1,000	,543
@19. Ãanemâennuiepasque mesamisconsommentdesproduitsd	1,000	,320
@20. JâaiunfortÃbesoin dâapartenanceÃ	1,000	,518
@21. CelamedÃrangebeaucoupsi jenesuispasinclusedansu	1,000	,556
@22. MessentimentssontfacilementblessÃsquandjesensquuedâ	1,000	,552
@23. JâaimelesnouvellesfaÃonsdefaireleschoses	1,000	,648
@24. Jâaimemâamuseravec denouvellesidÃesmÃamesâilsâ	1,000	,522
@25. JâaimeleschosesnouvellesetdiffÃrentes	1,000	,654
@26. Quandjevoisunenouvellemarqueenrayonjâaiuneattit	1,000	,536
@27. Jâaimeparlerdesmarquesquejâutiliseavecdâautres	1,000	,824
@28. Jâaimeraconterdesanecdotesurlesmarquesquejâutil	1,000	,841
@29. JâexpliqueauxautrespourquoiilsontintÃrÃtÃachete	1,000	,695
@30. Jâaisouventlâintention dechangerdesmarques	1,000	,692
@31. JeconsidÃrechangerlesmarquesquejâutilisefrÃqueme	1,000	,696

@32. J'aime varier les marques	1,000	,667
@33. Je suis attiré(e) par le marketing de produits de différentes marques	1,000	,663
@34. Je regarde toujours les marques	1,000	,565
@35. Si de nombreuses personnes utilisent un produit, c'est parce que	1,000	,581
@36. Je trouve attrayants les produits utilisés par de nombreuses personnes	1,000	,623
@37. Les produits utilisés par la population générale me semblent	1,000	,602
@38. J'aime écouter les conseils de mes proches pour faire mes achats	1,000	,463
@39. Je fais plus confiance aux avis de mes amis qu'aux informations	1,000	,562
@40. Je n'aime pas mes amis qui se préoccupent des produits que je	1,000	,391
@41. Lorsqu'un nouveau produit est lancé sur le marché, j'éc	1,000	,503
@42. Lorsque de nouveaux produits arrivent sur le marché, j'elles	1,000	,764
@43. Je trouve intéressant d'acheter de nouvelles choses	1,000	,769
@44. J'aime acheter de nouveaux produits afin de les essayer	1,000	,775
@45. Je suis satisfait(e) de mes produits actuels et ne vois pas	1,000	,524
@46. J'ai acheté des produits plusieurs fois qu'ils deviennent popula	1,000	,622

@47. JâachÃtesouventdespr oduitsÃgalementutilisÃspard e	1,000	,632
@48. JâachÃtefrÃquemment lesproduitsgÃnÃrantleplusde	1,000	,497

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

Variance totale expliquée

Composant e	Valeurs propres initiales			Sommes extraites du carré des chargements			Sommes de rotation du carré des chargements		
	Total	% de la variance	% cumulé	Total	% de la variance	% cumulé	Total	% de la variance	% cumulé
1	8,237	17,160	17,160	8,237	17,160	17,160	4,428	9,224	9,224
2	6,911	14,398	31,558	6,911	14,398	31,558	3,541	7,377	16,601
3	3,554	7,403	38,961	3,554	7,403	38,961	3,456	7,201	23,802
4	2,358	4,913	43,874	2,358	4,913	43,874	3,328	6,933	30,735
5	1,949	4,060	47,934	1,949	4,060	47,934	3,151	6,565	37,300
6	1,872	3,900	51,833	1,872	3,900	51,833	3,138	6,538	43,839
7	1,783	3,715	55,549	1,783	3,715	55,549	2,950	6,146	49,985
8	1,638	3,413	58,961	1,638	3,413	58,961	2,885	6,010	55,995
9	1,355	2,823	61,784	1,355	2,823	61,784	2,779	5,789	61,784
10	1,228	2,558	64,342						
11	1,085	2,260	66,602						
12	1,012	2,108	68,710						
13	,933	1,944	70,654						
14	,871	1,816	72,469						
15	,846	1,763	74,232						
16	,769	1,603	75,835						
17	,740	1,542	77,377						
18	,692	1,442	78,819						

19	,654	1,361	80,181					
20	,623	1,298	81,479					
21	,617	1,285	82,764					
22	,550	1,146	83,911					
23	,543	1,131	85,042					
24	,523	1,090	86,131					
25	,501	1,043	87,174					
26	,489	1,019	88,194					
27	,454	,946	89,139					
28	,432	,899	90,039					
29	,395	,822	90,861					
30	,391	,815	91,676					
31	,364	,759	92,434					
32	,359	,747	93,181					
33	,324	,676	93,857					
34	,310	,646	94,503					
35	,287	,598	95,101					
36	,277	,577	95,678					
37	,255	,531	96,209					
38	,247	,515	96,724					
39	,235	,490	97,214					
40	,212	,442	97,656					
41	,195	,406	98,063					
42	,194	,403	98,466					
43	,160	,333	98,799					
44	,154	,320	99,119					
45	,127	,265	99,384					
46	,113	,236	99,620					
47	,099	,206	99,826					

48	,084	,174	100,000						
----	------	------	---------	--	--	--	--	--	--

**Matrice des composantes**

	Composante								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
@2. J'essaie souvent de trouver une version plus intéressante	,671	-,195	,211	,156	-,127	-,008	-,005	-,112	-,373
@30. J'ai souvent l'intention de changer de marques	,612	,032	-,058	,349	,266	,215	,266	,017	,049
@4. Garder un œil sur les produits qui sont intéressants	,611	-,160	,314	,083	-,336	-,015	-,046	-,105	-,185
@33. Je suis attiré par l'acquiescement par d'autres marques	,602	-,055	-,299	,284	,163	,137	,202	,158	-,126
@31. Je considère changer les marques que j'utilise fréquemment	,590	,012	-,150	,397	,200	,088	,300	,064	,163
@43. Je trouve intéressant d'acheter de nouvelles choses	,587	,071	-,542	,071	-,040	,022	-,283	-,086	,178
@44. J'aime acheter de nouveaux produits afin de les essayer	,578	,060	-,499	,061	-,152	-,010	-,304	-,113	,237
@29. J'explique aux autres pourquoi ils sont intéressants et achète	,550	,275	,009	-,173	,058	-,492	,200	-,025	,040
@3. Je recherche activement de développer mon identité personnelle	,541	-,198	,284	,302	-,264	,076	-,011	-,067	-,372

@42. Lorsque de nouvea ux produits arrivent sur le marché je les	,524	,040	-,418	,200	-,193	,021	-,278	-,365	,157
@1. Je combine souvent ce que je possède de mani ère accrue	,519	-,190	,267	,081	-,357	-,018	,027	,119	-,328
@32. J'aime varier les ma rques	,516	-,093	-,375	,283	,246	,104	,174	,237	-,121
@5. En ce qui concerne le produit que j'achète il est situé	,515	-,325	,226	-,050	-,315	,158	,112	,030	,016
@24. J'aime m'amus er avec de nouvelles idées mes aînés	,508	-,219	-,221	-,226	,056	,114	-,098	,296	,056
@26. Quand je vois un no uveau produit en rayon j'ai une attitude	,507	,001	-,305	-,034	-,148	-,140	-,223	-,216	-,219
@25. J'aime les choses n ouvelles et différentes	,493	-,337	-,318	-,282	,128	,124	-,211	,198	,040
@41. Lorsqu'un nouvea u produit est lancé sur le m arché je	,492	,336	-,077	-,316	,095	-,062	-,129	-,111	-,030
@9. Quand un produit que je possède devient popula ire parmi les	,484	-,244	,402	,043	,267	,031	-,120	-,159	,237
@8. J'apprécie de voir les goûts dominants des gen s que je	,436	-,337	,279	-,146	-,246	,051	,249	,014	,305
@23. J'aime les nouvelles façons de faire les chose s	,428	-,369	-,238	-,256	,046	,181	-,259	,322	-,018
@45. Je suis satisfait de mes produits actuels et ne vois pas	,408	,006	-,393	,155	,090	-,265	-,113	-,290	,058
@16. J'ai besoin de sentir qu'il y a des gens vers qui j ai peu	,408	,360	,090	-,251	-,017	-,112	-,074	,111	-,121

@37. Les produits utilisés par la population générale	,178	,649	-,165	-,070	-,131	,268	-,066	-,134	,075
@47. J'ai acheté des produits généralement utilisés par des personnes nombreuses	,217	,636	-,002	-,209	,138	,261	,195	-,079	,080
@36. J'ai trouvé attrayant les produits utilisés par des personnes nombreuses	,222	,624	-,018	-,188	-,169	,190	,196	-,176	,119
@46. J'ai acheté des produits une fois qu'ils deviennent populaires	,146	,618	,146	-,066	-,147	,322	,255	,013	-,055
@35. Si de nombreuses personnes utilisent un produit, c'est par	,092	,607	,009	-,175	-,163	,305	,076	-,217	-,005
@48. J'ai acheté fréquemment les produits généralement plus de	,244	,592	-,032	,014	-,088	,188	,137	-,144	-,054
@17. À travers ma consommation je vois que les autres personnes	,249	,586	,283	,096	,044	,089	-,256	,169	-,037
@14. J'ai essayé de ne pas acheter des choses qui feraient qu'	,251	,565	,233	,112	-,062	,096	-,117	-,048	,036
@18. Je n'aime pas être seul et acheter des produits pour moi	,097	,543	,272	,221	-,086	,114	-,082	,289	,067
@20. J'ai un fort besoin d'appartenance	,139	,537	,184	,009	,023	-,057	-,243	,331	,060
@22. Me sentir seul est facile à quand je suis seul	,203	,500	,321	-,008	-,025	,023	-,269	,288	,035
@7. Je vais souvent à l'encontre des règles des groupes	,431	-,478	,206	-,265	-,223	,013	,111	,091	,348

@21.CelamedÃrangebe aucoupsijenesuispasincl usedansu	,194	,434	,203	,139	,076	-,153	-,250	,413	,088
@6.JâaisouventviolÃles rÃglesdemongroupesoci alconcer	,418	-,422	,220	-,259	-,211	,019	,264	,121	,314
@38.JâÃcoutelesconsei lsdemesprochespourfair emesachat	,198	,413	-,078	-,290	,303	,013	-,019	-,058	-,259
@40.JenâÃcoutepasme samisconcernantlespro duitsetjepr	-,043	,390	,013	-,141	,327	-,245	,150	-,132	-,101
@10.Jâessaiesouventd âÃviterlesproduitsoumar quesdont	,445	-,256	,542	,010	,412	,059	-,165	-,153	,140
@11.EnrÃglegÃnÃralej enâaimepaslesproduits oumarque	,382	-,395	,518	-,041	,404	,015	-,168	-,189	,051
@12.Auplusunproduitou unemarqueestbanalaus eindelapop	,434	-,284	,517	,060	,331	,003	-,088	-,304	-,085
@13.Sidâautrespersonn esnesemblentpasmâacc eptererais	-,122	,456	,123	,475	,035	-,109	-,118	,081	,052
@39.Jefaisplusconfianc eauxavidemesamisquâ auxinforma	,159	,361	,022	-,465	,345	,200	,132	-,085	-,081
@15.JemâinquiÃterare mentdesavoirsidâautres personnes	-,145	,387	,167	,456	-,010	-,136	-,019	-,015	,330
@19.Ãanemâennuiepas quemesamisconsomme ntdesproduitsd	-,182	,215	,133	,293	-,089	-,023	,100	-,290	,188
@27.Jâaimeparlerdesm arquesquejâutiliseavec âautres	,480	,366	-,017	-,131	-,041	-,633	,181	,077	-,035

@28. J'ai aimé raconter des anecdotes sur les marques que j'utilise	,523	,342	-,011	-,081	-,070	-,566	,328	,081	,066
@34. Je préfère regarder tous les jours les marques	,233	-,200	-,320	,293	,239	,145	,404	,194	-,057

#### Rotation de la matrice des composantes

	Composante								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
@47. J'ai acheté souvent des produits également utilisés par des personnes nombreuses	<b>,733</b>	-,004	,181	,029	-,155	,123	-,004	,144	-,030
@36. Je trouve attrayant les produits utilisés par des personnes nombreuses	<b>,723</b>	,115	,132	-,121	-,019	-,013	-,130	,161	,107
@35. Si de nombreuses personnes utilisent un produit c'est par	<b>,723</b>	,071	,119	-,114	,023	-,105	-,112	-,013	-,035
@46. J'ai acheté des produits une fois qu'ils deviennent populaires	<b>,691</b>	-,150	,251	-,142	,112	,088	-,124	,029	,040
@37. Les produits utilisés par la population générale me semblent	<b>,649</b>	,281	,248	-,165	-,049	-,011	-,066	-,017	-,076
@48. J'ai acheté fréquemment les produits généralement plus de	<b>,614</b>	,118	,180	-,093	,103	,115	-,147	,109	-,080
@39. Je fais plus confiance aux avis de mes amis qu'aux informations	<b>,581</b>	-,134	-,028	,202	-,188	,010	,283	,181	-,128
@38. J'ai demandé conseil à mes proches pour faire un achat	<b>,432</b>	,007	,075	,110	-,045	,021	,255	,270	-,342

@41. Lorsqu'un nouveau produit est lancé sur le marché	,407	,306	,135	,172	,049	-,034	,269	,344	-,035
@42. Lorsque de nouveaux produits arrivent sur le marché	,118	,835	-,044	,030	,168	,134	-,039	-,007	,053
@44. J'aime acheter de nouveaux produits afin d'essayer	,090	,819	,085	-,049	,040	,171	,179	,071	,137
@43. Je trouve intéressant d'acheter de nouvelles choses	,106	,790	,075	-,026	,012	,257	,231	,070	,051
@45. Je suis satisfait de mes produits actuels et ne vois pas	-,044	,606	-,121	,093	,027	,199	-,026	,277	-,115
@26. Quand je vois un nouvel produit en rayon j'ai une attitude	,071	,551	-,081	,006	,346	,025	,213	,212	-,103
@21. Cela m'étonne beaucoup si je ne suis pas inclus dans	,022	,008	,717	,029	-,022	,046	,021	,186	-,047
@22. Me sentir blessé quand je suis exclu	,245	-,032	,677	,075	,075	-,105	,043	,086	-,005
@20. J'ai un fort besoin d'appartenance	,200	-,003	,666	-,022	-,042	-,060	,040	,148	-,070
@17. À travers ma consommation je veux que les autres personnes	,348	,029	,653	,124	,117	-,014	-,034	,057	-,135
@18. Je n'aime pas être seul et acheter des produits pour moi	,262	-,095	,647	-,068	,069	,069	-,178	-,017	,003
@13. Si d'autres personnes semblent pas m'accueillir	,004	,019	,480	-,068	-,040	,083	-,437	,005	-,252

@14. J'essaie fort de ne pas acheter des choses qui feraient qu'	,430	,109	,459	,098	,133	-,018	-,194	,070	-,046
@10. J'essaie souvent de éviter les produits ou marques dont	-,050	-,009	,113	,855	,121	,076	,070	,006	,170
@11. En règle générale j'essaie pas les produits ou marques	-,148	-,041	-,022	,849	,158	,016	,124	,002	,133
@12. Au plus un produit ou une marque est banal au sein de la population	-,044	-,017	-,053	,802	,317	,061	-,003	,056	,041
@9. Quand un produit que je possèdais devient populaire parmi la population	-,047	,124	,084	,707	,110	,110	,023	,031	,274
@3. Je cherche activement à développer mon identité personnelle	-,036	,091	,058	,201	,789	,192	-,014	-,023	,097
@2. J'essaie souvent de trouver une version plus intéressante	,013	,163	-,007	,299	,724	,214	,121	,140	,070
@1. Je combine souvent ce que je possède de manière créative	-,049	,005	,101	,059	,723	,089	,148	,106	,232
@4. Garder un œil sur les produits qui sont intéressants est important	,035	,175	,071	,236	,692	,022	,038	,108	,283
@31. Je considère que j'utilise les marques que j'aime	,083	,238	,080	,164	,085	,734	-,077	,131	,175
@32. J'aime varier les marques	-,034	,218	,022	-,003	,121	,729	,253	,080	-,051
@34. Je préfère regarder tous les jours les marques	-,083	-,021	-,174	-,070	,000	,717	,088	-,006	,015

@30. J'ais souvent lâintention de changer de marques	,189	,171	,075	,272	,158	,714	-,017	,054	,098
@33. J'suis attiré(e) par l'émotion de voir d'autres marques que	,061	,241	,021	,033	,227	,708	,197	,090	,012
@23. J'aime les nouvelles sensations	-,136	,241	,028	,073	,081	,152	,695	-,107	,201
@25. J'aime les choses nouvelles et différentes	-,077	,339	-,060	,132	,006	,194	,663	-,006	,184
@15. J'en ai assez de voir des personnes	-,007	,051	,399	-,015	-,178	,052	-,581	,016	-,018
@24. J'aime m'amuser avec de nouvelles idées	-,018	,234	,060	,064	,052	,245	,574	,052	,254
@19. À ne pas me consacrer à un produit	,099	,028	,018	,011	-,059	-,045	-,548	-,053	-,010
@27. J'aime parler des marques que j'utilise avec d'autres	,104	,155	,209	-,050	,131	,059	,008	,848	,050
@28. J'aime raconter de petites anecdotes sur les marques que j'utilise	,146	,132	,171	-,060	,116	,177	-,062	,828	,188
@29. J'explique aux autres pourquoi ils ont intérêt à acheter	,172	,180	,109	,117	,090	,112	,043	,756	,118
@40. Je n'ai pas de préoccupation	,244	-,117	,008	,094	-,201	-,013	-,085	,402	-,315
@16. J'ai besoin de sentir qu'il y a des gens vers qui je peux	,314	,080	,297	,057	,166	-,051	,236	,360	,000

@6. J'ai souvent violé les règles de mon groupe social	-,059	-,046	-,135	,180	,147	,078	,202	,127	,745
@7. Je vais souvent à l'encontre des règles de mon groupe social	-,124	,061	-,114	,228	,144	-,001	,241	,070	,743
@8. J'ai apprécié fier les gens dominants des gens que je côtoie	,009	-,001	-,099	,218	,217	,078	,058	,090	,707
@5. En ce qui concerne les produits que j'ai achetés, la situation	,026	,061	-,054	,160	,475	,111	,159	-,026	,515

5 facteurs, rotation Varimax

**Qualités de représentation**

	Initiales	Extraction
@1. Je combine souvent ce que je possède de manière créative	1,000	,511
@2. J'essaie souvent de trouver une version plus intéressante	1,000	,573
@3. Je cherche activement à développer mon identité personnelle	1,000	,574
@4. Garder un œil sur les produits qui sont intéressants	1,000	,617
@5. En ce qui concerne les produits que j'ai achetés, la situation	1,000	,523
@6. J'ai souvent violé les règles de mon groupe social	1,000	,512
@7. Je vais souvent à l'encontre des règles de mon groupe social	1,000	,577
@8. J'ai apprécié fier les gens dominants des gens que je côtoie	1,000	,463

@9. Quand un produit que je possédais devient populaire parmi les gens	1,000	,528
@10. J'ai essayé souvent d'acheter les produits sous marques dont je n'ai jamais entendu parler	1,000	,727
@11. En règle générale, j'ai acheté des produits sous marque que je n'ai jamais vus	1,000	,736
@12. Au plus un produit ou une marque est banal, au moins elle est connue	1,000	,649
@13. Si d'autres personnes ne semblent pas m'accepter en tant que tel	1,000	,464
@14. J'ai essayé fort de ne pas acheter des choses que je n'aime pas	1,000	,453
@15. Je m'inquiète rarement de savoir si d'autres personnes pensent comme moi	1,000	,407
@16. J'ai besoin de sentir qu'il y a des gens vers qui je peux aller	1,000	,367
@17. À travers ma consommation de jeux vidéo, j'ai rencontré d'autres personnes	1,000	,497
@18. Je n'aime pas être seul et attaché à des produits pour moi-même	1,000	,435
@19. À l'âge adulte, j'ai consommé des produits que je n'ai jamais vus	1,000	,191
@20. J'ai un fort besoin d'une partenaire	1,000	,343
@21. Cela me dérange beaucoup si je ne suis pas inclus dans un groupe	1,000	,292
@22. Mes sentiments sont facilement blessés quand je suis rejeté	1,000	,394
@23. J'aime les nouvelles façons de faire les choses	1,000	,443
@24. J'aime m'amuser avec de nouvelles idées et messages	1,000	,409

@25. J'aime les choses nouvelles et diff	1,000	,553
@26. Quand je vois un nouvel	1,000	,373
@27. J'aime parler des marques que j'utilise avec d'autres	1,000	,384
@28. J'aime raconter des anecdotes sur les marques que j'util	1,000	,403
@29. J'explique aux autres pourquoi ils ont t	1,000	,411
@30. J'ai souvent l'intention de changer de marques	1,000	,572
@31. Je consid	1,000	,568
@32. J'aime varier les marques	1,000	,556
@33. Je suis attir	1,000	,562
@34. Je pr	1,000	,340
@35. Si de nombreuses personnes utilisent un produit c	1,000	,435
@36. Je trouve attrayants les produits utilis	1,000	,503
@37. Les produits utilis	1,000	,502
@38. J'écoute les conseils de mes proches pour faire mes achat	1,000	,392
@39. Je fais plus confiance aux avis de mes amis qu'aux informa	1,000	,491
@40. Je n'écoute pas mes amis concernant les produits que je p	1,000	,281

@41. Lorsqu'un nouveau produit est lancé sur le marché	1,000	,469
@42. Lorsque de nouveaux produits arrivent sur le marché	1,000	,529
@43. Je trouve intéressant d'acheter de nouvelles choses	1,000	,650
@44. J'aime acheter de nouveaux produits afin de les essayer	1,000	,614
@45. Je suis satisfait de mes produits actuels et ne vois pas	1,000	,353
@46. J'achète des produits nouveaux qu'ils deviennent populaires	1,000	,450
@47. J'achète souvent des produits également utilisés par	1,000	,514
@48. J'achète fréquemment les produits généralement plus de	1,000	,419

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

#### Variance totale expliquée

Composante	Valeurs propres initiales			Sommes extraites du carré des chargements			Sommes de rotation du carré des chargements		
	Total	% de la variance	% cumulé	Total	% de la variance	% cumulé	Total	% de la variance	% cumulé
1	8,237	17,160	17,160	8,237	17,160	17,160	6,565	13,676	13,676
2	6,911	14,398	31,558	6,911	14,398	31,558	5,109	10,643	24,320
3	3,554	7,403	38,961	3,554	7,403	38,961	4,386	9,138	33,458
4	2,358	4,913	43,874	2,358	4,913	43,874	3,535	7,364	40,822
5	1,949	4,060	47,934	1,949	4,060	47,934	3,414	7,112	47,934
6	1,872	3,900	51,833						
7	1,783	3,715	55,549						
8	1,638	3,413	58,961						

9	1,355	2,823	61,784					
10	1,228	2,558	64,342					
11	1,085	2,260	66,602					
12	1,012	2,108	68,710					
13	,933	1,944	70,654					
14	,871	1,816	72,469					
15	,846	1,763	74,232					
16	,769	1,603	75,835					
17	,740	1,542	77,377					
18	,692	1,442	78,819					
19	,654	1,361	80,181					
20	,623	1,298	81,479					
21	,617	1,285	82,764					
22	,550	1,146	83,911					
23	,543	1,131	85,042					
24	,523	1,090	86,131					
25	,501	1,043	87,174					
26	,489	1,019	88,194					
27	,454	,946	89,139					
28	,432	,899	90,039					
29	,395	,822	90,861					
30	,391	,815	91,676					
31	,364	,759	92,434					
32	,359	,747	93,181					
33	,324	,676	93,857					
34	,310	,646	94,503					
35	,287	,598	95,101					
36	,277	,577	95,678					
37	,255	,531	96,209					

38	,247	,515	96,724					
39	,235	,490	97,214					
40	,212	,442	97,656					
41	,195	,406	98,063					
42	,194	,403	98,466					
43	,160	,333	98,799					
44	,154	,320	99,119					
45	,127	,265	99,384					
46	,113	,236	99,620					
47	,099	,206	99,826					
48	,084	,174	100,000					

## ANNEXE 9b : Fiabilité – Analyses typologiques

Observation	Cluster(s) d'affectation					
	Clusters 12	Clusters 11	Clusters 10	Clusters 9	Clusters 8	Clusters 7
@1. Jecombine souvent ce que je possèdè de manièrè crèer u	1	1	1	1	1	1
@2. J'èssaiè souvent de trouver une version plus intéressante	1	1	1	1	1	1
@3. Je cherche activement à développer mon unicité personnelle	1	1	1	1	1	1
@4. Garder un œil sur les produits qui sont intéressants et in	1	1	1	1	1	1
@5. En ce qui concerne les produits que j'achète et les situat	2	2	2	2	1	1
@6. J'ai souvent violé les règles de mon groupe social concer	2	2	2	2	1	1
@7. Je vais souvent à l'encontre des règles de mon groupe so	2	2	2	2	1	1
@8. J'apprécie d'être les seuls à être dominants des gens que je co	2	2	2	2	1	1
@9. Quand un produit que je possèdè devient populaire par mil	3	3	3	3	2	2
@10. J'èssaiè souvent d'avoir les produits ou marques dont	3	3	3	3	2	2
@11. En règle générale j'en ai mepas les produits ou marque	3	3	3	3	2	2
@12. Au plus un produit ou une marque est banale se indelap	3	3	3	3	2	2
@13. Si d'autres personnes n'èsemblent pas m'accepter en r	4	4	4	4	3	3
@14. J'èssaiè fort de ne pas acheter des choses qui feraient qu	5	5	4	4	3	3

@15. JemâinquiÃterarement desavoirdâautrespersonnes	4	4	4	4	3	3
@16. Jâaibesoin desentirquâilyadesgensversquijipeu	6	6	5	5	4	4
@17. Atraversmaconsommationjeuxquelesautrespersonnes	5	5	4	4	3	3
@18. JenâaimepasÃatreseuleetchÃtedesproduitspourm	5	5	4	4	3	3
@19. Ãanemâennuiepasque mesamisconsommentdesproduitsd	4	4	4	4	3	3
@20. JâaiunfortÃbesoin dâapartenanceÃ	5	5	4	4	3	3
@21. CelamedÃrangebeaucoupsi jenesuispasinclusedansu	5	5	4	4	3	3
@22. MessentimentssontfacilementblessÃsquandjesensquuedâ	5	5	4	4	3	3
@23. JâaimelesnouvellesfaÃonsdefaireleschoses	7	7	6	6	5	4
@24. Jâaimemâamuseravec denouvellesidÃesmÃamesâilsâ	7	7	6	6	5	4
@25. JâaimeleschosesnouvellesetdiffÃrentes	7	7	6	6	5	4
@26. Quandjevoisunenouvellemarqueenrayonjâaiuneattit	6	6	5	5	4	4
@27. Jâaimeparlerdesmarquesquejâutiliseavec dâautres	8	8	7	7	6	5
@28. Jâaimeraconterdesanecdotesurlesmarquesquejâutilise	8	8	7	7	6	5
@29. JâexpliqueauxautrespourquoilsontintÃrÃtÃachete	8	8	7	7	6	5
@30. Jâaisouventlâintentiond echangerdesmarques	9	9	8	8	7	6
@31. JeconsidÃrechangerlesmarquesquejâutilisefrÃquemment	9	9	8	8	7	6

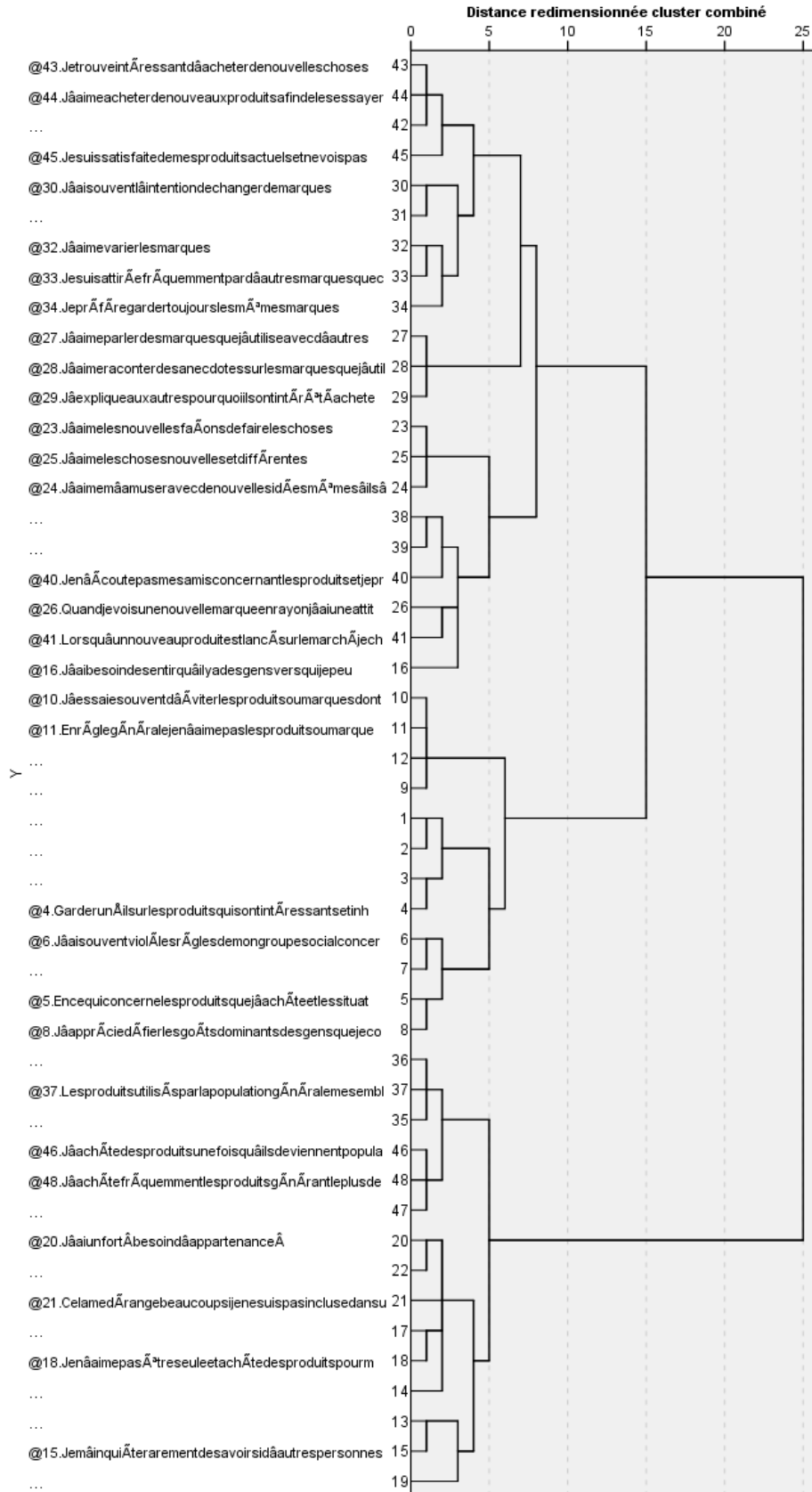
@32. J'aime varier les marques	10	9	8	8	7	6
@33. Je suis attiré(e) par les produits de marque	10	9	8	8	7	6
@34. Je regarde toujours les marques	10	9	8	8	7	6
@35. Si de nombreuses personnes utilisent un produit, c'est parce que	11	10	9	9	8	7
@36. Je trouve attrayant les produits de marque	11	10	9	9	8	7
@37. Les produits de marque sont populaires	11	10	9	9	8	7
@38. J'ai des conseils de mes proches pour faire mes achats	6	6	5	5	4	4
@39. Je fais plus confiance aux avis de mes amis qu'aux informations	6	6	5	5	4	4
@40. Je n'ai pas de souci concernant les produits de marque	6	6	5	5	4	4
@41. Lorsqu'un nouveau produit est lancé sur le marché, je	6	6	5	5	4	4
@42. Lorsqu'un nouveau produit arrive sur le marché, je	12	11	10	8	7	6
@43. Je trouve intéressant de découvrir de nouvelles choses	12	11	10	8	7	6
@44. J'aime acheter de nouveaux produits afin de les essayer	12	11	10	8	7	6
@45. Je suis satisfait(e) de mes produits actuels et n'en veux pas d'autres	12	11	10	8	7	6
@46. J'ai acheté des produits un certain nombre de fois lorsqu'ils deviennent populaires	11	10	9	9	8	7
@47. J'ai acheté souvent des produits de marque	11	10	9	9	8	7
@48. J'ai acheté plus de produits de marque	11	10	9	9	8	7

**Planning des agglomérations**

Etape	Cluster combiné		Coefficients	Etape de première apparition du cluster		Etape suivante
	Cluster 1	Cluster 2		Cluster 1	Cluster 2	
	1	43		44	96,500	
2	27	28	199,000	0	0	15
3	10	11	305,000	0	0	8
4	30	31	411,500	0	0	37
5	36	37	546,500	0	0	16
6	23	25	688,500	0	0	23
7	32	33	867,000	0	0	27
8	10	12	1063,000	3	0	22
9	17	18	1260,000	0	0	32
10	46	48	1465,000	0	0	18
11	1	2	1676,500	0	0	26
12	6	7	1893,000	0	0	28
13	3	4	2111,000	0	0	26
14	42	43	2329,833	0	1	29
15	27	29	2555,333	2	0	44
16	35	36	2788,333	0	5	30
17	5	8	3043,333	0	0	28
18	46	47	3301,000	10	0	30
19	20	22	3559,000	0	0	24
20	13	15	3823,000	0	0	35
21	38	39	4090,000	0	0	31
22	9	10	4359,250	0	8	43
23	23	24	4630,583	6	0	41
24	20	21	4911,917	19	0	33
25	26	41	5203,917	0	0	34
26	1	3	5499,667	11	13	40
27	32	34	5812,500	7	0	37
28	5	6	6126,250	17	12	40
29	42	45	6442,667	14	0	39
30	35	46	6765,667	16	18	42
31	38	40	7105,333	21	0	36
32	14	17	7445,000	0	9	33
33	14	20	7831,000	32	24	38
34	16	26	8332,333	0	25	36
35	13	19	8844,333	20	0	38

36	16	38	9378,167	34	31	41
37	30	32	9945,133	4	27	39
38	13	14	10710,244	35	33	42
39	30	42	11508,806	37	29	44
40	1	5	12320,806	26	28	43
41	16	23	13176,972	36	23	45
42	13	35	14137,394	38	30	47
43	1	9	15179,561	40	22	46
44	27	30	16374,867	15	39	45
45	16	27	17862,640	41	44	46
46	1	16	20527,200	43	45	47
47	1	13	25057,292	46	42	0

### Dendrogramme utilisant la Distance de ...



## ANNEXE 9c : Fiabilité – Analyse factorielle sur l’attrait et l’achat de produits populaires de masse

### Qualités de représentation

	Initiales	Extraction
@35. Si de nombreuses personnes utilisent un produit c'est par	1,000	,608
@36. Je trouve attrayants les produits utilisés par de nombreuses	1,000	,801
@37. Les produits utilisés par la population générale me semblent	1,000	,780
@46. Je achète des produits souvent lorsqu'ils deviennent populaires	1,000	,742
@47. Je achète souvent des produits également utilisés par de	1,000	,634
@48. Je achète fréquemment les produits généralement plus de	1,000	,668

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

### Variance totale expliquée

Composante	Valeurs propres initiales			Sommes extraites du carré des chargements			Sommes de rotation du carré des chargements
	Total	% de la variance	% cumulé	Total	% de la variance	% cumulé	Total
1	3,442	57,359	57,359	3,442	57,359	57,359	2,952
2	,792	13,204	70,563	,792	13,204	70,563	2,861
3	,538	8,961	79,525				
4	,498	8,308	87,833				
5	,424	7,070	94,903				

ANNEXE 9c : Fiabilité – Analyse factorielle sur l’attrait et l’achat de produits populaires de masse

6	,306	5,097	100,000			
---	------	-------	---------	--	--	--

### Matrice de structure

	Composante	
	1	2
@35. Si de nombreuses personnes utilisent un produit c'est parce qu'il est attrayant	,767	,571
@36. Je trouve attrayants les produits utilisés par de nombreuses personnes	,895	,518
@37. Les produits utilisés par la population générale sont attrayants	,882	,491
@46. J'ai acheté des produits que je n'ai jamais achetés auparavant	,465	,860
@47. J'ai acheté souvent des produits que j'ai également achetés auparavant	,573	,786
@48. J'ai acheté fréquemment les produits que j'ai achetés le plus de fois	,491	,817

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

Méthode de rotation : Oblimin avec normalisation Kaiser.

## ANNEXE 9d : Analyses de l'alpha Cronbach

Echelle : Agency. Items 1 à 12.

### Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,887	12

### Statistiques de total des éléments

	Moyenne de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Variance de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Corrélation complète des éléments corrigés	Alpha de Cronbach en cas de suppression de l'élément
@1. JecombinesouventcequejepossÃdedemaniÃreÃcrÃeru	34,63	150,888	,551	,881
@2. JâessaiesouventdetrouveruneversionplusintÃressante	34,46	146,913	,629	,876
@3. JechercheactivementÃdÃveloppermonunicitÃpersonnelle	35,13	150,576	,571	,880
@4. GarderunÃilsurlesproduitsquisontintÃressantsetinh	34,83	146,785	,632	,876
@5. EncequiconcernelesproduitsquejâachÃteetlessituat	35,38	150,718	,598	,878
@6. JâaisouventviolÃlesÃglesdemongroupesocialconcerner	35,00	147,171	,544	,882
@7. JevaissouventÃlâencontredesrÃglesdemongroupesoc	35,12	148,900	,581	,879
@8. JâapprÃcierÃfierlesgoÃtsdominantsdesgensquejeco	35,64	152,130	,555	,880
@9. QuandunproduitquejepossÃdedevientpopulaireparmilap	35,67	149,752	,584	,879
@10. JâessaiesouventdâÃviterlesproduitsoumarquesdont	35,49	148,030	,610	,877
@11. EnrÃglegÃnÃralejenâaimepaslesproduitsoumarque	35,45	146,761	,616	,877

@12. A plus un produit ou une marque est banal, aise indelap op	35,44	146,589	,625	,876
---	-------	---------	------	------

Echelle : Communion. Items 13 à 22.

**Statistiques de fiabilité**

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,777	10

**Statistiques de total des éléments**

	Moyenne de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Variance de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Corrélation complète des éléments corrigés	Alpha de Cronbach en cas de suppression de l'élément
@13. Si d'autres personnes ne semblent pas m'accepter en rais	23,35	70,589	,437	,760
@14. J'essaie fort de ne pas acheter des choses qu'il faudrait acheter	23,20	69,886	,505	,750
@15. J'ai honte de dire que je ne suis pas comme les autres personnes	23,45	71,253	,427	,761
@16. J'ai besoin de sentir qu'il y a des gens vers qui je peux aller	22,27	74,789	,277	,782
@17. À travers ma consommation de jeux vidéo, je rencontre d'autres personnes	23,61	69,657	,623	,738
@18. Je n'aime pas être seul à l'école	24,09	73,968	,563	,750
@19. À l'heure où je ne suis pas avec mes amis, j'ai besoin de produits	23,77	78,774	,162	,795
@20. J'ai un fort besoin d'être avec des amis	23,35	71,604	,540	,748
@21. C'est un grand avantage d'être avec des amis	23,35	69,976	,479	,754

@22.Messentimentssontfaci lementblessÃsquandjesensq uedâ	23,43	68,095	,566	,742
--	-------	--------	------	------

Echelle : Communion, Items 13-18, 20 à 22.

**Statistiques de fiabilité**

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,795	9

**Statistiques de total des éléments**

	Moyenne de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Variance de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Corrélation complète des éléments corrigés	Alpha de Cronbach en cas de suppression de l'élément
@ 13.Sidâautrespersonnesn esemblentpasmâaccepteren rais	21,13	63,943	,418	,785
@ 14.Jâessaiefortdenepasac heterdeschosesquiferaientq u	20,98	62,472	,519	,770
@ 15.JemâinquiÃterarement desavoirsidâautrespersonne s	21,23	65,374	,377	,790
@ 16.Jâaibesoindesentirquâi lyadesgensversquijepou	20,05	66,641	,305	,802
@ 17.Atraversmaconsommat ionjeuxquelesautresperso nnes	21,39	62,370	,636	,757
@ 18.JenâaimepasÃatreseul eetachÃtedesproduitspourm	21,87	66,707	,564	,770
@ 20.JâaiunfortÃbesoindâap partenanceÃ	21,13	63,993	,563	,766
@ 21.CelamedÃrangebeauc oupsijenesuispasinclusedan su	21,13	62,506	,494	,774
@ 22.Messentimentssontfaci lementblessÃsquandjesensq uedâ	21,21	60,518	,592	,760

Echelle : Communion. Items 13 à 15, 17-18, 20 à 22.

**Statistiques de fiabilité**

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,802	8

Echelle : Attrait nouveauté. Items 23 à 26.

**Statistiques de fiabilité**

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,760	4

**Statistiques de total des éléments**

	Moyenne de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Variance de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Corrélation complète des éléments corrigés	Alpha de Cronbach en cas de suppression de l'élément
@23. J'aime les nouvelles choses de faire les choses	13,75	11,646	,641	,657
@24. J'aime m'amuser avec de nouvelles idées mes amis	14,26	11,148	,609	,674
@25. J'aime les choses nouvelles et différentes	13,44	11,705	,688	,636
@26. Quand je vois un nouvel élément je suis intéressé	13,90	14,322	,328	,819

Echelle : Attrait nouveauté. Items 23 à 25.

**Statistiques de fiabilité**

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,819	3

Echelle : Bouche-à-oreille. Items 27 à 29

**Statistiques de fiabilité**

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,896	3

Echelle : Intention de changer de marque. Items 30 à 34.

**Statistiques de fiabilité**

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,829	5

**Statistiques de total des éléments**

	Moyenne de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Variance de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Corrélation complète des éléments corrigés	Alpha de Cronbach en cas de suppression de l'élément
@30. J'ai souvent l'intention de changer de marques	14,53	22,220	,651	,789
@31. Je considère que je n'utiliserais même pas ces marques	14,75	22,382	,671	,784
@32. J'aime varier les marques	13,60	21,117	,653	,788
@33. Je suis attiré(e) par d'autres marques que celle-ci	13,96	21,606	,697	,775
@34. Je regarde toujours les autres marques	13,43	23,422	,480	,838

Echelle : Intention de changer de marque. Items 30 à 33.

**Statistiques de fiabilité**

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,838	4

Echelle : Attrait pour les produits populaires de masse. Items 35 à 37.

**Statistiques de fiabilité**

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,808	3

Echelle : Recherche d'informations auprès de proches. Items 38 à 41.

**Statistiques de fiabilité**

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,625	4

**Statistiques de total des éléments**

	Moyenne de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Variance de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Corrélation complète des éléments corrigés	Alpha de Cronbach en cas de suppression de l'élément
@38. J'écoute les conseils de mes proches pour faire mes achats	13,19	10,275	,479	,505
@39. Je fais plus confiance aux avis de mes amis qu'aux informations	12,48	9,618	,524	,467
@40. Je n'écoute pas mes amis concernant les produits que je porte	13,17	10,855	,306	,627
@41. Lorsqu'un nouveau produit est lancé sur le marché, j'essaie	13,00	10,472	,333	,610

Echelle : Achat de produits nouveaux. Items 42 à 45.

**Statistiques de fiabilité**

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,854	4

Echelle : Achat de produits populaires de masse. Items 46 à 48.

**Statistiques de fiabilité**

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,760	3

## ANNEXE 10 : T-test sur la motivation des hommes

Statistiques des échantillons appariés

		Moyenne	N	Ecart type	Moyenne erreur standard
Paire 1	Agency	3,0883	100	1,17343	,11734
	Communion	2,5075	100	1,00611	,10061

Corrélations des échantillons appariés

		N	Corrélation	Sig.
Paire 1	Agency & Communion	100	,088	,386

Test des échantillons appariés

	Différences appariées					t	ddl	Sig. (bilatéral)
	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard	Intervalle de confiance de la différence à 95 %				
				Inférieur	Supérieur			
Paire 1 Agency - Communion	,58083	1,47730	,14773	,28771	,87396	3,932	99	,000

## ANNEXE 11 : T-test sur la motivation des femmes

### Statistiques des échantillons appariés

		Moyenne	N	Ecart type	Moyenne erreur standard
Paire 1	Communion	2,5050	100	1,03961	,10396
	Agency	3,3092	100	1,02215	,10222

### Corrélations des échantillons appariés

		N	Corrélation	Sig.
Paire 1	Communion & Agency	100	-,259	,009

### Test des échantillons appariés

	Différences appariées					t	ddl	Sig. (bilatéral)
	Moyenn e	Ecart type	Moyenne erreur standard	Intervalle de confiance de la différence à 95 %				
				Inférieur	Supérieur			
Paire 1 Communion - Agency	-,80417	1,63599	,16360	-1,12878	-,47955	-4,915	99	,000

### Test des échantillons appariés

	Différences appariées					t	ddl	Sig. (bilatéral)
	Moyenn e	Ecart type	Moyenne erreur standard	Intervalle de confiance de la différence à 95 %				
				Inférieur	Supérieur			
Paire 1 Agency - Communion	,80417	1,63599	,16360	,47955	1,12878	4,915	99	,000

## ANNEXE 12 : Régression linéaire « agency » - intention de changer de marque

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,361 <sup>a</sup>	,130	,126	1,13120

a. Prédicteurs : (Constante), Agency

ANOVA<sup>a</sup>

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	37,952	1	37,952	29,659	,000 <sup>b</sup>
	Résidu	253,362	198	1,280		
	Total	291,314	199			

a. Variable dépendante : Intentionchangerdemarque

b. Prédicteurs : (Constante), Agency

Coefficients

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.	Intervalle de confiance à 95,0% pour B	
		B	Erreur standard	Bêta			Borne inférieure	Borne supérieure
1	(Constante)	2,091	,246		8,505	,000	1,606	2,576
	Agency	,396	,073	,361	5,446	,000	,253	,539

## ANNEXE 13 : Régression linéaire « agency » - attrait pour la nouveauté

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,378 <sup>a</sup>	,143	,138	1,17107

a. Prédicteurs : (Constante), Agency

ANOVA<sup>a</sup>

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	45,130	1	45,130	32,908	,000 <sup>b</sup>
	Résidu	271,536	198	1,371		
	Total	316,667	199			

a. Variable dépendante : attraitnouveau

b. Prédicteurs : (Constante), Agency

Coefficients

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.	Intervalle de confiance à 95,0% pour B	
		B	Erreur standard	Bêta			Borne inférieure	Borne supérieure
1	(Constante)	3,253	,255		12,778	,000	2,751	3,754
	Agency	,432	,075	,378	5,737	,000	,283	,580

## ANNEXE 14 : Régression linéaire « agency » - achat de produits nouveaux

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,196 <sup>a</sup>	,038	,033	1,27459

a. Prédicteurs : (Constante), Agency

ANOVA<sup>a</sup>

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	12,830	1	12,830	7,897	,005 <sup>b</sup>
	Résidu	321,667	198	1,625		
	Total	334,497	199			

a. Variable dépendante : achatsproduitsnouveaux

b. Prédicteurs : (Constante), Agency

Coefficients

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.	Intervalle de confiance à 95,0% pour B	
		B	Erreur standard	Bêta			Borne inférieure	Borne supérieure
1	(Constante)	3,135	,277		11,316	,000	2,589	3,681
	Agency	,230	,082	,196	2,810	,005	,069	,392

## ANNEXE 15 : T-test sur le montant dépensé en présence d'autrui des personnes motivées par l' « agency »

Statistiques des échantillons appariés

	Moyenne	N	Ecart type	Moyenne erreur standard
Paire 1 @51.PourdesvÃ¢tementslors quevousfaitesdushoppingavecun	110,51	49	109,517	15,645
@50.PourdesvÃ¢tementslors quevousfaitesdushoppingseulv	136,94	49	133,267	19,038
Paire 2 @53.Pourdescoursesalimentaireslorsquevousfaitesdushopping	86,08	51	71,023	9,945
@52.Pourdescoursesalimentaireslorsquevousfaitesdushopping	105,98	51	74,398	10,418
Paire 3 @55.Pouracheteruncadeau Ãunamicommunlorsquevousfaites	37,34	50	23,476	3,320
@54.Pouracheteruncadeau Ãunamilorsquevousfaitesdushopping	42,94	50	24,548	3,472

Corrélations des échantillons appariés

	N	Corrélation	Sig.
Paire 1 @51.PourdesvÃ¢tementslors quevousfaitesdushoppingavecun & @50.PourdesvÃ¢tementslors quevousfaitesdushoppingseulv	49	,633	,000
Paire 2 @53.Pourdescoursesalimentaireslorsquevousfaitesdushopping & @52.Pourdescoursesalimentaireslorsquevousfaitesdushopping	51	,594	,000

Paire 3	@55.Pour acheter un cadeau à un ami commun lorsque vous faites & @54.Pour acheter un cadeau à un ami lorsque vous faites du shopping	50	,635	,000
---------	---	----	------	------

Test des échantillons appariés

	Différences appariées					t	ddl	Sig. (bilatéral)	
	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard	Intervalle de confiance de la différence à 95 %					
				Inférieur	Supérieur				
Paire 1	@51.Pour des vêtements lorsque vous faites du shopping avec un - @50.Pour des vêtements lorsque vous faites du shopping seul	-26,429	106,248	15,178	-56,946	4,089	-1,741	48	.088
Paire 2	@53.Pour des courses ali- mentaires lorsque vous fa- ites du shopping - @52.Pour des courses ali- mentaires lorsque vous fa- ites du shopping	-19,902	65,578	9,183	-38,346	-1,458	-2,167	50	.035
Paire 3	@55.Pour acheter un cad- eau à un ami commun lors- que vous faites - @54.Pour acheter un cad- eau à un ami lorsque vous fa- ites du shopping	-5,600	20,545	2,905	-11,439	,239	-1,927	49	.060

Test des échantillons appariés

	Différences appariées					t	ddl	Sig. (bilatéral)
	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard	Intervalle de confiance de la différence à 95 %				
				Inférieur	Supérieur			

ANNEXE 15 : T-test sur le montant dépensé en présence d'autrui des personnes motivées par l' « agency »

Paire 1	@50.PourdesvÃ¢tement slorsquevousfaitesdush oppingseulv - @51.PourdesvÃ¢tement slorsquevousfaitesdush oppingaveacun	26,429	106,248	15,178	-4,089	56,946	1,741	48	.088
Paire 2	@52.Pourdescoursesali mentaireslorsquevousfa itesdushoppi - @53.Pourdescoursesali mentaireslorsquevousfa itesdushoppi	19,902	65,578	9,183	1,458	38,346	2,167	50	.035
Paire 3	@54.Pouracheteruncad eauÃunamilorsquevousf aitesdusho - @55.Pouracheteruncad eauÃunamicommunlors quevousfaites	5,600	20,545	2,905	-,239	11,439	1,927	49	.060

## ANNEXE 16 : Régression linéaire « agency »/ « communion » - bouche-à-oreille

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,367 <sup>a</sup>	,135	,126	1,47486

a. Prédicteurs : (Constante), Communion, Agency

ANOVA<sup>a</sup>

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	66,811	2	33,406	15,357	,000 <sup>b</sup>
	Résidu	428,517	197	2,175		
	Total	495,328	199			

a. Variable dépendante : Boucheàoreilles

b. Prédicteurs : (Constante), Communion, Agency

Coefficients<sup>a</sup>

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	1,004	,426		2,357	,019
	Agency	,345	,095	,241	3,633	,000
	Communion	,457	,103	,296	4,450	,000

a. Variable dépendante : Boucheàoreilles

## ANNEXE 17 : Régression linéaire « communion » - attrait pour les produits populaires de masse

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,422 <sup>a</sup>	,178	,174	1,11623

a. Prédicteurs : (Constante), Communion

ANOVA<sup>a</sup>

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	53,602	1	53,602	43,020	,000 <sup>b</sup>
	Résidu	246,704	198	1,246		
	Total	300,306	199			

a. Variable dépendante : attraitproduitsdemassepopulaires

b. Prédicteurs : (Constante), Communion

Coefficients

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.	Intervalle de confiance à 95,0% pour B	
		B	Erreur standard	Bêta			Borne inférieure	Borne supérieure
1	(Constante)	1,714	,210		8,169	,000	1,300	2,127
	Communion	,509	,078	,422	6,559	,000	,356	,662

## ANNEXE 18 : Régression linéaire « communion » - recherche d'informations auprès de proches

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,279 <sup>a</sup>	,078	,073	,85193

a. Prédicteurs : (Constante), Communion

ANOVA<sup>a</sup>

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	12,116	1	12,116	16,693	,000 <sup>b</sup>
	Résidu	143,705	198	,726		
	Total	155,821	199			

a. Variable dépendante : rechercheinfo

b. Prédicteurs : (Constante), Communion

Coefficients<sup>a</sup>

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	3,430	,160		21,425	,000
	Communion	,242	,059	,279	4,086	,000

a. Variable dépendante : rechercheinfo

## ANNEXE 19 : Régression linéaire « communion » - achat de produits populaires de masse

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,476 <sup>a</sup>	,226	,222	1,05634

a. Prédicteurs : (Constante), Communion

ANOVA<sup>a</sup>

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	64,638	1	64,638	57,927	,000 <sup>b</sup>
	Résidu	220,939	198	1,116		
	Total	285,577	199			

a. Variable dépendante : achatsproduitsdemassepopulaires

b. Prédicteurs : (Constante), Communion

Coefficients

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.	Intervalle de confiance à 95,0% pour B	
		B	Erreur standard	Bêta			Borne inférieure	Borne supérieure
1	(Constante)	1,549	,199		7,801	,000	1,157	1,940
	Communion	,559	,073	,476	7,611	,000	,414	,703

## ANNEXE 20 : T-test sur le montant dépensé en présence d'autrui des personnes motivées par la « communion »

Statistiques des échantillons appariés

		Moyenne	N	Ecart type	Moyenne erreur standard
Paire 1	@51.PourdesvÃªtementslors quevousfaitesdushoppingavecun	98,33	18	124,073	29,244
	@50.PourdesvÃªtementslors quevousfaitesdushoppingseulv	112,78	18	120,272	28,348
Paire 2	@53.Pourdescoursesalimentaireslorsquevousfaitesdushopping	63,42	19	66,959	15,361
	@52.Pourdescoursesalimentaireslorsquevousfaitesdushopping	65,79	19	66,651	15,291
Paire 3	@55.Pouracheteruncadeau Ãªnamicommunlorsquevousfaites	26,78	18	22,540	5,313
	@54.Pouracheteruncadeau Ãªnamilorsquevousfaitesdushopping	35,11	18	26,406	6,224

Corrélations des échantillons appariés

		N	Corrélation	Sig.
Paire 1	@51.PourdesvÃªtementslors quevousfaitesdushoppingavecun &	18	,794	,000
	@50.PourdesvÃªtementslors quevousfaitesdushoppingseulv			
Paire 2	@53.Pourdescoursesalimentaireslorsquevousfaitesdushopping &	19	,920	,000
	@52.Pourdescoursesalimentaireslorsquevousfaitesdushopping			

Paire 3	@55.Pour acheter un cadeau à un ami commun lorsque vous faites & @54.Pour acheter un cadeau à un ami lorsque vous faites du shopping	18	,516	,028
---------	---	----	------	------

	Différences appariées					t	ddl	Sig. (bilatéral)	
	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard	Intervalle de confiance de la différence à 95 %					
				Inférieur	Supérieur				
Paire 1	@51.Pour des vêtements lorsque vous faites du shopping avec un - @50.Pour des vêtements lorsque vous faites du shopping seul	-14,444	78,551	18,515	-53,507	24,618	-7,780	17	,446
Paire 2	@53.Pour des courses alimentaires lorsque vous faites du shopping - @52.Pour des courses alimentaires lorsque vous faites du shopping	-2,368	26,686	6,122	-15,231	10,494	-3,387	18	,703
Paire 3	@55.Pour acheter un cadeau à un ami commun lorsque vous faites - @54.Pour acheter un cadeau à un ami lorsque vous faites du shopping	-8,333	24,314	5,731	-20,424	3,758	-1,454	17	,164

ANNEXE 20 : T-test sur le montant dépensé en présence d'autrui des personnes motivées par la « communion »

## ANNEXE 21 : T-test sur le montant dépensé en présence d'autrui de l'ensemble de l'échantillon

Statistiques des échantillons appariés

		Moyenne	N	Ecart type	Moyenne erreur standard
Paire 1	@51.PourdesvÃªtementslors quevousfaitesdushoppingavecun	105,25	187	104,757	7,661
	@50.PourdesvÃªtementslors quevousfaitesdushoppingseulv	132,70	187	177,065	12,948
Paire 2	@53.Pourdescoursesalimentaireslorsquevousfaitesdushopping	87,03	192	75,561	5,453
	@52.Pourdescoursesalimentaireslorsquevousfaitesdushopping	94,68	192	74,786	5,397
Paire 3	@55.Pouracheteruncadeau Ãªnamicommunlorsquevousfaites	37,74	194	27,172	1,951
	@54.Pouracheteruncadeau Ãªnamilorsquevousfaitesdushopping	43,36	194	35,774	2,568

Corrélations des échantillons appariés

		N	Corrélation	Sig.
Paire 1	@51.PourdesvÃªtementslors quevousfaitesdushoppingavecun &	187	,511	,000
	@50.PourdesvÃªtementslors quevousfaitesdushoppingseulv			
Paire 2	@53.Pourdescoursesalimentaireslorsquevousfaitesdushopping &	192	,716	,000
	@52.Pourdescoursesalimentaireslorsquevousfaitesdushopping			

ANNEXE 21 : T-test sur le montant dépensé en présence d'autrui de l'ensemble de l'échantillon

Paire 3	@55.Pour acheter un cadeau à un ami commun lorsque vous faites & @54.Pour acheter un cadeau à un ami lorsque vous faites du shopping	194	,796	,000
---------	---	-----	------	------

Test des échantillons appariés

	Différences appariées					t	ddl	Sig. (bilatéral)	
	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard	Intervalle de confiance de la différence à 95 %					
				Inférieur	Supérieur				
Paire 1	@51.Pour des vêtements lorsque vous faites du shopping avec un - @50.Pour des vêtements lorsque vous faites du shopping seul	27,455	152,831	11,176	-49,503	-5,406	-2,457	186	.015
Paire 2	@53.Pour des courses ali- mentaires lorsque vous fa- ites du shopping - @52.Pour des courses ali- mentaires lorsque vous fa- ites du shopping	7,646	56,659	4,089	-15,711	,420	-1,870	191	.063
Paire 3	@55.Pour acheter un cad- eau à un ami commun lors- que vous faites - @54.Pour acheter un cad- eau à un ami lorsque vous fa- ites du shopping	5,619	21,675	1,556	-8,688	-2,549	-3,610	193	.000

## ANNEXE 22 : Régression linéaire « agency » - critère fonctionnel/esthétique

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,017 <sup>a</sup>	,000	-,005	1,264

a. Prédicteurs : (Constante), Agency

ANOVA<sup>a</sup>

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	,090	1	,090	,056	.813 <sup>a</sup>
	Résidu	316,290	198	1,597		
	Total	316,380	199			

a. Variable dépendante : @49.Veuillez indiquer l'importance relative que vous accordez

b. Prédicteurs : (Constante), Agency

Coefficients

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.	Intervalle de confiance à 95,0% pour B	
		B	Erreur standard	Bêta			Borne inférieure	Borne supérieure
1	(Constante)	5,152	,275		18,752	,000	4,610	5,693
	Agency	-,019	,081	-,017	-,237	,813	-,179	,141

## ANNEXE 23 : Régression linéaire « communion » - critère fonctionnel/esthétique

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,143 <sup>a</sup>	,021	,016	1,251

a. Prédicteurs : (Constante), Communion

ANOVA<sup>a</sup>

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	6,513	1	6,513	4,162	,043 <sup>b</sup>
	Résidu	309,867	198	1,565		
	Total	316,380	199			

a. Variable dépendante : @49.Veuillez indiquer l'importance relative que vous accordez

b. Prédicteurs : (Constante), Communion

Coefficients

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.	Intervalle de confiance à 95,0% pour B	
		B	Erreur standard	Bêta			Borne inférieure	Borne supérieure
1	(Constante)	5,534	,235		23,542	,000	5,071	5,998
	Communion	-,177	,087	-,143	-2,040	,043	-,349	-,006

## ANNEXE 24 : Régressions âge – « agency »/ « communion »

Régression âge-motivation « agency »

**Récapitulatif des modèles**

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,095 <sup>a</sup>	,009	,004	1,10094

a. Prédicteurs : (Constante), @57.QuelÃgeavezvous

**ANOVA<sup>a</sup>**

Modèle	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	2,202	1	2,202	1,817	179 <sup>b</sup>
Résidu	239,988	198	1,212		
Total	242,190	199			

a. Variable dépendante : Agency

b. Prédicteurs : (Constante), @57.QuelÃgeavezvous

**Coefficients<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	3,449	,202		17,113	,000
	@57.QuelÃgeavezvous	-,006	,004	-,095	-1,348	,179

a. Variable dépendante : Agency

Régression âge-motivation « communion »

**Récapitulatif des modèles**

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,077 <sup>a</sup>	,006	,001	1,01999

a. Prédicteurs : (Constante), @57.QuelÃgeavezvous

**ANOVA<sup>a</sup>**

Modèle	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	1,216	1	1,216	1,169	281 <sup>b</sup>
Résidu	205,995	198	1,040		
Total	207,211	199			

ANNEXE 24 : Régressions âge – « agency »/ « communion »

a. Variable dépendante : Communion

b. Prédicteurs : (Constante), @57.QuelÃgeavezvous

**Coefficients<sup>a</sup>**

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.
	B	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	2,692	,187		14,418	,000
@57.QuelÃgeavezvous	-,004	,004	-,077	-1,081	,281

a. Variable dépendante : Communion

## ANNEXE 25 : Tableau des corrélations des différentes variables

Corrélations

		Age ncy	Com muni on	attrait nouve auté	Bouch eàorei lles	Intenti oncha ngerd emarq ue	attrait produi tsdem assep opulai res	achat sprod uitsno uveau x	achat sprod uitsde mass epopu laires	@57. QuelÃ geave zvous	@49. Veuill ezindi querlâ import ancer relativ equev ousac corde z	Rech erche info
Agency	Corrélati on de Pearson	1	-,076	,378	,219	,361	-,158	,196	-,094	-,095	-,017	-,038
	Sig. (bilatéral e)		,284	,000	,002	,000	,025	,005	,185	,179	,813	,590
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Communio n	Corrélati on de Pearson	-,076	1	-,211	,277	,060	,422	,027	,476	-,077	-,143	,283
	Sig. (bilatéral e)	,284		,003	,000	,399	,000	,705	,000	,281	,043	,000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
attraitnouve auté	Corrélati on de Pearson	,378	-,211	1	,122	,358	-,096	,372	-,128	-,186	,082	,069
	Sig. (bilatéral e)	,000	,003		,086	,000	,174	,000	,071	,009	,249	,334

	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Boucheàor eilles	Corrélati on de Pearson	,219	,277	,122	1	,301	,261	,295	,304	-,276	-,057	,362
	Sig. (bilatéral e)	,002	,000	,086		,000	,000	,000	,000	,000	,422	,000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Intentionch angerdema rque	Corrélati on de Pearson	,361	,060	,358	,301	1	,058	,475	,160	-,121	-,141	,119
	Sig. (bilatéral e)	,000	,399	,000	,000		,414	,000	,024	,087	,046	,092
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
attraitprodu itsdemasse populaires	Corrélati on de Pearson	-,158	,422	-,096	,261	,058	1	,169	,633	-,110	-,017	,392
	Sig. (bilatéral e)	,025	,000	,174	,000	,414		,017	,000	,122	,815	,000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
achatsprod uitsnouvea ux	Corrélati on de Pearson	,196	,027	,372	,295	,475	,169	1	,107	-,041	-,053	,174
	Sig. (bilatéral e)	,005	,705	,000	,000	,000	,017		,133	,567	,458	,014
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
achatsprod uitsdemass epopulaires	Corrélati on de Pearson	-,094	,476	-,128	,304	,160	,633	,107	1	-,046	-,057	,466
	Sig. (bilatéral e)	,185	,000	,071	,000	,024	,000	,133		,521	,424	,000

ANNEXE 25 : Tableau des corrélations des différentes variables

N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
@57. Quel Ã©ge avez-vous	CorrÃ©lation de Pearson	-,095	-,077	-,186	-,276	-,121	-,110	-,041	-,046	1	,035	-,193
	Sig. (bilatÃ©rale)	,179	,281	,009	,000	,087	,122	,567	,521		,626	,006
N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
@49. Veuillez indiquer l'importance relative que vous accordez	CorrÃ©lation de Pearson	-,017	-,143	,082	-,057	-,141	-,017	-,053	-,057	,035	1	-,024
	Sig. (bilatÃ©rale)	,813	,043	,249	,422	,046	,815	,458	,424	,626		,739
N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
recherche info	CorrÃ©lation de Pearson	-,038	,283	,069	,362	,119	,392	,174	,466	-,193	-,024	1
	Sig. (bilatÃ©rale)	,590	,000	,334	,000	,092	,000	,014	,000	,006	,739	
N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200

## ANNEXE 26 : Analyse de médiation « agency » - attrait pour la nouveauté – achat de produits nouveaux

Afin de vérifier l'existence d'un effet médiateur, nous allons utiliser la méthode des régressions successives (Caceres, R. C., & Vanhamme, J., 2003). Nous allons tester quatre conditions :

*Condition 1* : La variable « agency » a un impact significatif sur la variable « achat de produits nouveaux ». Cette relation a déjà été vérifiée en annexe 14.

$$Y = a_1 + b_1X + \text{erreur}_1$$

$$\text{Achat de produits nouveaux} = 3,135 + 0,230 \text{ Agency} + 1,27459$$

*Condition 2* : La variable « agency » a un impact significatif sur la variable « attrait pour la nouveauté ». Cette relation a déjà été vérifiée en annexe 13.

$$M = a_2 + b_2X + \text{erreur}_2$$

$$\text{Attrait pour la nouveauté} = 3,253 + 0,432 \text{ Agency} + 1,17107$$

*Condition 3* : La variable « attrait pour la nouveauté » a un impact significatif sur la variable « achat de produits nouveaux » lorsque l'influence de la variable « agency » sur la variable « achat de produits nouveaux » est contrôlée. On réalise une nouvelle régression d'« agency » sur l'attrait pour la nouveauté et l'achat de produits nouveaux.

**Récapitulatif des modèles**

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,377 <sup>a</sup>	,142	,133	1,20704

a. Prédicteurs : (Constante), attraitnouveauté, Agency

**ANOVA<sup>a</sup>**

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	47,478	2	23,739	16,293	,000 <sup>b</sup>
	Résidu	287,020	197	1,457		
	Total	334,497	199			

ANNEXE 26 : Analyse de médiation « agency » - attrait pour la nouveauté – achat de produits nouveaux

- a. Variable dépendante : achatsproduitsnouveaux  
 b. Prédicteurs : (Constante), attraitnouveauté, Agency

**Coefficients<sup>a</sup>**

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.
	B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	1,973	,354	5,568	,000
	Agency	,076	,084	,065	,366
	attraitnouveauté	,357	,073	,348	,000

a. Variable dépendante : achatsproduitsnouveaux

En réalisant un test ANOVA, nous voyons que la régression existe de manière significative avec une p-valeur égale à 0,000.

$$Y = a_3 + b_3X + b_4M + \text{erreur}_3$$

Achat de produits nouveaux = 1,973 + 0,076 Agency + 0,357 Attrait pour la nouveauté + 1,20704.

Le coefficient b<sub>4</sub> doit être significatif pour qu'il y ait médiation au moins partielle. Ici, il est significatif avec un p-valeur égale à 0,000.

*Condition 4* : L'influence significative de la variable « agency » sur la variable « achat de produits nouveaux » doit disparaître lorsque l'effet de la variable « attrait pour la nouveauté » sur la variable « achat de produits nouveaux » est contrôlée statistiquement.

Le coefficient b<sub>3</sub> doit être non significatif. Ici, le coefficient b<sub>3</sub> n'est pas significatif (p-valeur = 0,366) au niveau de signification accepté (α = 0,05). Il y a donc médiation complète.

L'effet direct d' « agency » sur l'achat de produits nouveaux est non significatif.

L'effet indirect d' « agency » sur l'achat de produits nouveaux égal b<sub>2</sub> x b<sub>4</sub>, c'est-à-dire 0,432 x 0,357 = 0,154224. Pour vérifier si cet effet est significatif, nous vérifions si la valeur de la formule suivante est supérieure à 1,96 pour un niveau de signification de 5% :

$$b_2 \times b_4 / \sqrt{(b_4^2 \times s_2^2 + b_2^2 \times s_4^2 + s_2^2 \times s_4^2)}$$

ANNEXE 26 : Analyse de médiation « agency » - attrait pour la nouveauté – achat de produits nouveaux

Avec  $b_2 = 0,432$  ;  $s_2 = 0,075$  ;  $b_4 = 0,357$  ;  $s_4 = 0,073$  :

$$0,432 \times 0,357 / \sqrt{(0,357^2 \times 0,075^2 + 0,432^2 \times 0,073^2 + 0,075^2 \times 0,073^2)}$$

$$0,154224 / \sqrt{0,001741396} = 3,6958$$

L'effet indirect d' « agency » sur l'achat de produits nouveaux est significatif au niveau de signification 5%.

## ANNEXE 27 : Analyse de médiation « communion » - attrait pour les produits populaires de masse – achat de produits populaires de masse

Afin de vérifier l'existence d'un effet médiateur, nous allons utiliser la méthode des régressions successives (Caceres, R. C., & Vanhamme, J., 2003).

*Condition 1* : La variable « communion » a un impact significatif sur la variable « achat de produits populaires de masse ». Cette relation a déjà été vérifiée en annexe 19.

$$Y = a_1 + b_1X + \text{erreur}_1$$

$$\text{Achat de produits populaires de masse} = 1,549 + 0,559 \text{ Communion} + 1,05634$$

*Condition 2* : La variable « communion » a un impact significatif sur la variable « attrait pour les produits populaires de masse ». Cette relation a déjà été vérifiée en annexe 17.

$$M = a_2 + b_2X + \text{erreur}_2$$

$$\text{Attrait pour les produits populaires de masse} = 1,714 + 0,509 \text{ Agency} + 1,11623$$

*Condition 3* : La variable « attrait pour les produits populaires de masse » a un impact significatif sur la variable « achat de produits populaires de masse » lorsque l'influence de la variable « communion » sur la variable « achat de produits populaires de masse » est contrôlée. On réalise une nouvelle régression de « communion » sur l'attrait pour les produits populaires de masse et l'achat de produits populaires de masse.

**Récapitulatif des modèles**

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,674 <sup>a</sup>	,454	,448	,88988

a. Prédicteurs : (Constante), attraitproduitsdemassepopulaires, Communion

**ANOVA<sup>a</sup>**

Modèle	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	129,577	2	64,789	81,816	,000 <sup>a</sup>

ANNEXE 27 : Analyse de médiation « communion » - attrait pour les produits populaires de masse – achat de produits populaires de masse

Résidu	156,000	197	,792	
Total	285,577	199		

a. Variable dépendante : achatsproduitsdemassepopulaires

b. Prédicteurs : (Constante), attraitproduitsdemassepopulaires, Communion

**Coefficients<sup>a</sup>**

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	B	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	,669	,193		3,462	,001
Communion	,298	,068	,253	4,363	,000
attraitproduitsdemassepopulaires	,513	,057	,526	9,056	,000

a. Variable dépendante : achatsproduitsdemassepopulaires

En réalisant un test ANOVA, nous voyons que la régression existe de manière significative avec une p-valeur égale à 0,000.

$$Y = a_3 + b_3X + b_4M + \text{erreur}_3$$

Achat de produits populaires de masse = 0,669 + 0,298 Communion + 0,513 Attrait pour les produits populaires de masse + ,88988

Le coefficient b4 doit être significatif pour qu'il y ait médiation au moins partielle. Ici, il est significatif avec un p-valeur égale à 0,000.

*Condition 4* : L'influence significative de la variable « communion » sur la variable « achat de produits populaires de masse » doit disparaître lorsque l'effet de la variable « attrait pour les produits populaires de masse » sur la variable « achat de produits populaires de masse » est contrôlée statistiquement.

Le coefficient b3 doit être non significatif. Ici, le coefficient b3 est significatif (p-valeur = 0,000) au niveau de signification accepté ( $\alpha = 0,05$ ). Il n'y a donc pas de médiation complète. Il existe un effet direct de la variable « communion » sur l'achat de produits populaires de masse.

ANNEXE 27 : Analyse de médiation « communion » - attrait pour les produits populaires de masse – achat de produits populaires de masse

L'effet direct de « communion » sur l'achat de produits populaires de masse est égal à  $b_3$ , c'est-à-dire à 0,298.

L'effet indirect de « communion » sur l'achat de produits populaires de masse est égal à  $b_2 \times b_4$ , c'est-à-dire  $0,509 \times 0,513 = 0,261117$ . Pour vérifier si cet effet est significatif, nous vérifions si la valeur de la formule suivante est supérieure à 1,96 pour un niveau de signification de 5% :

$$b_2 \times b_4 / \sqrt{(b_4^2 \times s_2^2 + b_2^2 \times s_4^2 + s_2^2 \times s_4^2)}$$

Avec  $b_2 = 0,509$  ;  $s_2 = 0,078$  ;  $b_4 = 0,513$  ;  $s_4 = 0,057$  :

$$0,509 \times 0,513 / \sqrt{(0,513^2 \times 0,078^2 + 0,509^2 \times 0,057^2 + 0,078^2 \times 0,057^2)}$$

$$0,261117 / \sqrt{0,002462641} = 5,2618$$

L'effet indirect de « communion » sur l'achat de produits populaires de masse est significatif au niveau de signification 5%. Nous sommes en présence d'une médiation partielle.