

Annexes

A. Retranscription des interviews

■ Annexe I - Interview 1 : homme, 70 ans, retraité , marié, 2 enfants.

- Est-ce que vous consommez des pralines ?

- Oui, mais bon je ne peux plus en manger parce que c'est trop de sucre.

- Donc vous n'en consommez plus du tout ?

- Non, mais par contre j'en offre, à mes petits-enfants par exemple.

- Et ils sont contents d'en recevoir ?

- Oh oui ! J'ai mon beau-fils qui a été boulanger-pâtissier et maintenant qui est cuisiner dans un grand machin.

- Donc vous achetez des pralines pour offrir ?

- Oui parce que on ne peut pas en manger. En plus on ne fait pas encore du chocolat sans sucre.

- Et avant vous en achetiez pour vous alors ?

- Ah oui mais il y a déjà quelque années mais avant j'allais à la maison mère à Gosselies, parce que comme je travaillais je passais devant. Il fut un temps où le tram venait encore jusque dans le fond à Jumet, d'ailleurs vous n'étiez pas née.

- Et vous achetez quelles marques de pralines par exemple ?

- Ah ! Bruyerre parce que c'est notre région.

- Vous avez toujours acheté la marque Bruyerre ?

- Oui, quand mon beau-fils ne faisait pas des truffes par exemple.

- Et vous n'avez jamais essayé une autre marque ?

- Si, j'ai déjà pris Côte d'Or mais Bruyerre est meilleur.

- Bruyerre est meilleur ?

- Oui, Bruyerre est clairement meilleur mais quand j'offre des pralines je vais chez Leonidas.

- Quand vous offrez des pralines vous allez chez Leonidas mais pourquoi ?

- Ah pour offrir des pralines à quelqu'un d'autre.

- Et pourquoi ?

- Ben parce que c'est meilleur marché.

- Et donc à qui plus précisément vous offrez des pralines Leonidas ?

- Aux collègues de ma fille à son travail, c'est un geste qu'on a fait et que je regrette d'avoir commencé parce moi j'offre mais c'est tout.

- Et pourquoi ne pas leur acheter des Bruyerre ?

- Parce que la boulangerie où je vais il fait des choses au détail.

- Ah il ne fait pas des ballotins ?

- Non il ne fait pas des ballotins.

- Et au niveau des pralines vous m'avez parlé que vous achetez parfois des Bruyerre et parfois des Leonidas, vous vous basez sur quoi comme critères pour acheter soit Bruyerre soit Leonidas ?

- Ben Leonidas c'est principalement parce que c'est le petit ballotin à offrir et que c'est meilleur marché.

- Et Bruyerre, c'est quoi alors ?

- Ben, Bruyerre c'est quand j'ai envie, quand je veux autre chose. C'est quand les petits-enfants viennent avec moi, ils me montrent, ils ne le disent pas trop haut et alors je leur prends 100 grammes, 200 grammes.

- Pour vous, une praline de qualité c'est quoi ?

- Ben une praline de luxe c'est du bon chocolat.

- Et c'est quoi du bon chocolat ?

- Ne pas venir avec les graisses qu'on a essayé de tolérer pour faire plaisir aux anglais.

- Mais si vous deviez me citer une sorte de bon chocolat

- Ben le véritable chocolat issu des fèves de cacao, parce que j'ai été voir la production Bruyerre alors je sais ce qu'il y a, c'est du bon. Moi, pour commencer quand je mange du chocolat c'est du chocolat noir, 70-80% de cacao par exemple les petits-amuse-gueule que fait mon beau-fils en chocolat. Mais comme je comprends chez Bruyerre c'est du Callebaut.

- Et quand vous achetez des pralines, vous les achetez où ? En boutique ? Ou...

- Non non en boulangerie.

- Vous allez en boulangerie, et pourquoi en boulangerie ?

- Parce que c'est plus près de la maison.

- Parce que c'est plus près, c'est plus facile pour vous en fait ?

- Voilà c'est ça. Sinon grand magasin et tous ces machins-là, faut pas venir avec ça.

- Pourquoi ?

- Je ne sais pas, je ne sais pas.

- Ça ne vous plaît pas ?

- Ben ce n'est pas que ça ne me plaît pas, c'est qu'on n'est pas habitué comme ça. Et puis quand il y a moyen de faire vendre les personnes euh... donc du quartier ça on préfère que les grandes surfaces. Et puis c'est une friandise qu'on se permet de temps en temps

- Et que pensez-vous du ballotin de pralines ?

- Ben pour offrir c'est bien.

- Pour offrir c'est bien ? Uniquement pour offrir ?

- Ben ou pour se permettre quelque mais comme cadeau inopiné comme on dit. Mais le boulanger où je vais comme je vous dis, il ne fait pas ça, il fait comme dans une épicerie, on choisit un petit peu de ceci, deux trois de ça.

- Il vend en vrac en fait .

- Oui voilà.

- Et que pensez-vous du ballotin Bruyère ?

- Ben euh... en présentation il est magnifique.

- Il est magnifique ?

- Oh oui comme présentation, d'ailleurs je l'ai regardé en entrant, il est magnifique, je me suis même arrêtée pour le regarder. Mais le plus petit ballotin c'est 250 grammes. Mais ce qu'elle a à Saint Nicolas des sujets, à Pâques la même chose, des sujets. Si bien que les petits enfants qui sont maintenant grands c'est ce qu'ils disent quand je vais chercher un pain, oui je vais encore te donner deux pralines.

- Et sinon quelles étaient vos pralines préférées ?

- Moi j'aime bien celle à la liqueur, avec un peu de liqueur ou le praliné ça ne m'écœure pas ça.

- Et justement, que pensez-vous du praliné de Bruyère ?

- Ah elles sont magnifiques, elles sont très bonnes et pas écœurantes c'est bien ça.

- Et vous en pensez quoi des pralines Bruyère en général ?

- C'est bon.

-C'est bon ?

- Ben oui parce que j'ai mon boulanger chez moi, a quelques maisons c'est la même chose, il en vend.

- Quand on vous dit Bruyère vous pensez à quoi ?

- Ben beaucoup on prend le chocolat comme ça. Mais moi je ne peux plus en manger mais ma fille automatiquement, enfin mes petits-enfants automatiquement c'est pour eux.

- Et si vous deviez résumer Bruyette en quelques mots vous diriez quoi ?

- Ben c'est encore un des chocolatiers belge, belge, que les autres... enfin je ne sais pas maintenant au point de vue administratif. Mais que les autres... Callebaut c'est devenu je ne sais pas quoi et c'était à Haine-Saint-Pierre quoi et il y avait la fabrique à Haine-Saint-Pierre. Côte d'Or c'était Bruxelles, Jacques c'était Verviers et tout ça c'est passé, Nestlé, Danone. Disons que Bruyette c'est encore un des artisans comme Galler qui vient de recommencer quoi, il y a quelques années mais pas si longtemps que ça comme chocolatier belge !

- Et c'est un critère alors pour vous que le chocolat soit belge ?

- Ah là... oui. Je sais bien que quand j'étais jeune, il fut un temps, on allait chez des parents en France, il fallait leur rapporter du chocolat belge et du café belge, parce que vous savez le chocolat français pardon hein ! Et Gosselies, je ne passais pas tous les jours mais régulièrement.

- Donc pour vous c'est un critère que ce soit du chocolat belge ?

- Ah oui du chocolat belge.

- Et c'est un critère important ou ce n'est pas le plus important ?

- Oui parce que c'est encore des marques qui font encore du chocolat, je ne vais pas dire à l'ancienne mais presque à l'ancienne quoi.

- Et vous avez d'autres critères au niveau de la sélection des pralines, mis à part le caractère belge ?

- Le prix et comme je vois dans les rayons je trouve qu'il y a un assortiment pour beaucoup de monde.

▪ **Annexe II - Interview 2: dame, 54 ans, sans emploi, divorcée, deux enfants**

- Consommez-vous des pralines ?

- Oui.

- Vous consommez quoi comme genre de pralines ?

- Les pralines de chez...Fronville.

- C'est un .. ?

- C'est un pralinier, oui, qui fait partie de la maison, de la Maison des Desserts d'une petite impasse qui se trouve dans le bas de la ville. Mais cette pralinerie, enfin où il y a des pralines et tout ça se trouve avant d'arriver aux « Quatre coins ».

- Ok d'accord

- Et ce sont de très très bonnes pralines parce qu'ils les envoient même en Amérique.

- **Ah ok.**

- Et j'ai des la famille à qui je les fais parvenir. Et ils sont très aimables.

- **Et quand vous achetez des pralines généralement c'est pour offrir ou c'est pour vous en fait ?**

- C'est pour offrir.

- **C'est pour offrir.**

- Oui.

- **Et vous achetez quoi comme genre de pralines ?**

- Euh un assortiment, oui un assortiment.

- **Et dans quoi comme emballage ?**

- Comme emballage ? Ben c'est-à-dire un ballotin.

- **Un ballotin ? Et toujours un ballotin ?**

- Toujours des ballotins ou alors il y a aussi des tout petits, des tout petits présents comme on fait ça, il y a aussi, je ne sais plus dans quelle maison on fait ça mais c'est dans la rue, une toute petite rue, rue de l'ouvrage... rue de ... je ne sais pas mais enfin il y a une toute petite rue où il y a des pralines et c'est vraiment très bien.

- **Et donc pour vous une bonne praline c'est quoi ?**

- Aaaaah c'est une praline de qualité.

- **Et vous entendez quoi par pralines de qualité ?**

- Soit une Galler soit une... oui une Galler.

- **Donc pour vous une praline Galler c'est une praline de qualité ?**

- Aaah oui, il n'y a pas mieux.

- **Et lorsque vous achetez une praline vous avez quoi comme critères de choix ?**

- Comme critères de choix ? Ben je prends souvent des blanches, donc les grosses blanches ou alors le chocolat fondant, l'intérieur praliné.

- **Et vous vous basez sur quoi pour dire « tiens je vais rentrer dans tel magasin pour acheter mes pralines ?**

- Ah moi c'est par goût.

- **C'est par goût ?**

- Oui, c'est parce que je sais que quand j'aurai sélectionné le magasin je sais que je serai toujours satisfaite, mais je ne vais pas n'importe où.

- **Ok et quand vous en achetez c'est en magasin, en boulangerie ou en supermarché ?**

- En magasin, les magasins font pour ça. Par exemple, quand vous allez chez Galler vous demandez qu'on vous fasse un assortiment et ils vous le font.

- Et pourquoi en boutique spécialement ?

- Oh parce que il y a trop de chose qui sont sophistiquées, oui... et qui sont trafiquées, voilà, c'est par goût, par choix et parce que ... voilà.

- Ah ok, mais et vous, vous aimez recevoir des pralines ?

- Oui ! oui !

- Et on vous en offre souvent ?

- Pas souvent non.

- Et généralement quand on vous en offre c'est à quelles occasions ?

- Oooh ce sont des collègues ou alors à des fêtes de fin d'année, quelque chose comme ça.

- Et donc si on vous offre un ballotin de pralines à ces occasions là ça vous fait plaisir ?

- Oui !

- Ok donc pour vous le ballotin c'est pour un cadeau en fait ?

- Oui mais pour des remerciements aussi, c'est une douceur agréable à déguster et je trouve que c'est toujours bien accueilli.

- Et alors en fait la marque Bruyère vous connaissez ?

- Ben oui c'est ici.

- Et vous en avez déjà goûté ?

- Oui.

- Et vous en pensez quoi ?

- Sans plus.

- Et je peux vous demander pourquoi ?

- Ben parce qu'il n'y a pas assez de choix et puis de toute façon le ballotin est présenté tel quel, on ne sait pas voir ce qu'il y a dedans, il est fermé.

- Oui, oui je comprends.

- Oui parce que il faut quand même pouvoir regarder et à la vue c'est déjà important, c'est aussi bien pour moi que pour la personne qui va recevoir, donc je sais ce qu'il y a dedans.

- Et vous pensez quoi sinon de la marque Bruyère ?

- Ben c'est assez bien connu oui... oui mais bon vous savez il y a des gens qui ne font même pas attention à ça. Ils sont pressés ou pas pressés et ils en offrent parce que c'est sur leur chemin, point barre. Ils n'en achètent pas parce qu'il y a le raffinement de la praline, pour le

travail qui est fait... non. Ils y a des gens qui ne cherchent pas tout ça ou alors qui se basent juste sur le prix, parce que d'autres pralines sont plus chères.

- Et pour vous c'est un critère de choix le prix ?

- Ah ben, tout est cher maintenant d'accord mais ce n'est pas toujours basé sur ça, moi je vais chercher un chocolat qui goûte une différence, je vais chercher une Galler ou une Côte d'Or parce que là on sent une différence au niveau du goût et puis elles paraissent plus luxueuses.

- Pourquoi plus luxueuses ?

- Ben je ne sais pas c'est la marque et le travail qui est fait aussi.

- Ok et donc vous vous basez sur quoi comme critère pour acheter une praline ?

- Ben, je vous l'ai dit c'est un choix que je fais, par exemple là les Bruyère qu'ils vendent je vais passer à côté, il faut que je vois, donc déjà par ma vue, je vais aimer.

- D'accord, et nous avons parlé du ballotin, vous en pensez quoi ?

- Pour moi c'est bien mais il y en a des mieux de d'autres. Par exemple ici c'est pas terrible, c'est déjà fait, que chez les praliniers c'est différents.

- Et donc c'est quoi pour vous le ballotin ?

- Ben je vous dis, c'est bien sauf quand on peut pas demander qu'on le fasse devant soi comme ici.

▪ **Annexe III - Interview 3: dame, 70 ans, travaille chez des personnes âgées, mariée, 3 enfants**

- Est-ce que vous consommez des pralines ?

- De temps en temps.

- Et à quelles occasions ?

- Quand on m'en offre, parce que j'ai la migraine avec le chocolat, mais ça ne veut pas dire que je ne l'aime pas au contraire, j'en mange encore bien.

- Et donc sinon vous aimez les pralines ?

- Oui oui.

- Et quelles sont vos pralines préférées ?

- Des blanches.

- Et vous en recevez parfois ?

- Oui.

- Et qui vous les offre ?

- Ben c'est là où je travaille qu'ils m'en offrent, parce que ma famille sait bien que j'ai la migraine avec donc ils ne m'en offre jamais.

- Et quand on vous en offre c'est à quelles occasions ?

- Ben euh... à un anniversaire.

- Et ça vous fait plaisir malgré tout?

- Ah oui oui, il y a des fois je les mange mais j'ai la migraine avec, juste le fait d'en manger une.

- Et vous par contre vous offrez des pralines ?

- Oui j'offre encore bien des pralines.

- Et à qui par exemple ?

- Ben à des amies ou...

- Et quelques soit les relations que vous avez avec ?

- Oui oui.

- Et vous offrez toujours des pralines ou parfois un autre genre de cadeau ?

- Ben il ya des fois que c'est des fleurs, enfin ça dépend. Mais souvent, quand je vais voir des personnes dans les homes j'offre encore bien un ballotin de pralines. D'ailleurs, parfois, elles me demandent d'acheter un cadeau pour elles et c'est des pralines.

- Et donc ça serait plus pour des personnes âgées que vous achetez des pralines ?

- Oui parce qu'elles aiment bien le chocolat.

- Et à une personne plus jeune, vous en offririez ?

- Oui pourquoi pas.

- Et en ballotin aussi ?

- Ben oui.

- Et justement vous en pensez quoi du ballotin en général ?

- C'est bien...

-C'est bien, c'est-à-dire ?

- Ben c'est que là où je travaille j'offre encore bien un ballotin au Nouvel An parce que je sais bien qu'ils aiment bien les pralines sinon ... mais sinon le ballotin pour moi c'est bien pour les pralines. C'est l'emballage qui leur faut.

- Et quand vous achetez des pralines, vous achetez quoi comme marque ?

- J'en achète encore bien ici mais... Leonidas c'est ça ?

- Oui Leonidas

- Oui ben les Leonidas alors.

- Et pourquoi vous achetez les Leonidas ?

- Ben parce que je prends ce que je trouve et donc c'est quand je passe, quand je vais chez quelque part et que je vais acheter une boîte de pralines, je ne vais pas venir exprès ici, je vais où je trouve mais bon je préfère les pralines d'ici.

- Vous aimez mieux les pralines d'ici ? Et vous connaissez la marque qu'ils vendent ?

- Ben c'est euh... (se retourne pour voir) ben c'est Bruyère.

- Et donc vous trouvez ces pralines-là meilleures ?

- Ah oui, j'aime bien ces pralines là.

- Donc vous préférez celles-là ? Mais pourquoi ?

- Ben je ne sais pas, elles sont meilleures celle-ci simplement. C'est le goût qui fait tout.

- Et quand vous voulez acheter des pralines, quels sont vos critères de choix ?

- Ben ça dépend qui c'est mais quand c'est quelqu'un... je prends c'est 150 ou 250 grammes. Mais pour quelqu'un que j'aime bien je prends encore bien une livre ou un kilo, ça dépend.

- Et vous achetez Leonidas que ce soit...

- Ah oui enfin oui, au dernier moment quand je vais voir quelqu'un j'achète une boîte de pralines, mais sinon non j'achète ici.

- Donc quand vous savez vous achetez Bruyère ?

- Oui.

- Et ça ne dépend pas de la personne à qui vous offrez alors ?

- Non pas spécialement.

- Et quand vous achetez vos pralines vous les achetez où ? En boutique, boulangerie comme ici ou en supermarché ?

- Ah non pas en super marché, en boutique ou en boulangerie.

- Et pourquoi pas en supermarché ?

- Ben je ne sais pas, je ne sais pas.

- Et pourquoi ici alors ?

- Ben parce que ça part régulièrement ici.

- Ça part régulièrement ici ? Ils en vendent beaucoup quoi ?

- Oui.

- Et donc pour vous c'était comme...?

- Oui, mais pour moi ça je suis sûr que les gens aiment donc c'est qu'elles sont bonnes.

- Ok et pour vous une praline de qualité ça représente quoi ?

- Ben c'est des bonnes pralines qu'on peut offrir parce qu'il y a des pralines qui ne sont pas aussi bonnes que les autres.

- Par exemple quoi comme genre de pralines ?

- Ben j'en ai déjà acheté dans les petits magasins ou je vais mais ce n'est pas fameux.

- Et donc pour vous la meilleure pralines c'est quoi ?

- Moi je trouve que celles-ci sont assez bonnes.

- Donc un de vos critères pour acheter celles-ci c'est qu'elles sont bonnes ?

- Ah oui. Parce que quand je vais chez quelqu'un qui aime bien les pralines, si j'ai l'occasion je viens ici.

- Donc vous préférez offrir des pralines Bruyère ?

- Ah oui. Il y a combien de temps que je viens ici, donc je connais quand même.

- Mais si c'est quelqu'un que vous ne connaissez pas trop, vous offrez une autre marque ?

- Oui.

- Quelles marques ?

- Ben comme je vous ai dit, Leonidas mais... ce n'est pas qu'elles ne sont pas bonnes mais... mais dans les grands magasins, j'en ai jamais acheté. Mais bon c'est aussi le prix.

- Le prix est un critère pour vous ?

- Oui mais ça dépend à qui on offre. Mais bon c'est aussi le chemin, ici ce n'est pas tout près, donc je ne viens pas ici exprès. Leonidas, la boutique, elle est plus près !

- Donc toujours soit en boutique, en magasin spécialisé ou en boulangerie ?

- Oui, j'ai déjà acheté, je ne sais pas si vous connaissez Rue de Croisier, en face de la pharmacie, j'ai déjà acheté leur sorte de pralines parce que j'allais voir quelqu'un, je ne sais pas comment elles sont, j'en ai acheté juste une fois mais sinon j'achète ici.

- Et donc c'est parce qu'elles sont meilleures ?

- Ah oui je trouve qu'elles sont bonnes.

- Et quand on vous dit Bruyère enfin la marque Bruyère vous pensez à quoi ?

- Ben c'est des bonnes pralines mais je ne sais pas.

- Ben je ne sais pas, ça vous inspire quoi directement Bruyère ?

- Des bonnes pralines, des pralines de qualité, je trouve.

- De la qualité ?

- Ben oui, ça c'est ce qui marque Bruyère et puis j'aime autant mettre un peu plus cher pour offrir des bonnes pralines.

- **Pour offrir ?**

- Oui pour offrir.

- **Et ça vous arrivait quand même de vous acheter des pralines vous-même ?**

- Ben maintenant non parce que j'ai la migraine mais avant oui j'en ai déjà mangé mais pas souvent, je ne m'en achète pas souvent.

▪ **Annexe IV - Interview 4 : dame, 33 ans, éducatrice, célibataire, sans enfant**

- **Est-ce que vous consommez des pralines ?**

- Ça arrive oui.

- **Et à quelles occasions ?**

- Aux fêtes.

- **Aux fêtes ?**

- Oui aux fêtes c'est sur la liste de cadeaux.

- **Et quelles sont vos pralines préférées ?**

- Au lait !

- **Au lait ok, et donc généralement quand vous avez des pralines c'est parce qu'on vous les offre ?**

- Oui.

- **Et ça vient de qui en fait ?**

- Ben des amis euh... en fait c'est un cadeau facile et qui plaît toujours.

- **C'est un cadeau facile et qui plaît toujours ok d'accord. Mais en vous quand vous en recevez ça vous fait plaisir ?**

- Oui.

- **Pourquoi ?**

- Ben parce que j'aime bien le chocolat.

- **Je comprends... et vous-même vous offrez des pralines ?**

- Oui.

- **Et à qui ?**

- Plus aux personnes âgées.

- Pourquoi ?

- Ben parce que pour des personnes plus jeunes on a des autres idées que du chocolat.

- Donc vous offririez quoi par exemple ?

- Ben quelque chose pour la cuisine qui fait plaisir. Et puis par le bouche à oreille, on entend, on a besoin de ça ou de ça.

- Et donc pas des pralines ?

- Non.

- Et pourquoi ?

- Ben parce qu'on vise plus le côté pratique du cadeau.

- Ok mais pourtant vous quand on vous offre des pralines ça vous fait plaisir ?

- Oui mais ça c'est mon côté personnel, j'adore les pralines.

- Mais vous préférez recevoir des pralines à autre chose ?

- Ben ça dépend des moments, des fêtes.

- Et quelles fêtes, quels moments par exemple ?

- Noël.

- Noël et pourquoi Noël ?

- Ben parce que c'est souvent à cette période-là que l'on en reçoit.

- Ok et quand vous achetez des pralines vous achetez quelles marques ?

- Pour les pralines, c'est le chocolat Leonidas.

- Pourquoi ?

- C'est ce qu'il y a de plus connu, de plus pratique sur notre chemin. Oui la facilité et c'est bon.

- Et vous quand on vous en offre c'est quelle marque généralement ?

- Ou Leonidas ou alors les fruits de mer Guylian.

- Et vous êtes contente de ces marques ?

- Ah ça oui, j'adore ! Surtout les fruits de mer.

- Oui je vois c'est quoi. Et vous justement, vous n'avez jamais essayé d'offrir autre chose que des Leonidas ?

- Non.

- Et pourquoi ?

- Ben je reste sur les marques connues et puis quand je sais que le produit est bon j'y reste.

- Donc pour vous Leonidas c'est connu ?

- Oui.

- Et vous connaissez d'autres marques ?

- En pralines non, non, vraiment les Guylian et Leonidas mais pour le reste non, j'en ai jamais acheté d'autre ni offert, ni reçu d'ailleurs. Pour moi, c'est vraiment ces deux marques-là.

- Et donc pour vous une praline de qualité c'est quoi ?

- Une bonne marque, un bon chocolat, un bel emballage, ça fait partie d'un tout.

- Ça fait partie d'un tout, donc l'emballage est important aussi ?

- Bien sûr.

- Pourtant avec les fruits de mer l'emballage n'est pas toujours très recherché.

- Je sais, mais au moins on sait que c'est ça, les fruits de mer on les voit à travers la boîte.

- Et ça c'est important pour vous ?

- Ben tant qu'à faire, si on les voit c'est toujours mieux, d'ailleurs chez Leonidas elles sont présentées et on les voit.

- Donc par exemple un ballotin fermé ça ne vous plaît pas parce qu'on ne voit pas ?

- Non, parce justement on ne sait pas sélectionner : pas de liqueur pas de blanches. Enfin suivant les personnes. Pour moi, des pralines c'est vraiment un cadeau personnalisé.

- Des pralines c'est vraiment un cadeau personnalisé pour vous ?

- Ben oui, c'est selon le goût de la personne.

- Et quand vous ne connaissez pas ses goûts ?

- Ben alors là j'en fais un comme si c'était pour moi, un cadeau que moi j'aime. Je ne saurais pas faire un cadeau que moi je n'aime pas. Donc un ballotin à mon goût et souvent ça marche.

- Et justement vos pralines vous les achetez où ? En boutique, supermarché, boulangerie ?

- Chez Leonidas, en petite boutique.

- Et pourquoi en petite boutique ?

- Ben parce qu'il n'y a que la que je trouve.

- Donc vous n'allez jamais en boulangerie ?

- Non, à part en grande surface pour les Guylian c'est tout.

- Mais pourquoi cette marque-là de grande surface ? Parce qu'il y en a d'autres.

- Parce qu'on les a goûté, et on sait qu'elles sont bonnes et c'est souvent qu'elles sont toujours bonnes donc on n'a pas envie de goûter autre chose.

- **Est-ce que vous connaissez Bruyère ?**

- Non, je le vois juste là au-dessus.

- **Vous ne connaissez pas ? Vous n'en avez jamais entendu parler ni rien ?**

- Non jamais. Je ne connais pas du tout, je suppose que c'est une marque de pralines si vous en parlez.

- **Oui c'est exact**

- Mais je ne vois pas, désolée.

- **Ok et que pensez-vous du ballotin, ça vous inspire quoi ?**

- Moi j'aime bien, on peut fouiller dedans, il y a plein de pralines différentes, c'est un chouette cadeau.

- **Donc si on vous offre un ballotin ça vous fait plaisir ?**

- Oui toujours.

- **Et vous n'aimeriez pas avoir un autre emballage avec les pralines ?**

- Non, parce que c'est assez recherché en tout cas, c'est avec un petit nœud, c'est facile à ouvrir et ce n'est pas désagréable non plus.

▪ **Annexe V - Interview 5 : dame, 22 ans, employée, célibataire, sans enfant**

- **Est-ce que vous consommez des pralines ?**

- Oui !

- **Quel genre de pralines, quels goûts ?**

- Euh au chocolat à l'intérieur, avec du chocolat à l'intérieur ou praliné.

- **Praliné ok. Et est-ce que vous offrez parfois des pralines ?**

- Non !

- **Pourquoi ?**

- Ben parce que c'est plus pour les personnes âgées qu'on offre des pralines, on n'offre pas des pralines à quelqu'un qui a 20 ans.

- **Donc si on vous offre des pralines vous ne seriez pas contente ?**

- Ah si je serai super contente parce que j'adore le chocolat.

- **Ah oui et si une autre personne, vous savez qu'elle aime le chocolat, vous lui offririez des pralines ?**

- Si..si je sais qu'elle aime vraiment bien oui. Mais sinon ce n'est pas le premier truc que j'offrirais.

- Vous offririez quoi alors en premier cadeau ?

- Boh à une copine, on offre plus un bijou, un truc comme ça quoi. Je ne pense pas à offrir des pralines. On offre plus des pralines à quelqu'un qui a 40-50 ans.

- D'accord et vous leur offririez quand ?

- Aux personnes de 40 ans ?

- Oui.

- Ben pour la remercier, si elle m'a rendu un service ou si je vais chez elle manger.

- Ok et vous lui offririez les pralines comment ?

- Des pralines que j'aime donc au chocolat.

- Et dans quoi comme emballage ?

- Ben du carton !

- Oui mais en ballotin ou en sachet ?

- Ah un ballotin quand même.

- Et pourquoi le ballotin ?

- Ben parce que il y en a plus là-dedans.

- Et justement que pensez-vous du ballotin en tant que tel ?

- Ben c'est bien mais il y a souvent des pralines que je n'aime pas avec de la liqueur dedans... ca c'est mon gros problème avec le ballotin.

- Mais le ballotin, l'emballage vous en pensez quoi ?

- Ah c'est bien, oui c'est bien.

- Et pourquoi ?

- Parce que on sait en mettre beaucoup dedans.

- Donc c'est juste parce qu'il y en a plein dedans ?

- Oui et puis c'est un emballage qui caractérise bien les pralines et puis il n'y a que dans cet emballage-là qu'on retrouve des pralines.

- Et au niveau des marques de pralines, vous achetez quoi comme marques ?

- Leonidas.

- Et pourquoi Leonidas ?

- Parce que je ne connais que ça.

- Ah et vous pensez quoi de Leonidas ?

- Ben c'est bien.

- Pourquoi c'est bien ?

- Ben étant donné que je ne connais que ça je dis que c'est bien que par le goût comme je n'en connais pas d'autre je ne sais pas vraiment dire. Donc je sais ne pas vraiment critiquer.

- Et vous n'avez jamais essayé une autre marque ?

- Non, je n'ai jamais eu l'occasion.

- Et si je vous dis Bruyère vous en pensez quoi ?

- Ben je ne connais pas.

- Et vous n'en avez jamais entendu parler ?

- Ah non jamais.

- Et quand vous achetez vos pralines, vous les achetez où ?

- Ah chez Leonidas.

- Donc dans la boutique Leonidas ? Pas en boulangerie

- Ah non non non mais je ne sais pas si on vend Leonidas en boulangerie.

- Et vous en achèteriez en grand magasin ?

- Non non non !

- Et pourquoi ?

- Parce qu'à mon avis, elles doivent être moins bonnes.

- Elles doivent être moins bonnes, donc en fait aller chez Leonidas c'est un signe de quoi ?

- Ben ... je ne sais pas enfin si je suis sûre au moins que ça sera de la bonne qualité.

- Donc pour vous Leonidas c'est de la bonne qualité ?

- Oui, voilà j'en suis sûre.

- Et Leonidas ne représente rien d'autre que de la bonne qualité ?

- Non, c'est des pralines c'est tout, quand on dit Leonidas c'est direct pralines.

- Et enfin, une bonne praline c'est quoi ?

- Je pense que une bonne praline c'est une praline avec de l'alcool dedans parce que ça fait plus raffiné mais bon moi je n'aime pas.

- Donc le fait qu'il y ait de l'alcool dans une praline c'est signe de qualité ?

- Ben , non mais comme l'alcool ça coûte cher... vous voyez ?

- Oui, oui, donc une praline de qualité coûte cher et doit avoir de l'alcool ?

- Ben oui parce qu'au moins on est sûr que c'est du bon produit, des bonnes matières premières, enfin je ne sais pas comment dire. Mais bon en magasin je sais que je trouverai jamais ça, c'est juste du bête chocolat.

- **Vous entendez quoi par « bête chocolat » ?**

- Ben c'est du chocolat qui pique à la gorge.

- **Et vous sauriez me citer une marque ?**

- Ben non justement c'est des pralines sans marque, comment on appelle encore ça des pralines de supermarché ? Mais en fait on sent, on voit la différence quand c'est du chocolat qui vient de chez Leonidas ou d'un magasin.

▪ **Annexe VI - Interview 6: homme 30 ans, restaurateur, en couple, 2 enfants**

- **Si je vous dis « pralines » vous pensez à quoi ?**

- Au chocolat, à les manger !

- **Donc vous consommez des pralines ?**

- Ca m'arrive oui.

- **Et justement au niveau du goût quelles sont vos pralines préférées ?**

- Ah j'aime bien tout ce qui est mariage fruits et chocolat et alors ils ont sorti une pralines foie gras ici, ça je trouve merveilleux.

- **Quelle marque a sorti cette praline ?**

- Ben la marque d'ici, c'est Bruyère c'est ça ?

- **Oui peut-être.**

- Elles étaient bonnes, je les ai offertes

- **Ok, et vous offrez des pralines ?**

- Oui.

- **Et à qui par exemple ?**

- A mes grands-parents, euh quand euh... je dois remercier quelqu'un pour un petit geste et que je veux lui acheter quelque chose, la roue de secours c'est toujours les pralines et puis euh voilà.

- **Et ça vous fait plaisir d'offrir des pralines ?**

- Oui... oui.

- **Donc par exemple vous êtes fier d'offrir un ballotin de pralines ?**

- Oui oui de toute façon tout le monde aime le chocolat.

- Et vous disiez que vous offrez des pralines à vos grands-parents mais à quelqu'un de plus jeune vous en offririez ou pas ?

- Non non, à une femme de votre âge par exemple non, ça serait des fleurs.

- Et à un garçon de mon âge ?

- Non.

- Et pourquoi ?

- Ben j'imagine que les pralines c'est plutôt euh...quelque chose pour les personnes un peu plus âgées je vais dire même si je ne considère pas que les pralines soient démodées mais j'ai l'impression que... allez à partir de 45-50 ans, là je vais commencer à offrir des pralines pas avant.

- Et est-ce que c'est parce que la praline ce n'est pas spécialement moderne ou parce que l'emballage ne fait pas moderne ?

- Non parce que l'emballage... oui parce que je trouve que la praline ça reste un met beaucoup trop délicat et avec l'âge on sait les goûter.

- Ok et sinon vous par contre vous en recevez ?

- Ah non jamais.

- Et vous savez pourquoi ?

- Non peut-être parce que je suis trop jeune.

- Mais ça vous ferait plaisir d'en recevoir ?

- Oui évidemment.

- Et vous souhaiteriez recevoir quelles marques comme pralines ?

- Mais Bruyère ne me dérange absolument pas, maintenant je vais vous dire, les pralines de chez Galler sont biens aussi et alors pour le tape-à-l'œil les pralines de chez Marcolini.

- Vous avez dit que Bruyère ne vous dérange pas donc vous n'êtes pas spécialement content quand on vous en offre ?

- Non mais je connais la marque donc je sais que c'est des bonnes pralines.

- Donc vous connaissez Bruyère ?

- Oui.

- Et quand on vous en parle qu'est ce que ça vous inspire ?

- Ah ben ça m'inspire les matières premières, le sucre, le chocolat, les pralines surtout et puis voilà c'est déjà pas mal, euh la... le sérieux Bruyère, c'est une maison sérieuse.

- Et donc vous pensez quoi des pralines Bruyère plus particulièrement ?

- Ah ben je trouve déjà qu'ils ont un assortiment qui est très très large. Euh... ils ont une bonne qualité, c'est vraiment un plaisir comme chocolat.

- Et quels sont vos critères quand vous achetez vos pralines ?

- Mes critères euh... moi j'aime bien quand c'est original voilà... quand c'est un truc un peu surprenant là je vais acheter.

- Et vous entendez quoi par quelque chose d'original ?

- Euh foie gras figue de chez Bruyère ça il fallait que je goûte, tout ce qui est original maintenant si vous me mettez un peu de gingembre dedans je vais essayer, toutes les folies, un peu les trucs inattendus.

- Et au niveau de l'emballage par exemple si on a des pralines un peu plus classiques dans un emballage original ?

- Oui parce que là ça me ferait d'offrir parce que c'est tape-à-l'œil, si l'emballage est super si... j'ai pas besoin d'un truc rococo je veux dire un truc un peu class, pour le tape-à-l'œil c'est chouette aussi.

- Ok et alors par exemple les ballotins Bruyère vous en pensez quoi ?

- Ben je trouve que c'est largement assez, c'est bien les quantités sont bien faites, l'assortiment est bien fait.

- Et au niveau de l'emballage, je veux dire le ballotin ça vous inspire quoi ?

- Ça m'inspire quoi ? euh...

- C'est classique, moderne, vieux...

- Ben ça dépend des maisons, ici c'est un peu plus classique et moi j'aimerais bien trouver un ballotin un peu original ça me plairait bien.

- Pourquoi ?

- Ben pour un peu sortie du truc classique, un ballotin class et original quoi !

- Et justement si je vous dis pralines de luxe vous pensez à quoi ?

- Avec un intérieur de luxe, avec un intérieur autre que du chocolat. Quelque chose de recherché, même si c'est un peu plus cher.

- Et pour vous Bruyère c'est des pralines de luxe?

- Oui !

- Oui lesquelles par exemple

- Celles au foie gras, les fameuses Lolla, celles-là je trouvais ça... voilà il n'y avait ça nulle part c'était génial d'innover même si ça ne marche pas toujours. Et ça si j'ai une maison qui essaie d'étendre sa gamme je trouve ça super même si ça marche pas toujours parce c'est de la nouveauté et que par exemple ben dans le Manon, même s'il est très bon c'est connu depuis longtemps et puis... que les pralines au foie gras, moi la première fois que j'ai entendu que Bruyère sortait ça, je ne connaissais pas, j'ai trouvé ça super intéressant parce que c'était nouveau.

- Et sinon, tantôt vous avez parlé de Galler et Marcolini, vous pensez quoi de ces marques ?

- Bien mais c'est la prétention aussi et puis ce n'est pas donné ! Et donc quand j'en offre je vais préférer Bruyère. Mais bon pour être class, Galler et Marcolini c'est quand même mieux ! Mais c'est cher c'est le problème.

- Et pour vous Bruyère en quelque mots c'est quoi ?

- Sérieux, euh... diversité des produits et toujours là.

- Et donc le ballotin pour vous c'est quoi ?

- Bien mais je vous dis, il doit être assez recherché.

▪ **Annexe VII - Interview 7 : dame, 71 ans retraitée, veuve, deux enfants**

- Vous consommez des pralines ?

- Oui.

- Et est-ce que vous achetez des pralines ?

- Oh de temps en temps oui.

- Et quand par exemple ?

- Oh quand j'en ai envie je prends ici un petit ballotin mais c'est rare, mais je prends ici.

- Donc c'est pour vous ?

- Ah oui et j'en donne à mon fils et mon petit-fils.

- Et quels sont vos goûts de pralines préférées ?

- Oh ben avec de la crème dedans pas avec une cerise, ça je n'aime pas beaucoup.

- Oui oui et sinon vous avez déjà acheté des pralines pour offrir ?

- Oui j'en ai déjà offert à mon fils, à ma fille donc oui.

- Personne d'autre ?

- Oui j'ai une amie, je lui offre aussi un ballotin, mais un ballotin d'ici.

- Ah vous connaissez la marque qu'ils vendent ici ?

- Oh la marque non, j'achète comme ça parce que je sais qu'elles sont bonnes.

- Et vous venez toujours acheter vos pralines ici alors ?

- Ici non, je vais aussi au grand magasin chez moi à Champion et elles sont bonnes aussi.

- Ah ok mais alors en fonction de quoi vous venez ici ou au supermarché ?

- Ben c'est le trajet.

- Et si vous deviez comparer les pralines que vous achetez chez Champion et celles que vous achetez ici vous diriez quoi ?

- C'est le goût.

- Lesquelles sont meilleures ?

- Ah ici elles sont meilleures, on ne peut pas comparer les deux, celles des magasins c'est pré-emballées, ça part par camions, le goût n'est pas le même, on a plus le goût de la boîte en fait que le goût de la praline.

- Et si vous deviez offrir des pralines à quelqu'un de plus jeune comme moi, vous en offririez ?

- Si vous aimez oui, par exemple mon petit-fils lui il aime bien les pralines, mais je lui en donne pas trop parce que parfois c'est quand même de la liqueur dedans mais oui il aime bien.

- Et sinon vous pourriez me citer des marques de pralines ?

- Ah oui moi j'ai travaillé là-dedans, j'ai dû mettre des pralines dans les ballotins. Mais sinon il y a Leonidas, Godiva aussi.

- Et vous en pensez quoi de ces deux marques ?

- C'est des bonnes marques et Côte d'Or aussi mais il y a Leonidas, enfin c'est des marques connues mais ici je ne connais pas la marque.

- Et si je vous dis Bruyère vous connaissez ?

- Non, enfin c'est peut-être ici, mais c'est vrai que quand j'en offre à mes enfants c'est d'ici que ça vient et on me dit toujours que c'est bon donc, oui Bruyère le chocolat belge, c'est du chocolat belge.

- C'est du chocolat belge et c'est un critère pour vous ?

- Ah oui pour moi oui Côte d'Or, comme Leonidas c'est bon aussi, donc le chocolat belge.

- Et donc entre toutes les pralines que vous m'avez citées et celles de grands magasins...

- Non en grands magasins... Leonidas ça va, mais si on veut une bonne praline, il faut une bonne marque.

- Et c'est quoi une bonne marque ?

- Bruyère et Leonidas.

- Donc ça pour vous ces pralines s'équivalent ?

- Oui enfin, le goût... chacune a ses qualités. Mais elles sont bonnes toutes les trois mais... et les Godiva aussi. Mais en premier moi c'est celles qu'on vend ici puis c'est Godiva et Leonidas et puis celles des magasins, ce n'est pas la même chose c'est des sous-marques, moi il me faut de la marque pour une bonne praline, oui vous allez dire c'est plus cher mais si on veut de la qualité il faut mettre le prix.

- Oui je comprends.

- Et puis comme ça on est sûr de ce qu'on achète.

- Et avant vous avez fait un classement entre les marques et pourquoi Bruyère est en premier ?

- Ah ... non c'est comme ça c'est les trois les mêmes, c'est une question qu'elles sont toutes bonnes. Il n'y a pas vraiment de différence entre.

- Et qu'est-ce que vous pensez du ballotin ?

- Ah c'est bien emballé, c'est bien préparé, il y a deux étages et il y a chaque fois un papier au-dessus.

- Et vous aimez ça justement ?

- Ah oui c'est proprement fait, ici c'est bien.

- Et vous ne trouvez pas ça ailleurs alors ?

- Ah ben si mais bon.

- Et donc si on vous offre un ballotin de pralines ça va vous plaire ?

- Ah oui tant que ça vient pas d'un grand magasin parce qu'il y pas de goût et la praline il faut du goût et dans les ballotins Bruyère il y a tout dedans.

- Et justement une praline de qualité c'est quoi ?

- Quelque chose qui a du goût pas spécialement cher mais qui a du goût.

▪ **Annexe VIII - Interview 8 : homme, 49 ans, graphiste, en couple, 2 enfants**

- Vous consommez de pralines ?

- Pas pour moi.

- Mais pour d'autres personnes vous en achetez ?

- Oui.

- Dans quel cas ?

- Quand je ne sais rien trouver d'autre et que je ne connais pas bien la personne. C'est un cadeau comme un présent neutre.

- Et donc à quelqu'un que vous connaissez bien vous offririez quoi ?

- Ben quelque chose en rapport avec les activités de la personne.

- Et à une personne jeune vous offririez quand même des pralines même si vous ne la connaissez pas beaucoup ?

- Oui, parce que c'est un cadeau passe partout je vais dire.

- Et justement quand vous achetez des pralines vous prenez quelles marques ?

- J'évite les Leonidas parce que ça c'est degueulasse, enfin j'en ai déjà goûté mais... on a l'impression que c'est gras. Donc oui j'achèterais Bruyette et Godiva.

- Et pour vous qu'est ce qui les différencie toutes les deux ?

- Pour moi, c'est identique mais je préfère Bruyette parce que Godiva a un esprit un peu trop peteux, je n'ai pas envie de donner l'impression de donner un produit de luxe qui n'a aucune raison d'être un produit de luxe.

- Pourquoi ?

- Ben Godiva c'est juste du luxe enfin une image de luxe.

- Ah mais et Bruyette c'est quoi alors ?

- Ah là c'est la qualité, il n'y a pas vraiment d'image de luxe.

- Donc connaissez Bruyette ?

- Oui .

- Et qu'est-ce que cela vous inspire ?

- Ça m'inspire le souvenir de quand j'ai été dans les usines de production ça sentait le chocolat.

- Ah vous avez travaillé chez Bruyette ?

- Non j'y suis juste passé pour des travaux graphiques mais euh bon j'ai eu accès à l'atelier.

- Et vous en pensez quoi de Bruyette ?

- Ça donne l'impression d'un produit de qualité on voit que c'est bien fait et ce n'est pas une marque de peteux. Parce qu'il y en a des autres...

- Et quels sont vos critères pour acheter des pralines ?

- Avoir une fois que la boîte est composée, avoir une beauté pour l'œil au niveau des couleurs, avoir une belle présentation.

- Et donc pour vous l'emballage est important aussi ?

- Oui.

- Et donc dans ce cas, le ballotin ça vous fait penser à quoi ?

- Euh moi personnellement, ça veut dire touche pas à ça. Mais plus sérieusement, ça doit être quelque chose qui doit donner envie.

- Et ceux de Bruyette donnent envie ?

- Ben je n'y ai pas vraiment fait attention donc je ne sais pas vous dire.

- Et vous achetez vos pralines où généralement ?

- Aux trésors de Mélanie, Ville 2

- **Ok mais donc c'est en boulangerie, boutique ou grand magasin ?**

- Ben ici parce que je travaille ici.

- **Ok mais vous pourriez aller en acheter ailleurs, aller directement chez Bruyère.**

- Non ce n'est pas mon chemin, ici c'est parce que c'est plus facile.

- **Et des pralines en grandes surfaces ça vous arrive d'en prendre ?**

- Non.

- **Pourquoi ?**

- Pour moi la praline de grande surface ça ressemble aux Ferrero Rocher et il n'y a rien de plus degueulasse que ça. Donc j'aurais une boîte de pralines en grand magasin j'aurais cette impression-là. Maintenant si vous me dites que Bruyère a des pralines en grandes surfaces là c'est différent. Mais là ça ne me dit absolument rien.

- **Et donc alors une bonne praline, une pralines de luxe c'est quoi pour vous ?**

- Ben c'est des machins uniquement fait pour donner une impression par exemple les pralines au foie gras ou au champagne, c'est uniquement fait pour donner l'impression d'être supérieur.

- **Mais Bruyère fait des pralines comme ça !**

- Oui mais je ne prendrai pas celles-là, les autres oui sans problème.

- **Et pourquoi pas celles-là ?**

- Ben déjà c'est des mélanges qui ne me plaisent pas alors que ça a peut-être bon goût.

▪ **Annexe IX - Interview 9 : dame ,64 ans, retraitée , mariée, 4 enfants**

- **Est-ce que vous consommez des pralines ?**

- Pas trop, mais parfois quand même.

- **Et pourquoi pas trop ?**

- Parce que c'est trop calorique.

- **Quelles sont vos goûts de pralines préférées ?**

- Les Manons, les blanches avec des noisettes.

- **Ok et parfois vous offrez des pralines ?**

- Oh c'est rare, on en offre pas souvent.

- **Et pourquoi ?**

- Ben pour les mêmes raisons, comme il y a beaucoup de gens qui font attention à leur ligne.

- **Et pour les rares fois où vous en offrez c'est à qui par exemple ?**

- Oh c'est tellement rare que je ne me souviens quasiment pas en avoir offert mais je pense que quand même c'était au Nouvel An à une amie.

- **Et vous-même, vous en recevez parfois ?**

- Oui.

- **Et ça vous fait plaisir ?**

- Ah oui mais bon je m'en passerai bien quoi parce que je fais attention à ma ligne.

- **Et quand vous en recevez ça vient de qui ?**

- Les dernières que j'ai reçu c'était Leonidas.

- **Et vous les avez aimé, ça vous a fait plaisir ?**

- Ah oui, ça oui, mais par contre l'emballage non.

- **Ah pourquoi ?**

- C'était pas beau, mal fait

- **Et c'était sous forme d'un ballotin ou autrement que vous les avez reçues ?**

- Ballotin

- **Et justement, vous en pensez quoi du ballotin ?**

- C'est quand même joli, c'est comme quand on offre du parfum, il y a un bel emballage, enfin ça dépend d'où ça vient mais bon c'est la tradition aussi.

- **Et si on vous offrait des pralines dans autre chose qu'un ballotin ?**

- Ben ça dépend quoi, mais pour moi de toute façon le ballotin est plus approprié.

- **Et la dernière fois que vous en avez reçue ça venait de qui ?**

- Oh des collègues et c'était de chez Leonidas dans une grande boîte, mais c'est des bonnes pralines mais ce n'est pas la même chose, c'est des pralines qui ont une autre forme.

- **Ah et justement c'est quoi une bonne praline ?**

- Ben déjà il y a une différence dans le chocolat.

- **Ah déjà le chocolat est important pour vous ?**

- Oui...

- **Et selon vous, qui fait des bonnes pralines ?**

- Neuhaus, Corné, Godiva mais malgré tout il y a quand même une différence par rapport à celle que j'ai reçu. Mais par contre pas celles des grands magasins, ça j'en achèterais jamais non !

- **Et donc quand vous achetez des pralines c'est en boutique ou boulangerie ?**

- Ben en boutique, on est plus sûr de la qualité, c'est beaucoup plus fiable, je n'achète jamais en boulangerie et surtout pas en grand magasin.

- Et sinon, vous me parlez de marques tantôt, c'est celles-là que vous achetez ?

- Oh ben il y a quand même le prix qui joue beaucoup et puis ça dépend si vous allez offrir des boîtes de pralines à des enfants ils ne vont pas apprécier qu'elles viennent de Neuhaus ou Leonidas, et puis il y a aussi des gens qui par snobisme disent : Ah elles viennent de là, donc elles sont certainement meilleures que les autres. Et moi justement je préfère de loin les boutiques, parce qu'on y fait les ballotins à la demande, on peut choisir et voir.

- Donc ça c'est quelque chose d'important pour vous de pouvoir voir le produit ?

- Ben oui on moins on voit ce qu'on achète, par exemple, ici on ne voit rien.

- Et sinon vous connaissez Bruyère ?

- Ah ben oui, c'est ici qu'on en vend.

- Et vous en pensez quoi ?

- Ah elles sont très bonnes, j'ai eu l'occasion d'en goûter parce que j'en avais offert et que la personne avait ouvert le ballotin pour qu'on puisse goûter.

- Et donc Bruyère ça vous inspire quoi ?

- Ben disons que Bruyère on est habitué, quand on voit le camion qui vient ici et quand Claudine dit qu'elle va chez Bruyère, nous on connaît pour ça.

- Donc c'est parce que le magasin en vend ?

- Ah oui parce que avant je n'en avais jamais entendu parler.

- Et vous, vous en avez déjà acheté mais pourquoi ?

- Parce que j'étais ici, mais maintenant je sais qu'elles sont bonnes, et c'est parfois mieux d'en avoir des bonnes un peu plus cher que des moins bonnes.

▪ **Annexe X - Interview 10 : dame, 42 ans, employée, en couple, deux enfants**

- Est-ce que vous consommez des pralines ?

- Non parce que je fais attention au sucre comme beaucoup de gens je pense, et puis vous savez quand on arrive à un certain âge on doit faire attention.

- Mais malgré tout ça vous arrive d'en offrir ?

- Oui et d'en recevoir aussi, je veux dire quand c'est un anniversaire on m'en offre.

- Et ça vous fait plaisir malgré tout ?

- Bien sûr, qui n'aime pas le chocolat.

- Et qui vous les offre ?

- Oh ben la dernière fois que j'en ai reçu c'était il y a très très longtemps à la naissance de ma fille.

- Et quand vous en avez reçu c'était dans quoi ?

- Ben dans les petits blocs là, les ballotins.

- Et vous en pensez quoi justement ?

- Oh c'est joli, très bien mis, oui c'est bien.

- Et le ballotin vous inspire quoi ?

- Ben je sais qu'il y a quelque chose à manger, je veux dire le petit ballotin, la marque, on sait tout de suite qu'il y a quelque chose à manger mais bon ça ne me rend pas non plus hyper heureuse que je plane tout la journée parce que j'en ai reçu.

- Vous préférez peut-être recevoir autre chose ?

- Ben peut-être oui, des fleurs.

- Mais et vous parfois vous offrez quand même des pralines ?

- Ben oui, c'est par exemple en remerciement de quelque chose, mais c'est pas en ballotin, je veux dire c'est pas un coffret mais c'est plutôt une petite boîte et en remerciement.

- Et à qui par exemple ?

- Ah je vous dis, en remerciement par exemple au travail, pour une promotion ou quoi que ce soit.

- Et vous achetez quelle marque ?

- Ah moi c'est la marque Neuhaus.

- Et pourquoi celle-là et pas une autre ?

- J'aime mieux ce chocolat-là.

- C'est juste une question de goût ?

- Oui juste le goût.

- Et vous n'avez jamais essayé une autre marque ?

- Ben non mais si je suis arrivée à Neuhaus c'est parce que je préfère celles-là.

- Oui donc vous avez essayé d'autres marques ?

- Oui, d'autres marques mais euh voilà...

- Lesquelles ?

- Oh je ne sais plus, parce que ça fait longtemps que j'achète Neuhaus. Et puis je trouve qu'on ne devrait pas donner des noms. Mais je pense que c'est Go... Godiva

- Et celles-là vous en pensiez quoi ?

- Ah je n'aimais pas, le goût non !

- **Et donc c'est quoi une bonne praline ?**

- Ah c'est quand on mord dedans et que, c'est une blanche pour moi, avec de la crème et du praliné.

- **Et qui fait pour vous des bonnes pralines ?**

- Ben je vous dis Neuhaus.

- **Uniquement Neuhaus ?**

- Oui.

- **Et si je vous dis Bruyère vous connaissez ?**

- Non, pas du tout.

- **Ok et vos pralines généralement vous les achetez où ?**

- Ben dans un magasin, chez Neuhaus.

- **Donc pas en grande surface ou boulangerie ?**

- Non je vais chez le chocolatier parce que déjà ça fait marcher les petits commerces et puis souvent il y a plus de variété aussi.

- **C'est plus varié, mais ce n'est pas pour d'autres raisons ? Comme peut-être la qualité, le conseil ?**

- Non, non, c'est juste pour la variété pour moi.

▪ **Annexe XI - Interview 11 : dame, 54 ans, enseignante, mariée, 3 enfants**

- **Est-ce que vous consommez des pralines ?**

- Oui évidemment.

- **Quelles sont vos préférées ?**

- Les Manons et c'est un peu contradictoire mais tout ce qui est en chocolat noir, le fondant.

- **Et vous offrez parfois des pralines ?**

- Oui bien sûr.

- **Et à qui ?**

- Ah... tout ce qui se présente au niveau fêtes, anniversaires, pour remercier quelqu'un pour un boulot qu'il a fait ou en fin d'année à un collègue. Mais c'est plus pour remercier ou pour des fêtes mais plus pour remercier.

- **Et à qui par exemple ?**

- A quelqu'un de proche ou non.

- Et quel que soit l'âge ?

- Oui oui mais pas les enfants.

- Pourquoi ?

- Parce qu'il ne goûte pas le bon chocolat.

- Et à quelqu'un de mon âge vous offririez des pralines ?

- Oui oui parce que vous êtes une femme.

- Et à un homme ?

- Non c'est plus du vin, parce que je vais dire la praline c'est plus quelque chose de féminin.

- Et parfois vous recevez des pralines ?

- Oui évidemment.

- Et quand ?

- Ben ça vient de collègues.

- Et à quelles occasions ?

- Ben comme je travaille dans une école, c'est plus en fin d'années scolaire, pour tout le travail fourni, c'est plus un remerciement en fait, mais pour un anniversaire... non c'est plus en remerciement de quelque chose.

- Et vous m'avez cité deux fois les remerciements, donc les pralines sont associées aux remerciements ?

- Oui je pense ou alors c'est la même chose quand on va souper chez quelqu'un, ben parfois au lieu d'offrir un bouquet de fleurs je prends plutôt un paquet de pralines pour remercier, oui plus en remerciement.

- Et sinon comment définiriez-vous une bonne praline ?

- Ben c'est une question de goût... mais c'est aussi la qualité du chocolat, euh en fait c'est une colle là.

- Et au niveau des marques ? Qui en fait ?

- Ah ben c'est généralement Côte d'Or et Corné ça c'est quand même des pralines hauts de gamme, mais c'est vrai que c'est vraiment du chocolat enfin je l'espère. Mais en tout cas ça y ressemble. Mais pas tous ces trucs comme Guylian, mais Corné oui et tout ce qui est Côte d'Or.

- Ca pour vous c'est des bonnes pralines ?

- Ah oui, et alors la texture, par exemple tout ce qui est alcool ça je prends jamais mais c'est aussi une question de goût certains préfèrent le chocolat blanc, moi c'est le noir, mais parfois c'est juste l'association qui fait tout, par exemple la Manon, ça c'est une bonne praline, mais ça c'est chacun. Mais c'est aussi la qualité du chocolat.

- Et justement cette qualité c'est Côte d'Or ?

- Côte d'Or et Corné , il ne faut pas l'oublier.

- Et vous connaissez d'autres marques ? Comme celle qu'on vend ici ?

- Ah c'est Bruyère, ils font aussi des bonnes pralines, et alors il y a aussi Galler, mais je n'en ai jamais mangé, mais bon comme leur chocolat est bon, je suppose que leurs pralines aussi.

- Et Bruyère vous en pensez quoi ?

- Elle n'est pas assez vue, non, il y a une seule boulangerie ici je crois qui en vend, avant à la gare on en vendait mais plus maintenant. On ne les voit pas assez.

- Et vous en avez déjà goûté ?

- Oui .

- Et vous en pensez quoi ?

- Ah elles sont très bonnes.

- Et donc Bruyère vous fait penser à quoi ?

- Ben c'est des marques belges comme Corné, Côte d'or et Galler et c'est important parce qu'il n'y a qu'en Belgique qu'on fait du bon chocolat.

- Et si je vous qu'ici on vend des Bruyère.

- Ah ben je ne l'ai pas vu, pourtant je viens chaque samedi matin ici.

- Donc vous n'en avez jamais acheté ?

- Non mais peut-être que les trucs en chocolat de Pâques c'était eux non ?

- Ça je ne sais pas, peut-être

- En tout cas, ça j'en ai acheté.

- Mais vous ne saviez pas que c'était Bruyère ?

- Non pas du tout, ça ne m'a pas frappé en tout cas.

- Donc vous n'avez jamais acheté un ballotin ici ?

- Non c'est plus quand on va au shopping , là on va chercher un ballotin de pralines.

- Et donc vos pralines, vous les achetez où en boutique, boulangerie ou super marché ?

- Au shopping, c'est dans une boutique de pralines, parce que une boulangerie je n'aime pas, il n'y a pas assez de variété et en plus c'est une question d'habitude.

- Et jamais en grand magasin ?

- Non.

- Pourquoi ?

- Parce que ça c'est de l'industriel, enfin Côte d'Or c'est de l'industriel aussi mais ici comme dans une boutique c'est un peu comme le boulanger, ça reste convivial que dans la grande distribution c'est comme ça, on a des tonnes de pralines, donc moi je vais en boutique pas en grande surface.

- Et vous n'avez jamais goûté les pralines de grande surface ?

- Non je n'en ai jamais acheté, ça me m'intéresse pas, c'est vrai que je pourrai essayer mais de prime abord non.

- Et quand vous allez en boutique c'est pour acheter quelles marques ?

- Ben Côte d'Or, Corné, Bruyère, j'en ai déjà acheté une fois, mais plus souvent Côte d'Or et Corné.

- Et pourquoi ces deux marques-là ?

- Ce sont les plus connues.

- Et Bruyère pourquoi rien qu'une fois alors ?

- Je ne sais pas, c'est peut-être plus le lieu où je vais les chercher, je pense que les Bruyère que j'ai acheté c'est parce que j'étais un peu prise au dépourvu et que j'ai dû vite trouver une boulangerie un dimanche et voilà, c'est dans ces circonstances-là parce que en plus ce n'est pas de prime abord qu'on pense à aller en boulangerie.

- Et vous étiez satisfaite du produit ?

- Oui ça oui.

▪ **Annexe XII - Interview 12 : dame, 57 ans, enseignante, mariée, 1 enfant**

- Est-ce que vous consommez des pralines ?

- Oui

- Et à quelles occasions ?

- Ben aux fêtes, aux anniversaires, aux événements aussi.

- Et c'est des pralines que vous offrez ou que vous recevez ?

- Euh j'en achète et j'en offre beaucoup.

- Et quand vous en offrez c'est à qui ?

- Ben à ma famille par exemple cette année-ci on va partir en France, donc on va amener du bon chocolat mais sinon c'est aussi aux anniversaires.

- Mais et quand vous vous en recevez elles viennent de qui ?

- D'enfants.

- D'enfants ?

- Oui parce que je suis enseignante mais de mes filles aussi.
- **Et ça vous fait plaisir ?**
- Oui parce que j'aime bien les pralines et j'adore en recevoir une grosse boîte.
- **Et c'est à quelles occasions qu'on vous en offre ?**
- Euh anniversaires, fêtes, fin d'année.
- **Et on vous offre quoi comme pralines ?**
- Les Leonidas.
- **Et vous les aimez ?**
- Ah oui !
- **Et vous en pensez quoi de Leonidas ?**
- Ben il y a un grand débit, de un et de deux, elles sont très fraîches, donc pour moi c'est bien.
- **Mais pourquoi c'est bien ?**
- Parce c'est connu et que depuis toute petite que j'en mange, je ne change pas de marque.
- **Et vous n'avez jamais essayé une autre marque ?**
- Non jamais, je sais qu'il y en a d'autres mais j'aime bien Leonidas donc je garde ça.
- **Et si je vous dis par exemple une marque de pralines comme Bruyette vous connaissez ?**
- Non pas du tout, mais ce n'est pas connu mais vous savez moi je suis de Bruxelles, donc ils n'en vendent peut-être pas là. Mais ils ne sont peut-être pas bien mis à la Grand Place.
- **Ben si ils en vendent**
- Ah ben alors c'est que c'est vraiment pas connu, parce que des marchands de pralines s'il y en a partout mais euh je n'en ai jamais vu, mais parfois je vais dans une petite rue ici, je ne sais pas ce que c'est comme pralines mais c'est bon.
- **Et c'est un petit chocolatier en fait ?**
- Oui oui et c'est des bonnes pralines en tout cas.
- **Et généralement quand vous achetez des pralines c'est où ?**
- En boutique, jamais en super marché.
- **Pourquoi ?**
- Je ne sais pas, je n'ai pas confiance, je préfère soit un chocolatier soit en magasin Leonidas.
- **Mais vous allez parfois aussi chez un chocolatier, en fonction de quoi vous allez là ou chez Leonidas ?**

- Ben en plus il y a aussi le chocolatier qui fait son chocolat sur la grand place de Bruxelles, c'est peut-être Godiva, je ne sais pas mais en tout cas c'est bon.

- Et pourquoi aller chez Leonidas ou le chocolatier ?

- Pour la finesse du chocolat, pour la praline, pour la qualité, mais ce n'est pas le prix qui me motive. Mais aussi pour l'emballage parce que c'est vrai parfois il y a des très beaux emballages mais à l'intérieur c'est pas terrible, et moi c'est le contenu que je regarde.

- Donc pour vous l'emballage n'est pas important ?

- Non c'est ce qu'il y a dedans.

- Et alors une praline de qualité c'est quoi ?

- Eh bien c'est quand ce qu'il y a à l'intérieur, la crème, elle est très bonne, que le chocolat goûte le chocolat, parce que on peut avoir des pralines, et on les a en bouche et c'est degueulasse, on crache quoi, j'ai déjà goûté des pralines spéciales, ça je n'aime pas non plus.

- C'est quoi une praline spéciale ?

- Ben de la nouvelle cuisine, avec des pralines fourrées de toutes sorte de chose. Pour moi la praline c'est juste du chocolat.

- Et qu'est-ce que vous pensez du ballotin de pralines ?

- Le ballotin ben quand on le reçoit ça fait plaisir et c'est intemporel, mais bon pour moi il faut juste que la praline soit bonne.

- Donc c'est juste le goût et pas la réputation de la maison par exemple ?

- Mais bon à la limite ça va souvent de pair, mais bon ça peut aussi bien être le petit chocolatier qui fait ses pralines que Leonidas qui fait ses pralines à la chaîne tant que la praline est bonne et bien faite ça va. Moi je crois que c'est ça qui fait les pralines c'est le goût.

- Mais bon Bruyère par exemple c'est quand même une grande entreprise qui existe depuis longtemps or vous ne la connaissez pas.

- Non c'est vrai je ne sais pas si c'est de bonnes pralines, mais bon ils ne sont pas assez connus parce qu'on ne les connaît pas. Mais pourtant on en achète beaucoup parce que parfois au lieu du dessert on offre des pralines.

- Et pourquoi offrir des pralines en dessert ?

- Parce que c'est une petite gourmandise, c'est la petite sucrerie et souvent à la fin du repas on a plus fin et puis c'est plus raffiné et puis parfois une bonne praline à la crème c'est parfois mieux qu'un petit gâteau.

▪ **Annexe XIII - Interview 13 : dame, 23 ans, employée dans une banque, en couple, sans enfant**

- Est-ce que vous consommez des pralines ?

- Oui.

- Quels sont vos goûts de pralines préférées ?

- Euh les blanches avec du praliné à l'intérieur, les Manons, les cornés un petit peu cristallisée au-dessus de Godiva, euh voilà au sinon j'adore la praline Marcolini, le chocolat Marcolini en général.

- Oui et est-ce que vous offrez des pralines ?

- Non ,euh oui à mon arrière-grand-mère.

- Et pourquoi à elle ?

- Parce que je me dis que des jeunes comme nous on ne voudrait pas en recevoir.

- Donc c'est plus un cadeau pour des personnes âgées ?

- Ben oui , oui oui mais par contre mon copain quand il m'en offre je suis contente, donc lui il m'offre des pralines, mais moi je ne lui en offre pas, je n'y pense pas.

- Et vous offrez quoi à la place des pralines ?

- Ben des fleurs, des orchidées souvent.

- Mais quand vous offrez des pralines à votre grand-mère c'est lesquelles ?

- Leonidas parce qu'il y en a un près de chez moi.

- Et jamais une autre marque ?

- Non parce que c'est plus loin.

- Et vous quand vous en recevez c'est...

- C'est toujours Godiva ou Marcolini parce qu'il sait que j'aime bien.

- Et pourquoi vous préférez celles-là ?

- Marcolini j'aime bien parce que j'aime bien le point de vente à Bruxelles, et que quand on y va à deux ça nous fait des souvenirs, c'est plus pour l'expérience en fait et Godiva c'est parce que j'adore leur Manons, donc c'est pour la qualité de la praline.

- Donc il n'y a que chez eux qu'il y a de la qualité, or vous offrez des Leonidas

- Oui mais pas Leonidas pour moi.

- Et pourquoi pas pour vous ?

- Ben parce que si c'est pour moi j'en prends des vraiment bonnes, je mets le prix.

- Et pour les autres non alors ?

- Ben non ça dépend aussi de quand je vais à Bruxelles, et quand j'ai besoin de faire un cadeau, il faut quelque chose qui soit proche de chez moi mais bon si je passe devant un endroit et que je sais qu'elles sont bonnes on en prend, c'est l'occasion quoi.

- Et il n'y a que votre ami qui vous offre des pralines ?

- Non que lui.

- **Et si quelqu'un d'autre que lui vous en offrait, ça vous ferait plaisir ?**

- Ben oui mais c'est un peu bizarre, moi j'associe ça à un truc sentimental, mais bon un ballotin ça passerait encore.

- **Pourquoi ?**

- Parce que c'est classique, c'est habituel.

- **Mais et vous pensez quoi du ballotin ?**

- Ah pour moi il doit être sobre, pas trop de chichis.

- **Mais ça vous inspire quoi ?**

- Quelque chose de luxueux, classique, enfin une valeur sûre quoi.

- **Et justement au niveau du luxe, c'est quoi une bonne praline ?**

- Euh... pas une trop grosse au chocolat blanc praliné, onctueuse au milieu et qui fond sur la langue, un peu glacée.

- **Et au niveau du chocolat ?**

- Ben je m'en fou, je sais que certaines personnes disent que le chocolat belge c'est important mais moi je m'en fou, tant que c'est bon.

- **Et vos pralines vous les achetez où ?**

- Euh Godiva, Marcolini.

- **Et en boutique, en boulangerie ou...**

- Non dans la boutique.

- **Pourquoi ?**

- Parce que comme j'en achète pas souvent c'est quand je me promène dans la boutique et ça me donne envie d'acheter.

- **Oui mais vous pourriez aller en boulangerie.**

- Oui mais quand je vais en boulangerie, je vais pour autre chose donc je n'y pense pas.

- **Même si elles sont exposées devant vous ?**

- Non je n'y pense pas, j'y vais pour du pain c'est tout.

- **Et en super marché ?**

- Ben je ne savais pas qu'on en vendait.

- **Et vous connaissez Bruyère ?**

- Oui depuis peu.

- **Et vous en pensez quoi ?**

- Ben j'étais étonnée de voir qu'ils ont quand même une grande renommée, mais je n'en ai pas encore goûté. Mais en fait je me suis dit : tiens c'est connu depuis que je les ai vu à la Grand Place de Bruxelles. Sinon je ne connaissais pas.

- **Et vous goûteriez les pralines ?**

- Oui pourquoi pas si elles sont bonnes.

▪ **Annexe XIV - Interview 14 : dame, 21 ans, étudiante, célibataire, sans enfant**

- **Est-ce que vous consommez des pralines ?**

- Oui.

- **Lesquelles sont vos préférées ?**

- Neuhaus, euh...

- **Oui mais vos goûts ?**

- Ah des vraies pralines, avec du praliné dedans.

- **Et est-ce que vous offrez des pralines ?**

- Oui tout le temps.

- **A qui ?**

- Ben à la place de fleurs j'offre des pralines, à ma maman, mon papa, à ma famille, à mes amis.

- **Et pourquoi des pralines ?**

- Parce que je trouve que c'est un cadeau de luxe qui n'engage à rien.

- **Ca veut dire quoi ça ?**

- Ben que c'est autant pour quelqu'un qu'on aime, que pour un ami, et puis une praline ça a toujours une connotation plus luxueuse, c'est plus que du chocolat.

- **Et pourquoi c'est plus que du chocolat ?**

- Parce que je trouve que la praline belge a un goût de luxe, je trouve que c'est plus que des fleurs, plus que du chocolat, c'est vraiment quelque chose de luxueux et c'est abordable.

- **Et pourquoi c'est luxueux ?**

-Parce que ça a un goût exquis.

- Et vous offrez quand alors ?

- Ben quand je dois remercier quelqu'un, ou quand je dois dire à quelqu'un que je l'aime, ce genre de chose.

- Et vous vous en recevez parfois ?

- Non jamais.

- Et pourquoi à votre avis ?

- Mais j'en reçois quand même parfois à mes parents parce qu'ils savent que j'aime mais c'est tout.

- Et à quelles occasions ils vous en offrent ?

- A la Noël et la Nouvelle année.

- Et ça vous fait plaisir ?

- Ah oui parce que c'est en grande quantité et que je peux en manger toute l'année.

- Mais et quand vous offrez des pralines c'est quelles marques ?

- Neuhaus.

- Pourquoi ?

- Parce que c'est la marque que mon boulanger a et que c'est une marque prestigieuse.

- Et pourquoi prestigieux?

- Ben parce que c'est la qualité, c'est assez cher.

- Et vous quand vous en recevez ?

- Neuhaus aussi, en fait c'est de famille.

- Ah ok c'est une histoire de famille, mais jamais une autre marque ?

- Ben Leonidas, mais là c'est les fruits de mer, mais c'est moins bon, ça a moins de goût, c'est moins cher donc d'office c'est moins bien que Neuhaus.

- Donc pour vous, le prix est important ?

- Ah oui, si c'est plus cher c'est d'office que c'est mieux, que c'est plus luxueux.

- Et le ballotin vous en pensez quoi ?

- Ben je n'aime pas quand je vais chez mon boulanger et que le ballotin est tout fait, j'ai l'impression que c'est là depuis des mois et qu'ils ne le vendent pas, j'aime autant que la vendeuse le fasse devant moi, pas qu'elle le prenne dans l'étalage là je lui dis, non vous me le faites et vous mettez des blanches. Je choisis comme ça.

- Ah ok il faut que vous voyiez en fait ?

- Ben oui et puis au moins je sais ce qu'il y a dedans.

- Ok et sinon le ballotin en tant que tel ?

- Ah ben ça ça veut dire de la gourmandise.

- C'est tout ?

- Ben oui parce que je trouve que ça présente bien, ça fait praline, que par exemple les sachets comme en boulangerie ça fait truffes...

- Et justement vos pralines vous les achetez où en boulangerie, magasin ou super marché ?

- En boulangerie.

- Et pourquoi ?

- Ben parce que... en grande surface je trouve que ça fait trop j'ai été faire mes courses et en même temps j'ai acheté des pralines, en boulangerie ça fait plus j'y ai été parce que j'ai pensé à toi.

- Et en boutique ?

- Ça fait j'ai été spécialement pour toi, c'est encore mieux, mais bon j'ai pas de boutique près de chez moi donc je vais au boulanger.

- Et une praline de qualité c'est quoi pour vous ?

- Marcolini

- Et pourquoi ?

- Parce que c'est une praline qui coûte super cher, qui a beaucoup de goût, le petit goût de chocolat reste des heures dans la bouche, Marcolini c'est vraiment le grand cru du chocolat.

- Et si vous deviez comparer Marcolini et Neuhaus

- Ah ben Marcolini c'est au-dessus de Neuhaus.

- Et pourquoi ?

- Au niveau du goût, de la présentation, du prix mais déjà dans les magazines on parle tout le temps de Marcolini, en fait c'est vraiment la spécialité du chocolat que Neuhaus oui c'est du chocolat belge mais c'est une qualité en dessous.

- Et pour vous le chocolat belge c'est important ?

- Oui c'est la finesse, c'est fort en chocolat ce n'est pas comme le chocolat Suisse où il y a trop de beurre.

- Mais et donc la réputation de la maison c'est important ?

- Ben oui dès qu'on arrive avec le ballotin le petit ruban Neuhaus ou Marcolini d'office que les gens vont se dire elle n'a pas été n'importe où pour m'acheter des pralines, par contre si j'arrive avec le truc Merci ça fait grande surface.

- **Donc vous préférez offrir Neuhaus ou Marcolini ou des Merci ?**

- Ben Neuhaus ça fait vraiment : j'ai pris le temps d'y aller pour toi.

- **Et Marcolini vous n'offrez pas ?**

- Ben il n'y a pas beaucoup de point de vente, c'est à Namur ou Bruxelles donc c'est pas tout près.

- **Et vous connaissez Bruyère ?**

- Ben ils ne font pas assez de publicité en Belgique, c'est dommage parce que c'est du chocolat belge, c'est un bon chocolat, mais il n'y a pas assez de publicité alors que c'est très très bon.

- **Et comment vous les avez connus ?**

- Ben en me promenant simplement.

- **Et vous connaissez quoi d'autre dessus ?**

- Rien je sais que c'est une enseigne, que c'est du bon chocolat mais justement le fait qu'il soit trop centré sur une ville et pas assez sur la Belgique c'est dommage, il devrait plus s'intéresser à tout le monde et pas juste à Charleroi et ils devraient plus s'internationaliser.

- **Ah mais ils sont présents à l'étranger.**

- Ben ils sont justement peut-être trop à l'export et pas assez en Belgique, quand on regarde Marcolini et Neuhaus ils sont quand même fort présents en Belgique mais ils s'internationalisent.

- **Et pourquoi vous croyez qu'ils ne sont pas assez présents en Belgique ?**

- Ben c'est leur stratégie sûrement et puis ils vont peut-être à l'international pour dire « chocolat belge, chocolat belge » et en fin de compte en Belgique on ne les connaît pas tant que ça. Enfin voilà.

▪ **Annexe XV - Interview 15 : dame, 21 ans, étudiante, célibataire, sans enfant**

- **Est-ce que vous consommez des pralines ?**

- Non.

- **Pourquoi ?**

- Ben je sais pas parce que c'est calorique, et puis c'est pas dans mes habitudes.

- **Mais vous en avez déjà reçues ?**

- Pas directement, c'était ma maman qui en a reçu et donc voilà.

- **Et vous offrez des pralines ?**

- Oui.

- Et à qui ?

- Ben à des amis, quand je n'ai pas d'idée de cadeau, euh sinon à ma famille quoi.

- Et à des amis de votre âge ?

- Non plus vieux.

- Pourquoi ?

- Parce que je trouve que c'est plus dans les habitudes et puis par exemple si j'offre des pralines à une amie de mon âge c'est-à-dire 21 ans, je ne sais pas si elle sera contente.

- Ah oui mais et vous si on vous en offre ça vous fait plaisir ?

- Non

- Parce que je trouve pas que c'est un cadeau super génial, je vous dis, moi j'offre ça quand j'ai rien d'autre, pas d'idée.

- Donc si quelqu'un vous offre ça c'est qu'il n'a pas eu d'idée ?

- Voilà oui, mais je pense aussi qu'on offre des pralines quand on connaît pas vraiment quelqu'un, sauf à ma famille où ils sont un peu plus vieux et puis ça peut toujours leur faire plaisir, c'est l'intention qui compte.

- Et pourquoi vous leur en offrez alors ?

- Ben comme je dis, quand j'ai pas d'idée, c'est un cadeau de dépannage.

- Et quand vous en offrez c'est à quelles occasions ?

- Quand je suis invitée où à Noël si j'ai vraiment pas d'idée de cadeau ou que j'ai pas eu le temps d'acheter un truc sinon.

- Et vous offrez quelles marques ?

- Leonidas même si je n'en ai jamais goûté une.

- Pourquoi Leonidas alors ?

- Ben parce que c'est celle qu'on entend tout le temps et puis c'est belge.

- Et donc pour vous le fait d'être belge c'est important ?

- Oui.

- Pourquoi ?

- Ben parce que comme ça on fait entretenir la culture du pays.

- Donc pour vous le chocolat belge ça représente quoi ?

- La qualité.

- Et Leonidas alors c'est quoi ?

- Ben c'est de la qualité, c'est belge, mais j'en ai jamais mangé mais on m'a dit que ce n'était pas bon.

- **Ah mais pourquoi vous continuez d'en acheter ?**

- Ben parce que c'est prestigieux donc pourquoi pas et puis c'est plus facile, c'est tout près enfin voilà.

- **Et jamais une autre marque ?**

- Non mais je prends ce qui est le plus près de chez moi, la boulangerie quoi.

- **Donc vous achetez en boulangerie ?**

- Oui.

- **Pourquoi ?**

- Ben parce que ça veut dire qualité, mais chez Leonidas aussi.

- **Et ça dépend de quoi d'aller soit en boulangerie ou chez Leonidas ?**

- Ben quand je passe devant.

- **Et jamais en grande surface ?**

- Ben grande surface non enfin pour les Ferrero Rocher mais je suis pas sûr que ça soit des pralines ça. Mais je ne savais pas qu'on vendait des pralines en super marché.

- **Et vous seriez prête à en acheter ?**

- Ben il me semble que ça serait de moins bonne qualité donc pas pour ma famille mais pour des gens que je connais encore moins bien.

- **Et pourquoi c'est de moins bonne qualité ?**

- Ben parce que quand c'est spécialisé ben je me dis ils ne font que ça ; que chez Colryut c'est pas du tout leur spécialité.

- **Et le ballotin de pralines c'est quoi pour vous ?**

- Ben c'est bien, c'est un peu comme si c'était luxueux, c'est un peu comme une petite boîte à bijoux et puis il n'y a rien d'autre qui est vendu là-dedans, il n'y a pas de biscuit ni rien.

- **Donc vous offrez des ballotins ou pas ?**

- Oui.

- **Toujours ?**

- Oui jamais dans autre chose, mais avec des pralinés dedans.

- **Pourquoi des pralinés ?**

- Parce que c'est mieux, si je prends les blancs par exemple, tout le monde achète ça.

- **Et sinon vous connaissez Bruyère ?**

- Ben oui j'y ai justement été il n'y a pas longtemps, c'est près de chez moi.

- **Et vous en pensez quoi ?**

- Ben c'est un magasin spécialisé, ils ont de bons produits, mais ils font des pralines eux je crois non ?

- **Oui , vous n'en avez jamais reçu ?**

- Non jamais .

- **Ni offert ?**

- Ben non pourtant c'est tout près de chez moi c'est sûrement parce qu'ils ne sont pas assez connu et qu'ils ne font pas de publicité dans Gosselies.

- **Donc vous trouvez qu'ils devraient faire plus de pub ?**

- Ben oui parce qu'ils sont connu pour la vente de matériel aux boulangers et pour les décorations qu'ils font mais pas pour leurs pralines, c'est dommage parce qu'elles sont peut-être bonnes en plus.

▪ **Annexe XVI - Interview 16 : homme, 29 ans, cadre à la BNB, en couple, 1 enfant**

- **Est-ce que vous consommez des pralines ?**

- Oui.

- **A quelles occasions ?**

- A toutes les occasions, pour moi il n'y a pas de moment particulier.

- **Et vous en achetez pour vous alors ?**

- Oui oui bien sûr.

- **Et vous en offrez parfois aussi ?**

- Oui bien sûr.

- **A qui par exemple ?**

- A ma famille, à ma fiancée, à des amis, même à des collègues, aux occasions.

- **Quelles occasions ?**

- Anniversaire, promotions, des choses comme ça.

- **Et vous aussi on vous en offre ?**

- Oui !

- **Et quand ?**

- La même chose aussi, quelque chose à fêter, une promotion.

- Et vous recevez quoi comme marque ?

- Neuhaus ou Godiva mais c'est plutôt Neuhaus.

- Et vous en pensez quoi ?

- Ah ben j'aime beaucoup.

- Mais alors pourquoi vous êtes rentré ici pour en acheter ?

- Ben pour essayer justement, il n'y a pas de raison de rester accroché à quelque chose et puis j'ai été curieux.

- Donc c'est la première fois que vous en achetez ?

- Oui voilà et j'espère que ça sera bien.

- Et généralement quand vous vous en offrez, vous offrez lesquelles ?

- Ben Neuhaus parce que c'était tout près mais bon si ici c'est bien j'en reprendrai parce que c'est encore plus près.

- Donc vous ne connaissiez pas du tout Bruyère ?

- Jusqu'à aujourd'hui non.

- Et jusqu'à présent, pour le peu que vous voyez de la marque vous en pensez quoi ?

- Ben jusqu'ici c'est bien, la présentation est bien les impressions sont bonnes en fait.

- Et quels sont vos critères de choix pour choisir des pralines ?

- Le goût avant tout mais parfois l'emballage a son importance, il faut que ça présente bien, que ça soit beau, après c'est le goût qui importe le plus.

- Et sinon à la place de pralines vous offririez quoi ?

- Des fleurs enfin à une femme , mais aussi des pralines à un homme.

- Et vos pralines vous avez dit que vous les achetiez chez Neuhaus mais en boulangerie, en boutique, ou peut-être en achetez-vous en grand magasin ?

- En général si je pars du bureau c'est en boutique, à Bruxelles parce que c'est tout près.

- Et jamais en boulangerie ?

- Moins, moins c'est moins tentant en boulangerie, au niveau de la présentation, allez et on fait plus confiance à une marque qui est en boutique qu'en grande surface, c'est un gage de confiance en fait la boutique.

- Et le ballotin vous en pensez quoi ?

- C'est une valeur sûre, c'est classique mais dans le bon sens. Quand on voit un ballotin, ça fait plaisir autant quand on le reçoit que quand on l'offre, c'est classique mais pas négatif.

- Et vous en offrez justement des ballotins ?

- Oui que ça, j'adore les ballotins de pralines.

▪ **Annexe XVII - Interview 17 : homme, 37 ans, gérant d'un magasin, en couple, 1 enfant**

- **Et vous consommez des pralines ?**

- Un peu.

- **Quand ?**

- Oh anniversaires, fêtes familiales.

- **Et vous offrez ?**

- Oui oui plutôt offrir.

- **Et à qui ?**

- Plutôt famille mais aussi en visite chez des amis.

- **Et peu importe l'âge ou la relation ?**

- La relation ben c'est amis ou famille donc ça va et l'âge ça peut aussi bien être 25-30 ans et 55-60 ans.

- **Et vous-même vous en recevez ?**

- C'est rare mais c'est déjà arrivé.

- **Et ça vous a fait plaisir ?**

- Oui.

- **Et qui vous les avait offert ?**

- Neuhaus.

- **Oui mais...**

- Ah la personne ?

- Un ami, comme ça en visite.

- **Donc vous recevez Neuhaus**

- Oui oui ça je m'en souviens.

- **Et pourquoi vous vous en souvenez ?**

- Parce que la boîte c'était une boîte un peu carrée, class, ce n'était pas un ballotin, c'était plus chic.

- **Ah et donc le ballotin pour vous ça représente quoi ?**

- C'est chouette, c'est un cadeau, mais il y a toujours le côté plus chic et quand on offre du bon chocolat la présentation fait la différence.

- Donc vous offririez un ballotin ?

- Ben ça dépend chez qui on va et l'occasion, soit ballotin soit boîte plus chic.

- Et vous achetez quoi comme marque de pralines ?

- Oh les moins chers les Leonidas.

- Juste parce que c'est moins cher ?

- Oui, pas spécialement pour le goût, même si je sais qu'elles sont bonnes, mais j'allais chez Leonidas.

- Donc vous les achetiez en boutique ?

- Oui.

- Et en boulangerie ou super marché ?

- Boulangerie c'est l'image du pain, je n'y vais pas pour du chocolat même si je sais qu'ils en vendent pour moi ça ne colle pas mais j'adore la boutique parce que c'est spécialisé. Et en grande surface non car c'est d'autres marques etc et non et on va plutôt rentrer chez le spécialiste pour avoir du bon.

- Ah et justement c'est quoi une praline de qualité?

- C'est une praline avec une belle présentation et un goût de dingue.

- Et on retrouve ça chez qui ?

- Ben souvent on dit Marcolini, moi je les ai vu sans les goûter et c'est pas terrible, le côté visuel est assez simple, ça manque de class, il faut peut-être un petit dessin au-dessus, une forme spéciale et l'emballage c'est la cerise sur le gâteau mais c'est la praline avant tout.

- Et on retrouve chez Bruyère des pralines comme ça ?

- Certaines oui, mais je trouve qu'ils pourraient encore faire mieux, mais je pense qu'ils ne visent pas le luxe.

- C'est plus quoi alors leur style ?

- Bon goût, plus artisanal, de moyenne gamme, bien mais sans être dans le top, c'est correct, c'est du bon chocolat, voilà si on doit comparer avec un restaurant c'est une étoile et pas trois.

- Et donc si vous offrez des pralines c'est quoi comme marque ?

- Ben maintenant que je connais, c'est Bruyère, maintenant que je sais que c'est bon, c'est comme dans un restaurant si on goûte et que c'est bon on y retourne et en plus on est bien servi.

- Donc plus Leonidas ?

- Ben non maintenant que je les ai découvert.

- Et comment vous les avez découvert ?

- Oh par curiosité, je suis rentré, j'ai demandé c'était quoi comme marque parce que je ne connaissais pas, on m'a expliqué et voilà.

▪ **Annexe XVIII - Interview 18 : vendeuse à Bruxelles**

- **Les gens pensent quoi de Bruyere ?**

- Ah ben généralement ils ne connaissent pas, puis ils disent que c'est du bon chocolat mais c'est vraiment les deux trucs.

- **Et pourquoi vous avez choisi d'en vendre ?**

- Par hasard, au début c'était pour autre chose et puis on a goûté leur chocolat et le projet qu'ils avaient de se développer avec des petits magasins, ça nous a plu et puis c'est pas une grosse chaîne. Et puis aussi la liberté parce qu'on vend aussi d'autres marques comme des biscuits et puis on est pas un Neuhaus, donc on est plus flexible.

- **Et vous ne vendriez pas Neuhaus ?**

- Non je ne veux pas essayer.

▪ **Annexe XIX - Interview 19: vendeuse à Namur**

- **Vous vendez beaucoup de pralines Bruyere ?**

- Non pas spécialement.

- **Pourquoi ?**

- Ben quand on dit aux clients qu'on a des Bruyere ils disent non, ils ne veulent pas.

- **Et ils me vous disent pas pourquoi ?**

- Non.

- **Et sinon vous-même vous achetez Bruyere ?**

- Non parce que c'est cher et puis elles n'ont rien d'extraordinaire et puis il n'y a que 16 pralines et on doit payer presque 20 euros pour ça. Le rapport qualité-prix c'est cher et d'ailleurs je ne comprends pas pourquoi ils les vendent aussi cher parce qu'en plus ici à cause de leur prix, la patronne elle sait ne pas faire beaucoup de marge. Moi j'achète plutôt Leonidas pour le prix et la qualité. Mais parfois Bruyere quand je pars du travail directement parce que c'est plus facile mais c'est trop cher.

- **Et vous ne trouvez rien d'exceptionnel alors chez Bruyere ?**

- Ben non, ils font bien leurs pralines de saison mais c'est tout, il n'y a rien d'original, c'est classique.

- **Et pourquoi vous vendez Bruyere ici ?**

- Ben parce que c'est une obligation je pense, comme on achète notre matériel chez eux on pouvait ne pas vendre une autre marque.

- **Mais vous êtes quand même fière d'en vendre ?**

- Non et puis de toute façon la plupart des gens ne les achètent pas pour la marque mais comme ça. Mais c'est quand même des pralines chères.

▪ **Annexe XX - Interview 20: gérante à Nivelles**

- Je peux savoir pourquoi vous avez choisi de vendre Bruyette ?

- Parce il y a 18 ans quand j'ai repris ça on s'est présenté à moi et voilà. Et puis c'était compliqué de changer. Mais bon leur prix a augmenté. Mais ce que j'aime surtout chez eux c'est leur thème, leurs beaux ballotins, tout le monde me dit qu'ils sont magnifiques, mais la praline en elle-même est bonne aussi, moi je n'ai rien à dire sur la praline Bruyette.

- Et vous n'avez jamais pensé à vendre une autre marque ?

- Non non pas du tout, je me sens bien avec Bruyette, avec leurs pralines et encore une fois je dis, le thème de leur emballage, c'est génial !

- C'est un plus pour vous alors ?

- Ah oui ça c'est un plus

- Et vous avez déjà eu des réactions des clients ?

- Oui, ben généralement les clients aiment Bruyette parce ils en achètent pour en offrir mais ce qui plaît le plus c'est l'emballage.

B. Questionnaire final

Questionnaire partie 1

Dans le cadre de mes études à l'UCL Mons (FUCaM), je réalise un travail sur les produits alimentaires et de loisirs. Afin de m'aider à récolter de plus amples informations, pourriez-vous répondre à ces deux questionnaires. Je tiens à préciser qu'il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses et je vous garantis le caractère anonyme de ce questionnaire.

Je vous remercie pour votre collaboration.

1) Pour cette question, considérez deux produits : les bandes dessinées et les pralines. Pour chaque produit, différentes propositions vous sont présentées et celles-ci s'étendent sur 7 points, allant d'un qualificatif positif à un qualificatif négatif.

Cochez, pour chaque proposition, la réponse qui vous convient.

➤ Pour moi, les bandes dessinées c'est :

Important	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Pas important
Intéressant	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Pas intéressant
Me concerne	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Ne me concerne pas
Passionnant	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Pas passionnant
A une grande signification	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	N'a aucune signification
Attirant	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Pas attirant
Fascinant	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Banal
A de la valeur	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	N'a aucune valeur
Impliquant	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Pas impliquant
Dont j'ai besoin	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Pas besoin

➤ **Pour moi, les pralines c'est :**

Important	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Pas important
Intéressant	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Pas intéressant
Me concerne	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Ne me concerne pas
Passionnant	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Pas passionnant
A une grande signification	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	N'a aucune signification
Attirant	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Pas attirant
Fascinant	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Banal
A de la valeur	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	N'a aucune valeur
Impliquant	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Pas impliquant
Dont j'ai besoin	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Pas besoin

Dans la suite de ce questionnaire, nous allons aborder uniquement le thème **des pralines**.

2)

a) Achetez-vous des pralines ?

☐ Oui

☐ Non

b) Si oui, à quelle fréquence en achetez-vous?

Très souvent	Souvent	Parfois	Rarement
☐	☐	☐	☐

3) Pourriez-vous inscrire, ci-dessous, les marques de pralines que vous connaissez :

-	-
-	-
-	-

Maintenant que vous avez rempli ce questionnaire, veuillez le remettre dans l'urne avant d'entamer la seconde partie du questionnaire.

Questionnaire partie 2

1) Quelles marques de pralines connaissez-vous ?

Parmi les marques de pralines présentées ci-dessous, pourriez-vous cocher la réponse qui vous convient

<u>Marques :</u>	Je connais très bien	Je connais bien	Je connais juste un peu	Je connais juste de nom	Je ne connais pas du tout
Léonidas					
Galler					
Neuhaus					
Godiva					
Corné (Port Royal ou Toison d'Or)					
Marcolini					
Bruyère					
Guylian					
Côte d'Or					

2) A quelles occasions achetez-vous des pralines et à quelles fréquences?

Pour chacune des occasions énoncées ci-dessous, veuillez cocher la réponse qui vous convient.

Occasions pour l'achat de pralines	Très souvent	Souvent	Parfois	Jamais
Pour vous-même, sans occasion particulière				
Pour remercier quelqu'un (d'un geste, d'être invité...)				
Pour les fêtes de Noël ou Nouvel An				
Pour un anniversaire				

	Très souvent	Souvent	Parfois	Jamais
Pour une promotion d'un collègue au travail				
Pour les occasions où vous devez offrir quelque chose mais que vous n'avez pas d'idée				
Quand vous devez offrir un cadeau mais que ne connaissez pas bien la personne				
Pour dire à quelqu'un que vous l'aimez				
Pour offrir mais sans occasions particulières				

3) Où achetez-vous vos pralines ?

Parmi chacune des possibilités, veuillez cocher la réponse qui vous convient.

	Très souvent	Souvent	Rarement	Jamais
Dans les boutiques spécialisées de la marque				
En boulangeries				
Chez un chocolatier				
En grandes surfaces				
En boutiques spécialisées en chocolat qui vend plusieurs marques de pralines				

4) Cette question a pour objectif de savoir, parmi les critères ci-dessous, ceux qui sont importants pour vous dans le **choix d'un magasin de praline**. Par magasin de pralines, on entend les boutiques spécialisées de la marque de pralines, les boulangeries, les chocolatiers, les grandes surfaces et les boutiques spécialisées en chocolat qui vendent plusieurs marques de pralines

Voici différents critères qui peuvent être utilisés dans le choix d'un magasin. Parmi ceux-ci, veuillez cocher la réponse qui vous convient.

<u>Propositions :</u>	Très important	Important	Ni important, ni pas important	Moyennement important	Pas important du tout
La qualité des pralines					
La possibilité de faire marcher les petits commerces					
La possibilité d'avoir de la variété					
Le prix					
Pouvoir demander qu'on compose le ballotin devant soi					
Le caractère convivial du magasin					
La proximité					
La possibilité d'avoir quelque chose de beau visuellement (emballage, présentation...)					
Le fait qu'on y vende uniquement des pralines					

Lorsque vous désirez acheter des pralines, combien de kilomètres, à partir de votre domicile, êtes-vous prêts à faire au maximum ?.....km

5) Cette question a pour but d'identifier vos perceptions par rapport aux différents endroits où on vend des pralines.

Pour chacune des affirmations suivantes, veuillez compléter la phrase en cochant le magasin qui vous convient.

Je sais qu'on vend des pralines en/chez :	Tout à fait d'accord	D'accord	Ni en accord, ni en désaccord	En désaccord	Tout à fait en désaccord
Boulangeries					
Boutiques spécialisées de la marque					
Grandes Surfaces					
Les chocolatiers					
Boutiques spécialisées en chocolat qui vendent plusieurs marques de pralines					

J'ai confiance dans les pralines de/chez :	Tout à fait d'accord	D'accord	Ni en accord, ni en désaccord	En désaccord	Tout à fait en désaccord
Boulangeries					
Boutiques spécialisées de la marque					
Grandes Surfaces					
Les chocolatiers					
Boutiques spécialisées en chocolat qui vendent plusieurs marques de pralines					

La qualité des pralines de(s)/chez est bonne	Tout à fait d'accord	D'accord	Ni en accord, ni en désaccord	En désaccord	Tout à fait en désaccord
Boulangeries					
Boutiques spécialisées de la marque					
Grandes Surfaces					
Les chocolatiers					
Boutiques spécialisées en chocolat qui vendent plusieurs marques de pralines					

Je pense que les pralines vendues en/chez..... ont bon goût	Tout à fait d'accord	D'accord	Ni en accord, ni en désaccord	En désaccord	Tout à fait en désaccord
Boulangeries					
Boutiques spécialisées de la marque					
Grandes Surfaces					
Les chocolatiers					
Boutiques spécialisées en chocolat qui vendent plusieurs marques de pralines					

Je pense que les sont des magasins appropriés pour vendre des pralines	Tout à fait d'accord	D'accord	Ni en accord, ni en désaccord	En désaccord	Tout à fait en désaccord
Boulangeries					
Boutiques spécialisées de la marque					
Grandes Surfaces					
Les chocolatiers					
Boutiques spécialisées en chocolat qui vendent plusieurs marques de pralines					

Je sais que la marque de pralines que j'achète est vendue en	Tout à fait d'accord	D'accord	Ni en accord, ni en désaccord	En désaccord	Tout à fait en désaccord
Boulangeries					
Boutiques spécialisées de la marque					
Grandes Surfaces					
Les chocolatiers					
Boutiques spécialisées en chocolat qui vend plusieurs marques de pralines					

6) Cette question a pour objectif de découvrir votre avis à propos du ballotin de pralines.

On parle ici du ballotin de praline, comme contenant.

Veillez cocher votre degré d'accord ou de désaccord avec les affirmations suivantes.

<u>Pour moi, le ballotin c'est :</u>	Tout à fait d'accord	D'accord	Ni en accord, ni en désaccord	En désaccord	Tout à fait en désaccord
Une valeur sûre					
Luxueux					
Inspire la gourmandise					
Classique					
Approprié pour les pralines					
Bien, sauf s'il est déjà pré-composé					
Unique, cet emballage n'existe que pour les pralines					

7) Quelles marques de pralines achetez-vous ?

Veillez cocher le nom de la marque que vous achetez (vous pouvez cocher plusieurs marques).

<u>Marques :</u>	Très souvent	Souvent	Rarement	Jamais
Godiva				
Neuhaus				
Bruyère				
Marcolini				
Corné (Toison d'Or, Port Royal)				
Léonidas				
Galler				
Côte d'Or				
Guylian				

8) Nous allons maintenant nous concentrer sur une marque de praline en particulier :

Bruyerre. Si vous ne connaissez pas du tout cette marque, passez à la question suivante.

Veillez cocher votre degré d'accord ou de désaccord avec les affirmations suivantes.

Pour moi, Bruyerre c'est :	Tout à fait d'accord	D'accord	Ni en accord, ni en désaccord	En désaccord	Tout à fait en désaccord
Des pralines de qualité					
Des pralines chères					
Des pralines artisanales					
Du chocolat belge					
Une marque très connue					
Une marque pas vendue en Belgique					

9)

Sexe : ☐ F ☐ M

Etat civil : ☐ Marié ☐ Célibataire ☐ En couple

Avez-vous des enfants ? ☐ Oui ☐ Non

Si oui, combien en avez-vous ?..... **Quel âge ont-ils ?**.....

Profession :

Age :

Localité :

**Donnez une fourchette de prix pour un ballotin de pralines de 375 grammes : et
..... euros.**

**Merci pour votre collaboration. Veuillez remettre cette deuxième
partie du questionnaire dans l'urne.**

C. Résultats de l'enquête finale

Annexe I: les groupes d'implication

▪ Annexe I.1 : constitution des groupes d'implication

Notre échelle d'implication est constituée de 10 items qui s'étendent sur 7 points allant d'un qualificatif positif à un négatif. Par conséquent, le score pour chaque répondant se trouve dans une fourchette entre 10 et 70.

Résultats de notre échantillon :

Moyenne obtenue	36,64
Ecart-type	8,31

Précisons que nous avons dû diviser par deux notre écart-type de base (16,62) pour pouvoir constituer nos groupes.

Ainsi nos groupes d'implication ont été créés de la manière suivante :

- Fortement impliqués : les personnes ayant obtenu un score supérieur à 45
- Faiblement impliqués : les personnes ayant obtenu un score inférieur à 38
- Moyennement impliqués : les personnes ayant un score entre 38 et 45.

▪ Annexe I.2 : caractéristiques des groupes d'implication

	Personnes fortement impliquées (27 répondants)	Personnes faiblement impliquées (36 répondants)
Sexe	6 hommes – 21 femmes	4 hommes – 32 femmes
Age	3 de moins de 35 ans – 24 de plus de 35 ans	2 de moins de 35 ans – 34 de plus de 35 ans
Profession	18 sont professionnellement actif - 7 sont retraités- 2 sans emploi	32 sont professionnellement actifs - 2 retraités - 1 sans emploi – 1 étudiante
Constitution familiale	22 ont des enfants – 5 n'ont pas d'enfant	32 ont des enfants – 6 n'ont pas d'enfants
Etat civil	16 sont mariés – 8 sont célibataires – 3 sont en couple	7 sont mariés – 8 sont en couple - 21 sont célibataires

Annexe II : test de comparaison à un standard

Grâce au test de comparaison à un standard, nous allons pouvoir affirmer ou non si les pourcentages que nous obtenons sont effectivement supérieurs à la moyenne.

Sachant que notre échantillon est composé de 90 individus ($n=90$) et que nous acceptons un taux d'erreur de 5% ($\alpha = 0,05$)

Nous allons fixer a priori un $p_0 = 0,5$ afin de savoir jusqu'à quel pourcentage nous pouvons parler de majorité.

Nous allons poser 2 hypothèses :

$$\left| \begin{array}{l} H_0 : p = 0,5 \\ H_1 : p > 0,5 \end{array} \right.$$

Si nous supposons que H_0 est vraie, la moyenne est $p = p_0$ et l'écart-type correspond à

$\sigma_0 = \sqrt{\frac{p_0(1-p_0)}{n}}$ avec $\alpha = 0,05$. Dans la table de la loi normale centrée réduite, nous lisons que la valeur t_α , telle que $\text{Prob}[T > t_\alpha] = \alpha$, est $t_{0,05} = 1,645$

Par conséquent :

$$b = p_0 + t_\alpha \sqrt{\frac{p_0(1-p_0)}{n}}$$

Donc, dans notre cas, nous avons :

$$b = 0,5 + 1,645 \sqrt{\frac{0,5(1-0,5)}{90}} = 0,5823$$

Ainsi, nous rejetterons l'hypothèse H_0 lorsque le pourcentage que nous obtiendrons sera supérieur à la majorité statistique de 58%.

Annexe III - Hypothèse 1 : fréquence d'achat des pralines

▪ Annexe III.1

Oui	Non	Total
84	6	90
93,33%	6,67%	100%

▪ Annexe III.2 : tableau de fréquence

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Très souvent	8	9,52%	9,52%
Souvent	24	28,57%	38,10%
Parfois	43	51,19%	89,29%
Rarement	9	10,71%	100%
TOTAL	84	100,00%	

▪ Annexe III.3 : comparaison personnes fortement impliquées et faiblement impliquées

	Effectifs : fortement impliqués	Pourcentage	Effectifs : faiblement impliqués	Pourcentage
Très souvent	3	11,11%	2	5,71%
Souvent	11	40,74%	9	25,71%
Parfois	13	48,15%	17	48,57%
Rarement	0	0,00%	7	20,00%
TOTAL	27	100,00%	35	

Annexe IV - hypothèse 2 : évaluation de la notoriété spontanée et assistée

▪ Annexe IV.1 : la notoriété spontanée

Marques citées	Effectifs	Nombre de personnes ayant cité la marque
Leonidas	56	66,67%
Neuhaus	37	44,05%
Bruyère	31	36,90%
Godiva	22	26,19%
Galler	16	19,05%
Corné (Toison d'Or ou Port Royal)	15	17,86%
Côte d'Or	11	13,10%
Marcolini	7	8,33%
Guylian	7	8,33%
Ferrero	4	4,76%
Lindt	3	3,57%
Mon chéri	5	5,95%
Jeff de Brugge	2	2,38%
Darci	2	2,38%
Suchard	2	2,38%
Toblerone	1	1,19%
Oxfam	1	1,19%
Wittamer	1	1,19%
Tony	1	1,19%
IRSI	2	2,38%
Maison des desserts	1	1,19%
Chocolaterie Fronville	1	1,19%
Marques du boulanger	2	2,38%
Mary	1	1,19%

▪ Annexe IV.2 : nombre de marques citées par groupes d'implication

Nombre de marques citées par répondant	Fortement impliqués	Faiblement impliqués
Aucune marque	0	6
1 marque	3	5
2 marques	6	7
3 marques	7	7
4 marques	3	3
5 marques	3	2
6 marques	4	0
7 marques	0	0
8 marques	0	0
9 marques	1	0

▪ Annexe IV.3 : notoriété assistée

a) Leonidas

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Je connais très bien	51	60,71%	60,71%
Je connais bien	22	26,19%	86,90%
Je connais juste un peu	5	5,95%	92,86%
Je connais juste de nom	6	7,14%	100,00%
Je ne connais pas du tout	0	0,00%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

b) Neuhaus

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Je connais très bien	22	26,19%	26,19%
Je connais bien	16	19,05%	45,24%
Je connais juste un peu	19	22,62%	67,86%
Je connais juste de nom	11	13,10%	80,95%
Je ne connais pas du tout	16	19,05%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

c) Galler

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Je connais très bien	22	26,19%	26,19%
Je connais bien	19	22,62%	48,81%
Je connais juste un peu	17	20,24%	69,05%
Je connais juste de nom	11	13,10%	82,14%
Je ne connais pas du tout	15	17,86%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

d) Corné (Toison d'Or ou Port Royal)

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Je connais très bien	10	11,90%	11,90%
Je connais bien	11	13,10%	25,00%
Je connais juste un peu	17	20,24%	45,24%
Je connais juste de nom	19	22,62%	67,86%
Je ne connais pas du tout	27	32,14%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

e) Côte d'Or

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Je connais très bien	33	39,29%	39,29%
Je connais bien	12	14,29%	53,57%
Je connais juste un peu	16	19,05%	72,62%
Je connais juste de nom	16	19,05%	91,67%
Je ne connais pas du tout	7	8,33%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

f) Guylian

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Je connais très bien	25	29,76%	29,76%
Je connais bien	10	11,90%	41,67%
Je connais juste un peu	15	17,86%	59,52%
Je connais juste de nom	17	20,24%	79,76%
Je ne connais pas du tout	17	20,24%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

g) Marcolini

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Je connais très bien	10	11,90%	11,90%
Je connais bien	7	8,33%	20,24%
Je connais juste un peu	13	15,48%	35,71%
Je connais juste de nom	19	22,62%	58,33%
Je ne connais pas du tout	35	41,67%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

h) Godiva

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Je connais très bien	19	22,62%	22,62%
Je connais bien	14	16,67%	39,29%
Je connais juste un peu	19	22,62%	61,90%
Je connais juste de nom	22	26,19%	88,10%
Je ne connais pas du tout	10	11,90%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

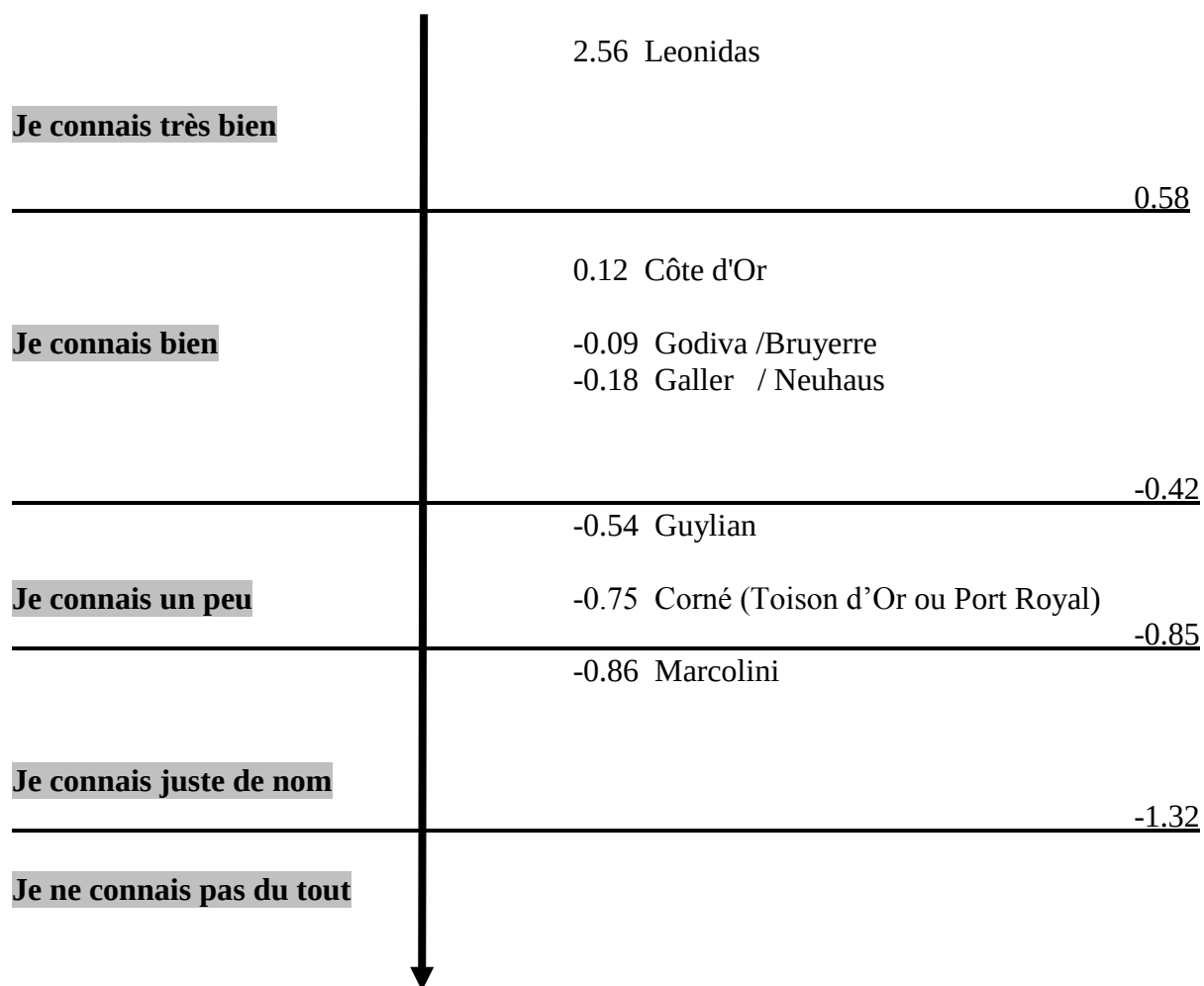
i) Bruyère

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Je connais très bien	24	28,57%	28,57%
Je connais bien	12	14,29%	42,86%
Je connais juste un peu	12	14,29%	57,14%
Je connais juste de nom	19	22,62%	79,76%
Je ne connais pas du tout	17	20,24%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

- Annexe IV.4 : comparaison des groupes fortement impliqués – faiblement impliqués pour la notoriété assistée

Annexe IV.4, a : échelle Catégo – Personnes fortement impliquées

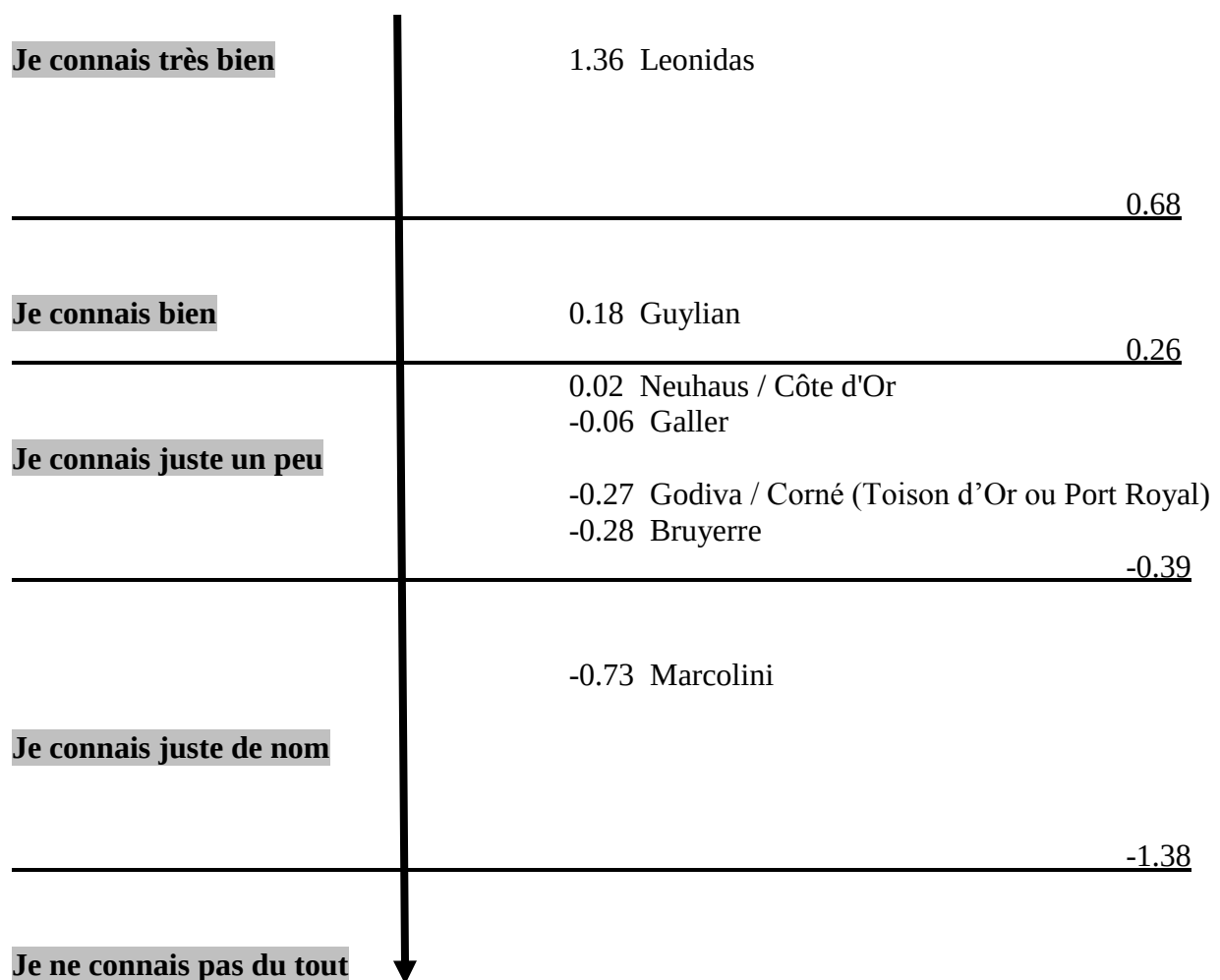
Stimulus	Fréquences des catégories
Leonidas	0 0 0 19 8
Galler	4 3 5 7 8
Neuhaus	4 3 5 7 8
Godiva	3 5 4 4 11
Corné (Toison d'Or ou Port Royal)	10 0 8 6 3
Marcolini	8 7 6 2 4
Bruyerre	3 7 2 2 13
Guylian	6 5 5 6 5
Côte d'Or	2 4 3 6 12



Test = 0.071

Annexe IV. 4,b : échelle Catégo – Personnes faiblement impliquées

Stimulus	Fréquences des catégories
Leonidas	4 4 10 18
Galler	5 6 9 9 7
Neuhaus	6 3 11 6 10
Godiva	5 10 12 2 7
Corné (Toison d'Or ou Port Royal)	7 8 10 4 7
Marcolini	14 8 7 3 4
Bruyerre	7 9 8 5 7
Guylian	3 9 7 2 15
Côte d'Or	2 10 10 5 9



Test = 0.048

Annexe IV.4, c : régression linéaire

RAPPORT DÉTAILLÉ								
Statistiques de la régression								
Coefficient de détermination multiple	0,91557708							
Coefficient de détermination R^2	0,83828138							
Coefficient de détermination R^2	0,81517872							
Erreur-type	0,43638061							
Observations	9							
ANALYSE DE VARIANCE								
	Degré de liberté	Somme des carrés	Moyenne des carrés	F	Valeur critique de F			
Régression	1	6,90969264	6,90969264	36,2850597	0,00052961			
Résidus	7	1,33299625	0,19042804					
Total	8	8,24268889						
					Limite inférieure pour seuil de confiance = 95%	Limite supérieure pour seuil de confiance = 95%	Limite inférieure pour seuil de confiance = 95,0%	Limite supérieure pour seuil de confiance = 95,0%
	Coefficients	Erreur-type	Statistique t	Probabilité				
Constante	0,00427812	0,14546295	0,02941036	0,97735825	-0,33968711	0,34824335	-0,33968711	0,34824335
Faiblement	1,61676881	0,26840092	6,02370813	0,00052961	0,98210148	2,25143613	0,98210148	2,25143613

Annexe V - Hypothèse 3 : marques de pralines achetées

▪ Annexe V.1 : tableaux de fréquences

a) Leonidas

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Très souvent	28	33,33%	33,33%
Souvent	28	33,33%	66,67%
Rarement	21	25,00%	91,67%
Jamais	7	8,33%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

b) Côte d'Or

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Très souvent	9	10,71%	10,71%
Souvent	22	26,19%	36,90%
Rarement	35	41,67%	78,57%
Jamais	18	21,43%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

c) Neuhaus

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Très souvent	16	19,05%	19,05%
Souvent	13	15,48%	34,52%
Rarement	27	32,14%	66,67%
Jamais	28	33,33%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

d) Bruyère

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Très souvent	9	10,71%	10,71%
Souvent	20	23,81%	34,52%
Rarement	20	23,81%	58,33%
Jamais	35	41,67%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

e) Marcolini

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Très souvent	6	7,14%	7,14%
Souvent	6	7,14%	14,29%
Rarement	27	32,14%	46,43%
Jamais	45	53,57%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

f) Galler

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Très souvent	7	8,33%	8,33%
Souvent	18	21,43%	29,76%
Rarement	27	32,14%	61,90%
Jamais	32	38,10%	100,00%
TOTAL		0,00%	

g) Guylian

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Très souvent	17	20,24%	20,24%
Souvent	12	14,29%	34,52%
Rarement	19	22,62%	57,14%
Jamais	36	42,86%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

h) Godiva

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Très souvent	11	13,10%	13,10%
Souvent	11	13,10%	26,19%
Rarement	25	29,76%	55,95%
Jamais	37	44,05%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

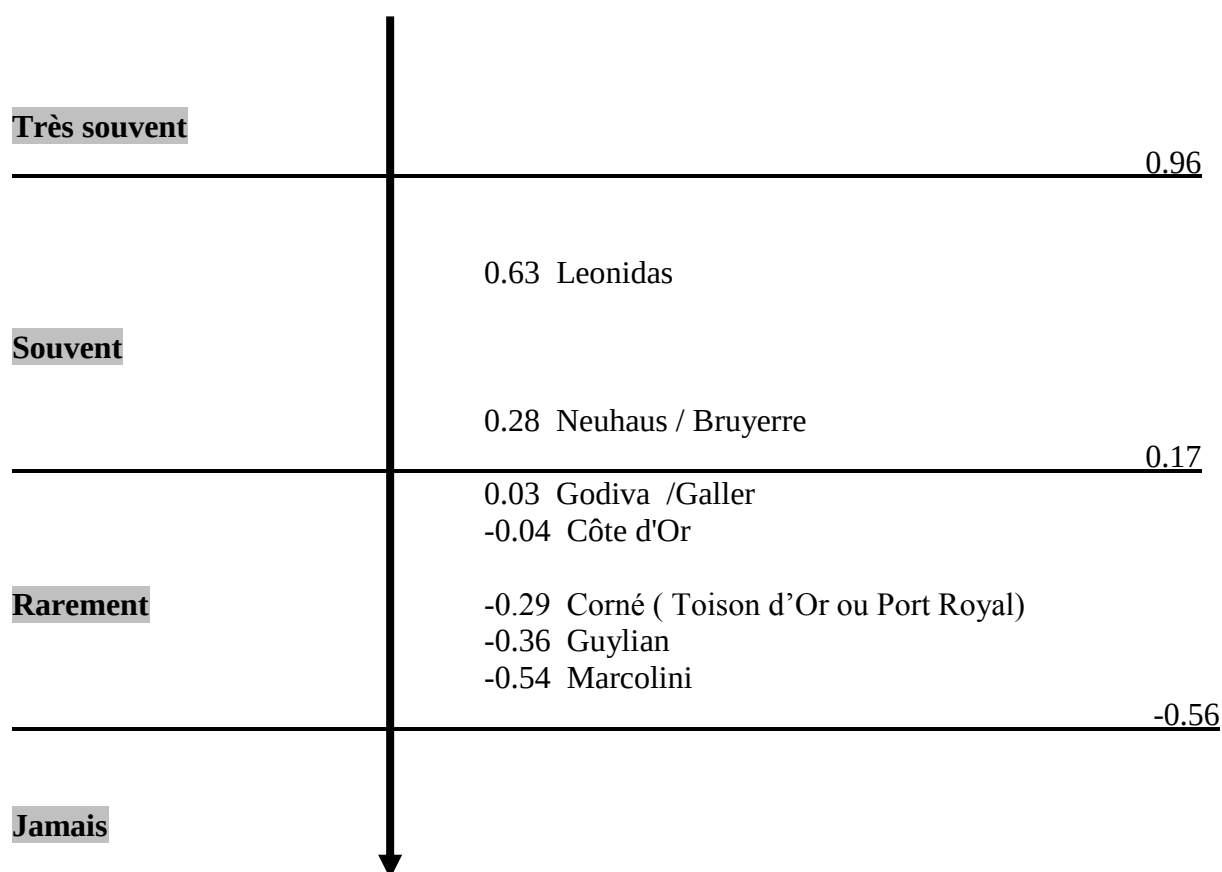
i) Corné (Toison d'Or ou Port Royal)

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Très souvent	6	7,14%	7,14%
Souvent	11	13,10%	20,24%
Rarement	21	25,00%	45,24%
Jamais	46	54,76%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

- Annexe V.2 : comparaison des groupes fortement impliqués – faiblement impliqués pour les marques de pralines achetées

Annexe V.2, a : échelle Catégo – Personnes fortement impliquées

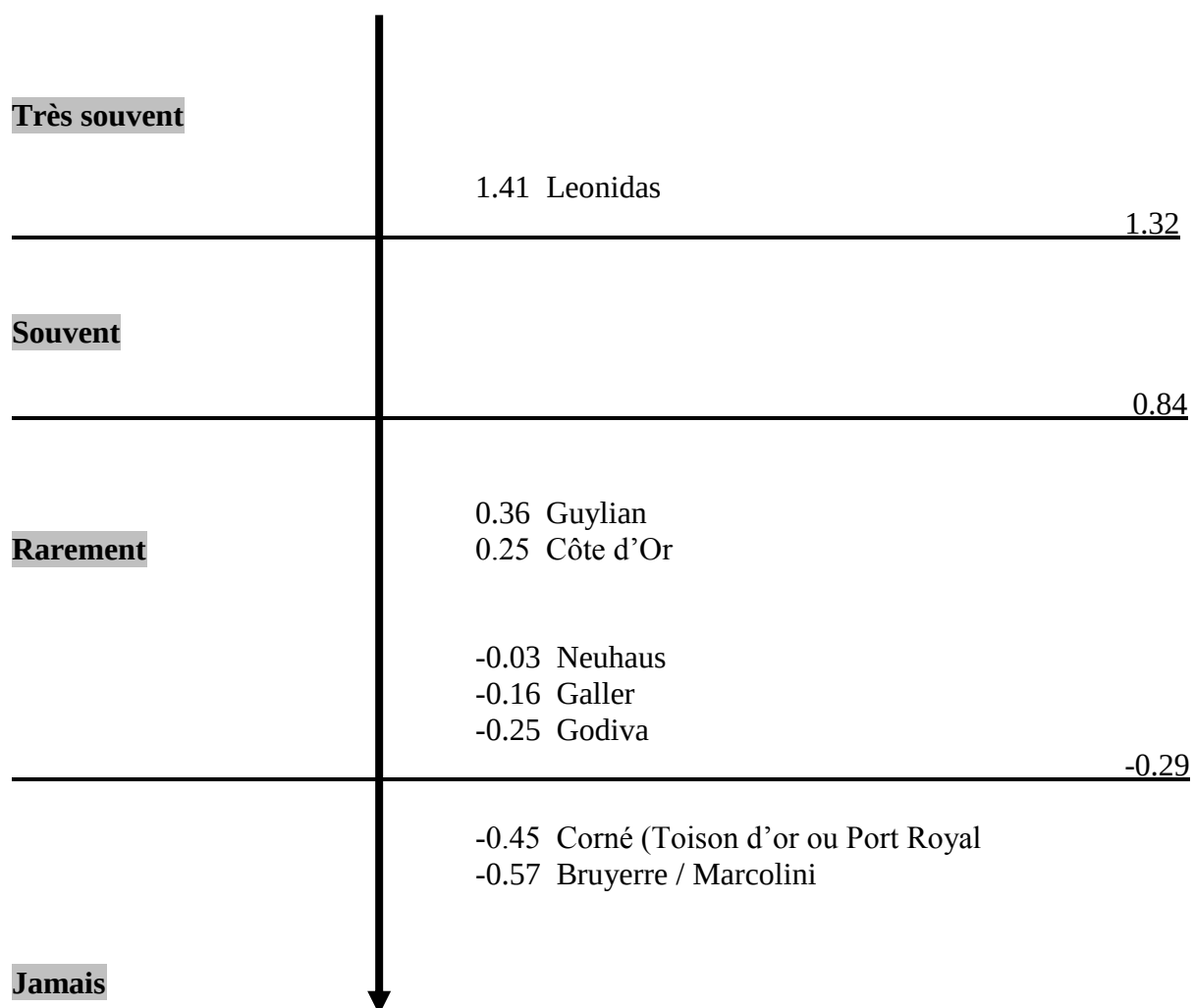
Stimulus	Fréquences des catégories
Godiva	8 8 5 6
Neuhaus	6 7 6 8
Bruyere	5 6 11 5
Marcolini	17 3 4 3
Corné (Toison d'Or ou Port Royal)	14 3 6 4
Leonidas	3 5 10 9
Galler	5 12 6 4
Côte d'Or	6 10 8 3
Guylian	10 9 6 2



Test = 0.045

Annexe V.2, b : échelle Catégo - Personnes faiblement impliquées

Stimulus	Fréquences des catégories
Godiva	20 11 2 3
Neuhaus	13 18 1 4
Bruyere	24 8 3 1
Marcolini	15 20 0 1
Corné (Toison d'or ou Port Royal)	19 13 3 1
Leonidas	1 9 10 16
Galler	19 8 7 2
Côte d'Or	7 19 7 3
Guylian	18 5 1 12



Test = 0.056

Annexe V.2, c : régression linéaire

RAPPORT DÉTAILLÉ								
Statistiques de la régression								
Coefficient de détermination multiple	0,55283281							
Coefficient de détermination R^2	0,30562412							
Coefficient de détermination R^2	0,20642756							
Erreur-type	0,32462596							
Observations	9							
ANALYSE DE VARIANCE								
	Degré de liberté	Somme des carrés	Moyenne des carrés	F	Valeur critique de F			
Régression	1	0,32468148	0,32468148	3,0809953	0,12264506			
Résidus	7	0,73767408	0,10538201					
Total	8	1,06235556						
	Coefficients	Erreur-type	Statistique t	Probabilité	Limite inférieure pour seuil de confiance = 95%	Limite supérieure pour seuil de confiance = 95%	Limite inférieure pour seuil de confiance = 95,0%	Limite supérieure pour seuil de confiance = 95,0%
Constante	0,00258057	0,10820884	0,02384806	0,98163939	-0,25329269	0,25845383	-0,25329269	0,25845383
Faiblement	0,32251347	0,18373942	1,75527642	0,12264506	-0,11196122	0,75698816	-0,11196122	0,75698816

Annexe VI - Hypothèse 5 : critères pour le choix d'un magasin

▪ Annexe VI.1 : tableau de fréquence

a) La qualité

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Très important	59	70,24%	70,24%
Important	18	21,43%	91,67%
Ni pas important, ni important	5	5,95%	97,62%
Moyennement important	2	2,38%	100%
Pas du tout important	0	0%	100%
TOTAL	84	100%	

b) La possibilité de faire fonctionner les petits commerces

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Très important	25	29,76%	29,76%
Important	24	28,57%	58,33%
Ni pas important, ni important	15	17,86%	76,19%
Moyennement important	8	9,52%	85,71%
Pas du tout important	12	14,29%	100%
TOTAL	84	100%	

c) La variété

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Très important	32	38,10%	38,10%
Important	31	36,90%	75,00%
Ni pas important, ni important	12	14,29%	89,29%
Moyennement important	6	7,14%	96,43%
Pas du tout important	3	3,57%	100%
TOTAL	84	100%	

d) Le prix

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Très important	33	39,29%	39,29%
Important	30	35,71%	75%
Ni pas important, ni important	10	11,90%	86,9%
Moyennement important	7	8,33%	95,24%
Pas du tout important	4	4,76%	100%
TOTAL	84	100%	

e) La possibilité que l'on compose le ballotin devant soi

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Très important	35	41,67%	41,67%
Important	28	33,33%	75,00%
Ni pas important, ni important	7	8,33%	83,33%
Moyennement important	8	9,52%	92,86%
Pas du tout important	6	7,14%	100%
TOTAL	84	100%	

f) La convivialité

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Très important	30	35,71%	35,71%
Important	27	32,14%	67,86%
Ni pas important, ni important	15	17,86%	85,71%
Moyennement important	7	8,33%	94,05%
Pas du tout important	5	5,95%	100%
TOTAL	84	100%	

g) Le fait d'avoir quelque chose de beau

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Très important	33	39,29%	39,29%
Important	27	32,14%	71,43%
Ni pas important, ni important	12	14,29%	85,71%
Moyennement important	8	9,52%	95,24%
Pas du tout important	4	4,76%	100%
TOTAL	84	100%	

h) La proximité

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Très important	19	22,62%	22,62%
Important	38	45,24%	67,86%
Ni pas important, ni important	16	19,05%	86,90%
Moyennement important	5	5,95%	92,86%
Pas du tout important	6	7,14%	100%
TOTAL	84	100%	

i) Le fait qu'on y vende juste des pralines

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Très important	15	17,86%	17,86%
Important	16	19,05%	36,90%
Ni pas important, ni important	21	25,00%	61,90%
Moyennement important	15	17,86%	79,76%
Pas du tout important	17	20,24%	100%
TOTAL	84	100%	

- Annexe VI. 2 : Comparaison des groupes fortement impliqués – faiblement impliqués pour les critères de choix pour un magasin

Annexe VI.2, a : échelle Catégo - Personnes fortement impliquées

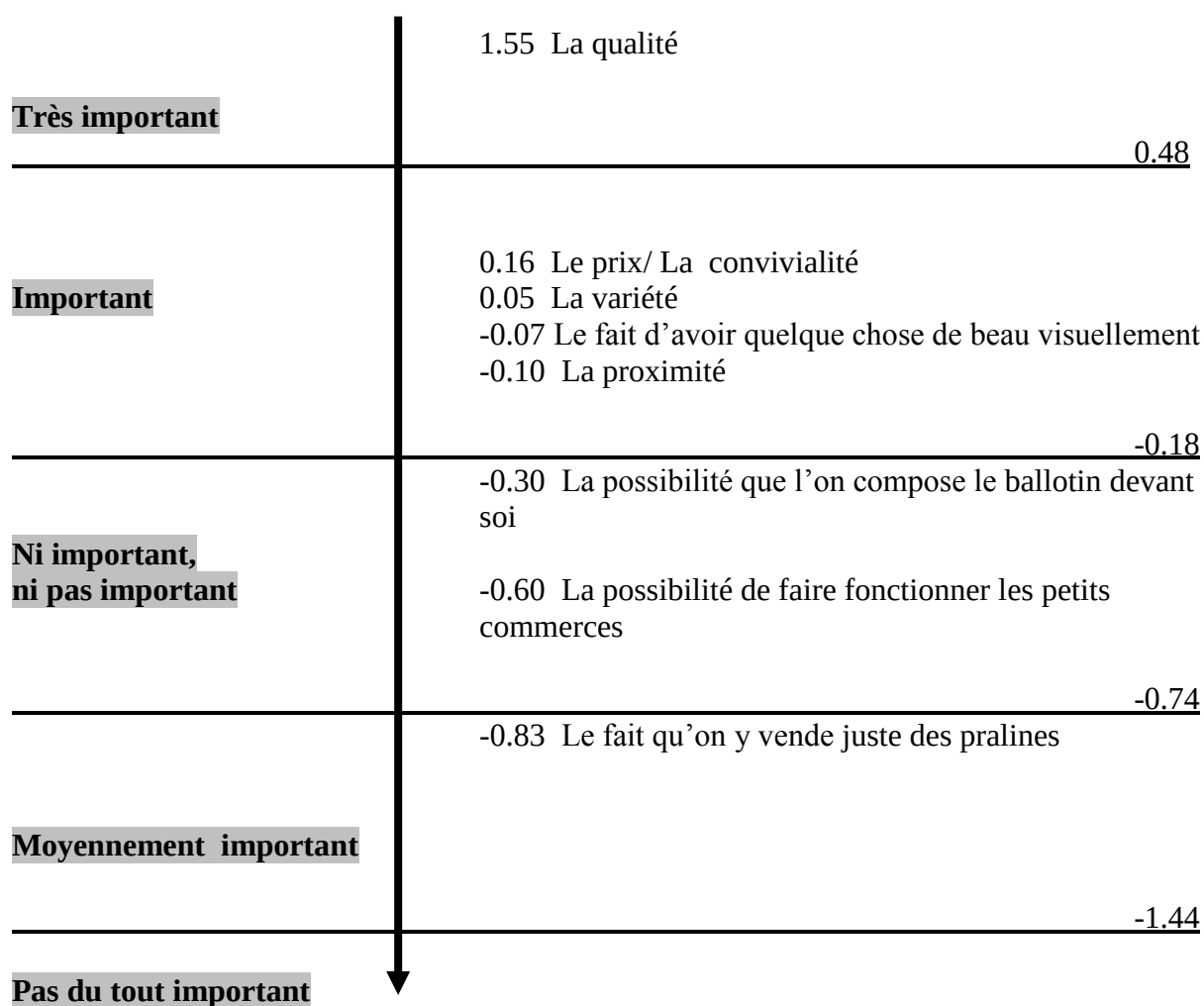
Stimulus	Fréquences des catégories
La qualité	0 1 0 4 22
La possibilité de faire fonctionner les petits commerces	2 1 5 11 8
La variété	0 1 4 7 15
Le prix	0 3 2 10 12
La possibilité que l'on compose le ballotin devant soi	0 0 0 12 15
La convivialité	1 4 5 5 12
La proximité	1 2 2 15 7
Le fait d'avoir quelque chose de beau visuellement	0 1 2 12 12
Le fait qu'on y vende juste des pralines	3 4 8 5 7

Très important	1.79 La possibilité que l'on compose le ballotin devant soi	
	0.74 La qualité	
	0.33 La variété / La possibilité d'avoir quelque chose de beau visuellement	
		<u>0.12</u>
Important	0.12 Le prix	
	-0.63 La proximité	
	-0.78 La possibilité de faire fonctionner les petits commerces / La convivialité	
	-1.17 Le fait qu'on y vende juste des pralines	<u>-1.19</u>
Ni important, ni pas important		<u>-1.65</u>
Moyennement important		<u>-3.06</u>

Test = 0.064

Annexe VI.2, b : échelle Catégo - Personnes faiblement impliquées

Stimulus	Fréquences des catégories
La qualité	0 1 2 8 25
La possibilité de faire fonctionner les petits commerces	8 4 16 0 8
La variété	3 4 4 16 9
Le prix	3 3 5 12 13
La possibilité que l'on compose de ballotin devant soi	5 8 6 8 9
La convivialité	4 3 5 7 17
La proximité	5 2 7 14 8
La possibilité d'avoir quelque chose de beau visuellement	4 6 7 5 14
Le fait qu'on y vende juste des pralines	11 9 6 6 4



Test = 0.047

Annexe VI.2, c: régression linéaire

RAPPORT DÉTAILLÉ									
<i>Statistiques de la régression</i>									
Coefficient de détermination multiple	0,39882541								
Coefficient de détermination R^2	0,15906171								
Coefficient de détermination R^2	0,03892766								
Erreur-type	0,91481169								
Observations	9								
ANALYSE DE VARIANCE									
	<i>Degré de liberté</i>	<i>Somme des carrés</i>	<i>Moyenne des carrés</i>	<i>F</i>	<i>Valeur critique de F</i>				
Régression	1	1,10805919	1,10805919	1,32403525	0,28765471				
Résidus	7	5,85816303	0,83688043						
Total	8	6,96622222							
	<i>Coefficients</i>	<i>Erreur-type</i>	<i>Statistique t</i>	<i>Probabilité</i>	<i>Limite inférieure pour seuil de confiance = 95%</i>	<i>Limite supérieure pour seuil de confiance = 95%</i>	<i>Limite inférieure pour seuil de confiance = 95,0%</i>	<i>Limite supérieure pour seuil de confiance = 95,0%</i>	
Constante	0,00678673	0,30493911	-0,022256	0,98286488	0,72785314	0,71427968	0,72785314	0,71427968	
Faiblement	0,55402652	0,4814828	1,15066731	0,28765471	0,58449939	1,69255243	0,58449939	1,69255243	

- Annexe VI.3 : nombre de kilomètres maximum que les répondants sont prêts à parcourir pour acheter des pralines

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Moins de 5 kilomètres	23	27,38%	27,38%
Entre 5 et 10 kilomètres	41	48,81%	76,19%
Entre 11 et 15 kilomètres	4	4,76%	80,95%
Entre 16 et 20 kilomètres	5	5,95%	86,90%
Plus de 20 kilomètres	11	13,10%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

- Annexe VI.4 : fourchette de prix que les répondants sont prêts à payer pour un ballotin de 375 grammes

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Moins de 5 euros	1	1,19%	1,19%
Entre 5 et 10 euros	15	17,86%	19,05%
Entre 5 et 15 euros	22	26,19%	45,24%
Entre 5 et 20 euros	2	2,38%	47,62%
Entre 5 et 25 euros	1	1,19%	48,81%
Entre 10 et 15 euros	12	14,29%	63,10%
Entre 10 et 20 euros	26	30,95%	94,05%
Entre 20 et 25 euros	1	1,19%	95,24%
Entre 25 et 35 euros	1	1,19%	96,43%
Entre 30 et 60 euros	1	1,19%	97,62%
Entre 20 et 50 euros	2	2,38%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

Annexe VII - Hypothèse 6 : magasins où les répondants achètent leurs pralines et perceptions de ces magasins

Annexe VII.1 : dans quels magasins achetez-vous vos pralines ?

▪ Annexe VII.1, a : tableau de fréquence

a) Boutiques spécialisées de la marque de pralines

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Très souvent	29	34,52%	34,52%
Souvent	31	36,90%	71,43%
Rarement	13	15,48%	86,90%
Jamais	11	13,10%	100,00%
Total	84	100,00%	

b) Chocolatiers

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Très souvent	17	20,24%	20,24%
Souvent	17	20,24%	40,48%
Rarement	30	35,71%	76,19%
Jamais	20	23,81%	100,00%
Total	84	100,00%	

c) Boulangeries

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Très souvent	15	17,86%	17,86%
Souvent	21	25,00%	42,86%
Rarement	26	30,95%	73,81%
Jamais	22	26,19%	100,00%
Total	84	100,00%	

d) Boutiques spécialisées qui vendent plusieurs marques

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Très souvent	9	10,71%	10,71%
Souvent	19	22,62%	33,33%
Rarement	24	28,57%	61,90%
Jamais	32	38,10%	100,00%
Total	84	100,00%	

e) *Grandes surfaces*

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Très souvent	10	11,90%	11,90%
Souvent	14	16,67%	28,57%
Rarement	22	26,19%	54,76%
Jamais	38	45,24%	100,00%
Total	84	100,00%	

▪ Annexe VII.1,b : test de comparaison de moyennes

Calcul de moyenne et écart-type du stimulus a)

	Boutiques spécialisées de la marque
N	84
Moyenne	2,9286
Ecart-type	1,0310

Calcul de moyenne et écart-type du stimulus b)

	Chocolatiers
N	84
Moyenne	2,3690
Ecart-type	1,1272

Calcul de moyenne et écart-type du stimulus c)

	Boulangeries
N	84
Moyenne	2,3452
Ecart-type	1,1203

Calcul de moyenne et écart-type du stimulus d)

	Grandes surfaces
N	84
Moyenne	1,9523
Ecart-type	1,1061

Calcul de moyenne et écart-type du stimulus e).

	Boutiques qui vendent plusieurs marques
N	84
Moyenne	2,0595
Ecart-type	1,0446

▪ Annexe VII.1,c : test relatif à une moyenne

Afin de tester si les moyennes que nous avons obtenues sont statistiquement différentes, nous avons réalisés un test relatif à une moyenne. Comme notre objectif est de savoir si les moyennes que nous avons pour les différents lieux d'achat sont différentes nous allons effectuer des tests de comparaison. De plus, pour chacun de ces tests nous avons fixé un taux d'erreur de 5%, autrement dit $\alpha=0,05$.

➤ En boutiques spécialisées de la marque

Nous pouvons formuler nos hypothèses comme suit :

$$\begin{cases} H_0 = 2,9286 \\ H_1 \neq 2,9286 \end{cases}$$

Si nous supposons que H_0 est vrai, nous avons

$$T = \frac{\bar{X} - \mu_0}{S' / \sqrt{n}}$$

Sachant que $S'^2 = \frac{n}{n-1} * S^2$ et que $S^2 = 1,0310 \Rightarrow S'^2 = \frac{84}{83} * 1,0310 = 1,0434$

Dans notre cas, cela revient à $T = \frac{\bar{X} - 2,9286}{\sqrt{1,0434} / \sqrt{84}} = \frac{\bar{X} - 2,9286}{0,1115}$

Comme la région d'acceptation est de la forme $b_i < \bar{x} < b_s$, si nous retenons un risque d'erreur de 5%, la valeur t_α de la variable normale centrée réduite est de 1,96. En effet pour $\text{Prob}[T > t^{\alpha/2}] = \frac{\alpha}{2}$, la valeur lue est $t_{0,025} = 1,96$

Donc,

$$b_i = \mu_0 - t^{\alpha/2} * \left(S' / \sqrt{n} \right), \text{ dans notre cas } b_i = 2,9286 - 1,96 * (0,1115) = 2,71$$

$$b_s = \mu_0 + t^{\alpha/2} * \left(S' / \sqrt{n} \right), \text{ dans notre cas } b_s = 2,9286 + 1,96 * (0,1115) = 3,1471$$

➤ Chez les chocolatiers

Nous pouvons formuler nos hypothèses comme suit :

$$\begin{cases} H_0 = 2,3690 \\ H_1 \neq 2,3690 \end{cases}$$

Si nous supposons que H_0 est vrai, nous avons

$$T = \frac{\bar{X} - \mu_0}{S' / \sqrt{n}}$$

Sachant que $S'^2 = \frac{n}{n-1} * S^2$ et que $S^2 = 1,1272 \Rightarrow S'^2 = \frac{84}{83} * 1,1272 = 1,1408$

Dans notre cas, cela revient à $T = \frac{\bar{X} - 2,3690}{\sqrt{1,1408} / \sqrt{84}} = \frac{\bar{X} - 2,3690}{0,1165}$

Comme la région d'acceptation est de la forme $b_i < \bar{x} < b_s$, si nous retenons un risque d'erreur de 5%, la valeur t_{α} de la variable normale centrée réduite est de 1,96. En effet pour $\text{Prob}[T > t^{\alpha/2}] = \frac{\alpha}{2}$, la valeur lue est $t_{0,025} = 1,96$

Donc,

$$b_i = \mu_0 - t^{\alpha/2} * \left(S' / \sqrt{n} \right), \text{ dans notre cas } b_i = 2,3690 - 1,96 * (0,1165) = 2,1406$$

$$b_s = \mu_0 + t^{\alpha/2} * \left(S' / \sqrt{n} \right), \text{ dans notre cas } b_s = 2,3690 + 1,96 * (0,1165) = 2,5973$$

➤ En boulangeries

Nous pouvons formuler nos hypothèses comme suit :

$$\begin{cases} H_0 = 2,3452 \\ H_1 \neq 2,3452 \end{cases}$$

Si nous supposons que H_0 est vrai, nous avons

$$T = \frac{\bar{X} - \mu_0}{S' / \sqrt{n}}$$

Sachant que $S'^2 = \frac{n}{n-1} * S^2$ et que $S^2 = 1,1203 \Rightarrow S'^2 = \frac{84}{83} * 1,1203 = 1,1338$

Dans notre cas, cela revient à $T = \frac{\bar{X} - 2,3452}{\sqrt{1,1338} / \sqrt{84}} = \frac{\bar{X} - 2,3452}{0,1162}$

Comme la région d'acceptation est de la forme $b_i < \bar{x} < b_s$, si nous retenons un risque d'erreur de 5%, la valeur t_α de la variable normale centrée réduite est de 1,96. En effet pour $\text{Prob}[T > t^{\alpha/2}] = \frac{\alpha}{2}$, la valeur lue est $t_{0,025} = 1,96$

Donc,

$$b_i = \mu_0 - t^{\alpha/2} * \left(S' / \sqrt{n} \right), \text{ dans notre cas } b_i = 2,3452 - 1,96 * (0,1162) = 2,1174$$

$$b_s = \mu_0 + t^{\alpha/2} * \left(S' / \sqrt{n} \right), \text{ dans notre cas } b_s = 2,3452 + 1,96 * (0,1162) = 2,5730$$

➤ En grandes surfaces

Nous pouvons formuler nos hypothèses comme suit :

$$\begin{cases} H_0 = 1,9523 \\ H_1 \neq 1,9523 \end{cases}$$

Si nous supposons que H_0 est vrai, nous avons

$$T = \frac{\bar{X} - \mu_0}{S' / \sqrt{n}}$$

Sachant que $S'^2 = \frac{n}{n-1} * S^2$ et que $S^2 = 1,1061 \Rightarrow S'^2 = \frac{84}{83} * 1,1061 = 1,1194$

Dans notre cas, cela revient à $T = \frac{\bar{X} - 1,9523}{\sqrt{1,1194} / \sqrt{84}} = \frac{\bar{X} - 1,9523}{0,1154}$

Comme la région d'acceptation est de la forme $b_i < \bar{x} < b_s$, si nous retenons un risque d'erreur de 5%, la valeur t_{α} de la variable normale centrée réduite est de 1,96. En effet pour $\text{Prob}[T > t^{\alpha/2}] = \frac{\alpha}{2}$, la valeur lue est $t_{0,025} = 1,96$

Donc,

$$b_i = \mu_0 - t^{\alpha/2} * \left(S' / \sqrt{n} \right), \text{ dans notre cas } b_i = 1,9523 - 1,96 * (0,1154) = 1,7261$$

$$b_s = \mu_0 + t^{\alpha/2} * \left(S' / \sqrt{n} \right), \text{ dans notre cas } b_s = 1,9523 + 1,96 * (0,1154) = 2,1784$$

- En boutiques spécialisées qui vendent plusieurs marques

Nous pouvons formuler nos hypothèses comme suit :

$$\begin{cases} H_0 = 2,0595 \\ H_1 \neq 2,0595 \end{cases}$$

Si nous supposons que H_0 est vrai, nous avons

$$T = \frac{\bar{X} - \mu_0}{S' / \sqrt{n}}$$

Sachant que $S'^2 = \frac{n}{n-1} * S^2$ et que $S^2 = 1,0446 \Rightarrow S'^2 = \frac{84}{83} * 1,0446 = 1,0571$

Dans notre cas, cela revient à $T = \frac{\bar{X} - 2,0595}{\sqrt{1,0571} / \sqrt{84}} = \frac{\bar{X} - 2,0595}{0,1122}$

Comme la région d'acceptation est de la forme $b_i < \bar{x} < b_s$, si nous retenons un risque d'erreur de 5%, la valeur t_{α} de la variable normale centrée réduite est de 1,96. En effet pour $\text{Prob}[T > t^{\alpha/2}] = \frac{\alpha}{2}$, la valeur lue est $t_{0,025} = 1,96$

Donc,

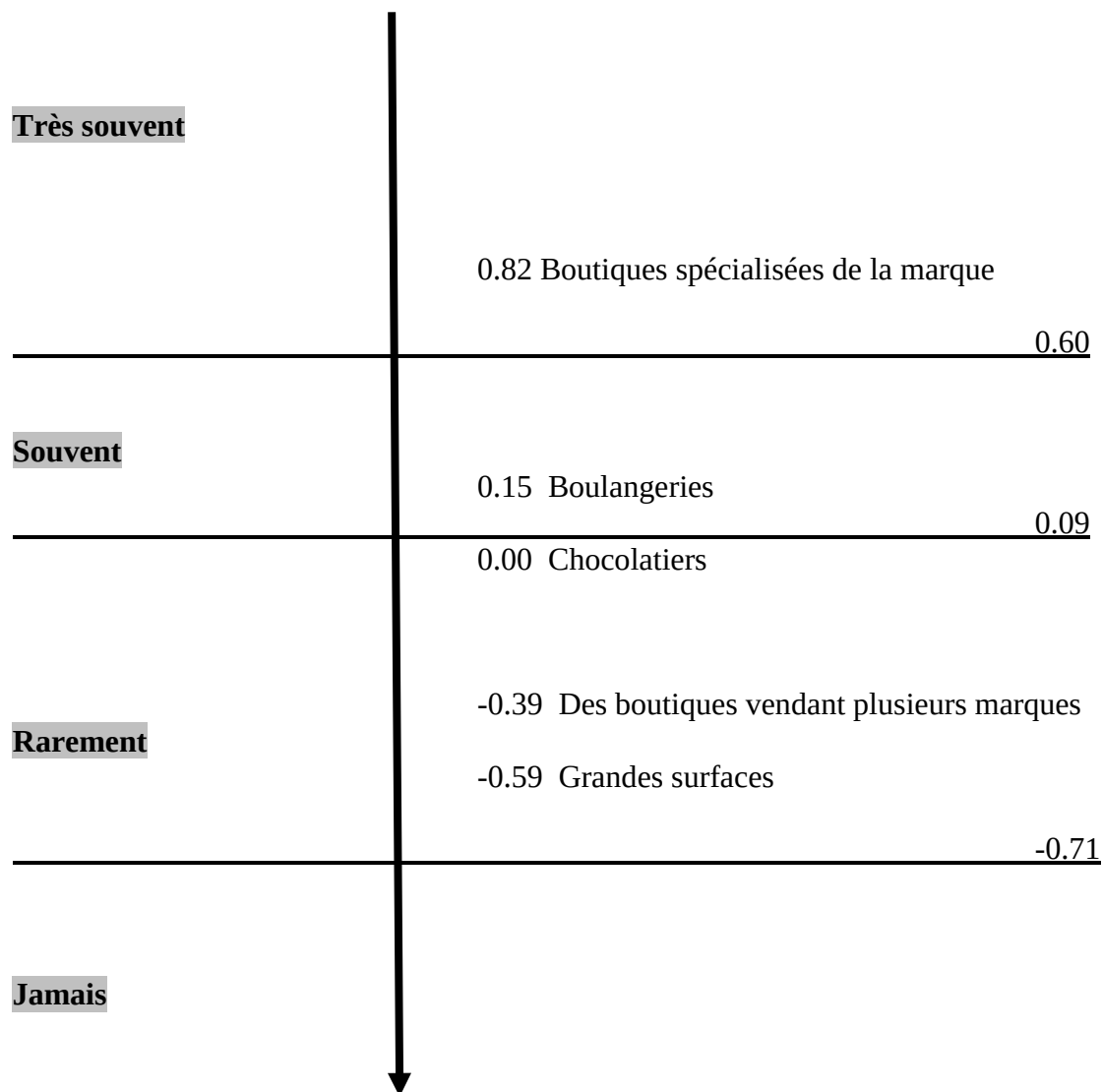
$$b_i = \mu_0 - t^{\alpha/2} * \left(S' / \sqrt{n} \right), \text{ dans notre cas } b_i = 2,0595 - 1,96 * (0,1122) = 1,8395$$

$$b_s = \mu_0 + t^{\alpha/2} * \left(S' / \sqrt{n} \right), \text{ dans notre cas } b_s = 2,0595 + 1,96 * (0,1122) = 2,2794$$

- Annexe VII.2 : comparaison des groupes fortement impliqués – faiblement impliqués pour « Où achetez-vous vos pralines ? »

Annexe VII.2, a : échelle Catégo – Personnes fortement impliquées
--

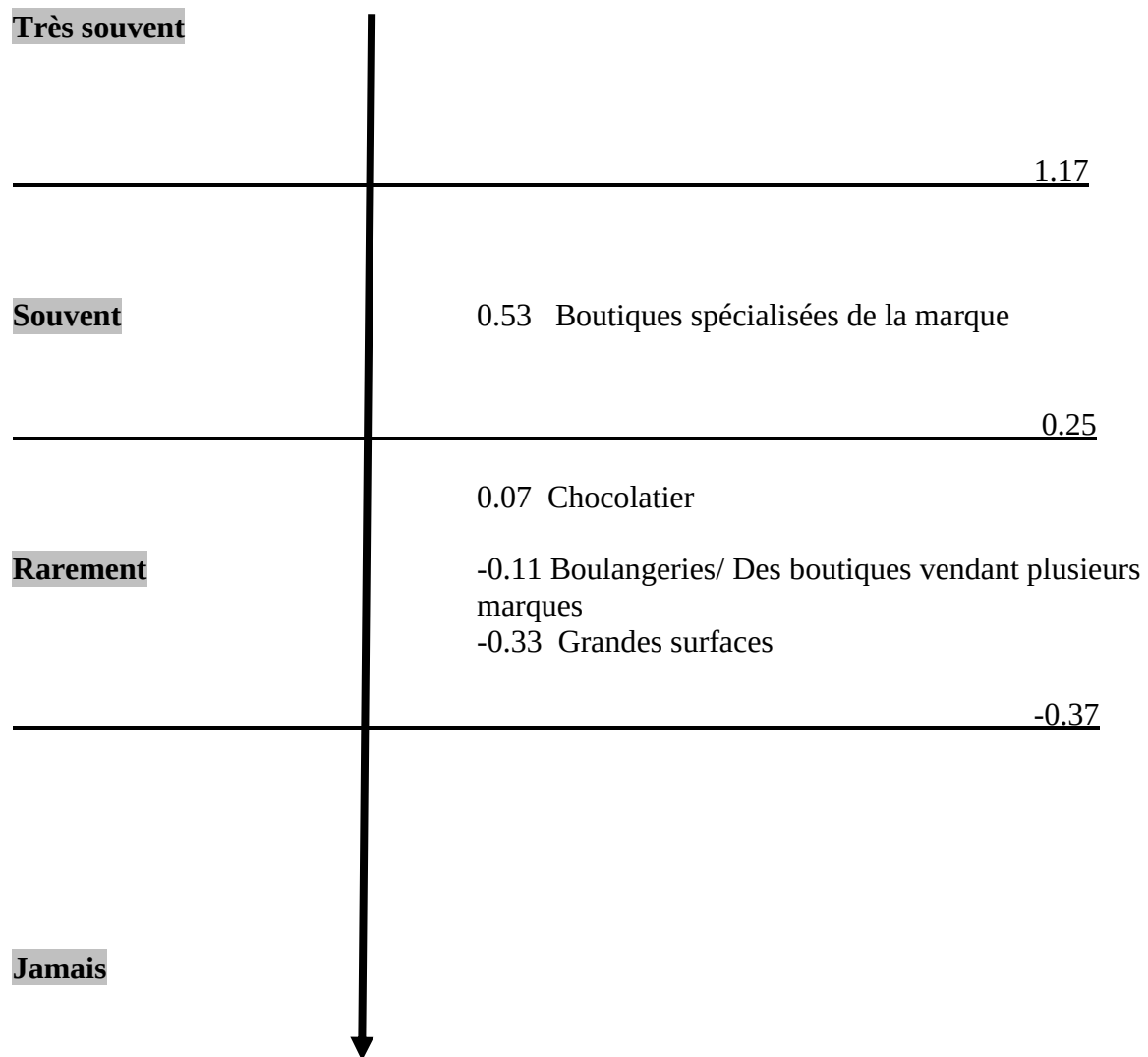
Stimulus	Fréquences des catégories
Boutiques spécialisées de la marque	2 3 7 15
Boulangeries	4 10 5 8
Chocolatiers	5 12 2 8
Grandes surfaces	14 6 3 4
Des boutiques vendant plusieurs marques	11 6 6 4



Test = 0.039

Annexe VII.2,b : échelleCatégo – Personnes faiblement impliquées

Stimulus	Fréquences des catégories
Boutiques spécialisées de la marque	7 6 14 9
Boulangeries	14 10 8 4
Chocolatiers	13 8 9 6
Grandes surfaces	16 10 8 2
Des boutiques vendant plusieurs marques	15 8 10 3

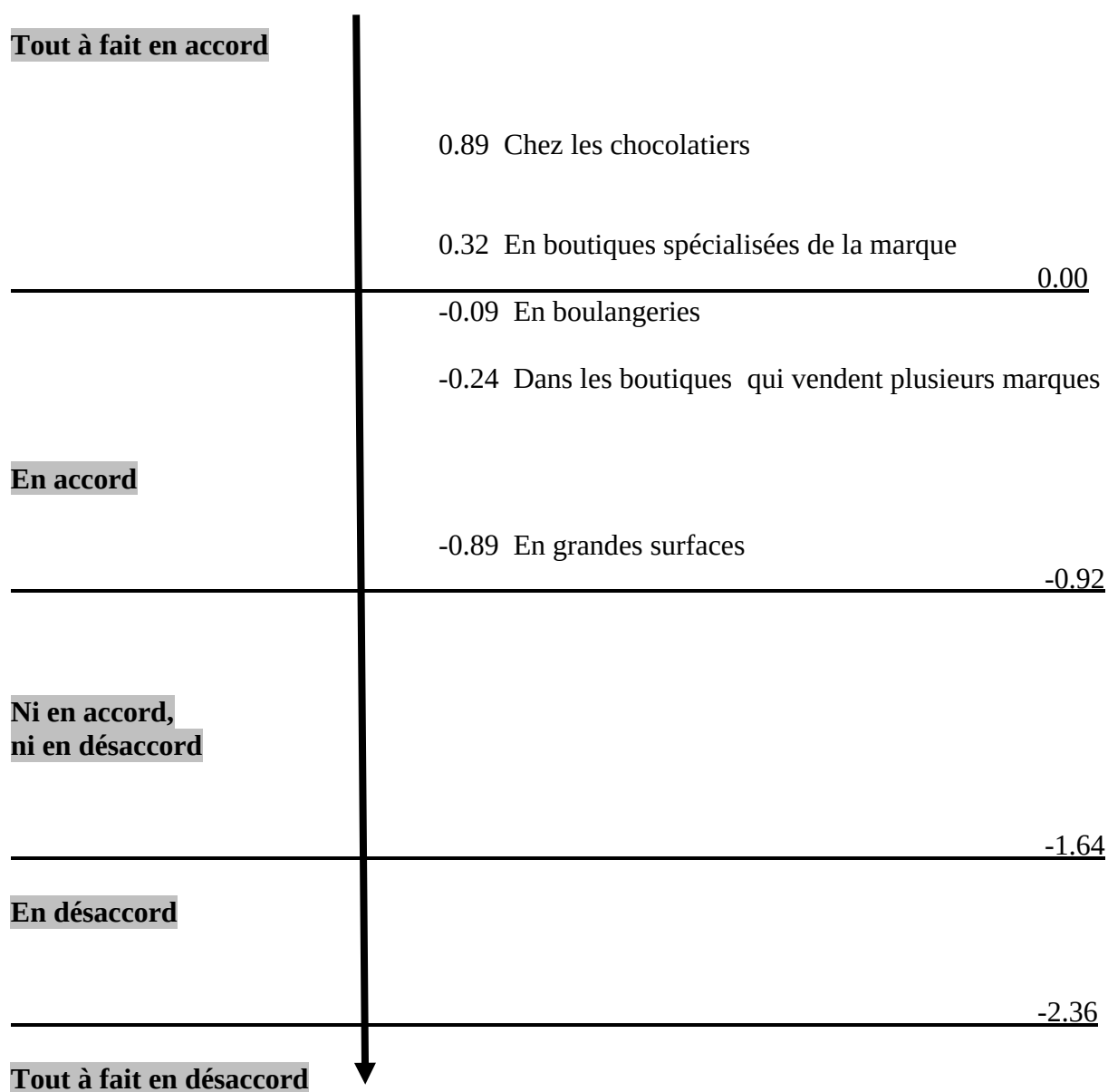


Test = 0.017

Annexe VII.3 : perception de connaissance – « Je sais qu'on vend des pralines chez... »

▪ Annexe VII.3, a : échelle Catégo pour la totalité de l'échantillon

Stimulus	Fréquences des catégories
En boulangeries	2 3 11 21 47
En boutiques spécialisées de la marque	1 1 4 20 58
En grandes surfaces	8 9 27 20 20
Chez les chocolatiers	0 1 5 20 58
Dans les boutiques vendant plusieurs marques	2 3 12 39 28



Test = 0.034

▪ Annexe VII.3, b : tableau de fréquence

a) En boulangerie

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	45	53,57%	53,57%
D'accord	21	25,00%	78,57%
Ni d'accord, ni en désaccord	13	15,48%	94,05%
En désaccord	3	3,57%	97,62%
Tout à fait en désaccord	2	2,38%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

b) En boutiques spécialisées

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	58	69,05%	69,05%
D'accord	20	23,81%	92,86%
Ni d'accord, ni en désaccord	4	4,76%	97,62%
En désaccord	1	1,19%	98,81%
Tout à fait en désaccord	1	1,19%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

c) En grandes surfaces

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	20	23,81%	23,81%
D'accord	20	23,81%	47,62%
Ni d'accord, ni en désaccord	27	32,14%	79,76%
En désaccord	9	10,71%	90,48%
Tout à fait en désaccord	8	9,52%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

d) Chez un chocolatier

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	58	69,05%	69,05%
D'accord	20	23,81%	92,86%
Ni d'accord, ni en désaccord	5	5,95%	98,81%
En désaccord	1	1,19%	100,00%
Tout à fait en désaccord	0	0,00%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

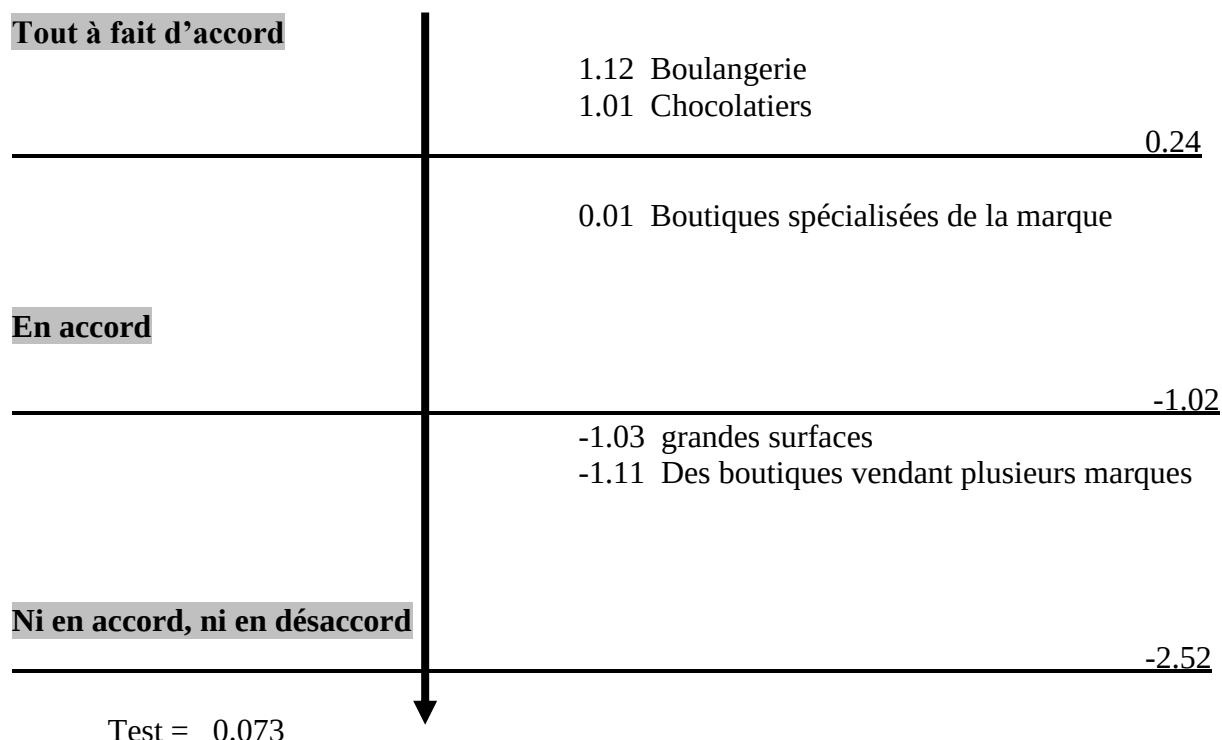
e) Dans des boutiques vendant plusieurs marques

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	38	45,24%	45,24%
D'accord	29	34,52%	79,76%
Ni d'accord, ni en désaccord	12	14,29%	94,05%
En désaccord	3	3,57%	97,62%
Tout à fait en désaccord	2	2,38%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

- Annexe VI.4: comparaison des groupes fortement impliqués – faiblement impliqué pour « Je sais qu'on vend des pralines chez... »

Annexe VII.4, a : échelle Catégo – Personnes fortement impliquées

Stimulus	Fréquences des catégories
Boulangerie	0 0 1 10 16
Boutiques spécialisées de la marque	1 0 0 5 21
Grandes surfaces	1 2 12 7 5
Chocolatiers	0 0 2 10 15
Des boutiques vendant plusieurs marques	1 3 7 14 2



Annexe VII.4, b : échelle Catégo – Personnes faiblement impliquées

Stimulus	Fréquences des catégories
Boulangeries	2 3 6 5 20
Boutiques spécialisées de la marque	0 1 3 7 25
Grandes surfaces	7 6 10 4 9
Chocolatiers	0 1 3 5 27
Des boutiques vendant plusieurs marques	1 0 0 11 24

Tout à fait d'accord

0.74 Chocolatiers
0.69 Boutiques spécialisées de la marque

0.26 Des boutiques vendant plusieurs marques

-0.22

En accord

-0.45 boulangeries

-0.90

**Ni en accord,
ni en désaccord**

-1.24 Grandes surfaces

-1.44

En désaccord

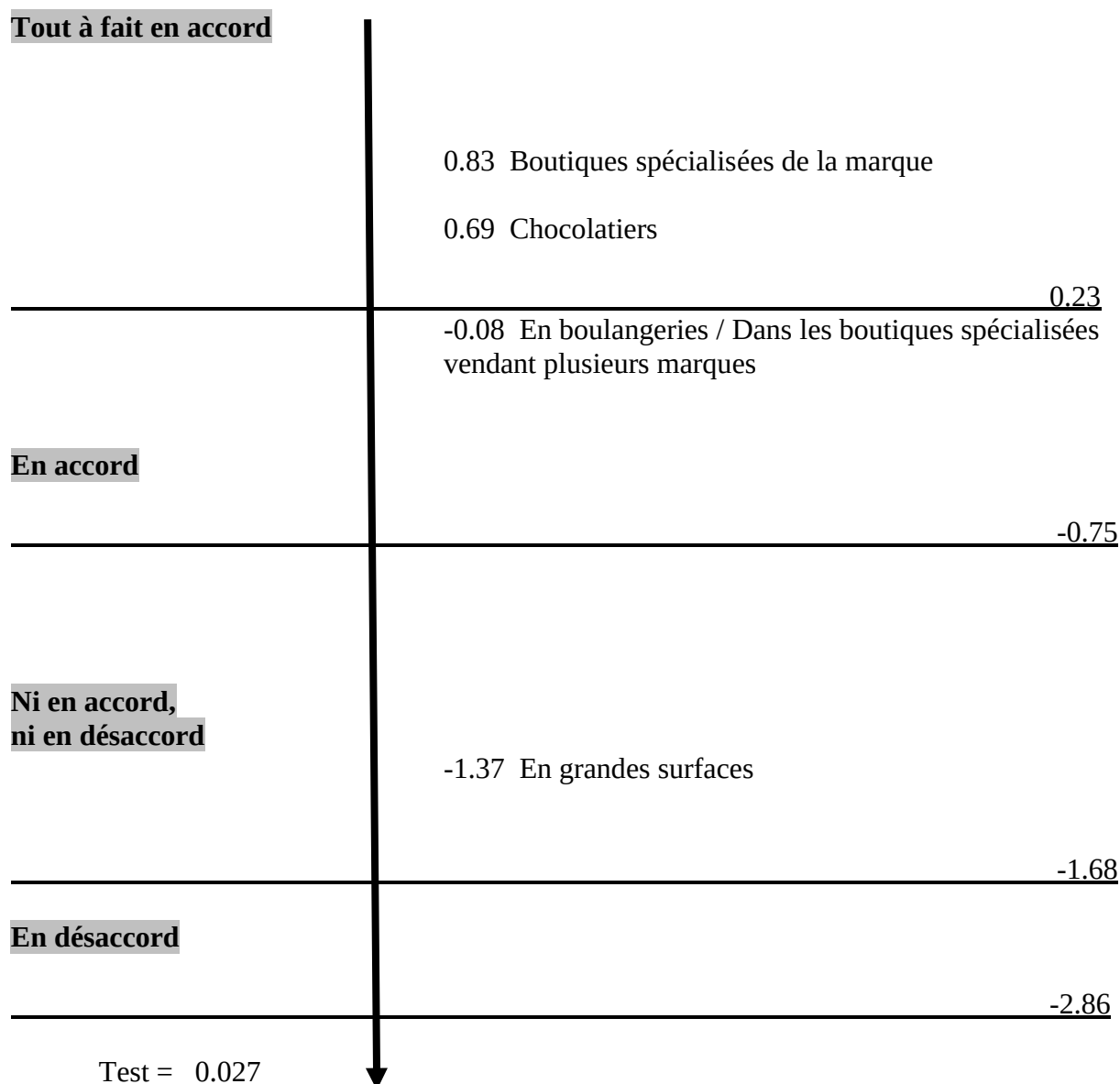
-2.58

Test = 0.050

Annexe VII.5 : perception pour la confiance - « J'ai confiance dans les pralines de chez... »

- Annexe VI.5, a : échelle Catégo pour la totalité de l'échantillon

Stimulus	Fréquences des catégories
En boulangeries	1 1 19 27 36
Boutiques spécialisées de la marque	0 1 5 23 55
Grandes surfaces	9 20 29 21 5
Chocolatiers	0 2 7 22 53
Dans les boutiques spécialisées vendant plusieurs marques	2 13 30 38



▪ Annexe VII.5, b : tableau de fréquence

a) Boulangeries

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	36	42,86%	42,86%
D'accord	27	32,14%	75,00%
Ni d'accord, ni en désaccord	19	22,62%	97,62%
En désaccord	1	1,19%	98,81%
Tout à fait en désaccord	1	1,19%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

b) Boutiques spécialisées de la marque

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	55	65,48%	65,48%
D'accord	23	27,38%	92,86%
Ni d'accord, ni en désaccord	5	5,95%	98,81%
En désaccord	1	1,19%	100,00%
Tout à fait en désaccord	1	1,19%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

c) Grandes surfaces

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	5	5,95%	5,95%
D'accord	21	25,00%	30,95%
Ni d'accord, ni en désaccord	29	34,52%	65,48%
En désaccord	20	23,81%	89,29%
Tout à fait en désaccord	9	10,71%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

d) Chocolatiers

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	53	63,10%	63,10%
D'accord	22	26,19%	89,29%
Ni d'accord, ni en désaccord	7	8,33%	97,62%
En désaccord	2	2,38%	100,00%
Tout à fait en désaccord	0	0,00%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

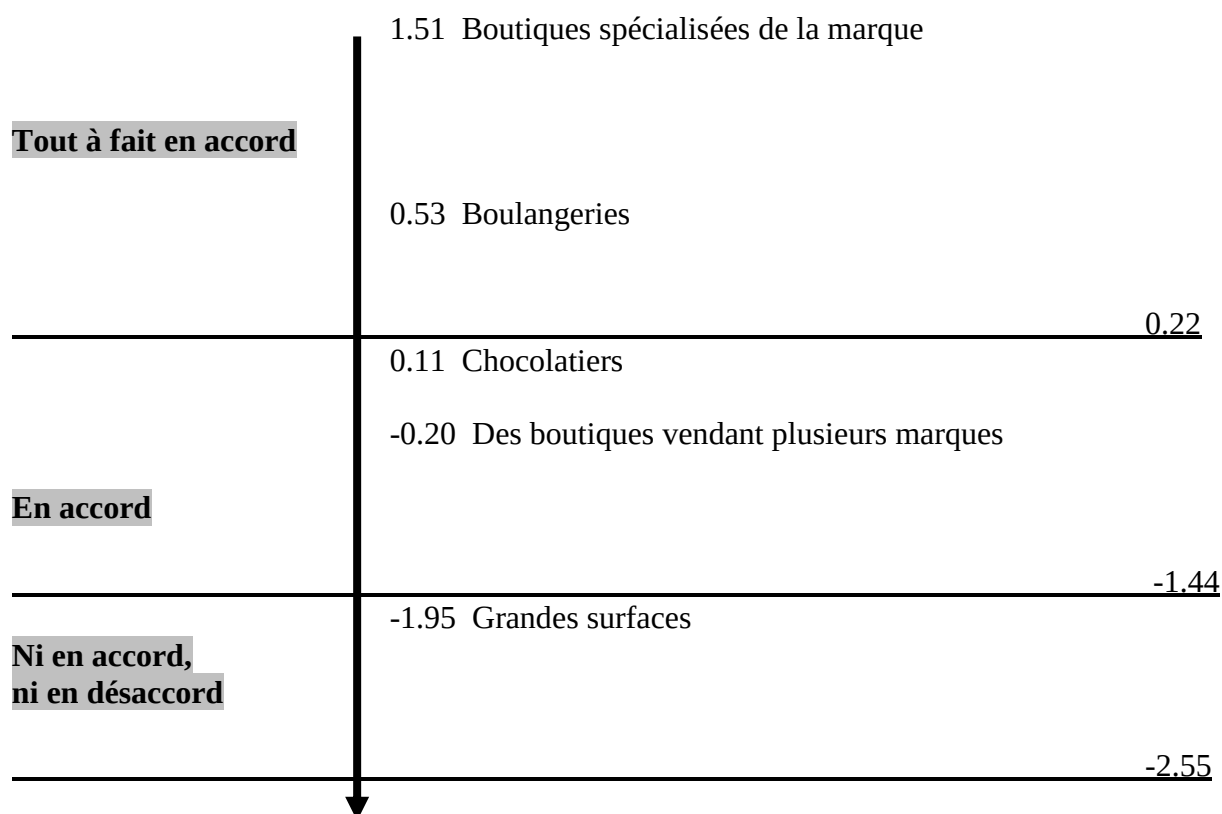
e) Boutiques spécialisées vendant plusieurs marques

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	38	45,24%	45,24%
D'accord	30	35,71%	80,95%
Ni d'accord, ni en désaccord	13	15,48%	96,43%
En désaccord	2	2,38%	98,81%
Tout à fait en désaccord	1	1,19%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

- Annexe VII.6 : comparaison des groupes fortement impliqués – faiblement impliqué pour « J'ai confiance dans les pralines de chez ... »

Annexe VII.6, a : échelle Catégo – Personnes fortement impliquées

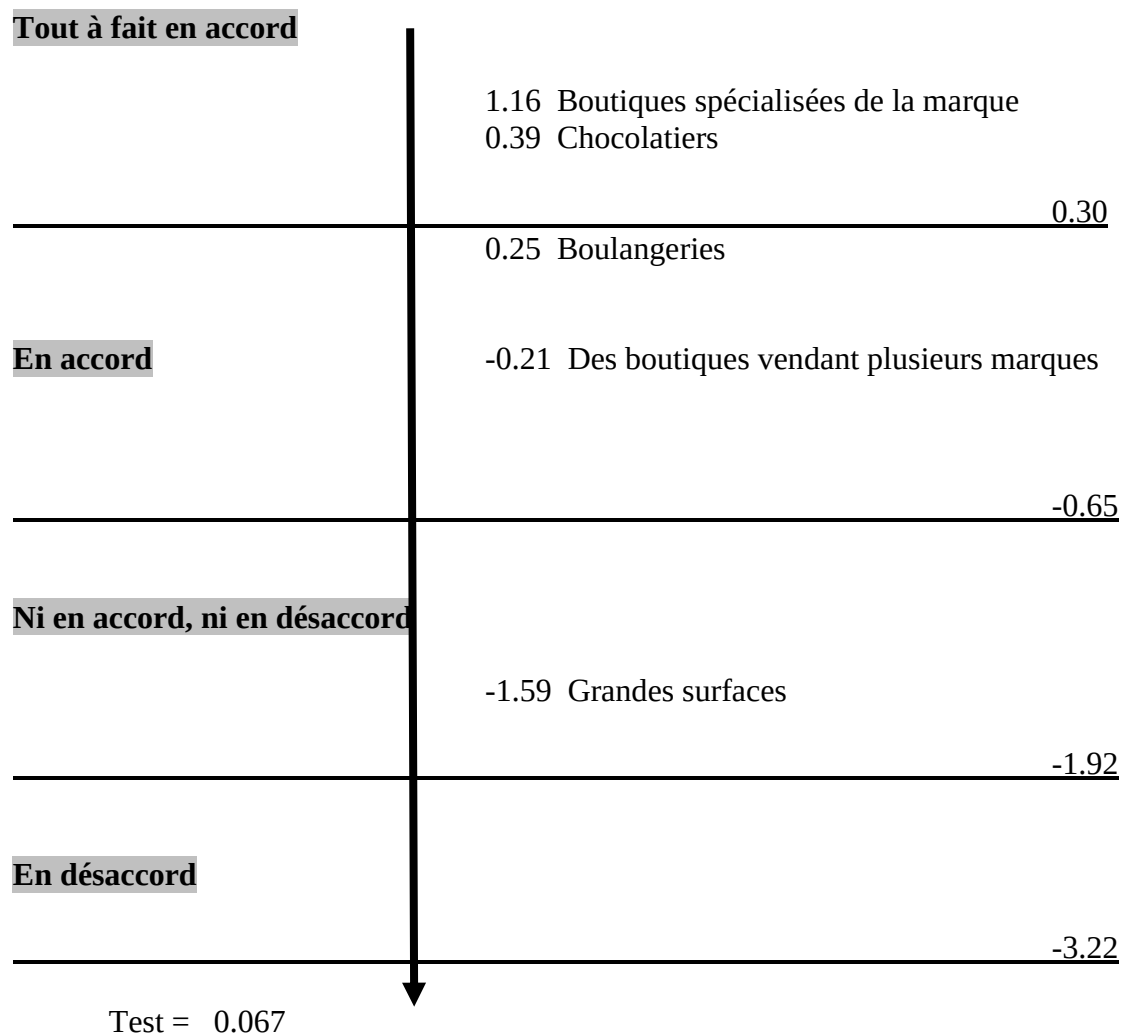
Stimulus	Fréquences des catégories
Boulangeries	0 0 4 10 13
Boutiques spécialisées de la marque	0 0 0 7 20
Grandes surfaces	4 3 10 9 1
Chocolatiers	0 1 1 8 17
Des boutiques vendant plusieurs marques	0 1 5 10 11



Test = 0.05

Annexe VII.6, b : échelle Catégo – Personnes faiblement impliquées

Stimulus	Fréquences des catégories
Boulangeries	0 1 10 10 15
Boutiques spécialisées de la marque	0 0 3 12 21
Grandes surfaces	3 16 7 8 2
Chocolatiers	0 1 6 11 18
Des boutiques vendant plusieurs marques	1 1 3 12 19



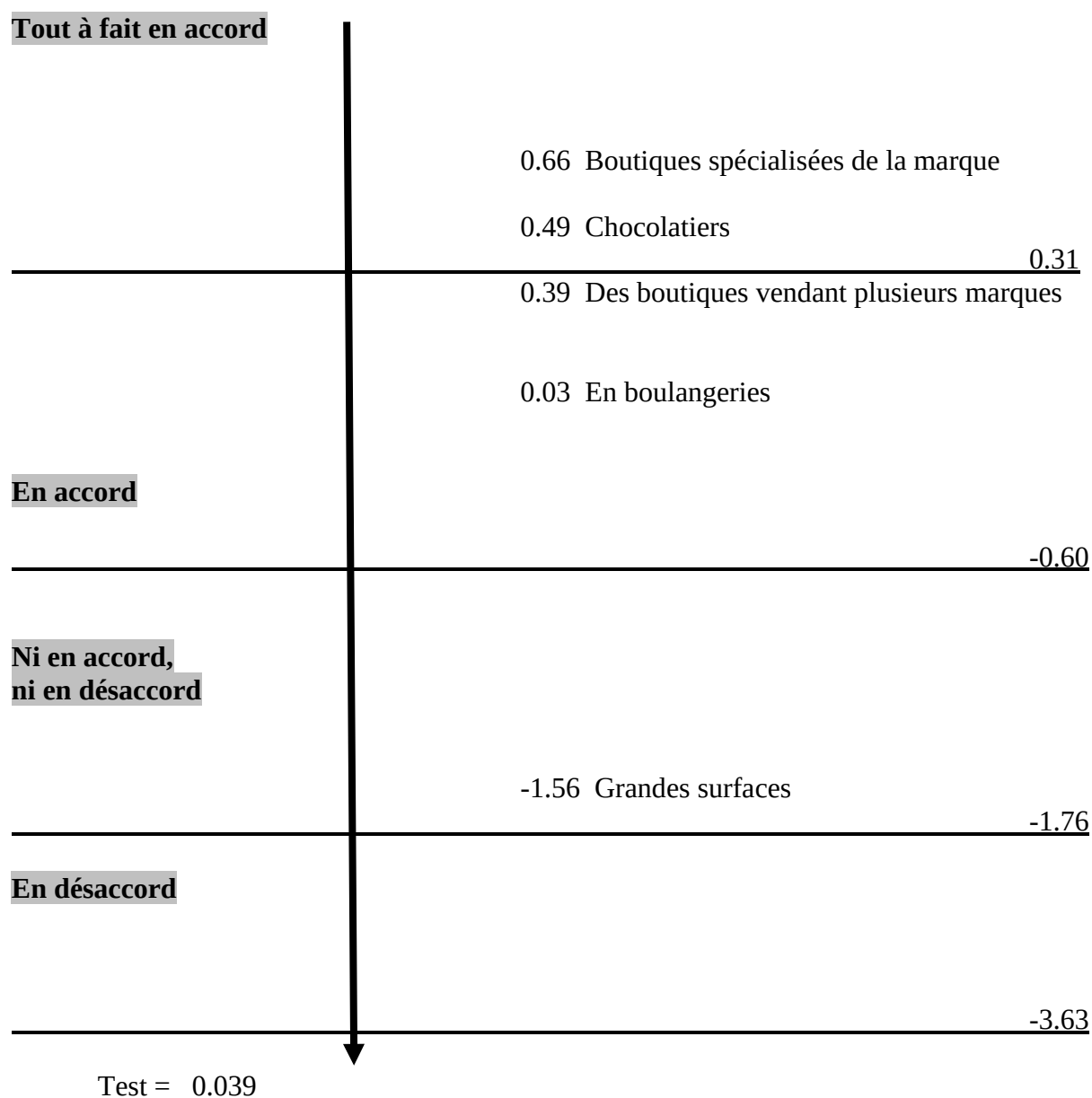
Annexe VII.6,c : régression linéaire

RAPPORT DÉTAILLÉ								
<i>Statistiques de la régression</i>								
Coefficient de détermination multiple	0,83107927							
Coefficient de détermination R^2	0,69069275							
Coefficient de détermination R^2	0,58759033							
Erreur-type	0,89361098							
Observations	5							
ANALYSE DE VARIANCE								
	<i>Degré de liberté</i>	<i>Somme des carrés</i>	<i>Moyenne des carrés</i>	<i>F</i>	<i>Valeur critique de F</i>			
Régression	1	5,34949823	5,34949823	6,69909368	0,08119628			
Résidus	3	2,39562177	0,79854059					
Total	4	7,74512						
	<i>Coefficients</i>	<i>Erreur-type</i>	<i>Statistique t</i>	<i>Probabilité</i>	<i>Limite inférieure pour seuil de confiance = 95%</i>	<i>Limite supérieure pour seuil de confiance = 95%</i>	<i>Limite inférieure pour seuil de confiance = 95,0%</i>	<i>Limite supérieure pour seuil de confiance = 95,0%</i>
Constante	0,006	0,39963498	0,0150137	0,9889639	-	1,26581687	-	1,27781687
Faiblement	1,02624326	0,39649918	2,58826074	0,08119628	-	2,2880806	-	2,2880806

Annexe VII.7 : perception de la qualité – « La qualité de chez... est bonne »

Annexe VII.7, a : échelle Catégo pour la totalité de l'échantillon

Stimulus	Fréquence des catégories
En boulangeries	0 4 25 32 23
Boutiques spécialisées de la marque	0 1 7 20 56
Grandes surfaces	12 11 39 18 4
Les chocolatiers	0 2 11 19 52
Des boutiques spécialisées vendant plusieurs marques	0 2 13 27 42



▪ Annexe VII.7, b : tableau de fréquence

a) En boulangeries

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	23	27,38%	27,38%
D'accord	32	38,10%	65,48%
Ni d'accord, ni en désaccord	25	29,76%	95,24%
En désaccord	4	4,76%	100,00%
Tout à fait en désaccord	0	0,00%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

b) En boutiques spécialisées de la marque

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	56	66,67%	66,67%
D'accord	20	23,81%	90,48%
Ni d'accord, ni en désaccord	7	8,33%	98,81%
En désaccord	1	1,19%	100,00%
Tout à fait en désaccord	0	0,00%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

c) En grandes surfaces

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	4	4,76%	4,76%
D'accord	18	21,43%	26,19%
Ni d'accord, ni en désaccord	39	46,43%	72,62%
En désaccord	11	13,10%	85,71%
Tout à fait en désaccord	12	14,29%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

d) Chez un chocolatier

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	52	61,90%	61,90%
D'accord	19	22,62%	84,52%
Ni d'accord, ni en désaccord	11	13,10%	97,62%
En désaccord	2	2,38%	100,00%
Tout à fait en désaccord	0	0,00%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

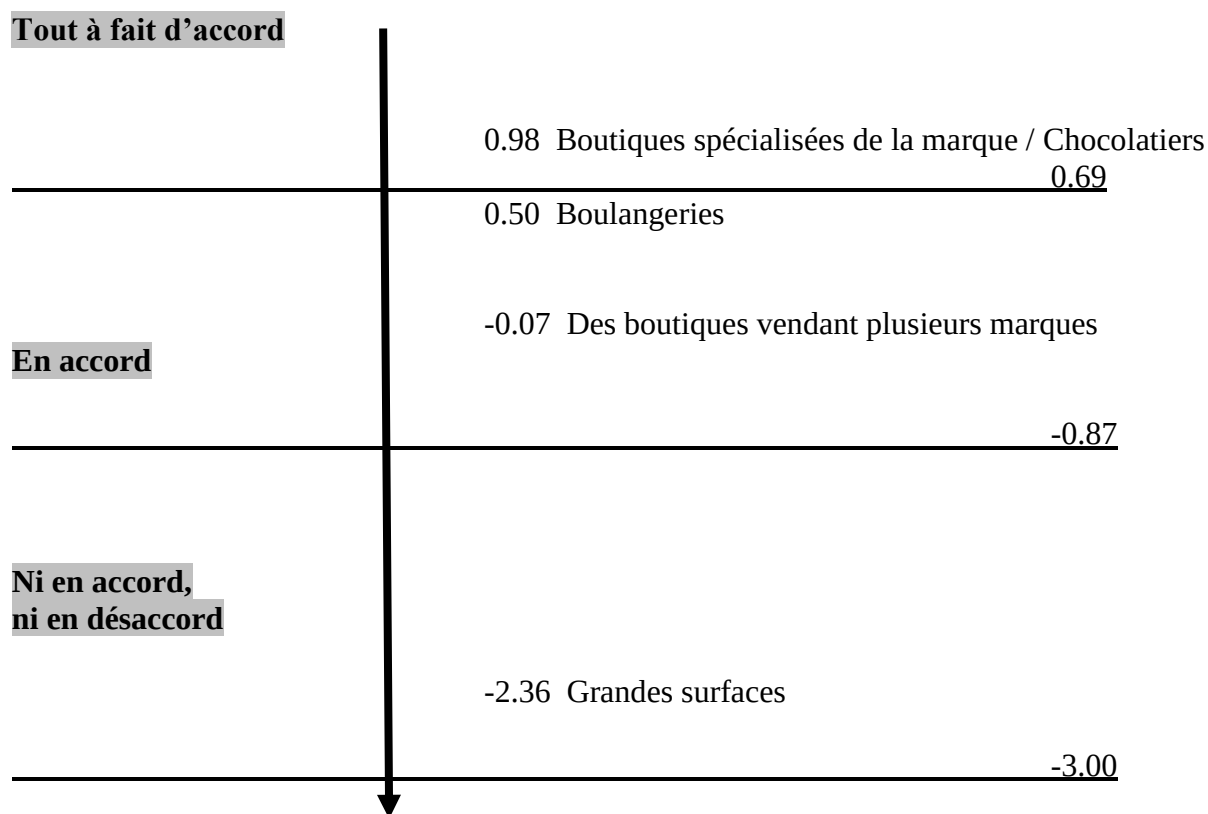
e) Dans des boutiques vendant plusieurs marques

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	42	50,00%	50,00%
D'accord	27	32,14%	82,14%
Ni d'accord, ni en désaccord	13	15,48%	97,62%
En désaccord	2	2,38%	100,00%
Tout à fait en désaccord	0	0,00%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

- Annexe VII.8 : comparaison des groupes fortement impliqués – faiblement impliqué pour « La qualité de chez... est bonne »

Annexe VII.8, a : échelle Catégo – Personnes fortement impliquées

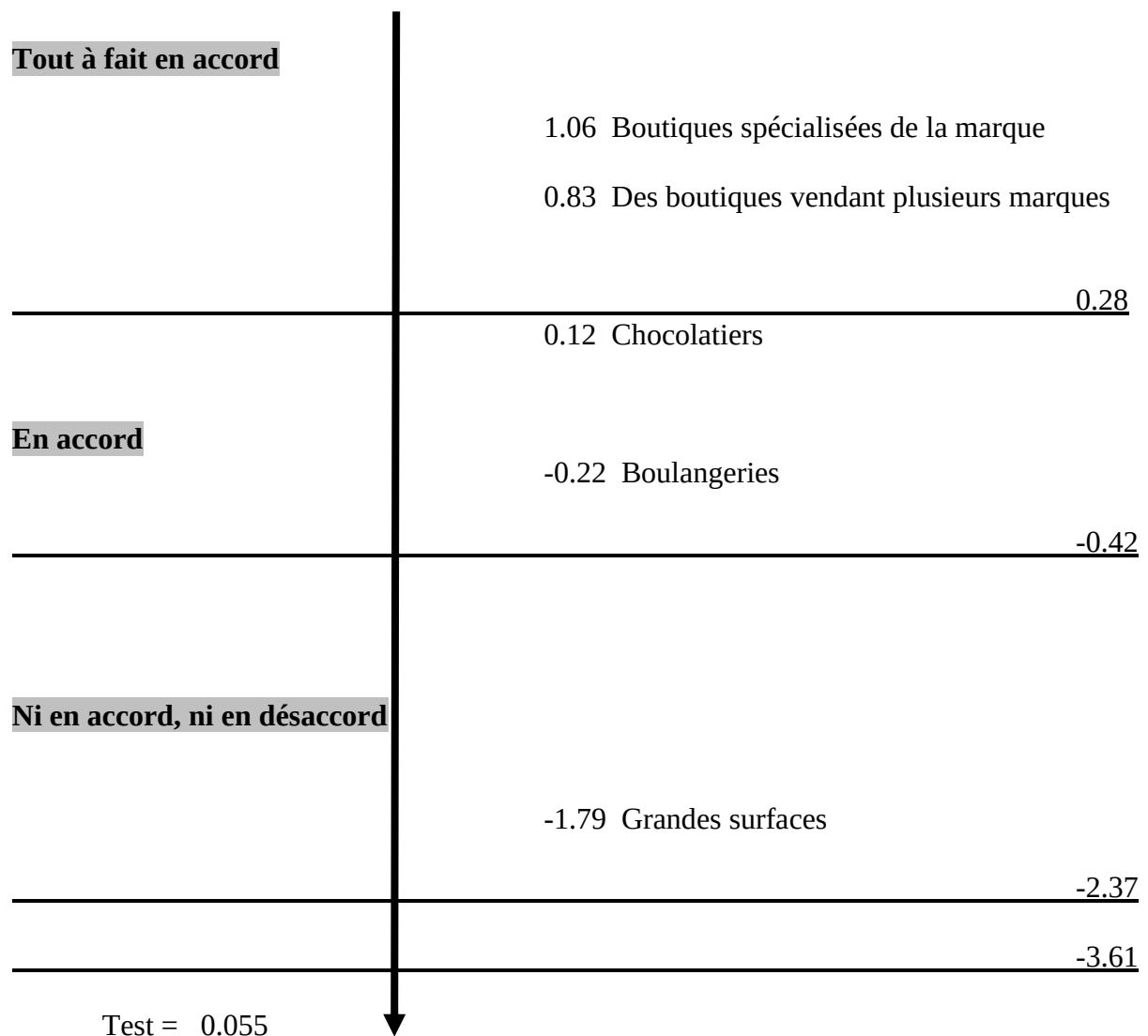
Stimulus	Fréquences des catégories
Boulangeries	0 0 8 8 11
Boutiques spécialisées de la marque	0 0 1 8 18
Grandes surfaces	3 3 11 10 0
Chocolatiers	0 0 2 5 20
Des boutiques vendant plusieurs marques	0 2 3 9 13



Test = 0.059

Annexe VII.8, b : échelle Catégo – Personnes faiblement impliquées

Stimulus	Fréquences des catégories
Boulangeries	0 3 11 13 9
Boutiques spécialisées de la marque	0 0 4 6 26
Grandes surfaces	6 7 15 6 2
Chocolatiers	0 2 8 6 20
Des boutiques vendant plusieurs marques	0 0 8 8 20



Annexe VII.8, c : régression linéaire

RAPPORT DÉTAILLÉ	
Statistiques de la régression	
Coefficient de détermination multiple	0,68729044
Coefficient de détermination R^2	0,47236814
Coefficient de détermination R^2	0,29649086
Erreur-type	1,16571792
Observations	5

ANALYSE DE VARIANCE

	<i>Degré de liberté</i>	<i>Somme des carrés</i>	<i>Moyenne des carrés</i>	<i>F</i>	<i>Valeur critique de F</i>
Régression	1	3,64970522	3,64970522	2,68578255	0,19977651
Résidus	3	4,07669478	1,35889826		
Total	4	7,7264			

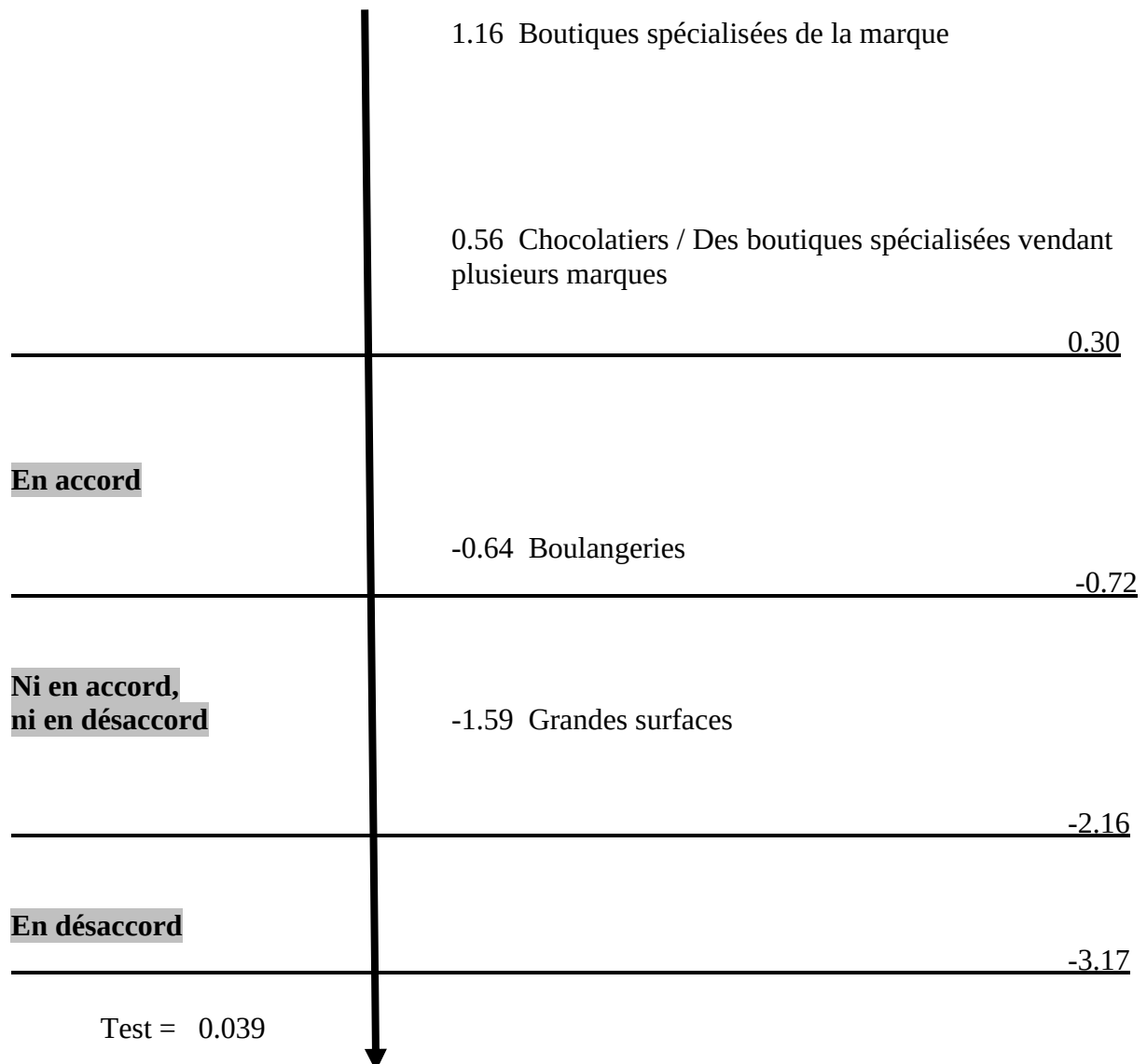
	<i>Coefficients</i>	<i>Erreur-type</i>	<i>Statistique t</i>	<i>Probabilité</i>	<i>Limite inférieure pour seuil de confiance = 95%</i>	<i>Limite supérieure pour seuil de confiance = 95%</i>	<i>Limite inférieure pour seuil de confiance = 95,0%</i>	<i>Limite supérieure pour seuil de confiance = 95,0%</i>
Constante	3,6418E-17	0,5213249	6,9857E-17	1	-1,6590885	1,6590885	-1,6590885	1,6590885
Faiblement	0,82006633	0,50039569	1,63883573	0,19977651	-	-	-	-

Annexe VII. 9 : perception du goût – « Les pralines de chez... ont bon goût »

▪ Annexe VII.9, a : échelle Catégo pour la totalité de l'échantillon

Stimulus	Fréquences des catégories
Boulangeries	3 2 19 41 19
Boutiques spécialisée de la marque	0 0 6 23 55
Grandes surfaces	9 18 35 18 4
Chocolatiers	0 1 8 26 49
Des boutiques spécialisées vendant plusieurs marques	0 1 13 18 52

Tout à fait en accord



▪ Annexe VII.9, b : tableau de fréquence

a) Boulangeries

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	19	22,62%	22,62%
D'accord	41	48,81%	71,43%
Ni d'accord, ni en désaccord	19	22,62%	94,05%
En désaccord	2	2,38%	96,43%
Tout à fait en désaccord	3	3,57%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

b) Boutiques spécialisées de la marque

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	55	65,48%	65,48%
D'accord	23	27,38%	92,86%
Ni d'accord, ni en désaccord	6	7,14%	100,00%
En désaccord	0	0,00%	100,00%
Tout à fait en désaccord	0	0,00%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

c) Grandes surfaces

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	4	4,76%	4,76%
D'accord	18	21,43%	26,19%
Ni d'accord, ni en désaccord	35	41,67%	67,86%
En désaccord	18	21,43%	89,29%
Tout à fait en désaccord	9	10,71%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

d) Chez un chocolatier

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	49	58,33%	58,33%
D'accord	26	30,95%	89,29%
Ni d'accord, ni en désaccord	8	9,52%	98,81%
En désaccord	1	1,19%	100,00%
Tout à fait en désaccord	0	0,00%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

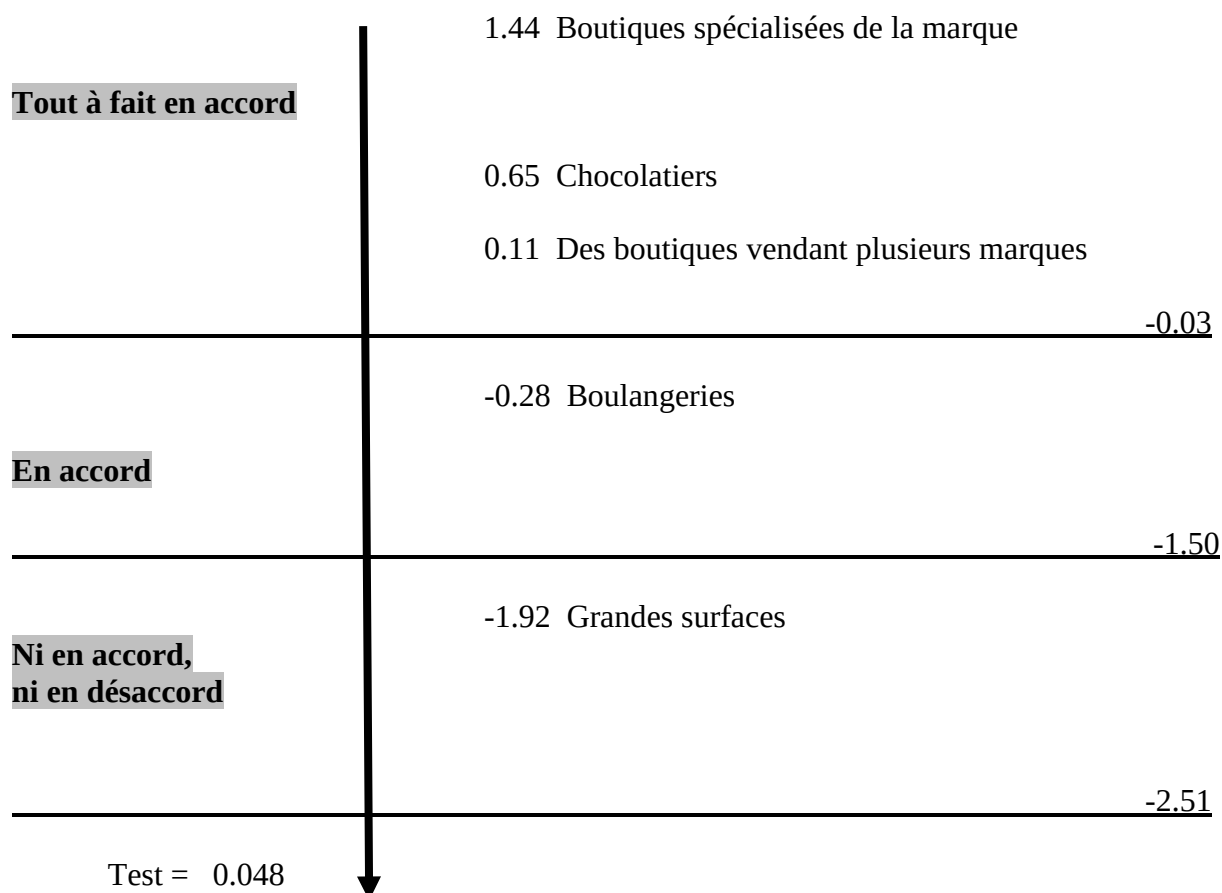
e) Dans des boutiques vendant plusieurs marques de pralines

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	52	61,90%	61,90%
D'accord	18	21,43%	83,33%
Ni d'accord, ni en désaccord	13	15,48%	98,81%
En désaccord	1	1,19%	100,00%
Tout à fait en désaccord	0	0,00%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

- Annexe VI.10 : comparaison des groupes fortement impliqués – faiblement impliqué pour « Les pralines de chez... ont bon goût »

Annexe VII.10, a : échelle Catégo – Personnes fortement impliquées

Stimulus	Fréquences des catégories
Boulangeries	0 1 5 10 11
Boutiques spécialisées de la marque	0 0 0 7 20
Grandes surfaces	3 6 9 6 3
Chocolatiers	0 0 2 8 17
Des boutiques vendant plusieurs marques	0 1 1 5 20



Annexe VII.10,b : échelle Catégo – Personnes faiblement impliquées

Stimulus	Fréquences des catégories
Boulangeries	3 0 31 3 2
Boutiques spécialisées de la marque	0 0 4 8 24
Grandes surfaces	3 10 17 6 0
Chocolatiers	0 1 6 11 18
Des boutiques vendant plusieurs marques	0 0 10 4 22

Tout à fait en accord

1.24 Boutiques spécialisées de la marque

1.05 Des boutiques vendant plusieurs marques 1.03

En accord

0.46 Chocolatiers

-0.12

Ni en accord, ni en désaccord

-0.56 Boulangeries

-2.18 Grandes surfaces

-3.01

Test = 0.069

Annexe VII. 10, c : régression linéaire

RAPPORT DÉTAILLÉ	
<i>Statistiques de la régression</i>	
Coefficient de détermination multiple	0,92834011
Coefficient de détermination R^2	0,86181536
Coefficient de détermination R^2	0,81575381
Erreur-type	0,53753519
Observations	5

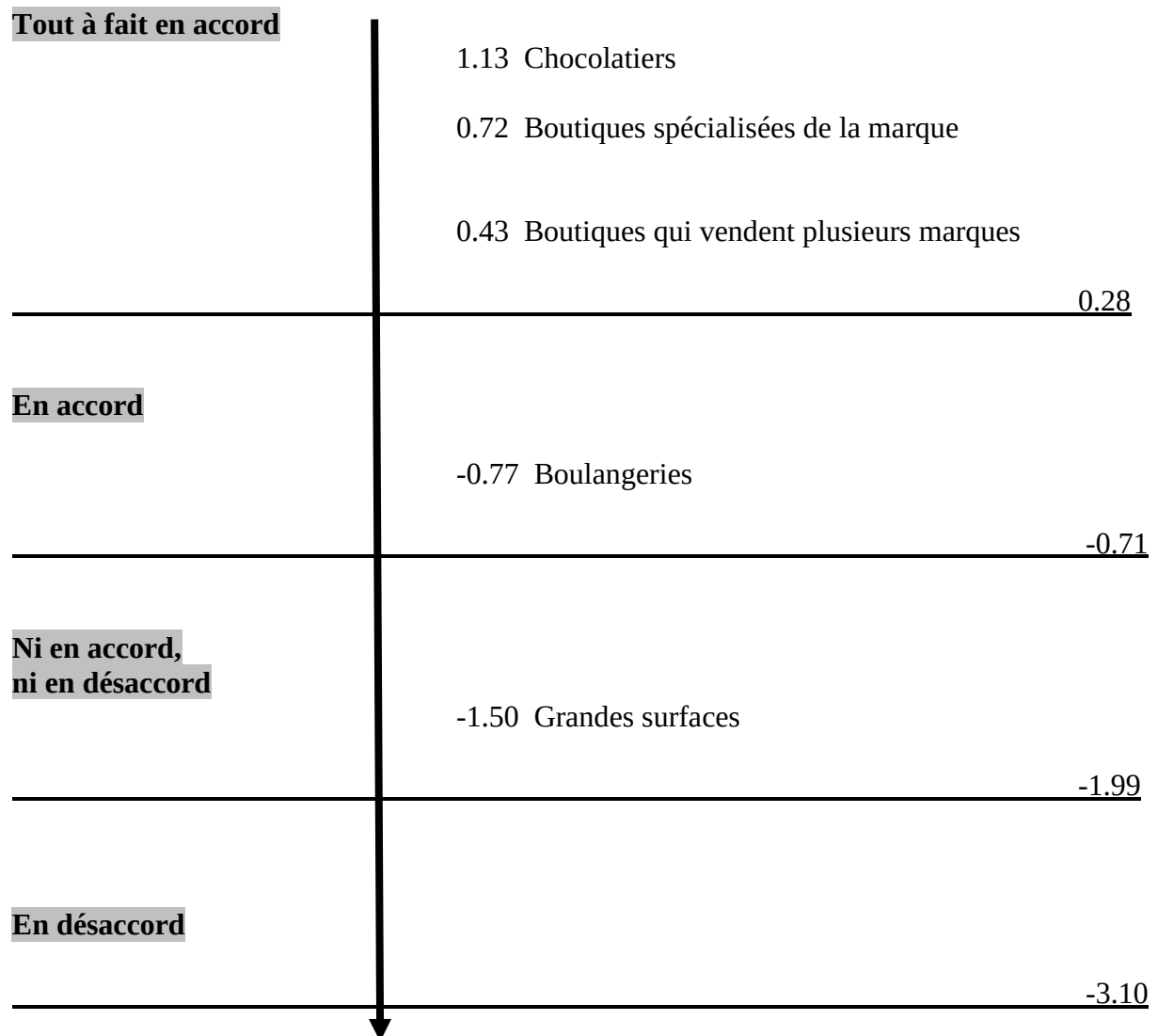
ANALYSE DE VARIANCE					
	<i>Degré de liberté</i>	<i>Somme des carrés</i>	<i>Moyenne des carrés</i>	<i>F</i>	<i>Valeur critique de F</i>
Régression	1	5,40616775	5,40616775	18,7100828	0,02277844
Résidus	3	0,86683225	0,28894408		
Total	4	6,273			

	<i>Coefficients</i>	<i>Erreur-type</i>	<i>Statistique t</i>	<i>Probabilité</i>	<i>Limite inférieure pour seuil de confiance = 95%</i>	<i>Limite supérieure pour seuil de confiance = 95%</i>	<i>Limite inférieure pour seuil de confiance = 95,0%</i>	<i>Limite supérieure pour seuil de confiance = 95,0%</i>
Constante	-	-	-	-	-	-	-	-
	0,00165263	0,24039335	0,00687469	0,99494643	0,76669156	0,7633863	0,76669156	0,7633863
Faiblement	0,82631528	0,1910328	4,32551532	0,02277844	0,21836367	1,4342669	0,21836367	1,4342669

Annexe VII.11 : perception de - « Je pense que les... sont des magasins appropriés »

Annexe VII.11, a : échelle Catégo pour la totalité de l'échantillon

Stimulus	Fréquences des catégories
Boulangeries	5 8 19 25 27
Boutiques spécialisées de la marque	0 1 5 23 55
Grandes surfaces	11 17 30 21 5
Chocolatiers	0 0 9 25 50
Des boutiques vendant plusieurs marques	0 2 11 30 41



▪ Annexe VII.11, b : tableau de fréquence

a) Boulangeries

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	27	32,14%	32,14%
D'accord	25	29,76%	61,90%
Ni d'accord, ni en désaccord	19	22,62%	84,52%
En désaccord	8	9,52%	94,05%
Tout à fait en désaccord	5	5,95%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

b) Boutiques spécialisées de la marque

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	55	65,48%	65,48%
D'accord	23	27,38%	92,86%
Ni d'accord, ni en désaccord	5	5,95%	98,81%
En désaccord	1	1,19%	100,00%
Tout à fait en désaccord	0	0,00%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

c) Grandes surfaces

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	5	5,95%	5,95%
D'accord	21	25,00%	30,95%
Ni d'accord, ni en désaccord	30	35,71%	66,67%
En désaccord	17	20,24%	86,90%
Tout à fait en désaccord	11	13,10%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

d) Chocolatiers

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	50	59,52%	59,52%
D'accord	25	29,76%	89,29%
Ni d'accord, ni en désaccord	9	10,71%	100,00%
En désaccord	0	0,00%	100,00%
Tout à fait en désaccord	0	0,00%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

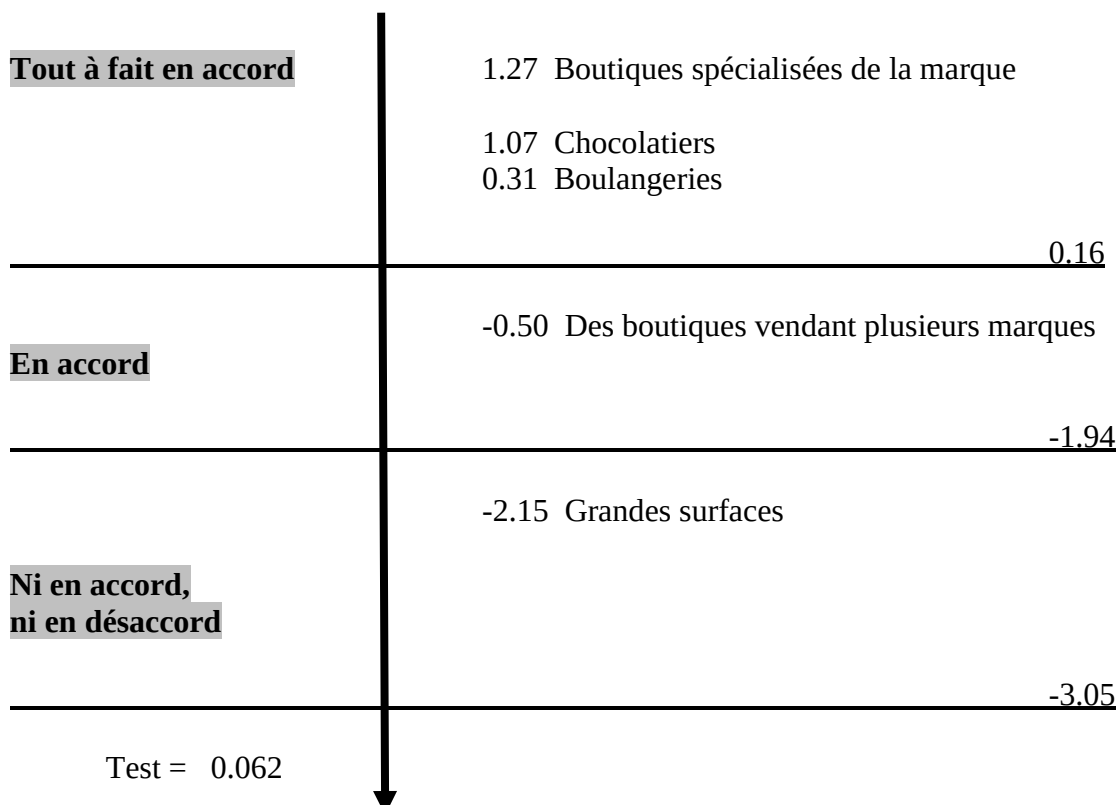
e) Boutiques vendant plusieurs marques

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	41	48,81%	48,81%
D'accord	30	35,71%	84,52%
Ni d'accord, ni en désaccord	11	13,10%	97,62%
En désaccord	2	2,38%	100,00%
Tout à fait en désaccord	0	0,00%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

- Annexe VII.12 : perception du caractère approprié du magasin - « Je pense que les... sont des magasins appropriés »

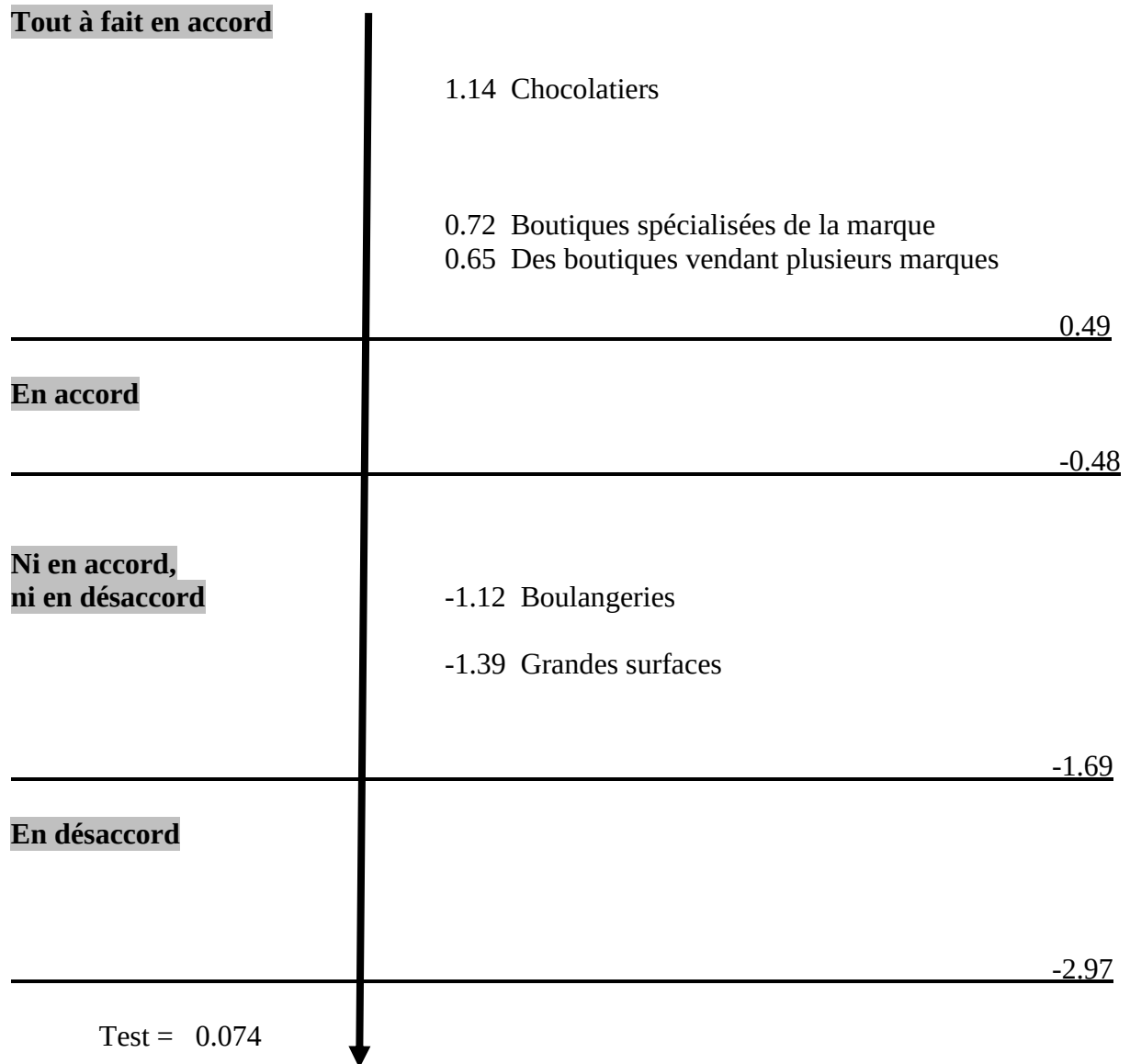
Annexe VII.12, a : échelle Catégo – Personnes fortement impliquées

Stimulus	Fréquences des catégories
Boulangeries	0 0 4 8 15
Boutiques spécialisées de la marque	0 0 0 6 21
Grandes surfaces	3 4 12 6 2
Chocolatiers	0 0 0 14 13
Des boutiques vendant plusieurs marques	0 1 6 9 11



Annexe VII.12,b : échelle Catégo – Personnes faiblement impliquées

Stimulus	Fréquences des catégories
Boulangeries	5 7 10 9 5
Boutiques spécialisées de la marque	0 1 3 12 20
Grandes surfaces	6 13 5 9 3
Chocolatiers	0 0 9 9 18
Des boutiques vendant plusieurs marques	0 1 3 16 16



Annexe VII.12, c : régression linéaire

RAPPORT DÉTAILLÉ	
Statistiques de la régression	
Coefficient de détermination multiple	0,68729044
Coefficient de détermination R^2	0,47236814
Coefficient de détermination R^2	0,29649086
Erreur-type	1,16571792
Observations	5

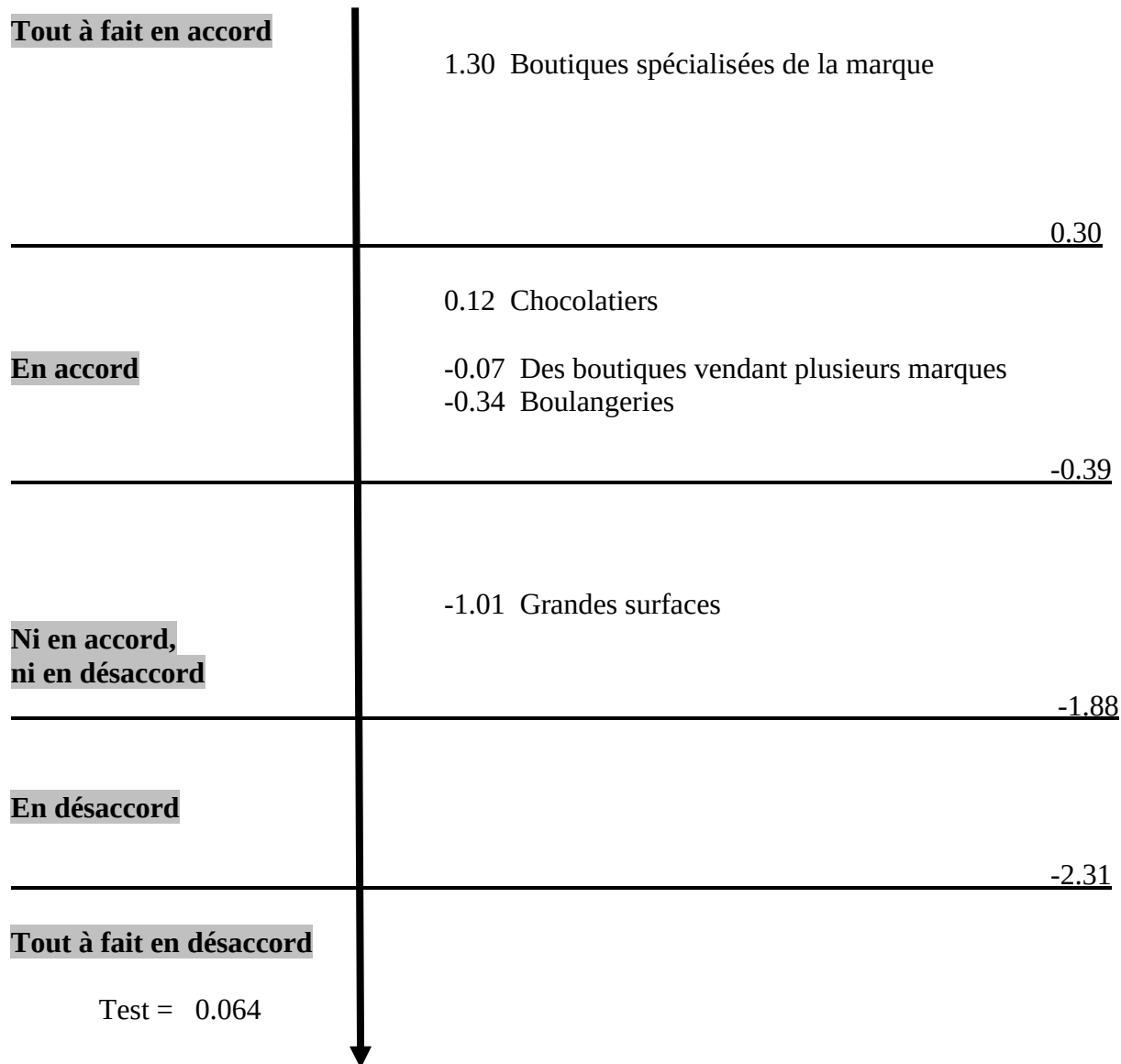
ANALYSE DE VARIANCE					
	Degré de liberté	Somme des carrés	Moyenne des carrés	F	Valeur critique de F
Régression	1	3,64970522	3,64970522	2,68578255	0,19977651
Résidus	3	4,07669478	1,35889826		
Total	4	7,7264			

	Coefficients	Erreur-type	Statistique t	Probabilité	Limite inférieure pour seuil de confiance = 95%	Limite supérieure pour seuil de confiance = 95%	Limite inférieure pour seuil de confiance = 95,0%	Limite supérieure pour seuil de confiance = 95,0%
Constante	3,6418E-17	0,5213249	6,9857E-17	1	-1,6590885	1,6590885	-1,6590885	1,6590885
Faiblement	0,82006633	0,50039569	1,63883573	0,19977651	-	-	-	-

Annexe VII.13 : perception de - « Je sais que la marque que j'achète est vendue en ... »

Annexe VII.13, a : échelle Catégo pour la totalité de l'échantillon

Stimulus	Fréquences des catégories
Boulangeries	3 6 25 20 30
Boutiques spécialisées de la marque	0 0 19 17 48
Grandes surfaces	9 16 30 18 11
Chocolatiers	2 1 13 23 45
Des boutiques vendant plusieurs marques	1 4 21 26 32



▪ Annexe VII.13, b : tableau de fréquence

a) Boulangeries

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	30	35,71%	35,71%
D'accord	20	23,81%	59,52%
Ni d'accord, ni en désaccord	25	29,76%	89,29%
En désaccord	6	7,14%	96,43%
Tout à fait en désaccord	3	3,57%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

b) Boutiques spécialisées de la marque

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	48	57,14%	57,14%
D'accord	17	20,24%	77,38%
Ni d'accord, ni en désaccord	19	22,62%	100,00%
En désaccord	0	0,00%	100,00%
Tout à fait en désaccord	0	0,00%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

c) Grandes surfaces

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	11	13,10%	13,10%
D'accord	18	21,43%	34,52%
Ni d'accord, ni en désaccord	30	35,71%	70,24%
En désaccord	16	19,05%	89,29%
Tout à fait en désaccord	9	10,71%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

d) Chez un chocolatier

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	45	53,57%	53,57%
D'accord	23	27,38%	80,95%
Ni d'accord, ni en désaccord	13	15,48%	96,43%
En désaccord	1	1,19%	97,62%
Tout à fait en désaccord	2	2,38%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

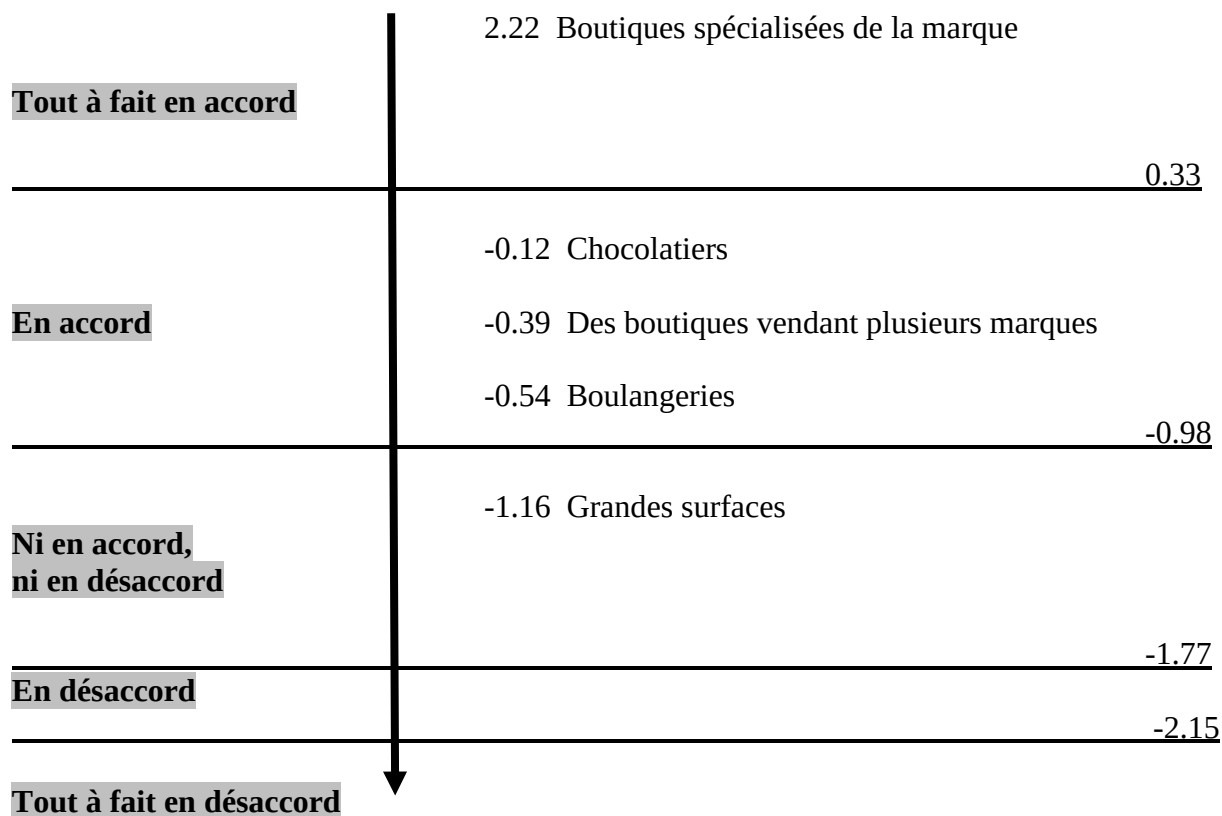
e) Dans des boutiques vendant plusieurs marques

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	32	38,10%	38,10%
D'accord	26	30,95%	69,05%
Ni d'accord, ni en désaccord	21	25,00%	94,05%
En désaccord	4	4,76%	98,81%
Tout à fait en désaccord	1	1,19%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

- Annexe VII.14 : perception du caractère approprié du magasin - « Je sais que la marque que j'achète est vendue en... »

Annexe VI.14, a : échelle Catégo – Personnes fortement impliquées

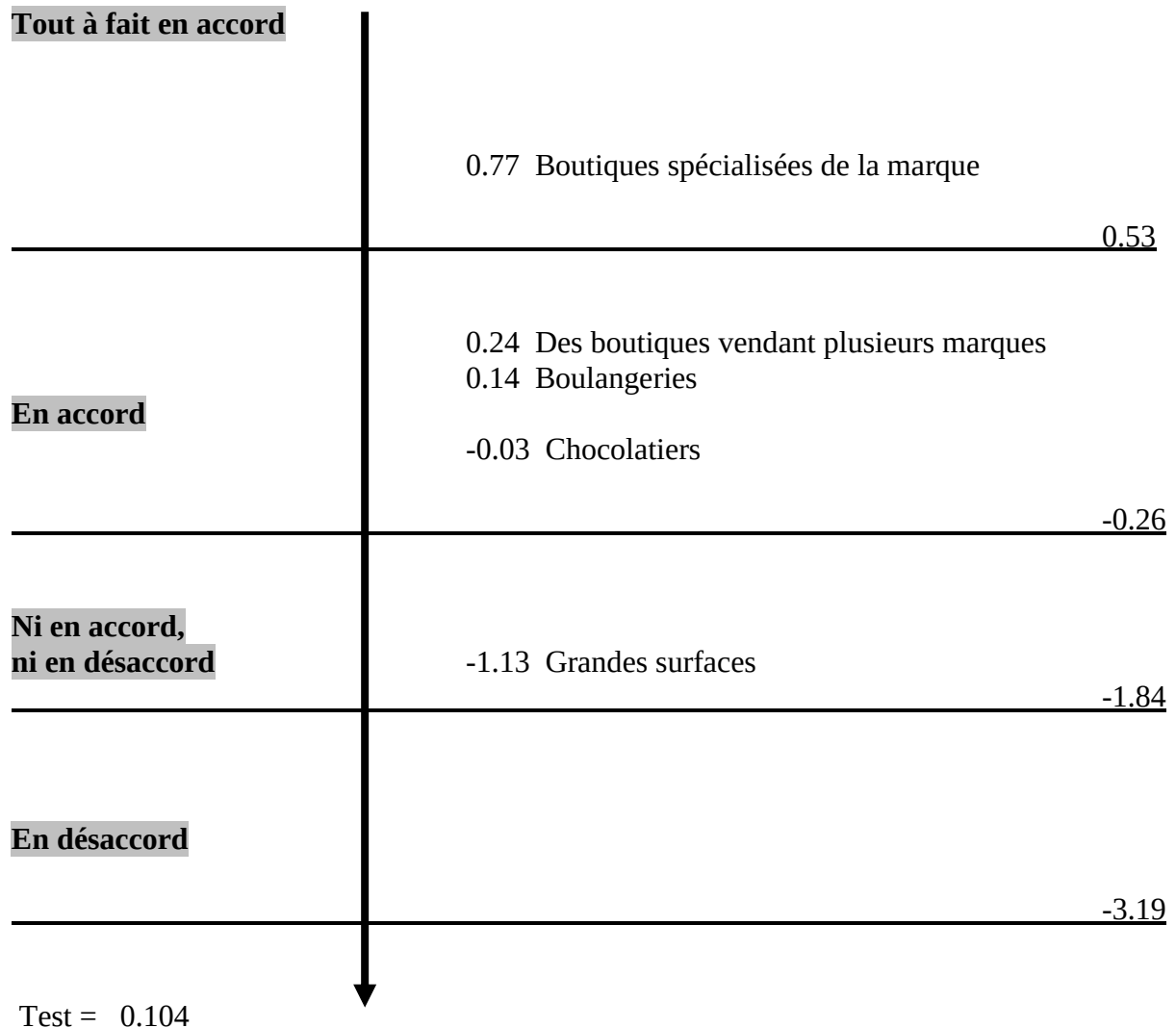
Stimulus	Fréquences des catégories
Boulangeries	2 2 6 8 9
Boutiques spécialisées de la marque	0 0 0 7 20
Grandes surfaces	2 3 15 6 1
Chocolatiers	1 1 6 2 17
Des boutiques vendant plusieurs marques	1 2 6 9 9



Test = 0.074

Annexe VII.14,b : échelle Catégo – Personnes fortement impliquées

Stimulus	Fréquences des catégories
Boulangeries	0 4 11 8 13
Boutiques spécialisées de la marque	0 0 18 9 9
Grandes surfaces	4 11 6 9 6
Chocolatiers	1 0 5 14 16
Des boutiques vendant plusieurs marques	0 2 11 12 11



Annexe VII.14, c : régression linéaire

RAPPORT DÉTAILLÉ								
Statistiques de la régression								
Coefficient de détermination multiple	0,7883019							
Coefficient de détermination R^2	0,62141988							
Coefficient de détermination R^2	0,4952265							
Erreur-type	0,92170705							
Observations	5							
ANALYSE DE VARIANCE								
	<i>Degré de liberté</i>	<i>Somme des carrés</i>	<i>Moyenne des carrés</i>	<i>F</i>	<i>Valeur critique de F</i>			
Régression	1	4,18344834	4,18344834	4,92434634	0,11313935			
Résidus	3	2,54863166	0,84954389					
Total	4	6,73208						
	<i>Coefficients</i>	<i>Erreur-type</i>	<i>Statistique t</i>	<i>Probabilité</i>	<i>Limite inférieure pour seuil de confiance = 95%</i>	<i>Limite supérieure pour seuil de confiance = 95%</i>	<i>Limite inférieure pour seuil de confiance = 95,0%</i>	<i>Limite supérieure pour seuil de confiance = 95,0%</i>
Constante	0,004931	0,41220204	0,01196258	0,99120652	-	1,30687986	-	1,31674186
Faiblement	1,46550095	0,66040722	2,21908683	0,11313935	-	3,56721146	-	3,56721146

Annexe VIII - Hypothèse 7 : qualificatifs associés à Bruyère

▪ Annexe VIII.1 : tableau de fréquence

a) Des pralines de qualité

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	32	48,48%	48,48%
D'accord	26	39,39%	87,88%
Ni d'accord ni en désaccord	8	12,12%	100,00%
En désaccord	0	0,00%	100,00%
Tout à fait en désaccord	0	0,00%	100,00%
TOTAL	66	100,00%	

b) Chocolat belge

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	26	39,39%	39,39%
D'accord	25	37,88%	77,27%
Ni d'accord ni en désaccord	13	19,70%	96,97%
En désaccord	2	3,03%	100,00%
Tout à fait en désaccord	0	0,00%	100,00%
TOTAL	66	100,00%	

c) Des pralines chères

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	16	24,24%	24,24%
D'accord	19	28,79%	53,03%
Ni d'accord ni en désaccord	28	42,42%	95,45%
En désaccord	1	1,52%	96,97%
Tout à fait en désaccord	2	3,03%	100,00%
TOTAL	66	100,00%	

d) Des pralines artisanales

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	23	34,85%	34,85%
D'accord	23	34,85%	69,70%
Ni d'accord ni en désaccord	17	25,76%	95,45%
En désaccord	3	4,55%	100,00%
Tout à fait en désaccord	0	0,00%	100,00%
TOTAL	66	100,00%	

e) Une marque très connue

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	19	28,79%	28,79%
D'accord	20	30,30%	59,09%
Ni d'accord ni en désaccord	19	28,79%	87,88%
En désaccord	6	9,09%	96,97%
Tout à fait en désaccord	2	3,03%	100,00%
TOTAL	66	100,00%	

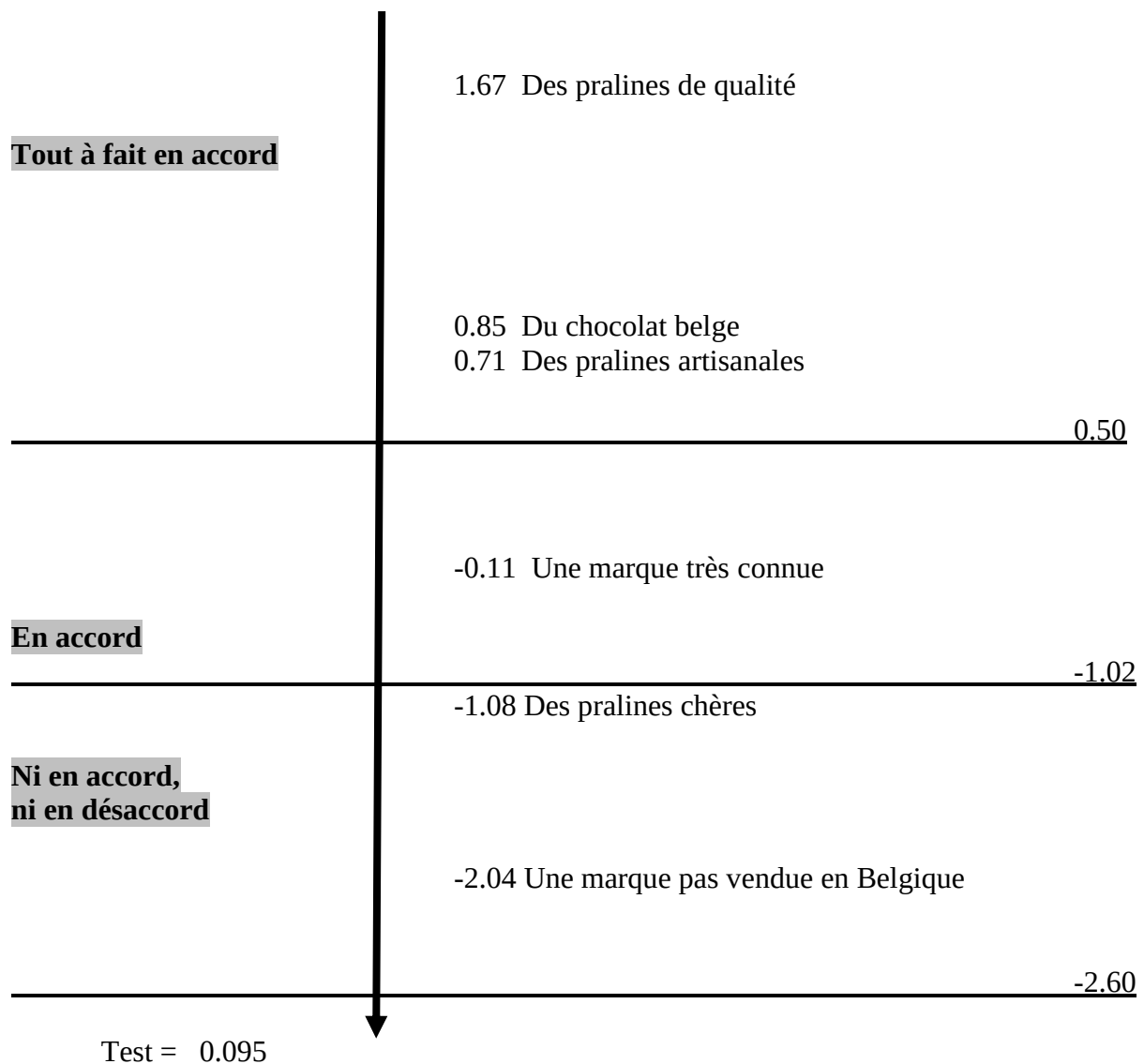
f) Une marque pas vendue en Belgique

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	15	22,73%	22,73%
D'accord	20	30,30%	53,03%
Ni d'accord ni en désaccord	8	12,12%	65,15%
En désaccord	5	7,58%	72,73%
Tout à fait en désaccord	18	27,27%	100,00%
TOTAL	66	100,00%	

- Annexe VIII.2 : comparaison de groupes fortement impliqués – faiblement impliqués pour les qualificatifs associés à Bruyère

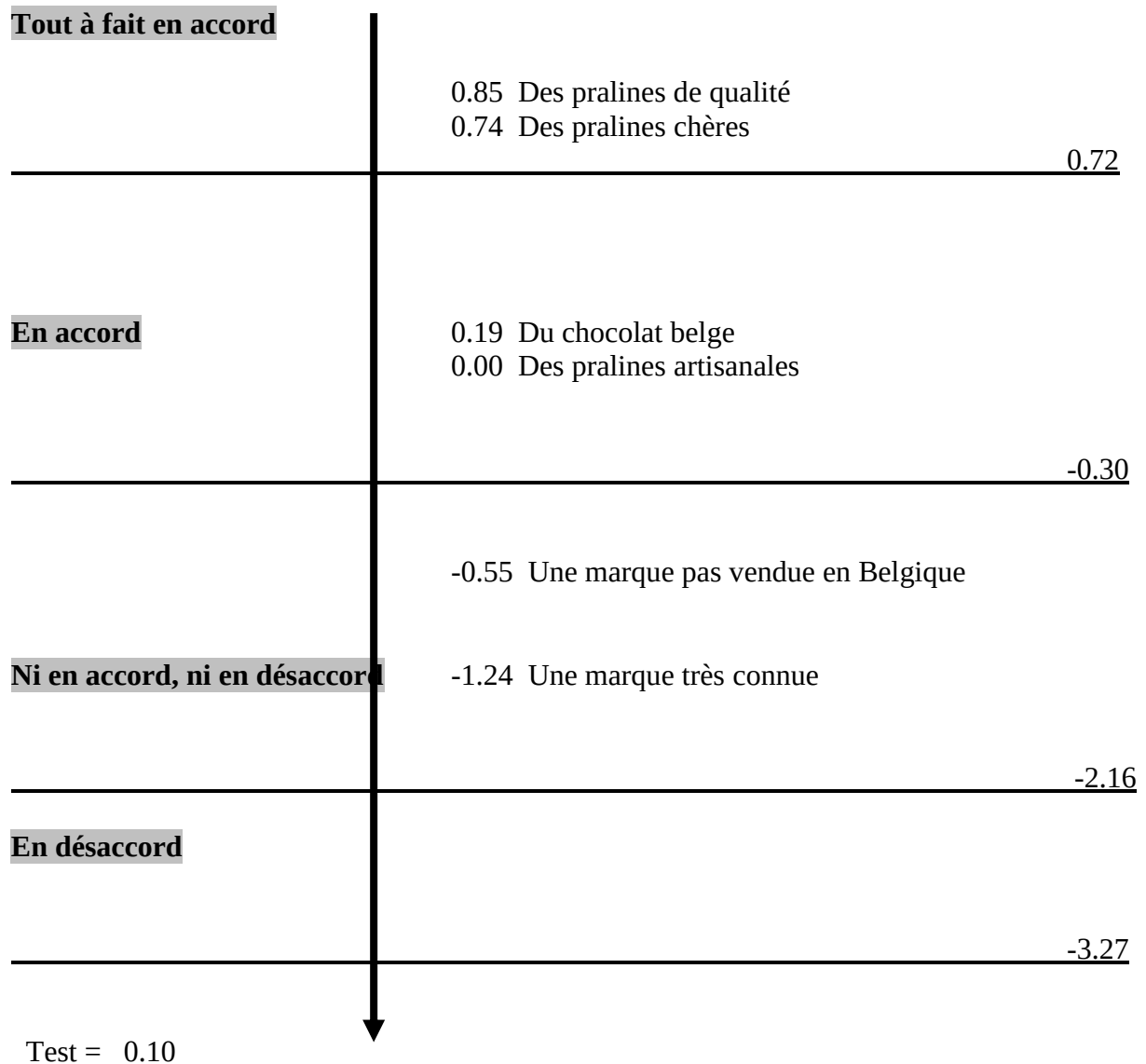
Annexe VIII.2, a : échelle Catégo - Personnes fortement impliquées

Stimulus	Fréquences des catégories
Des pralines de qualité	0 0 0 9 12
Des pralines chères	1 0 12 5 3
Des pralines artisanales	0 0 4 9 8
De chocolat belge	0 0 2 10 9
Une marque très connue	0 2 4 7 8
Une marque pas vendue en Belgique	9 3 3 4 2



Annexe VIII.2, b : échelle Catégo - Personnes faiblement impliquées

Stimulus	Fréquences des catégories
Des pralines de qualité	0 0 7 12 6
Des pralines chères	0 0 11 8 6
Des pralines artisanales	0 3 9 5 8
Du chocolat belge	0 2 6 8 9
Une marque très connue	2 3 12 7 1
Une marque pas vendue en Belgique	3 1 0 12 9



Annexe VIII.2, c : régression linéaire

RAPPORT DÉTAILLÉ								
Statistiques de la régression								
Coefficient de détermination multiple	0,37604343							
Coefficient de détermination R^2	0,14140866							
Coefficient de détermination R^2	0,07323917							
Erreur-type	1,41709537							
Observations	6							
ANALYSE DE VARIANCE								
	Degré de liberté	Somme des carrés	Moyenne des carrés	F	Valeur critique de F			
Régression	1	1,32296287	1,32296287	0,65879379	0,462522754			
Résidus	4	8,03263713	2,00815928					
Total	5	9,3556						
	Coefficients	Erreur-type	Statistique t	Probabilité	Limite inférieure pour seuil de confiance = 95%	Limite supérieure pour seuil de confiance = 95%	Limite inférieure pour seuil de confiance = 95,0%	Limite supérieure pour seuil de confiance = 95,0%
Constante	0,00108075	0,57852829	0,0018681	0,99859893	-1,6051713	1,6073328	-1,6051713	1,6073328
Faiblement	0,64844764	0,79891424	0,81166113	0,46252275	-1,5696939	2,86658918	-1,5696939	2,86658918

Annexe IX - Hypothèse 8 : l'achat de pralines varie en fonction de l'âge des répondants

▪ Annexe IX.1 : groupe d'âge

	Personnes âgées de moins de 35 ans	Personnes âgées de plus de 35 ans	Total
Très souvent	2	6	8
Souvent	5	19	24
Rarement	11	32	43
Jamais	1	8	9
TOTAL DES EFFECTIFS	19	65	84

▪ Annexe IX. 2 : Tableau de fréquence

	Personnes âgées de moins de 35 ans (effectifs)	Fréquence observées	Personnes âgées de plus de 35 ans (effectifs)	Fréquences observées
Très souvent	2	10,53%	6	9,23%
Souvent	5	26,32%	19	29,23%
Rarement	11	57,89%	32	49,23%
Jamais	1	5,26%	8	12,31%
TOTAL	19	100,00%	65	100,00%

▪ Annexe IX.3 : régression linéaire

RAPPORT DÉTAILLÉ									
Statistiques de la régression									
Coefficient de détermination multiple	0,98054722								
Coefficient de détermination R^2	0,96147284								
Coefficient de détermination R^2	0,94220926								
Erreur-type	1,08178667								
Observations	4								
ANALYSE DE VARIANCE									
	Degré de liberté	Somme des carrés	Moyenne des carrés	F	Valeur critique de F				
Régression	1	58,4094752	58,4094752	49,911435	0,01945278				
Résidus	2	2,34052478	1,17026239						
Total	3	60,75							
						Limite inférieure pour seuil de confiance = 95%	Limite supérieure pour seuil de confiance = 95%	Limite inférieure pour seuil de confiance = 95,0%	Limite supérieure pour seuil de confiance = 95,0%
	Coefficients	Erreur-type	Statistique t	Probabilité					
Constante	- 1,24781341	- 1,00663677	- 1,23958656	- 0,34084821	- 5,57902184	- 3,08339502	- 5,57902184	- 3,08339502	- 3,08339502
Personnes âges de plus de 35 ans	0,36909621	0,05224438	7,06480254	0,01945278	0,1443068	0,59388562	0,1443068	0,59388562	

Annexe X - Hypothèse 9 : occasions et fréquence d'achat des pralines

▪ Annexe X.1 : échelle de fréquence

a) Pour vous-même

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Très souvent	11	13,10%	13,10%
Souvent	20	23,81%	36,90%
Parfois	36	42,86%	79,76%
Jamais	17	20,24%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

b) En remerciement

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Très souvent	18	21,43%	21,43%
Souvent	23	27,38%	48,81%
Parfois	38	45,24%	94,05%
Jamais	5	5,95%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

c) Pour les fêtes de Noël ou Nouvel An

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Très souvent	19	22,62%	22,62%
Souvent	24	28,57%	51,19%
Parfois	24	28,57%	79,76%
Jamais	17	20,24%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

d) Pour les anniversaires

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Très souvent	15	17,86%	17,86%
Souvent	20	23,81%	41,67%
Parfois	32	38,10%	79,76%
Jamais	17	20,24%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

e) Pour la promotion d'un collègue

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Très souvent	6	7,14%	7,14%
Souvent	13	15,48%	22,62%
Parfois	29	34,52%	57,14%
Jamais	36	42,86%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

f) Si je ne connais pas bien la personne

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Très souvent	9	10,71%	10,71%
Souvent	19	22,62%	33,33%
Parfois	35	41,67%	75,00%
Jamais	21	25,00%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

g) Par amour

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Très souvent	12	14,29%	14,29%
Souvent	17	20,24%	34,52%
Parfois	24	28,57%	63,10%
Jamais	31	36,90%	100,00%
Total	84	100,00%	

h) Si je n'ai pas d'idée de cadeau

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Très souvent	14	16,67%	16,67%
Souvent	17	20,24%	36,90%
Parfois	37	44,05%	80,95%
Jamais	16	19,05%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

i) Sans occasion particulière

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Très souvent	8	9,52%	9,52%
Souvent	19	22,62%	32,14%
Parfois	32	38,10%	70,24%
Jamais	25	29,76%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

▪ Annexe X.2 : calcul de moyenne et écart-type

Calcul de moyenne et écart-type du stimulus a)

	Pour vous-même
N	84
Moyenne	2,30
Ecart-type	0,590

Calcul de moyenne et écart-type du stimulus b)

	En remerciement
N	84
Moyenne	2,642
Ecart-type	0,405

Calcul de moyenne et écart-type du stimulus c)

	Les fêtes de Noël et Nouvel An
N	84
Moyenne	2,54
Ecart-type	0,699

Calcul de moyenne et écart-type du stimulus d)

	Pour les anniversaires
N	84
Moyenne	2,40
Ecart-type	0,63

Calcul de moyenne et écart-type du stimuli e)

	Pour la promotion d'un collègue
N	84
Moyenne	1,87
Ecart-type	0,58

Calcul de moyenne et écart-type du stimulus f)

	Si je ne connais pas bien la personne
N	84
Moyenne	2,345
Ecart-type	0,594

Calcul de moyenne et écart-type du stimulus g)

	Par amour
N	84
Moyenne	1,19
Ecart-type	0,602

Calcul de moyenne et écart-type du stimulus h)

	Si je n'ai pas d'idée
N	84
Moyenne	1,12
Ecart-type	0,69

Calcul de moyenne et écart-type du stimulus i)

	Sans occasion particulière
N	84
Moyenne	1,12
Ecart-type	0,61

Annexe X.3 : test relatif à une moyenne

Afin de tester si les moyennes que nous avons obtenues sont statistiquement différentes, nous avons réalisés un test relatif à une moyenne. Comme notre objectif est de savoir si les moyennes que nous avons sont différentes de *en remerciements* et pour les *fêtes de Noël et Nouvel an*, nous allons effectuer 2 tests. Pour le premier, la moyenne que nous fixons est de 2,642 et pour le second 2,54. De plus, pour chacun de ces deux tests nous avons fixé un taux d'erreur de 5%, autrement dit $\alpha=0,05$

➤ En remerciements

Nous pouvons formuler nos hypothèses comme suit :

$$\left| \begin{array}{l} H_0 = 2,642 \\ H_1 \neq 2,642 \end{array} \right.$$

Si nous supposons que H_0 est vrai, nous avons

$$T = \frac{\bar{X} - \mu_0}{S' / \sqrt{n}}$$

Sachant que $S'^2 = \frac{n}{n-1} * S^2$ et que $S^2 = 0,1625 \Rightarrow S'^2 = \frac{84}{83} * 0,1625 = 0,1644$

$$\text{Dans notre cas, cela revient à } T = \frac{\bar{X} - 2,642}{\sqrt{0,1644} / \sqrt{84}} = \frac{\bar{X} - 2,642}{0,04423}$$

Comme la région d'acceptation est de la forme $b_i < \bar{x} < b_s$, si nous retenons un risque d'erreur de 5%, la valeur t_{α} de la variable normale centrée réduite est de 1,96. En effet pour $\text{Prob}[T > t^{\alpha/2}] = \frac{\alpha}{2}$, la valeur lue est $t_{0,025} = 1,96$

Donc,

$$b_i = \mu_0 - t^{\alpha/2} * \left(S' / \sqrt{n} \right), \text{ dans notre cas } b_i = 2,642 - 1,96 * (0,04423) = 2,556$$

$$b_i = \mu_0 + t^{\alpha/2} * \left(S' / \sqrt{n} \right), \text{ dans notre cas } b_i = 2,642 + 1,96 * (0,04423) = 2,729$$

➤ Pour les fêtes de Noël et Nouvel An

Nous pouvons formuler nos hypothèses comme suit :

$$\begin{cases} H_0 = 2,54 \\ H_1 \neq 2,54 \end{cases}$$

Si nous supposons que H_0 est vrai, nous avons

$$T = \frac{\bar{X} - \mu_0}{S' / \sqrt{n}}$$

$$\text{Sachant que } S'^2 = \frac{n}{n-1} * S^2 \quad \text{et que } S^2 = 0,483 \quad \Rightarrow \quad S'^2 = \frac{84}{83} * 0,483 = 0,488$$

$$\text{Dans notre cas, cela revient à } T = \frac{\bar{X} - 2,54}{\sqrt{0,488} / \sqrt{84}} = \frac{\bar{X} - 2,54}{0,0762}$$

Comme la région d'acceptation est de la forme $b_i < \bar{x} < b_s$, si nous retenons un risque d'erreur de 5%, la valeur t_{α} de la variable normale centrée réduite est de 1,96. En effet pour $\text{Prob}[T > t^{\alpha/2}] = \frac{\alpha}{2}$, la valeur lue est $t_{0,025} = 1,96$

Donc,

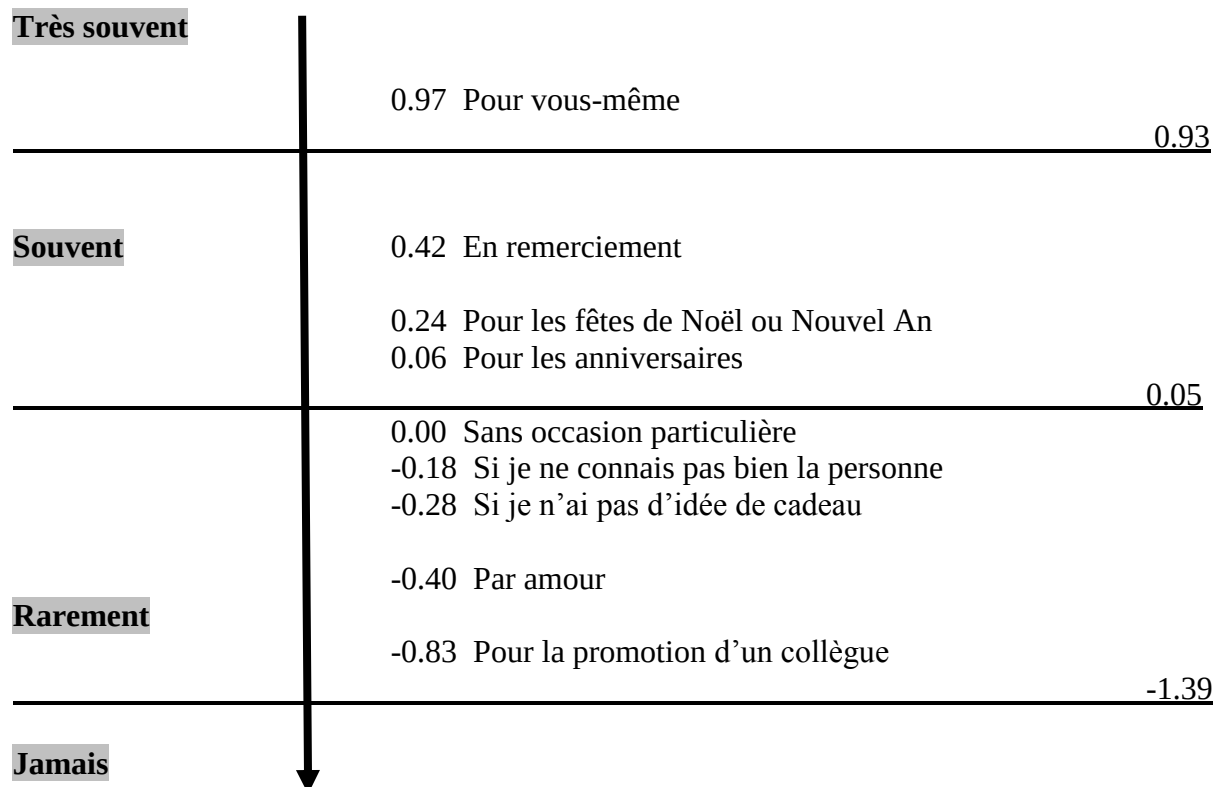
$$b_i = \mu_0 - t^{\alpha/2} * \left(S' / \sqrt{n} \right), \text{ dans notre cas } b_i = 2,54 - 1,96 * (0,0762) = 2,3906$$

$$b_s = \mu_0 + t^{\alpha/2} * \left(S' / \sqrt{n} \right), \text{ dans notre cas } b_s = 2,54 + 1,96 * (0,0762) = 2,689$$

- Annexe X.4 : comparaison des groupes fortement impliqués et faiblement impliqués pour les occasions d'achat

Annexe X.4, a : échelle Catégo : personnes fortement impliquées

Stimulus	Fréquences des catégories
Pour vous-même	0 14 8 5
En remerciement	1 8 10 8
Pour les fêtes de Noël et Nouvel An	3 7 8 9
Pour les anniversaires	3 9 9 6
Pour la promotion d'un collègue	11 8 7 1
Si je n'ai pas d'idée de cadeau	6 9 8 4
Si je ne connais pas bien la personne	3 12 9 3
Par amour	8 10 4 5
Sans occasion particulière	3 11 7 6



Test = 0.068

Annexe X.4, b : échelle Catégo : personnes faiblement impliquées

Stimulus	Fréquences des catégories
Pour vous-même	13 9 9 5
En remerciement	3 19 6 8
Pour les fêtes de Noël et Nouvel An	11 7 10 8
Pour les anniversaires	10 11 10 5
Pour la promotion d'un collègue	15 11 6 4
Si je n'ai pas d'idée de cadeau	5 18 6 7
Si je ne connais pas bien la personne	11 16 6 3
Par amour	13 9 10 4
Sans occasions particulières	15 12 9 0

Très souvent

1.41

Souvent

0.51 En remerciement

0.37

0.31 Pour les fêtes de Noël ou Nouvel An / Si je n'ai pas d'idée de cadeau

0.16 Pour les anniversaires

0.06 Pour vous-même / Par amour

Rarement

-0.13 Pour la promotion d'un collègue / Si je ne connais pas bien la personne

-0.58

-1.18 Sans occasion particulière

Jamais

Test = 0.069

Annexe X.4, c : régression linéaire

RAPPORT DÉTAILLÉ									
Statistiques de la régression									
Coefficient de détermination multiple	0,18943408								
Coefficient de détermination R^2	0,03588527								
Coefficient de détermination R^2	- 0,10184541								
Erreur-type	0,54267461								
Observations	9								
ANALYSE DE VARIANCE									
	Degré de liberté	Somme des carrés	Moyenne des carrés	F	Valeur critique de F				
Régression	1	0,07672988	0,07672988	0,26054668	0,62544297				
Résidus	7	2,06147012	0,29449573						
Total	8	2,1382							
	Coefficients	Erreur-type	Statistique t	Probabilité	Limite inférieure pour seuil de confiance = 95%	Limite supérieure pour seuil de confiance = 95%	Limite inférieure pour seuil de confiance = 95,0%	Limite supérieure pour seuil de confiance = 95,0%	
Constante	0,00155373	0,18091714	0,00858808	0,99338742	- 0,42624734	0,4293548	- 0,42624734	0,4293548	
Faiblement	0,19976538	0,39136093	0,51043773	0,62544297	- 0,72565616	1,12518692	- 0,72565616	1,12518692	

Annexe XI - hypothèse 10 : les qualificatifs associés au ballotin

▪ Annexe XI.1 : tableau de fréquence

a) Valeur sûre

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	26	30,95%	30,95%
En accord	27	32,14%	63,10%
Ni en accord, ni en désaccord	23	27,38%	90,48%
En désaccord	8	9,52%	100,00%
Tout à fait en désaccord	0	0,00%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

b) Unique

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	34	40,48%	40,48%
En accord	26	30,95%	71,43%
Ni en accord, ni en désaccord	18	21,43%	92,86%
En désaccord	3	3,57%	96,43%
Tout à fait en désaccord	3	3,57%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

c) Classique

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	19	22,62%	22,62%
En accord	35	41,67%	64,29%
Ni en accord, ni en désaccord	23	27,38%	91,67%
En désaccord	4	4,76%	96,43%
Tout à fait en désaccord	3	3,57%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

d) Approprié

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	31	36,90%	36,90%
En accord	29	34,52%	71,43%
Ni en accord, ni en désaccord	23	27,38%	98,81%
En désaccord	1	1,19%	100,00%
Tout à fait en désaccord	0	0,00%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

e) Inspire la gourmandise

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	34	40,48%	40,48%
En accord	25	29,76%	70,24%
Ni en accord, ni en désaccord	11	13,10%	83,33%
En désaccord	10	11,90%	95,24%
Tout à fait en désaccord	4	4,76%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

f) Luxueux

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	30	35,71%	35,71%
En accord	20	23,81%	59,52%
Ni en accord, ni en désaccord	22	26,19%	85,71%
En désaccord	7	8,33%	94,05%
Tout à fait en désaccord	5	5,95%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

g) Bien sauf s'il est déjà pré-composé

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	22	26,19%	26,19%
En accord	25	29,76%	55,95%
Ni en accord, ni en désaccord	26	30,95%	86,90%
En désaccord	8	9,52%	96,43%
Tout à fait en désaccord	3	3,57%	100,00%
TOTAL	84	100,00%	

▪ Annexe XI.2 : comparaison des résultats fortement impliqués – faiblement impliqués

Annexe XI.2, a : échelle Catégo : personnes fortement impliquées

<u>Stimulus</u>	<u>Fréquences des catégories</u>
Une valeur sûre	0 3 2 9 13
Luxueux	0 1 4 6 16
Inspire la gourmandise	0 0 1 11 15
Classique	0 1 5 11 10
Approprié	0 0 3 13 11
Bien sauf s'il est déjà composé	1 1 8 7 10
Unique	1 1 3 10 12

**Tout à fait
en accord**

0.93 Inspire la gourmandise

0.69 Approprié

0.11 Luxueux

0.10

En accord

-0.06 Classique

-0.10 Une valeur sûre

-0.69 Unique

-0.88 Bien sauf s'il est déjà pré- composé

-0.97

**Ni en accord,
ni en désaccord**

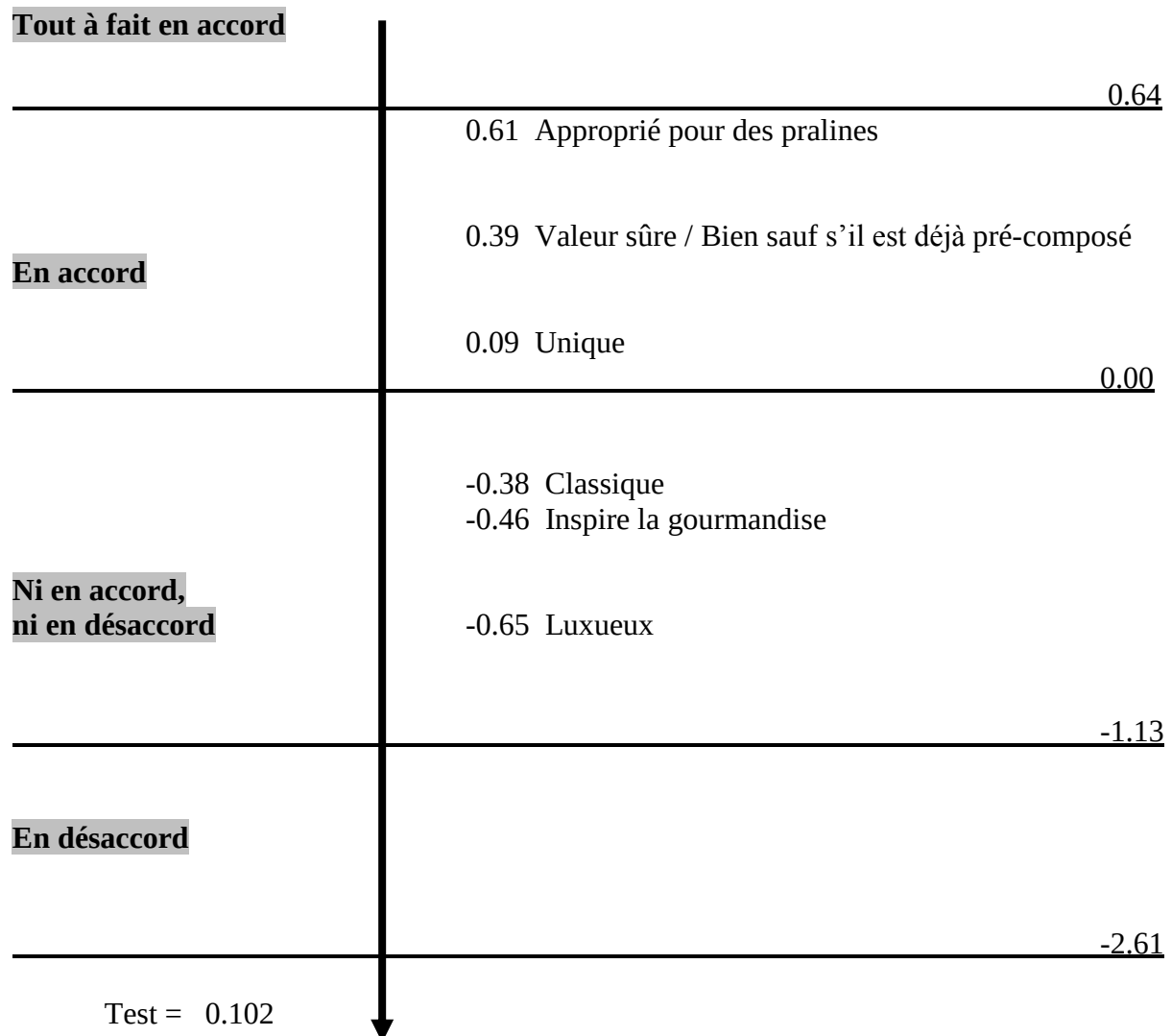
-2.32

-3.56

Test = 0.068

Annexe XI.2, b : échelle Catégo – Personnes faiblement impliquées

Stimulus	Fréquences des catégories
Valeur sûre	0 5 13 9 9
Luxueux	5 5 11 9 6
Inspire la gourmandise	3 9 8 4 12
Classique	3 1 13 14 5
Approprié pour des pralines	0 1 18 7 10
Bien sauf s'il est déjà pré-composé	0 5 13 9 9
Unique	2 0 11 6 17



Annexe XI.2, c : régression linéaire

RAPPORT DÉTAILLÉ								
Statistiques de la régression								
Coefficient de détermination multiple	0,15282219							
Coefficient de détermination R^2	0,02335462							
Coefficient de détermination R^2	-							
Erreur-type	0,60319801							
Observations	7							
ANALYSE DE VARIANCE								
	<i>Degré de liberté</i>	<i>Somme des carrés</i>	<i>Moyenne des carrés</i>	<i>F</i>	<i>Valeur critique de F</i>			
Régression	1	0,04350365	0,04350365	0,11956551	0,7435799			
Résidus	5	1,8192392	0,36384784					
Total	6	1,86274286						
	<i>Coefficients</i>	<i>Erreur-type</i>	<i>Statistique t</i>	<i>Probabilité</i>	<i>Limite inférieure pour seuil de confiance = 95%</i>	<i>Limite supérieure pour seuil de confiance = 95%</i>	<i>Limite inférieure pour seuil de confiance = 95,0%</i>	<i>Limite supérieure pour seuil de confiance = 95,0%</i>
Constante	-	-	-	-	-	-	-	-
	0,07738921	0,22798853	0,33944344	0,74806893	0,66345239	0,50867397	0,66345239	0,50867397
Faiblement	-0,1724478	0,49871761	-	-	-	-	-	-
			0,34578247	0,7435799	1,45444223	1,10954662	1,45444223	1,10954662

