



3. Combien de temps environ prenez-vous pour décider d'acheter un produit pour les différentes catégories suivantes ? \*

	Quelques minutes	Quelques heures	Quelques jours	Quelques semaines	Quelques mois	Jamais
Equipement sportif	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alimentation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Electroménagers	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outils de jardinage	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Technologies (GSM, Ordinateur, baffles,...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Automobile	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. Lors du choix d'un produit, quel niveau d'importance accordez-vous aux différents critères ci-dessous ? \*

	Pas du tout important	Pas important	Neutre	Important	Très important
Prix	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Design/Look	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Présence d'explications d'utilisation du produit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informations données par le vendeur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Produit ayant un impact positif sur l'environnement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Provenance du produit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### Le conseil dans le magasin

Cette partie ne concernera que les informations demandées EN MAGASIN. Par exemple, informations venant des vendeurs, de relations personnelles (famille, amis), des bornes informatives présentes dans le magasin, les QR codes présents sur les emballages des produits ou les fiches-produits. Les fiches-produits signifient la fiche explicative du produit.

La suite du questionnaire ne prend donc PAS en compte les informations ou avis que vous pourriez trouver sur internet.

5. A quelle fréquence utilisez-vous ces moyens informatifs dans la décision de votre achat ?

\*

	Jamais	Une fois par mois	2-3 fois par mois	Une fois par semaine	Plus d'une fois par semaine
Relations personnelles (amis/famille)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fiche produit (descriptif du produit)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
QR codes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conseil du vendeur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bornes informatives	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. A quel point êtes-vous en accord avec les phrases suivantes ? \*

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Neutre	D'accord	Tout à fait d'accord	je ne sais pas
Un conseil pousse ma décision d'achat, si le conseil va dans le sens de ma pré-décision	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le conseil d'un vendeur est une source sûre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Si un vendeur me conseille, je serai plus susceptible d'acheter le produit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'information venant d'une borne informative est toujours juste	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'information venant d'une fiche-produit est plus fiable que celle venant d'un vendeur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
J'achète plus facilement un produit si l'information provient d'une source comme le vendeur ou un ami plutôt qu'une source comme la fiche-produit ou la borne informative	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'information venant d'un QR code sera plus crédible qu'une information venant d'un ami ou de la famille.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. Êtes-vous prêt à payer plus cher pour un produit pour lequel vous avez été conseillé ? \*

Oui

Non

8. Pourquoi ? (Question ouverte)

### Commerces locaux vs grandes distribution

La suite de l'enquête se focalisera sur les magasins alimentaires. On distinguera deux types de magasins : la grande distribution (Delhaize, Carrefour, Colruyt, Aldi, etc.) et les commerces locaux.

9. Vers quel style de magasin vous dirigez-vous pour faire vos achats ? \*

- Commerces locaux
- Grande distribution
- Les deux

10. (Si « commerces locaux » a été coché) Si vous avez coché les commerces locaux, Vers quel(s) type(s) de magasins allez-vous faire vos courses ? (Plusieurs choix possibles). \*

- Chez le producteur directement
- Dans des magasins spécialisés
- Dans des commerces de proximité
- Réseau d'achats locaux
- Autre

11. (Si « les deux » a été coché), si vous avez coché les deux, pour quel type de produits vous dirigez-vous vers quel magasin ? \*

	Magasins locaux	Grande distribution	Les deux
Pain	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fromage	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Savon/Shampoing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Charcuterie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
produits ménagers	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
produits laitiers	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cosmétique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fruits/ légumes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poissons	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Selon vous, où trouve-t-on le plus souvent les sources d'information ci-dessous ? \*

	100% magasins locaux	75% locaux vs 25% distribution	50% locaux vs 50% distribution	25% locaux vs 75% distribution	100% grande distribution
QR code	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Information du vendeur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fiches-produits	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Relations personnelles (amis/famille)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bornes informatives	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Lisez les critères ci-dessous. Selon vous, quel(s) type(s) de magasins : \*

	100% magasins locaux	75% locaux vs 25% distribution	50% locaux vs 50% distribution	25% locaux vs 75% distribution	100% grande distribution
sont plus chers	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ont un meilleur impact sur l'environnement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
sont plus crédibles	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ont des produits de meilleure qualité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sont plus disponibles pour le client	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Donnent de meilleurs conseils sur leurs produits vendus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sont connus pour leur image de marque	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. A quel point êtes-vous d'accord avec les phrases suivantes ? \* (1= pas du tout d'accord, 3= neutre et 5= tout à fait d'accord).

- Le vendeur dans les commerces locaux est plus expert que le vendeur de la grande distribution

1                      2                      3                      4                      5

- Les QR codes sont plus utilisés dans les commerces de grande distribution que les commerces locaux

1                      2                      3                      4                      5

- Les fiches-produits dans les commerces locaux ont un meilleur impact sur notre décision d'achat que celles présentes dans la grande distribution

1                      2                      3                      4                      5

- Les commerces locaux inspirent plus confiance que la grande distribution

1                      2                      3                      4                      5

- Les bornes informatives sont plus crédibles dans les commerces locaux

1                      2                      3                      4                      5

### Implications

Cette section est consacrée à la façon dont vous percevez l'information dans votre processus d'achat de produits.

15. Pour moi l'information c'est...

- |                          |                       |                       |                       |                       |                       |                     |
|--------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| ○ Sans importance        | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | important           |
| ○ N'engage pas d'émotion | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Engage de l'émotion |
| ○ Non éducatif           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Éducatif            |
| ○ Sans intérêt           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Intéressant         |
| ○ Non nécessaire         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Nécessaire          |
| ○ Peu attrayant          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Attrayant           |

## Informations générales

16. Êtes-vous... ?

- Une femme
- Un homme
- Autre

17. A quelle tranche d'âge appartenez-vous ?

- Moins de 18 ans
- 18 à 24 ans
- 25 à 40 ans
- 41- 65 ans
- Plus de 65 ans

18. Quel est votre niveau de diplôme obtenu le plus élevé ?

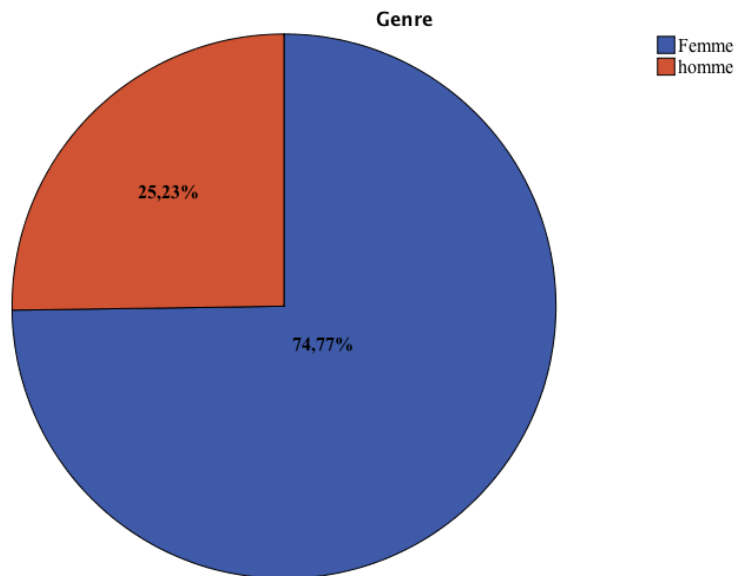
- Primaire
- Secondaire
- Bachelier
- Master
- Doctorat

19. Quelles est votre situation professionnelle ?

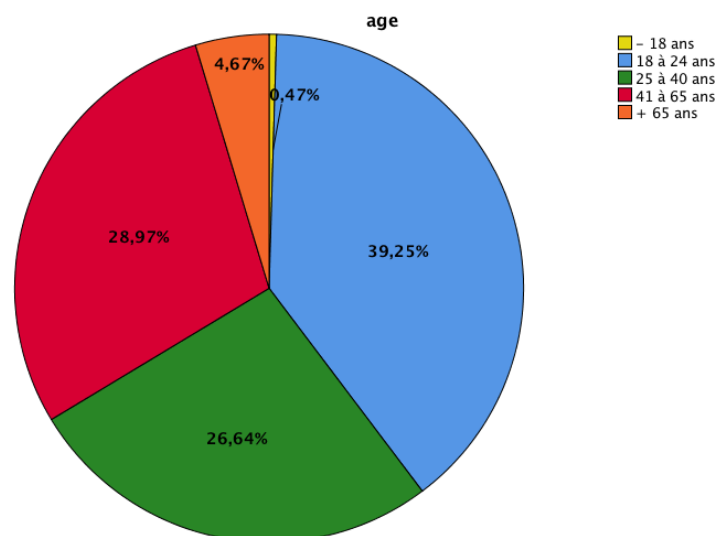
- Indépendant(e)
- Employé(e)
- Sans emploi
- Cadre
- Étudiant(e)
- Retraité(e)

- Ouvrier(ère)
- Homme/femme au foyer
- Autre

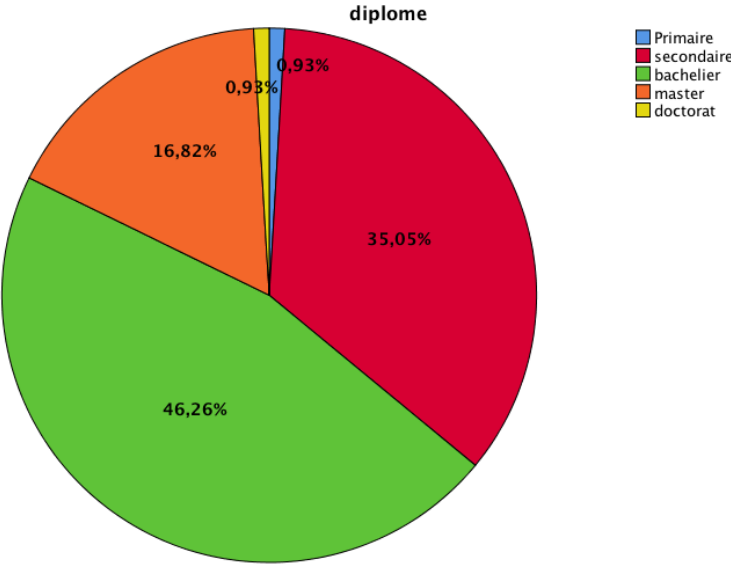
## Annexe 2 : Genre



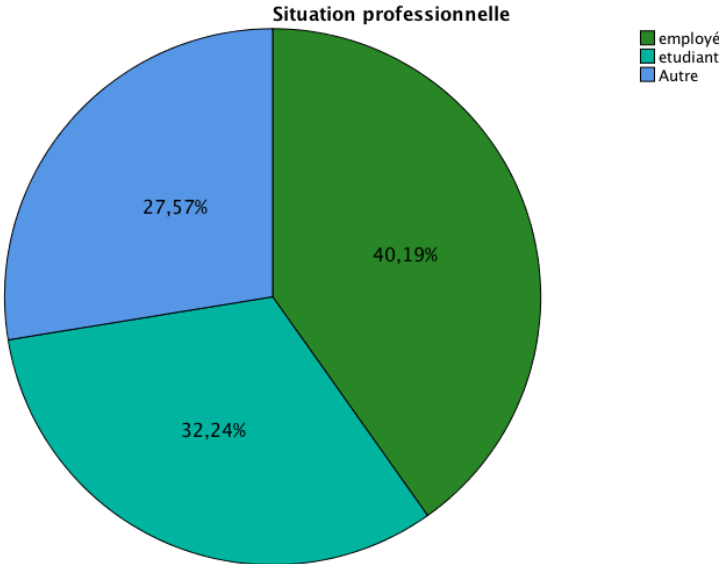
## Annexe 3 : Age



### Annexe 4 : Diplôme



### Annexe 5 : Situation professionnelle

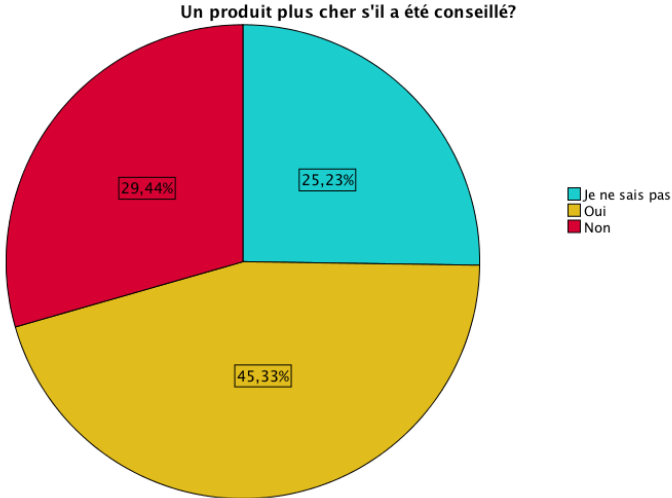


## Annexe 6 : Codage dans SPSS

1	2	3	4	5
Jamais	Occasionnellement	Parfois	Souvent	Tout le temps
Jamais	Quelques mois	Quelques semaines	Quelques jours	Quelques heures
Pas du tout important	Pas important	Neutre	Important	Très important
Jamais	1X/mois	2-3x/mois	1x/semaine	Plus d'1x/semaine
100% magasins locaux	75% locaux vs 25% distribution	50% locaux vs 50% distribution	25% locaux vs 75% distribution	100% grande distribution
Commerces locaux		Les deux		Grande distribution
Femmes	Hommes			
Oui	Non			

0	Je ne sais pas
6	Quelques minutes

# Annexe 7: Le prix du conseil d'un produit



# Annexe 8 : Le style de magasin

