



"La réaction des consommateurs face aux promotions par réduction de prix : le cas des produits d'achat courant biologiques"

Menu, Ilona ; Decruyenaere, Louis

ABSTRACT

Ce mémoire a pour but d'étudier les perceptions des consommateurs à l'égard des promotions par réduction de prix dans les produits d'achat courant et plus précisément, sur les produits bio. A travers la première partie consacrée à la revue de la littérature, nous avons exploré l'arrivée des produits bio dans nos rayons, la production des produits bio, les labels, ses externalités, ses chiffres ainsi que ses freins, dont le principal est le prix de vente. Ensuite nous nous sommes intéressés à l'implication du consommateur et sa perception du prix. Enfin, nous avons parcouru les promotions et plus particulièrement les promotions par réduction de prix, qui ont pour but principal d'inciter le client à passer à l'acte d'achat. A l'issue de ceci, nous avons pu émettre notre question de recherche : « Quelles sont les réactions des consommateurs face aux promotions par réduction de prix dans le cas des produits bio ? ». La seconde partie de ce mémoire a été consacrée à l'étude empirique. Nous avons premièrement entrepris une pré-enquête qualitative en réalisant 17 interviews afin de construire nos hypothèses de recherche. Ensuite, nous avons réalisé une expérimentation en ligne exposant huit scénarios différents attribués aléatoirement aux répondants. Dans cette expérimentation, nous avons deux produits, en promotion ou non, et enfin, bio ou non. Nous avons pu récolter 846 questionnaires qui ont été traités. Cependant, à la suite de ce traitement, nous avons pu en garder 327 pour l'analyse de nos résultats...

CITE THIS VERSION

Menu, Ilona ; Decruyenaere, Louis. *La réaction des consommateurs face aux promotions par réduction de prix : le cas des produits d'achat courant biologiques*. Louvain School of Management, Université catholique de Louvain, 2024. Prom. : Sinigaglia, Nadia. <http://hdl.handle.net/2078.1/thesis:47122>

Le répertoire DIAL.mem est destiné à l'archivage et à la diffusion des mémoires rédigés par les étudiants de l'UCLouvain. Toute utilisation de ce document à des fins lucratives ou commerciales est strictement interdite. L'utilisateur s'engage à respecter les droits d'auteur liés à ce document, notamment le droit à l'intégrité de l'oeuvre et le droit à la paternité. La politique complète de droit d'auteur est disponible sur la page [Copyright policy](#)

DIAL.mem is the institutional repository for the Master theses of the UCLouvain. Usage of this document for profit or commercial purposes is strictly prohibited. User agrees to respect copyright, in particular text integrity and credit to the author. Full content of copyright policy is available at [Copyright policy](#)

Louvain School of Management

La réaction des consommateurs face aux promotions par réduction de prix : le cas des produits d'achat courant biologiques.

Auteur : Ilona Menu – Louis Decruyenaere
Promoteur(s) : Nadia Sinigaglia
Année académique 2023-2024
Intitulé du master et de la finalité : Master en Sciences de gestion à
finalité spécialisée

LISTE DES ANNEXES

Annexe 1 : L'alimentation biologique	1
1. La production biologique	1
2. Les labels écologiques	1
3. Les externalités de l'agriculture biologique	2
Annexe 2 : Les différents freins à la consommation de produits biologiques en 2020 (Statista, 2022).....	5
Annexe 3 : Pré-enquête qualitative	6
1. Méthodologie	6
1.1 Les objectifs de la pré-enquête qualitative	6
1.2 Cadre des entretiens	7
1.3 Les participants	7
1.4 Déroulement	8
1.5 Méthode d'analyse	8
2. Analyse et résultats	9
2.1 Thème 1 : Les consommateurs responsables.....	10
2.2 Thème 2 : Les achats courants	11
2.3 Thème 3 : Comment faire un choix de produits en magasin	12
2.4 Thème 4 : Les produits bio.....	12
2.5 Thème 5 : Les promotions par réduction de prix.....	14
3. Conclusion de la pré-enquête qualitative	16
Annexe 4 : Guide d'entretien de la pré-enquête qualitative destiné aux consommateurs	19
Annexe 5 : Guide d'entretien de la pré-enquête qualitative destiné aux managers.....	23
Annexe 6 : Retranscription des entretiens de la pré-enquête qualitative	27
1. Informant 1	27
2. Informant 2	37
3. Informant 3	44
5. Informant 5	63
6. Informant 6	72
7. Informant 7	81
8. Informant 8	91
9. Informant 9	101
10. Informant 10	113
11. Informant 11	122

12.	Informant 12	133
13.	Informant 13	141
14.	Informant 14	148
15.	Informant 15	157
16.	Informant 16	166
17.	Ferme Coquelicot.....	174
Annexe 7 : Tableau : Description des informants		185
Annexe 8 : Copie de l'enquête par questionnaire.....		189
Annexe 9 : Photos des différents produits pour l'expérimentation.....		214
Annexe 10 : Tableau des échelles de mesures de la littérature scientifique utilisées dans le questionnaire.....		218
Annexe 11 : Les analyses ACP.....		221
1.	La préoccupation environnementale	221
2.	L'attitude envers les labels bio	223
3.	Le scepticisme envers les labels bio	225
3.1	Nouvelle analyse.....	227
4.	La qualité perçue.....	229
5.	Le prix perçu.....	231
6.	Le rapport qualité/prix perçu.....	233
7.	La sensibilité à la promotion.....	234
7.1	Nouvelle analyse.....	237
8.	L'intention d'achat.....	239
9.	L'implication dans la catégorie de produit	240
Annexe 12 : Test d'équivalence des groupes selon les variables socio- démographiques.....		242
1.	Les pommes.....	242
1.1	Le genre	242
1.2	L'âge.....	242
2.	Les pâtes	243
2.1	Le genre	243
2.2	L'âge.....	243
Annexe 13 : Test d'équivalence des groupes selon les variables de contrôles		244
1.	Les pommes.....	244
1.1	La préoccupation environnementale	244
1.2	Scepticisme envers les labels	244
1.3	La sensibilité à la promotion	244
1.4	Implication dans la catégorie de produit	244

1.5	Attitude envers les labels bio	244
2.	Les pâtes	245
2.1	La préoccupation environnementale	245
2.2	Le scepticisme envers les labels.....	245
2.3	La sensibilité à la promotion	245
2.4	L'implication dans la catégorie de produit.....	245
2.5	L'attitude envers les labels bio.....	245
Annexe 14 : Vérification de la normalité des distributions dans les groupes expérimentaux		246
1.	La préoccupation environnementale	246
1.1	Groupe 1	246
1.2	Groupe 2	246
1.3	Groupe 3	247
1.4	Groupe 4	247
1.5	Groupe 5	248
1.6	Groupe 6	248
1.7	Groupe 7	249
1.8	Groupe 8	249
2.	L'attitude envers les labels bio.....	250
2.1	Groupe 1	250
2.2	Groupe 2	250
2.3	Groupe 3	251
2.4	Groupe 4	251
2.5	Groupe 5	252
2.6	Groupe 6	252
2.7	Groupe 7	253
2.8	Groupe 8	253
3.	Le scepticisme envers les labels	254
3.1	Groupe 1	254
3.2	Groupe 2	254
3.3	Groupe 3	255
3.4	Groupe 4	255
3.5	Groupe 5	256
3.6	Groupe 6	256
3.7	Groupe 7	257
3.8	Groupe 8	257
4.	La qualité perçue.....	258

4.1	Groupe 1	258
4.2	Groupe 2	258
4.3	Groupe 3	259
4.4	Groupe 4	259
4.5	Groupe 5	260
4.6	Groupe 6	260
4.7	Groupe 7	261
4.8	Groupe 8	261
5.	Le prix perçu.....	262
5.1	Groupe 1	262
5.2	Groupe 2	262
5.3	Groupe 3	263
5.4	Groupe 4	263
5.5	Groupe 5	264
5.6	Groupe 6	264
5.7	Groupe 7	265
5.8	Groupe 8	265
6.	Le rapport qualité prix perçu.....	266
6.1	Groupe 1	266
6.2	Groupe 2	266
6.3	Groupe 3	267
6.4	Groupe 4	267
6.5	Groupe 5	268
6.6	Groupe 6	268
6.7	Groupe 7	269
6.8	Groupe 8	269
7.	La sensibilité à la promotion.....	270
7.1	Groupe 1	270
7.2	Groupe 2	270
7.3	Groupe 3	271
7.4	Groupe 4	271
7.5	Groupe 5	272
7.6	Groupe 6	272
7.7	Groupe 7	273
7.8	Groupe 8	273
8.	L'intention d'achat.....	274

8.1	Groupe 1	274
8.2	Groupe 2	274
8.3	Groupe 3	275
8.4	Groupe 4	275
8.5	Groupe 5	276
8.6	Groupe 6	276
8.7	Groupe 7	277
8.8	Groupe 8	277
9.	L'implication dans la catégorie de produit.....	278
9.1	Groupe 1	278
9.2	Groupe 2	278
9.3	Groupe 3	279
9.4	Groupe 4	279
9.5	Groupe 5	280
9.6	Groupe 6	280
9.7	Groupe 7	281
Annexe 15 : Vérification de l'homogénéité des variances		282
1.	Les pommes	282
2.	Les pâtes	284
Annexe 16 : Résultats des différents tests des hypothèses de recherche		286
1.	Hypothèse 5	286
2.	Hypothèse 6	288
3.	Hypothèse 7 et 8	290
Annexe 17 : Analyse complémentaire.....		292

Annexe 1 : L'alimentation biologique

1. La production biologique

La production biologique implique le respect des règles relatives à l'agriculture biologique. Celles-ci visent à promouvoir la protection de l'environnement, à préserver la biodiversité au sein de l'Europe et ainsi à renforcer la confiance des consommateurs envers les produits biologiques. Elles régissent tous les domaines de la production biologique et reposent sur un certain nombre de principes clés, tels que :

- l'interdiction de l'utilisation d'OGM ;
- l'interdiction de l'utilisation des rayonnements ionisants ;
- la limitation de l'utilisation d'engrais, d'herbicides et de pesticides artificiels ;
- l'interdiction de l'utilisation d'hormones et l'utilisation d'antibiotiques uniquement lorsqu'ils sont nécessaires pour la santé animale.

Cela signifie que les producteurs belges doivent suivre différentes méthodes strictes afin de préserver la fertilité des sols, la santé animale et végétale (Commission européenne, 2023).

2. Les labels écologiques

Dans cette section, vous trouverez un aperçu des labels écologiques ou bio qui sont d'application en Europe et en particulier en Belgique.



Depuis le 1er juillet 2010, le logo BIO européen certifie que les produits sont conformes aux règlements EU sur l'agriculture biologique. Il a pour but de consolider la confiance des consommateurs vis-à-vis des contrôles sur les produits biologiques

(CERTISYS / *Organisme de contrôle et de certification BIO*, 2023 ; Les labels : outils de consommation durable ?, 2016).



En Belgique, le consommateur retrouve également le label privé Biogarantie. Il garantit que le produit respecte la réglementation bio européenne ainsi que la charte de durabilité écologique, économique et sociale (Gauthier, 2023 ; Les labels : outils de consommation durable ?, 2016).



Le Label Agriculture biologique (AB) existe en France depuis 1985. Ce label garantit un mode de production biologique pour les produits alimentaires uniquement (Agriculture biologique, s. d. ; Les labels : outils de consommation durable ?, 2016).



L'UE Ecolabel est le label écologique officiel en Europe. Il est reconnu par tous les pays de l'Union européenne ainsi que par la Norvège, le Liechtenstein et l'Islande. Il a été introduit en 1992 et indique les produits préférables pour l'environnement et sans perte de qualité (L'EU Écolabel | Écolabel, s. d. ; Les labels : outils de consommation durable ?, 2016).

En parallèle des labels sur l'agriculture et la nourriture biologique, il existe de multiples labels tels que « cosmétiques biologiques et naturels », « textile biologique et écologique » ou encore « Neutralité Carbone ». Il existe également des labels sur l'agriculture et la nourriture biologique partout dans le monde comme « Agriculture biologique USA » ou « Agriculture biologique Japon » pour n'en citer que 2 (Les certifications EcoCert | EcoCert, s. d.).

L'utilisation de labels écologiques est précieuse à la fois pour les clients et pour les entreprises (Iraldo & al., 2020). En effet, les labels écologiques représentent un élément important dans la stratégie marketing des entreprises. Ils favorisent la différenciation des produits et représentent donc un outil de communication important pour elles (Mufidah & al., 2018). Pour les consommateurs, l'utilisation de labels écologiques leur permet d'être mieux informés sur les caractéristiques écologiques des produits, qu'ils peuvent intégrer dans leurs décisions d'achats (Rex et Baumann, 2007 ; Gonzalez, 2020 ; Marini & al., 2021). En outre, l'utilisation de labels écologiques accroît la sensibilisation des consommateurs à l'environnement (Shahrin & al., 2017 ; Marini & al., 2021 ; Uthamaputran & al., 2021 ; Iraldo & al., 2020) et les encourage à acheter des produits plus respectueux de l'environnement (Marini & al., 2021).

3. Les externalités de l'agriculture biologique

À la suite de plusieurs études sur les effets de l'alimentation biologique, il ressort de nombreux effets positifs. En effet, consommer bio :

- Réduit la probabilité d'être atteint de troubles métaboliques (Park et al., 2020) ;
- Diminue le risque de prise de poids et d'obésité (Park et al., 2020) ;

- Réduit le risque lié au cancer du sein (Kesse-Guyot et al., 2020) ;
- Réduit la probabilité d'être atteint du diabète de type 2 (Park et al., 2019) ;
- Réduit l'exposition aux pesticides (Baudry et al., 2017) ;
- Réduit le risque de prise de masse (Park et al., 2020) ;
- Améliore la qualité du sperme masculin (Jiang et al., 2023).

De manière générale, la consommation de produits biologiques a de nombreux effets positifs sur la santé et la qualité de vie, elle réduit le risque de contracter certaines maladies (Baudry et al., 2017). Cependant, d'autres études sont essentielles afin de vérifier si la nature et la provenance des aliments ont également un lien avec la santé des consommateurs (Baudry et al., 2017 ; Park et al., 2019 ; Park et al., 2020 ; Kesse-Guyot et al., 2020 ; Jiang et al., 2023).

En 2016, l'Institut Technique de l'Agriculture biologique (ITAB), avec l'appui de l'Institut National de la Recherche agronomique (INRA), publiait un rapport sur les externalités positives et négatives de l'agriculture biologique. Il en ressort de multiples avantages pour l'environnement comme la préservation de la biodiversité, la diminution de la contamination des eaux et du sol, un meilleur bien-être animal, la réduction du risque d'allergies, une consommation énergétique moindre et en règle générale une diminution des gaz à effet de serre (Sautereau et al., 2016).

Selon Geiger & al. (2010), la non-utilisation de pesticides de synthèse a un effet positif direct sur la biodiversité, et en particulier l'entomofaune¹. De plus, les producteurs en agriculture biologique misent en général plus sur les processus de régulation naturelle et établissent un ensemble de pratiques et d'infrastructures favorables à la biodiversité (Bengtsson & al., 2005).

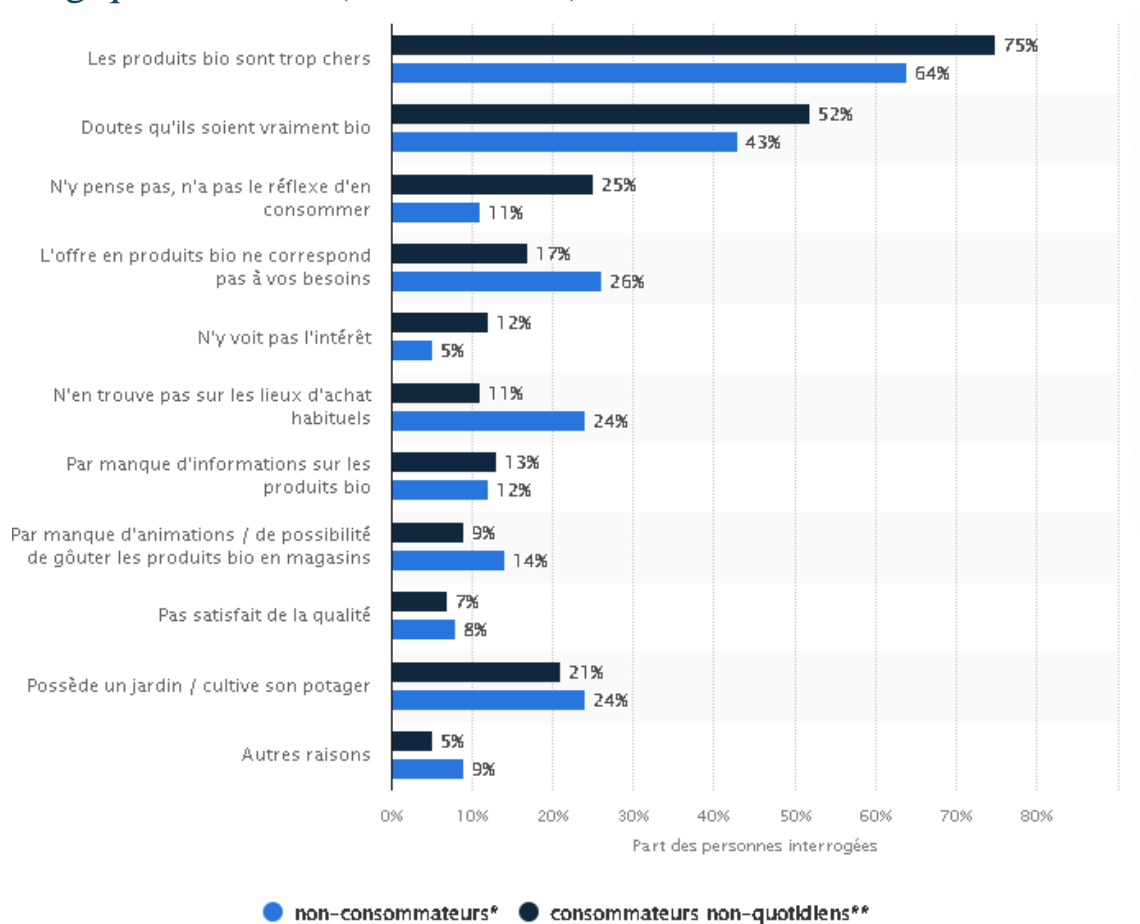
D'un point de vue socio-économique, le volume de travail et l'emploi de salariés sont significativement supérieurs dans les fermes d'agriculture biologique, avec + 8% travailleur par ferme en moyenne et +14% dans les fermes pratiquant la vente en circuit court (Massis et Hild, 2015).

En revanche, la consommation biologique est plus onéreuse. En effet, la production biologique est généralement faite à plus petite échelle que la production dite "classique", le rendement des terres est donc plus faible, ce qui augmente le coût final des produits. L'utilisation des pesticides est beaucoup plus faible également, ce qui peut entraîner plus de pertes des produits et donc

¹ Désigne l'ensemble des insectes présents dans un milieu (Dictionnaire-environnement, 2010).

faire également monter le prix. Et enfin, les produits biologiques sont moins répandus que les produits classiques, même si le nombre de producteurs en Belgique ne cesse de croître au fil des ans (Sautereau et al., 2016).

Annexe 2 : Les différents freins à la consommation de produits biologiques en 2020 (Satista, 2022)



Annexe 3 : Pré-enquête qualitative

CHAPITRE 2 : PRE-ENQUETE QUALITATIVE

Cette partie traite de la pré-enquête qualitative. Tout d'abord, nous présenterons les objectifs de la pré-enquête, ensuite le cadre des entretiens, le choix des participants, ainsi que le déroulement de cette pré-enquête. Par la suite nous développerons la méthodologie utilisée pour analyser les données récoltées et nous proposerons une synthèse des principaux thèmes qui en ressortiront. Enfin, une brève conclusion des résultats obtenus pour chaque objectif sera présentée. Pour une analyse détaillée de cette partie, nous vous invitons à consulter l'annexe 3.

1. Méthodologie

1.1 Les objectifs de la pré-enquête qualitative

La pré-enquête qualitative comporte cinq objectifs.

Le premier objectif concerne le degré de sensibilité à l'écologie. En particulier, nous voulons comprendre si le degré d'implication en tant que consommateur responsable influence le processus de décision d'achat du consommateur en général et de quelle manière précisément.

Le deuxième objectif est de comprendre le processus de décision d'achats courants et en particulier le rôle joué par les labels au sein de celui-ci. Nous voulons connaître les lieux d'achats où les informants se rendent le plus souvent, les principales considérations qui guident leurs décisions d'achats au quotidien ainsi que l'attention qu'ils portent aux différents labels.

Le troisième objectif concerne les choix de produits d'achats courants en magasin. Nous aimerions savoir si les consommateurs prennent en compte les différentes marques/fabricants au sein d'une catégorie de produits en magasin ainsi que les critères importants qui guident leur choix final. Également s'ils tiennent compte de l'avis des autres consommateurs ou de leur entourage quant à leur choix de produits d'achats courants.

Le quatrième objectif est de comprendre le processus de décision d'achat de produits bio. En effet, nous essayons de comprendre les motivations des consommateurs quant à l'achat de produits bio ainsi que leurs perceptions vis-à-vis des produits bio.

Le cinquième et dernier objectif est la promotion par réduction de prix sur les produits bio. Nous voulons connaître la fréquence des promotions par réduction de prix sur les produits bio observée par nos informants, les influences de celles-ci sur nos informants ainsi que les perceptions des consommateurs face à ces promotions.

1.2 Cadre des entretiens

Afin de collecter les données de la pré-enquête, nous avons choisi la méthode qualitative par entretiens individuels en face à face ou par visioconférence. Nous avons choisi de réaliser des entretiens semi-directifs. L'informant est de ce fait libre de parler du sujet comme il le souhaite et nous, nous disposons d'un guide d'entretien préalablement établi (cf. Annexe 4), structuré autour de thématiques différentes à aborder et composé de questions de relance. Le guide d'entretien comprend cinq thèmes qui correspondent aux cinq objectifs de la pré-enquête, à savoir le degré d'implication en tant que consommateur responsable, le processus de décision dans le cas des achats courants, les choix de produits en magasin, le processus de décisions d'achats des produits bio et enfin la promotion par réduction de prix sur les produits bio. Un ordre dans les thèmes et questions a été établi dans le guide d'entretien, mais celui-ci peut être adapté en fonction de la discussion avec l'interviewé. Un guide d'entretien pour les managers a également été établi (cf. Annexe 5). Pour faciliter l'analyse des données de la pré-enquête et favoriser les échanges avec l'informant, nous avons enregistré les entretiens et les avons tous retranscrits (cf. Annexe 6). Les retranscriptions sont cruciales afin de conserver une trace de la pré-enquête qualitative et sont indispensables pour réaliser une analyse de contenu structurée par thème. Elles permettent également d'extraire des verbatims pertinents afin d'étayer les différents thèmes abordés.

1.3 Les participants

La pré-enquête s'adresse autant aux femmes qu'aux hommes puisque les achats courants d'un ménage peuvent être réalisés aussi bien par les hommes que par les femmes. En effet, nous voulons connaître les habitudes d'achat et les comportements de consommation des deux genres.

Par conséquent, nous avons interviewé onze femmes et 5 hommes pour cette pré-enquête qualitative avec des degrés d'implication dans les produits bio et des profils relativement différents afin d'enrichir les données récoltées. Nous avons déterminé la taille de l'échantillon en suivant le principe du seuil de saturation. À mesure que nous menions les premiers entretiens, nos connaissances se sont enrichies, et progressivement, les données recueillies sont devenues répétitives. Nous avons donc décidé de mettre fin à notre pré-enquête qualitative après le seizième entretien, car nous avons atteint un point de saturation (Eva Delacroix et al., 2021).

1.4 Dérroulement

L'entretien avec l'informant a été réalisé soit par visioconférence soit en face à face, tout dépendait de nos disponibilités respectives. L'entretien a débuté par une brève explication de la problématique sans trop en dire afin que l'informant aborde le sujet du bio de lui-même. Ensuite, quelques questions d'usage telles que l'accord de l'informant pour enregistrer l'entretien ont été posées. Successivement, nous avons continué l'entretien en posant quelques questions afin de connaître le profil de l'informant. Nous avons entamé le dialogue avec une question large ("Qu'est-ce qui est important pour vous dans la vie ? Cela impacte-t-il vos choix en matière d'achats ? Et en matière d'achats courants ?"). Ensuite nous avons échangé sur les différents thèmes avec l'informant. En cas de difficulté de compréhension ou de réponse imprécise ou vague de la part de l'informant, nous avons révisé la formulation de la question et/ou l'avons abordée sous un angle différent, ou encore en posant des questions de relance ou d'approfondissement.

1.5 Méthode d'analyse

La méthodologie d'analyse choisie pour analyser les données récoltées de cette pré-enquête qualitative est l'analyse de contenu structurée par thème. L'analyse de contenu est "une analyse thématique, qui consiste à lire l'ensemble d'un corpus en identifiant les thèmes qu'il contient, pour ensuite produire des verbatims par thème ou procéder à une analyse statistique des thèmes" (Krief et al., 2013, p.221).

Premièrement, nous avons rassemblé les données préalablement recueillies. Pour ce faire, nous avons enregistré nos seize interviews et nous les avons retranscrites. Ensuite, nous les avons regroupées dans une feuille Excel. Pour ce faire, nous avons procédé à une première lecture de ces retranscriptions dans le but d'obtenir un rapide aperçu des données et de pouvoir en dégager les catégories de réponses pour chacun des thèmes importants. Nous avons également effectué une sélection de mots, de phrases ou encore des paragraphes qui nous semblaient pertinents/importants pour la réalisation de notre analyse. Ces différents mots ou groupes de mots ont chacun été rattachés aux thèmes correspondants (Eva Delacroix et al., 2021).

Pour finir, nous avons analysé les différentes données présentes dans chaque thématique tout d'abord de manière verticale c'est-à-dire inter entretien pour dégager de manière transversale la manière dont les différents thèmes et catégories sont évoqués dans les données et ensuite de manière horizontale donc intra entretien pour coder les entretiens les uns après les autres. En

vue de confirmer nos propos, nous avons également ajouté des verbatims à chaque thème (Eva Delacroix et al., 2021).

2. Analyse et résultats

Lors de la pré-enquête qualitative, seize personnes ont été interrogées. Nous avons commencé notre analyse par la création d'un tableau afin de représenter les différents profils des informants interviewés. Le tableau 1 décrit le profil de chaque informant en reprenant les critères suivants : l'âge, la situation familiale, l'occupation professionnelle et les hobbies/activités.

Ensuite, les données récoltées, grâce à la pré-enquête, ont été analysées et regroupées sous différents thèmes. Nous avons mis en évidence cinq thèmes majeurs. Pour finir, une conclusion reprendra les résultats obtenus pour chaque objectif de la pré-enquête.

Personnes interviewées	Âge	Situation familiale	Occupation professionnelle	Hobbys/activités
Informant 1	64	Marié, un enfant	Infirmière en psychiatrie	Se balader
Informant 2	60	Divorcée, un enfant	Enseignant	Promener avec son chien, partir en camping-car
Informant 3	46	En couple, un enfant	Infirmière en temps partiel	Cuisiner, jardiner, faire du shopping
Informant 4	23	Vit chez ses parents	Étudiante en 2e année de master	Regarder des films/séries, pratiquer du sport
Informant 5	46	Mariée, deux enfants	Infirmière	Marcher en nature
Informant 6	24	Vit chez ses parents	Étudiant en 2e année de master	Football, cuisiner
Informant 7	56	Vit seule, trois enfants	Infirmière en milieu psychiatrique	Lire, réflexologie plantaire

Informant 8	68	Vit seule, un enfant	Retraitée	Marcher, faire du yoga, voyager
Informant 9	57	En couple	Auxiliaire puéricultrice	Se balader, faire des sorties culturelles
Informant 10	50	Mariée, deux enfants	Gestionnaire de patrimoine en banque	Lire, aller au cinéma, voyager
Informant 11	24	En couple	Agent chômage	Pratiquer du sport, du vélo, course à pied
Informant 12	45	Mariée, deux enfants	Éducatrice spécialisée	Course à pied, aller à la salle de sport
Informant 13	28	En couple	Instituteur primaire	Sport, football
Informant 14	54	Marié, deux enfants	Employé en banque	Faire de la randonnée
Informant 15	52	Célibataire, deux enfants	Travaille à la commune	Voyager, faire du shopping, lire
Informant 16	22	Vit chez sa maman	Étudiant en 2e bachelier	Pratiquer du sport, écouter de la musique

Profil des différents répondants de la pré-enquête qualitative

2.1 Thème 1 : Les consommateurs responsables

Le premier thème de cette analyse de contenu concerne la consommation responsable. Pour ce premier thème, nous avons réalisé un tableau (cf. Annexe 7) qui explique pour chaque informant sa sensibilité à l'écologie, au travers de la définition d'un consommateur responsable qu'il donne ainsi que des facteurs environnementaux et sociaux/sociétaux qui influencent son processus de décision d'achat. En effet, nous avons construit ce tableau dans le but de comprendre la sensibilité à l'écologie de chaque informant. Sur base de la définition du consommateur responsable donnée par l'informant dans la deuxième colonne de ce tableau, nous pouvons identifier si l'informant se définit comme étant responsable ou non. Nous pouvons donc faire ressortir que la majorité des informants (14 /16) déclarent ne pas parvenir à adopter un comportement responsable à 100%, mais ils essaient de tendre vers un comportement de consommateur responsable le plus possible. Parmi les informants ayant plus

de 35 ans (11/16), la totalité de ces derniers (11/11) sont sensibles à l'écologie. Enfin, il est ressorti que la totalité des informants ayant des enfants (10/16) sont également sensibles à l'écologie.

Nous pouvons également faire ressortir que pour la majorité des informants (11/16) les aspects environnementaux et sociaux influencent leurs choix en matière d'achats. Au contraire, les personnes qui ne semblent pas être influencées par les facteurs environnementaux et sociaux (5/16) déclarent réaliser leurs achats par habitude, ou n'y sont pas assez sensibilisées. Cette implication fait ressortir que la majorité des informants (11/16) font attention aux différents labels sur les produits tels que les labels bio, les labels rouges, ...

2.2 Thème 2 : Les achats courants

Le deuxième thème a trait aux achats courants. D'une part, nous pouvons identifier que la majorité des informants (13/16) réalisent leurs achats courants tels que les boissons, la farine, le sucre, les pâtes ... en grande surface. Une partie des informants (3/16) réalisent leurs achats en grande surface bio. De plus, il y a également une majorité d'informants (11/16) qui réalisent leurs achats de fruits et légumes bio dans les fermes ou chez les maraîchers à proximité de chez eux. En effet, les informants préfèrent acheter leurs fruits et légumes bio dans des fermes ou auprès de maraîchers, car les produits ont plus de goût et sont meilleurs pour la santé (moins de pesticides). D'autre part, certains informants (3/16) réalisent des achats courants dans des magasins bio tels que Bioplanet, Bioscoop et (2/16) achètent leurs viandes chez le boucher.

Parmi les informants (14/16) étant sensibles à l'écologie, la majorité (11/14) font attention aux labels sur les produits. Ils regardent des labels comme le label rouge, les labels bio ainsi que les labels pour la viande. La majorité de ces informants (8/14) font attention aux labels bio. Cependant, certains informants (6/16) nous ont confié se méfier des labels bio. En effet, ces derniers sont sceptiques quant à la certification bio apposée sur les produits, ils s'interrogent sur le parfait respect des normes et règles qui devraient s'appliquer. De plus, deux informants (2/16) ont associé les labels avec le mot « Marketing ». C'est-à-dire que, selon eux, certaines marques l'utilisent plus pour leur image, plutôt que pour une réelle bonne intention envers l'écologie ou la santé des consommateurs. Néanmoins, ces personnes consomment tout de même bio.

“Je fais attention aux labels bio, mais surtout la provenance, car d'un pays à un autre les règles des labels peuvent varier. Le bio reste du marketing.” (Informant 9).

2.3 Thème 3 : Comment faire un choix de produits en magasin

Le troisième thème que nous avons pu dégager concerne le processus de choix de produits en magasin en matière d'achats courants. Nous avons observé que certains informants (6/16) prêtent attention aux différentes marques/fabricants d'un produit donné qu'ils envisagent d'acheter en les comparant avant de faire leur choix en magasin. D'autres informants (6/16) déclarent réaliser leurs achats par habitude, en ayant déjà pris en compte des critères comme le prix, la marque, le fabricant auparavant. Seulement une minorité d'informants (4/16) regardent encore aux prix lorsqu'ils réalisent des achats de produits en magasin. Les principaux critères lors du choix de produits en magasins sont pour la majorité des informants (12/16) le rapport qualité/prix ou encore la composition du produit (produits non testés sur les animaux, le nutri-score, ...), pour six informants sur seize.

Parmi les informants ayant plus de 35 ans (11/16), une majorité (6/11) font attention au critère du prix. Tandis que pour les informants ayant moins de 35 ans (5/16), tous (5/5) considèrent le prix comme étant le critère le plus important au moment de faire leur choix de produits. Nous avons également pu relever que la majorité des informants (12/16) prennent en compte l'avis d'autres consommateurs ou les recommandations de leur entourage avant de faire leur choix final. Aucune catégorie de produit n'est ressortie plus qu'une autre lors de ce sujet.

2.4 Thème 4 : Les produits bio

Le quatrième thème que nous allons aborder concerne les produits bio. Les données récoltées lors de la pré-enquête qualitative nous montrent que la majorité des informants (12/16) consomment régulièrement bio (1x par semaine ou plus) dans au moins une catégorie de produit. Une petite partie des informants (2/16) ne consomment qu'occasionnellement des produits bio (1x par mois ou plus) dans au moins une catégorie de produit, le plus souvent dans la catégorie des fruits et légumes. La catégorie des protéines (œufs et viandes) est, elle aussi, revenue à plusieurs reprises (6/16). Enfin, la dernière partie des informants (2/16) ne consomment jamais de produits bio. Pour ces informants ne consommant jamais bio (2/2), il est ressorti des interviews qu'ils réalisent uniquement leurs achats courants dans de grandes surfaces.

“Je consomme rarement bio sauf pour les fruits, les légumes et les œufs, car ce sont des produits frais et je veux de la qualité avant tout pour ces produits-là.” (Informant 15).

Nous avons également pu relever que parmi les informants n'étant pas sensibles à l'écologie (2/16), aucun (0/2) ne consomme ou très occasionnellement des produits bio. Ensuite, parmi les informants (9/16) ayant évoqué la qualité comme critère important lors du choix de produit en magasin, la majorité (7/9) consomme bio au moins une fois par mois. Enfin, la majorité des informants de plus de 35 ans (8/11) consomment bio fréquemment dans au moins une catégorie de produits alimentaires, et le plus souvent, dans les fruits et légumes.

La grande majorité des informants qui consomment bio (12/14) achètent leurs produits en grandes surfaces afin de centraliser tous leurs achats courants. Certains optent également pour les petits producteurs locaux (10/14) pour une question de proximité, de qualité et de soutien envers les producteurs. D'autres encore (4/14) achètent leurs produits dans des commerces spécialisés dans le bio tels que Bioplanet ou Coprosain pour une question de simplicité. En effet, les informants nous ont confié ne plus devoir se fier aux marques et aux labels dans ce genre de magasins étant donné que tout y est bio. Leur seul critère de choix devient alors le prix.

“Bioplanet, car ça a un côté rassurant vu que c'est du bio partout dans le magasin. J'ai l'impression d'acheter de bons produits. Je ne regarde pas vraiment les marques, car je pense que ce sont toutes de bonnes marques. Donc je regarde uniquement le prix.” (Informant 1).

La majorité des consommateurs bio (9/14) consomment des produits bio depuis plus de 5 ans. Ils déclarent consommer bio pour leur santé (10/14), tandis que d'autres (4/14) motivent cette consommation par le goût « supérieur » ainsi que la qualité supérieure des produits bio. Ensuite, certains informants (3/14) motivent leur consommation bio par le respect de l'environnement. Enfin, un consommateur déclare vouloir soutenir les petits producteurs bio. Parmi les informants ayant plus de 35 ans (11/16), la majorité (9/11) consomme des produits bio pour leur santé.

“Il y a moins de pesticides et moins de produits chimiques sur les produits, donc c'est meilleur pour la santé.” (Informant 4).

La majorité des informants (15/16) déclarent avoir une perception de la qualité des produits bio comme étant meilleure que celle des produits conventionnels, surtout pour les fruits et légumes, qui sont ressortis à plusieurs reprises (5/16) sans qu'on demande de préciser dans quelle catégorie de produit. Quelques informants nous ont confié avoir une perception de la qualité des produits bio supérieure chez les maraîchers/au sein des marchés locaux que dans les grandes surfaces. En effet, les fruits et légumes qui proviennent de maraîchers/marchés locaux sont

généralement cueillis le matin même et sont donc très frais et encore remplis de vitamines. Enfin, le fermier local nous a affirmé ne plus pouvoir manger des produits issus de l'agriculture traditionnelle, car ils n'ont pas de goûts.

“Je ne consomme pas bio, mais j'ai une perception du prix comme étant largement supérieur. J'ose dès lors espérer qu'il y a une qualité largement supérieure pour les produits bio.” (Informant 14).

Ensuite, la majorité des informants (12/16) déclarent percevoir le prix des produits bio comme plus cher que celui des autres produits non labellisés. Cependant, une grande partie des informants (14/16) jugent le prix des produits bio justifié par rapport à la qualité ou au travail effectué. Il est revenu à plusieurs reprises de la part de certains informants (4/16) que certains produits n'étaient pas nécessairement plus chers qu'en grande surface, surtout pour les produits de saison comme les fraises, les tomates, et les oranges. De plus, le fermier local a appuyé ceci en nous confiant que ses produits étaient généralement plus chers qu'en magasin, du fait de la charge de travail notamment, mais que pour certains produits comme la salade et les tomates, ses prix étaient compétitifs.

“Le prix est justifié par rapport au travail et par rapport aux normes qui sont demandées pour produire ces produits.” (Informant 3).

“Le prix est justifié, car il y a moins de rendement, moins de production et plus de main-d'œuvre.” (Informant 7).

2.5 Thème 5 : Les promotions par réduction de prix

Dans ce cinquième et dernier thème, nous allons analyser les réponses des informants à propos des promotions par réduction de prix.

Premièrement, la majorité des informants (12/16) font attention aux prix lors de leurs achats courants. Les informants (4/4) ne regardant pas au prix de vente lors de leurs achats courants consomment tous bio fréquemment (au moins une fois par semaine). Il est ressorti que ces même informants (4/4) réalisent tous leurs achats courants dans des petits commerces locaux. Ensuite, pour la majorité des informants (14/16) les promotions exercent une influence sur leurs choix en magasin. Il est ressorti de ces entretiens que les informants de moins de 35 ans (6/16) ont une sensibilité plus élevée aux prix de vente ainsi qu'aux promotions par réduction de prix. En effet, ils nous ont tous confié faire attention aux prix de vente, ainsi qu'être fortement

influencés par les promotions par réductions de prix dans toutes les catégories de produits d'achats courants.

“Je fais toujours attention au prix et aux promotions. Parfois, je vais au magasin sans savoir quoi acheter, et en fonction du prix et des réductions je me décide sur place.” (Informant 13).

Parmi les informants faisant attention au prix de vente, la majorité (12/14) sont influencés par les promotions. Certains informants (6/16) n'ont jamais observé de promotions dans la catégorie des produits bio. Parmi les informants ayant déjà bénéficié de promotions sur les produits bio, la majorité (6/10) achète ces derniers en grandes surfaces tandis que d'autres (5/10) dans des magasins spécialisés dans le bio. D'ailleurs, une grande majorité des informants (13/16), perçoit les promotions proposées sur les produits bio comme plus rares que pour les autres produits. Les raisons des promotions moins récurrentes pour les produits bio résident, selon nos informants, dans la quantité disponible moindre de produits bio et la marge de base plus étroite. De plus, selon le fermier local, l'absence de promotions sur ses produits vise à maintenir la valeur perçue et à éviter de donner l'impression d'une baisse de qualité à sa clientèle. Plutôt que de brader ses produits invendus, il choisit de les donner à une association. Cela met en lumière un lien entre le marché bio et les valeurs éthiques. Pour une minorité des informants (2/16), les promotions sur les produits bio sont perçues comme aussi régulières que pour les produits conventionnels. Enfin, une personne ne s'est pas prononcée sur la question.

Ensuite, une grande partie des informants (14/16) ont une attitude favorable à l'égard des promotions sur les produits bio. En effet, pour certains informants, le bio est perçu comme étant lié à l'éthique. Pour ceux-ci, le produit doit être vendu à un prix équitable. C'est également une facette du bio : vendre à prix juste.

Pour beaucoup d'informants (14/16), les promotions par réduction de prix sur les produits bio les encourageraient personnellement à opter davantage pour ces produits. Nous avons également remarqué que les deux informants pour qui la promotion des produits bio n'avait pas d'impact sont également ceux pour qui la promotion en général n'avait pas d'impact. Par conséquent, pour tous nos informants (16/16), le label bio ne vient donc pas modifier l'impact d'une promotion par réduction de prix sur leurs comportements d'achat.

Ensuite, la majorité des informants (15/16), pensent que les promotions par réduction de prix sur les produits bio encourageraient les autres consommateurs à consommer davantage bio. Le seul informant contredisant cela pense que *“les gens ont déjà leurs habitudes.”* (Informant 3).

Pour une grande partie des informants (13/16), proposer des promotions par réductions de prix sur les produits bio ne réduirait pas leur qualité telle que perçue par les consommateurs. De plus, pour certains d'entre eux (informant 5, 10, 14 et 15), le bio est certifié et synonyme de qualité, il n'y aurait donc pas de différence à attendre à ce sujet. De plus, la majorité des informants de plus de 35 ans (10/11) nous ont confié que les promotions par réduction de prix ne réduisent pas la qualité perçue du produit bio.

Presque tous les informants (15/16) ont une attitude favorable à l'égard des réductions de prix sur les produits bio. Seul notre informant 12 – Aude, femme d'agriculteur, n'a pas une attitude favorable. En effet, cette informante voit son mari dans l'agriculture et connaît parfaitement ce milieu, les prix, les coûts et les marges. De plus, elle nous a confié voir le travail « acharné » de la ferme bio voisine et juge les prix totalement justifiés du fait de l'augmentation de la charge de travail ainsi que des normes et règles qui sont imposées par la certification bio.

« Ce modèle ne serait pas viable pour les agriculteurs. Moi je vois très bien la différence de charge de travail : elle est énorme. Les pesticides font malheureusement gagner beaucoup de temps aux agriculteurs. » (Informant 12).

Enfin, certains informants (9/16) pensent qu'il s'agit d'un modèle tenable. En effet, les informants pensent que les prix sont trop élevés et que si davantage de personnes achètent des produits bio à un prix moins élevé, les agriculteurs devraient produire plus de quantités et cela ferait des économies d'échelles. En discutant avec le fermier bio du village, il est ressorti que la charge de travail était beaucoup plus élevée, ce qui pouvait expliquer les prix plus élevés. En revanche, l'absence d'intermédiaires et donc de marges intermédiaires entre la production et la vente finale du produit permet de rendre ses produits compétitifs par rapport à la concurrence sur les produits équivalents non bio.

3. Conclusion de la pré-enquête qualitative

L'analyse des données de la pré-enquête qualitative nous a aidés à en connaître davantage sur notre problématique ainsi qu'à obtenir des résultats pour les différents objectifs établis.

Le premier objectif était de comprendre de quelle manière le degré d'implication en tant que consommateur responsable influence le processus de décisions d'achat du consommateur en général. La pré-enquête nous permet de comprendre que les consommateurs sont en général tous sensibles à l'écologie, mais avec des degrés d'implication différents. En effet, la plupart des informants nous ont confié ne pas se sentir « consommateurs responsables » à 100% et

aimeraient en faire plus. Nous pouvons également faire ressortir que pour la majorité des informants les aspects environnementaux et sociaux influencent leurs choix en matière d'achats. En effet, nous avons remarqué que beaucoup d'informants essaient le plus possible de consommer intelligemment et de manière responsable, font attention à leur consommation ou encore consomment bio. Au contraire, les personnes pour qui il n'y a pas d'influences réalisent des achats par habitude, ou n'y sont pas assez sensibilisées.

Le deuxième objectif était de comprendre le processus de décision en matière d'achats courants. Nous en avons plus appris sur leurs lieux d'achats courants, les principales considérations qui guident leur décision d'achat au quotidien ainsi que l'attention qu'ils portent aux différents labels. Nous avons remarqué que la plupart des informants portent un œil attentif aux labels lors des achats courants. En ce qui concerne les labels bio, la moitié de nos informants y prêtent attention, plus particulièrement dans la catégorie des fruits et légumes. Enfin, une bonne majorité des informants réalisent leurs achats courants dans les magasins locaux ou les fermes de leur village.

Le troisième objectif concernait les choix de produits en magasin. Il en est ressorti que les 3 critères les plus importants dans la catégorie des achats courants étaient le prix, la qualité ainsi que la composition du produit. Enfin, nous avons remarqué que la plupart des informants prennent en compte l'avis de leur entourage lors de leurs décisions d'achats.

Le quatrième objectif visait à comprendre le processus de décision d'achat des produits bio. Nous avons pu constater que la majorité des informants consomment des produits bio régulièrement et que ceux-ci achètent leurs produits bio dans des grandes surfaces ou grandes surfaces bio. Il y a également une majorité d'informants qui consomment des produits bio afin de préserver leur santé. Enfin, la quasi-totalité des informants trouvent le prix des produits bio plus élevé, mais celui-ci est perçu comme justifié pour la qualité et le travail effectué.

Le cinquième objectif était d'analyser la promotion par réduction de prix sur les produits bio. Il en ressort que la majorité des informants font attention au prix de vente des produits. Ensuite, pour la majorité des informants les promotions exercent une influence sur leurs choix en magasin. Pour une grande majorité des informants les promotions dans la catégorie des produits bio sont perçues comme plus rares que pour les produits conventionnels. Ensuite, une grande partie des informants ont une attitude favorable face aux promotions sur les produits bio. En effet, pour beaucoup d'informants, les promotions par réduction de prix sur les produits bio les encourageraient personnellement à opter plus pour ces produits. Pour la majorité des

informants, proposer des promotions par réductions de prix sur les produits bio ne réduirait pas leur qualité telle que perçue par les consommateurs.

Pour conclure, l'utilisation des promotions par réduction de prix sur les produits bio encourage les consommateurs à consommer davantage bio, ce qui limiterait donc le premier frein qui est le prix. De plus, la qualité perçue du produit ne serait pas diminuée au regard des consommateurs. Par conséquent, ces conséquences nous amènent à penser qu'elles ont potentiellement un impact sur l'intention d'achat du consommateur.

Annexe 4 : Guide d'entretien de la pré-enquête qualitative destiné aux consommateurs

1. Se présenter

Bonjour, je m'appelle Ilona Menu, je réalise un mémoire en collaboration avec Louis Decruyenaere, nous sommes étudiants à l'UCLouvain FUCaM Mons en sciences de gestion. Tout d'abord, merci beaucoup d'avoir accepté de participer à cet entretien pour notre mémoire de fin d'année.

2. Présentation de la problématique

Nous réalisons cette étude pour essayer de comprendre les comportements d'achat et de consommation en Belgique, en particulier en matière d'achats courants. Toutes les tranches d'âges nous intéressent c'est pour cela qu'on aimerait vous interviewer. (Nous ne mentionnons pas les promotions par réductions de prix ni les produits bio afin d'essayer que le répondant amène le sujet de lui-même).

Nous allons discuter ensemble autour d'une série de questions à ce sujet. Vous devez vous sentir libre de partager avec moi ce que vous pensez ou comment vous agissez. Il n'y a aucune bonne ou mauvaise réponse. C'est votre opinion qui compte pour moi. Au cours de l'entretien, si des questions ne sont pas claires, n'hésitez pas à m'interpeller.

Avant de commencer, êtes-vous d'accord que cet entretien soit enregistré ? Cet enregistrement ne sera utilisé que dans le cadre de notre mémoire. Il sera détruit par après sans qu'aucune copie ne soit réalisée. Vos réponses seront traitées de manière confidentielle et anonyme.

3. Thèmes abordés

3.1 Thème 1 : Profil du répondant

- Pouvez-vous vous présenter en quelques mots ?
- Quel âge avez-vous ?
- Quelle est votre situation familiale ?
- Quelle est votre occupation professionnelle ?
- Quels sont vos hobbies, vos activités ?
- Qu'est-ce qui est important pour vous dans la vie ? Cela impacte-t-il vos choix en matière d'achats ? Et en matière d'achats courants ?

3.2 Thème 2 : Consommateur responsable

- On parle beaucoup aujourd'hui d'environnement et d'écologie. Êtes-vous sensible à l'écologie ? Si oui, comment cela se traduit-il dans votre quotidien ? Si non, pourriez-vous m'expliquer pourquoi ?
- Qu'est-ce qui, selon vous, définit un consommateur responsable ? Pourquoi ?
- Vous considérez-vous comme étant un consommateur responsable ? Pourquoi pensez-vous cela de vous ?
- Les aspects environnementaux et sociaux influencent-ils vos choix en matière d'achats ? Dans quelle mesure les influencent-ils ? Pourriez-vous me donner des exemples concrets de ces influences ?

3.3 Thème 3 : Les achats courants

- Où faites-vous vos achats courants ? (Si plusieurs lieux d'achat : les lieux d'achat particuliers sont-ils liés à certains types de produits ? Lesquels ? Pourriez-vous m'en dire plus ?)
- Quelles sont les principales considérations qui guident vos décisions d'achat au quotidien ? Pourriez-vous m'en dire plus ?
- Faites-vous attention aux labels sur les produits ? Si oui, pourriez-vous me dire pour quels types de produits vous faites attention aux labels et à quels labels en particulier ? Pourquoi ces labels-là ?

3.4 Thème 4 : Comment faire un choix de produits en magasin ?

- Pouvez-vous vous souvenir de votre dernière visite dans un magasin pour réaliser des achats courants ?
 - o De quel magasin s'agissait-il ?
 - o Pourquoi ce magasin ?
 - o Quels types de produits avez-vous achetés ?
 - o Comment avez-vous procédé au choix entre les différentes marques ou fabricants disponibles ?
- Prenez-vous en compte les différentes marques ou fabricants au sein d'une catégorie de produits au moment de faire votre choix ? Comment procédez-vous ? Pouvez-vous m'en dire plus ?
- Quels critères sont les plus importants pour vous lors du choix de produits (alimentaires, cosmétiques ...) en général ?

- Prenez-vous en compte les avis des autres consommateurs ou les recommandations de votre entourage/d'autres consommateurs avant de faire votre choix final ? Comment cela se passe-t-il concrètement ?

3.5 Thème 5 : Produits bio

- Vous arrive-t-il d'acheter des produits bio ? Si oui, quels types de produits bio achetez-vous ? Au sein de quelles catégories de produits en particulier ? (Textile, fruits et légumes, cosmétiques...)
- Où achetez-vous des produits bio ? Grandes surfaces ? Grandes surfaces Bio ? Petits magasins locaux ? Ferme ?
- A quelle fréquence achetez-vous des produits bio ? Pourquoi ?
- Achetez-vous bio depuis longtemps ? Pourquoi ?
- Qu'est-ce qui motive votre choix d'acheter des produits bio ?
- Comment percevez-vous la qualité des produits bio par rapport aux produits conventionnels ? Pourquoi pensez-vous cela ? Cela varie-t-il d'une catégorie de produits à une autre ?
- Comment percevez-vous le prix des produits bio par rapport aux produits conventionnels ? Ce prix est-il justifié selon vous ? Pourriez-vous m'expliquer ce qui vous amène à penser cela ?

3.6 Thème 6 : promotions par réduction de prix.

- Lorsque vous achetez des produits courants, faites-vous attention au prix de vente ? Est-ce un critère déterminant dans le choix des produits que vous achetez ?
- Les promotions par réduction de prix constituent-elles un critère de choix pour vous ? Pourriez-vous m'en dire plus ? Comment concrètement cela affecte-t-il vos achats ?
- Est-ce que ces promotions par réduction de prix influencent votre décision d'achat ? Si oui, pourquoi et comment ? Si non, pourquoi ?
- Avez-vous déjà bénéficié de promotions par réduction de prix sur des produits bio ? Pourriez-vous me donner quelques exemples de ces promotions par réduction de prix sur des produits bio ? Pensez-vous que ces promotions sont aussi régulières sur les produits bio que sur des produits de même catégorie mais plus conventionnels ? Qu'est ce qui vous amène à penser cela ?

- Comment percevez-vous ces promotions par rapport aux produits bio ? Avez-vous une attitude positive ou négative à l'égard de la promotion ? Pourquoi ? (Bien creuser le pourquoi !!)
- Les promotions par réduction de prix peuvent-elles influencer votre choix d'opter pour des produits bio plutôt que des produits conventionnels ? De quelle manière ? Pourriez-vous m'en dire plus ?
- Pensez-vous que les promotions par réduction de prix peuvent encourager davantage de consommateurs à choisir des produits bio de manière plus régulière ? Pourriez-vous expliquer votre point de vue ? Est-ce quelque chose que vous valoriseriez ? Pourriez-vous expliquer votre point de vue ?
- Pour bon nombre de produits, la qualité est associée au prix. A cet égard, quel est votre avis sur l'impact des promotions par réduction de prix sur la perception de la qualité des produits bio ? Pensez-vous que ces promotions pourraient être interprétées comme une indication de qualité inférieure ? Pouvez-vous m'en dire plus ?
- Pensez-vous que les promotions par réduction de prix peuvent être considérées comme une opportunité d'accéder à des produits bio à un prix plus abordable ? Pouvez-vous m'expliquer votre point de vue ? Votre attitude est-elle favorable quant au fait que les produits bio soient accessibles à un prix plus bas ? Pourquoi pensez-vous cela ? Est-ce un modèle tenable selon vous ? Pourquoi pensez-vous cela ?

4. Remerciements

Nous sommes à présent arrivés au terme de cet entretien. Je vous remercie pour vos réponses ainsi que le temps précieux que vous m'avez accordé. Les informations que vous nous avez fournies nous seront d'une grande aide lors de notre analyse.

Avant que nous nous quittions, souhaitez-vous ajouter quelque chose ? Un élément dont vous n'avez pas parlé ? Un élément que vous jugez important ?

Je vous remercie une nouvelle fois pour votre participation.

Annexe 5 : Guide d'entretien de la pré-enquête qualitative destiné aux managers

1. Se présenter

Bonjour, je m'appelle Ilona Menu, je réalise un mémoire en collaboration avec Louis Decruyenaere, nous sommes étudiants à l'UCLouvain FUCaM Mons en sciences de gestion. Tout d'abord, merci beaucoup d'avoir accepté de participer à cet entretien pour notre mémoire de fin d'année.

2. Présentation de la problématique

Nous réalisons cette étude pour essayer de comprendre les comportements d'achats et de consommation en Belgique.

Cet entretien se fera sous la forme d'une interview, c'est-à-dire une discussion autour d'une série de thématiques. Nous n'allons pas vous poser de questions de nature confidentielle. Au cours de l'entretien, si des questions ne sont pas claires, n'hésitez pas à m'interpeller. Si vous n'avez pas de questions à ce stade, nous allons pouvoir commencer.

J'ai devant moi un appareil avec lequel j'aimerais vous enregistrer durant la durée de l'interview, cela permettra de rendre notre discussion plus fluide, plus rapide aussi. Cet enregistrement ne sera utilisé que dans le cadre de notre mémoire. Il sera détruit après sans qu'aucune copie ne soit réalisée. Cela vous pose-t-il un problème ? Rassurez-vous, vos réponses seront traitées de manière confidentielle et elles seront anonymisées.

Je vous remercie.

3. Thèmes abordés

3.1 Thème 1 : Présentation de la personne interviewée

- Pour commencer, pourriez-vous vous présenter en quelques mots ? (Nom, âge, localisation, études, métiers exercés jusqu'ici)
- Quel est votre rôle au sein de ... ? De quoi vous occupez-vous en particulier ? Depuis quand faites-vous partie de l'entreprise ?

Questions pour mettre à l'aise le répondant et en savoir plus sur son background et son rôle dans l'entreprise.

- Je me suis renseignée à propos de votre entreprise, et j'ai appris que ... [ici, décrire ce qu'on a pu trouver comme information sur l'entreprise (historique, mission,

valeurs, stratégies, actualité)]. Confirmez-vous que ces éléments d'information sont corrects ? Que souhaiterez-vous ajouter à propos de l'entreprise que je devrais connaître également pour en avoir une vision complète ? (Concurrence, politiques et pratiques, risques et opportunités ?)

3.2 Thème 2 : Consommation responsable

- Quel est le profil des clients de votre enseigne ?
- Considérez-vous que les consommateurs qui fréquentent votre magasin sont généralement des consommateurs responsables ? Pourriez-vous m'en dire plus ?
- Qu'est-ce qui, selon vous, définit un consommateur responsable ?
- Pensez-vous que les aspects environnementaux et sociaux influencent les choix d'achat de vos clients ? De quelle manière en particulier ?
- Participez-vous à l'initiative Too Good To Go ? Si oui, pourquoi ? Est-ce dans le cadre d'une démarche responsable ? Si non, pourquoi pas ?

3.3 Thème 3 : les achats

- Comment décrieriez-vous le comportement d'achat général des clients dans votre magasin ?
 - o Combien de temps les clients passent-ils généralement dans votre magasin lors de leur visite ?
 - o Comment vos clients s'informent-ils sur les produits avant de les acheter ? (Publicités, recommandations, recherche en ligne, etc.)
- Qu'est-ce qui motive généralement les clients à fréquenter votre magasin de produits bio ? Pourquoi viennent-ils chez vous, plutôt qu'ailleurs ?
- Pour quel type de produits vos clients viennent-ils dans votre enseigne ? Viennent-ils chez vous pour des produits particuliers ?
- Quelles sont les principales considérations qui guident les décisions d'achats de vos clients au quotidien ?
- Quels critères sont particulièrement importants pour vos clients lors du choix de produits bio ? Ces critères varient-ils selon vous en fonction des catégories de produits ?

3.4 Thème 4 : les produits bio

- Comment percevez-vous la qualité des produits bio par rapport aux produits conventionnels ?
- Comment percevez-vous le prix des produits bio par rapport aux produits conventionnels ?

- Ce prix est-il justifié selon vous ?
- Les clients le perçoivent-ils de cette manière selon vous ?
- Faites-vous des études auprès de vos clients à ces propos (qualité et prix perçus des produits bio) ? Si oui, quels sont les résultats les plus surprenants de ces études ? Pouvez-vous nous en dire plus ?

3.5 Thème 5 : promotions par réduction de prix

- Lorsque vos clients achètent des produits, accordent-ils une attention particulière au prix de vente ?
- Avez-vous mis en place des promotions par réduction de prix sur des produits bio dans votre magasin ? Si oui, sur quelles catégories de produits en particulier ? Le faites-vous depuis longtemps ? Si non, optez-vous plutôt pour d'autres types de promotion ? Si oui, pouvez-vous nous en parler ?
- Avez-vous toujours fait des promotions par réduction de prix pour les produits bio ?
 - Si oui, pourquoi ?
 - Si non, pourquoi pas ?
- Comment les promotions par réduction de prix sont-elles perçues par vos clients ? ont-elles un impact significatif sur leur comportement d'achat ?
- Comment évaluez-vous l'efficacité des promotions par réduction de prix dans le contexte des produits bio ?
- Avez-vous constaté des différences dans l'impact des promotions par rapport à d'autres enseignes comme Colruyt par exemple ? Pourriez-vous m'en dire plus ?
- Comment percevez-vous l'effet des promotions par réduction de prix sur la perception de la qualité des produits bio par vos clients ? Pensez-vous que ces promotions pourraient être interprétées comme une indication de qualité inférieure, ou au contraire, comme une opportunité d'accéder à des produits bio à un prix plus abordable ?
 - Pourquoi pensez-vous cela ?

4. Remerciements

Nous sommes à présent arrivés au terme de cet entretien. Je vous remercie pour vos réponses ainsi que le temps précieux que vous m'avez accordé. Les informations que vous nous avez fournies nous seront d'une grande aide lors de notre analyse.

Avant que nous nous quittions, souhaitez-vous ajouter quelque chose ? Un élément dont vous n'avez pas parlé ? Un élément que vous jugez important ?

Je vous remercie une nouvelle fois pour votre participation.

Annexe 6 : Retranscription des entretiens de la pré-enquête qualitative

1. Informant 1

Ilona

Bonjour, je m'appelle Ilona Menu, je réalise un mémoire en collaboration avec Louis Decruyenaere, nous sommes étudiants à l'UCLouvain FUCaM Mons en sciences de gestion. Tout d'abord, merci beaucoup d'avoir accepté de participer à cet entretien pour notre mémoire de fin d'année. Nous réalisons cette étude pour essayer de comprendre les comportements d'achat et de consommation en Belgique, en particulier en matière d'achats courants. Toutes les tranches d'âges nous intéressent c'est pour cela qu'on aimerait vous interviewer. Nous allons discuter ensemble autour d'une série de questions à ce sujet. Vous devez vous sentir libre de partager avec moi ce que vous pensez ou comment vous agissez. Il n'y a aucune bonne ou mauvaise réponse. C'est votre opinion qui compte pour moi. Au cours de l'entretien, si des questions ne sont pas claires, n'hésitez pas à m'interpeller. Avant de commencer, êtes-vous d'accord que cet entretien soit enregistré ? Cet enregistrement ne sera utilisé que dans le cadre de notre mémoire. Il sera détruit par après sans qu'aucune copie ne soit réalisée. Vos réponses seront traitées de manière confidentielle et anonyme.

Marise

Non, pas de problème.

Ilona

Super, alors premièrement, pouvez-vous vous présenter en quelques mots ?

Marise

Bon Ben moi je m'appelle Marise, j'ai 64 ans cette année, je travaille en psychiatrie comme infirmière. Je suis quelqu'un qui aime marcher tous les jours parce que l'hygiène de vie est importante et c'est une activité dont je ne peux pas me séparer parce que si je ne la fais pas, je ne suis pas en forme. J'ai un fils. Et je suis marié, voilà.

Ilona

Merci, qu'est-ce qui est important pour vous dans la vie ? Cela impacte-t-il vos choix en matière d'achat et en matière d'achat courant ?

Marise

Des choix alimentaires, oui. Alors j'essaie. En tout cas pour ce qui est de l'alcool, je n'en bois que très épisodiquement, donc pour marquer une fête ou l'autre de façon modérée. Parce que de toute façon j'ai un problème d'estomac, j'ai une hernie. Donc voilà je vois d'autant plus faire plus faire attention. Alors répétez moi un peu.

Ilona

La question donc, qu'est ce qui est important pour vous dans la vie, cela impacte-t-il vos choix en matière d'achat ? En matière d'achat courant ?

Marise

Alors j'essaye aussi d'acheter en fonction des saisons. Bon voilà pour respecter un petit peu l'environnement, ça c'est important. Ce que je fais aussi, c'est acheter dans les commerces de proximité, quand il s'agit par exemple d'acheter ce que je mange souvent parce que je me limite au fromage de chèvre. Donc j'achète dans des commerces qui travaillent avec des producteurs locaux. Pour le pain, j'essaie aussi de favoriser, disons, les commerces de proximité, d'acheter par exemple, ce que je fais parfois, c'est d'acheter des pains à base d'avoine ou de céréales complètes. Et quand ce n'est pas possible, j'achète près de chez moi, dans une boulangerie aussi locale.

Ilona

Ok.

Marise

Alors pour ce qui est de la viande, mais je mange exclusivement la viande blanche, donc poulet, dinde et occasionnellement un peu de viande rouge. Et là c'est mon mari qui s'en charge. Lui il va plutôt dans des magasins comme Colruyt, voilà. Ce que je fais parfois j'achète aussi dans des magasins qui sont attenants au Colruyt comme bioplanet, où là ils mêlent à la fois le bio et respecter l'environnement et en même temps, ce sont des produits très variés et en même temps ça touche au Colruyt comme s'il y avait une attache quelque part à ce magasin. Est-ce que c'est une attache affective ? C'est possible parce qu'il y a des choses induites comme ça, des équipes sympas, avec lesquels on noue un contact de proximité aussi. Donc il y a comme ça une dimension affective je pense. C'est pas un hasard quoi. Et c'est aussi un magasin qui ne pousse pas la production à tout prix comme les grandes enseignes. Mais donc on n'est pas trop sensible à la couleur de l'environnement du magasin, à des choses pareilles. Nous ne sommes pas non plus à acheter des choses super luxueuses ou qui sortent des sentiers battus à tout prix, voilà. Qu'est-ce que je dirais encore ? Ben les fruits. Ben J'achète des pommes en saison. Voilà, j'aime bien manger des pommes plutôt que des pâtisseries plutôt que des biscuits qui seraient trop transformés parce que j'essaie de ne pas acheter des choses trop transformées avec des graisses cachées. Enfin, des choses que je sais pertinemment, qui vont m'apporter des désagréments. Parce que ça me mettrait en colère de manger des choses qui porte préjudice parce que l'aliment finalement, si on mange des aliments trop transformés, on s'empoisonne et ça je n'aime pas trop.

Ilona

OK, super merci. On parle beaucoup aujourd'hui d'environnement et d'écologie. Du coup, êtes-vous sensible à l'écologie ? Et si oui, comment cela se traduit-il dans votre quotidien ? Sinon, pourriez-vous m'expliquer pourquoi ?

Marise

Ben j'achète par exemple des produits. Enfin, quand c'est possible. Quand je vais dans un magasin bio qui vend des produits d'entretien. Ben je me hasarde à en acheter et je dois un petit peu éduquer mon mari qui lui parfois achète des lessives colorées avec des parfums et qui en

fait me déplaît quoi. Quand je mets des vêtements qui sentent la poudre parfumée, moi je déteste ça. Ça m'incommode et j'ai envie d'acheter des produits plus neutres et c'est pas pour ça que ça nettoie moins bien. Pour le sol, ben j'achète aussi des produits où il y a pas de parfum, c'est de l'huile de lin, des choses pareilles, parce que tous ces produits parfumés, aromatisés, artificiels, ne me conviennent pas.

Ilona

D'accord. Qu'est ce qui, selon vous, définit un consommateur responsable et pourquoi ?

Marise

Ben responsable déjà c'est quand un consommateur va dans des endroits justement de proximité et non pas... Je veux dire, sur base de grandes multinationales, et cetera, donc on favorise déjà le côté humain dans la proximité, le côté économie locale et donc écologique. Tout ça va ensemble. Faire vivre les régions, voilà, c'est important aussi parce qu'on voit quand même qu'il y a une prédominance des grandes enseignes et ça, ça me, ça commence à me courir sur le haricot avec les grands profits etcetera. J'en ai marre aussi de voir ces grands profits qui asphyxient l'économie locale et qui nous asphyxient par la même occasion. Parce qu'il y a quand même des gens qui travaillent là-dedans, dans le pays. Voilà.

Ilona

Vous considérez-vous comme étant un consommateur responsable et pourquoi pensez-vous cela de vous ?

Marise

Ben quand je vais, je tente de favoriser en tout cas le secteur local. Je le sens comme tel. Maintenant, je n'offre pas plus blanc que blanc. Il m'arrive aussi d'aller au Delhaize ou des choses comme ça. Mais je pense que je fais ma part. Comme dirait Pierre Rabhi, c'est la technique du Colibri. J'apporte ma petite goutte pour éteindre un incendie, c'est un peu ça, mais je ne suis pas non plus à l'extrême.

Ilona

Les aspects environnementaux et sociaux influencent ils vos choix en matière d'achat ? Dans quelle mesure les influencent-ils et pourriez-vous me donner des exemples concrets ?

Marise

Ben ça comme tantôt j'expliquais, les lessives et pour nettoyer les sols donc ça, ça va directement, quand c'est éliminé dans l'eau et cetera, donc c'est directement là-dedans. Voilà, et donc j'estime que là c'est une façon de s'investir de nouveau dans les commerces de proximité. Donc voilà ces choses-là voilà, même si c'est plus cher parce que le coût environnemental à mon avis est beaucoup plus cher que le coût personnel qu'on y met, je vais dire hein, le coût personnel ? Ben de toute façon on dépend de l'environnement et ça nous retombe dessus. Si on dégrade, on se dégrade. Il y a un lien avec l'environnement, on en fait partie.

Ilona

Où faites-vous vos achats courants ? Et si vous avez plusieurs lieux d'achats donc les lieux d'achats particuliers sont-ils liés à certains types de produits ?

Marise

Lieu d'achat particulier, c'est le pain par exemple comme un peu le fromage de chèvre comme je le disais. Les yaourts, éventuellement les chocolats, moi je prends le chocolat 100%. Vous me direz, ça n'est pas produit en Belgique, mais bon, on achète ça. Les bananes qui pourraient par exemple, je crois qu'il y en a en Europe il me semble. Donc ça je vais dans des commerces locaux, des petits magasins bio par exemple, je vais... à un moment, j'allais à la rue des cygnes à Tournai et ça, ça a fermé malheureusement, donc je vais à la rue du Quesnoy à Tournai.

Ilona

Et ça s'appelle comment le magasin ?

Marise

Nature attends quelque chose comme ça, nature, il y a le mot nature dedans. Mais je ne sais plus exactement. Mais je sais que c'est un commerce de Tournai, donc pas loin de chez moi. Donc je ne me déplace pas à cent mille lieux. Je vais au Bioplanet aussi où il y a des choses en vrac notamment. Je vais parfois aussi chez Green, à l'avenue de Maire, sur Tournai. J'allais parfois chez Coprossa à l'occasion, donc c'est tous des commerces. Voilà, je fais un peu un état des lieux, j'aime bien faire un état des lieux des différents commerces bio pour y aller, voilà pour changer, pour aller chez l'un et chez l'autre. Je vais parfois au Delhaize, mais là je vais dans le bio, mais parfois pas parce que le commerce n'est pas loin de chez moi et pour une question de facilité. La viande, ça, c'est plutôt le Colruyt. C'est mon mari qui s'en charge et il achète aussi les légumes bio, comme par exemple les courgettes. Les choses de saison quoi. Pas toujours non plus, mais à l'occasion.

Ilona

D'accord, quelles sont les principales considérations qui guident vos décisions d'achat au quotidien ?

Marise

Ben il y a la proximité, le fait que de toute façon, je ne change pas beaucoup de menu parce que je mange toujours des choses qui ne sont pas élaborées. Par exemple les courgettes, des carottes, des fenouils, des chicons. Enfin, tout reste toujours pareil. Tout compte fait, on ne sort pas de ces légumes-là. Parce que j'ai un problème d'estomac et de de thyroïde donc je ne peux pas non plus me répandre dans de multiples choix. Mon mari est d'accord avec ce que je mange, donc voilà, mon fils aussi. Et on cuit les choses avec un peu d'huile d'olive tout simplement. C'est toujours pareil, un féculent, un légume, une viande blanche ou pas, on met un petit peu d'huile d'olive, on ne met même pas de sel, donc c'est des choses vraiment de base. Le matin c'est du pain le soir. Il n'y a pas de fantaisie, pas de plat élaboré.

Ilona

Faites-vous attention au label sur les produits et si oui, pourriez-vous me dire pour quel type de produit vous faites attention ?

Marise

Ben les gros poulets. Mon mari prend Crêtes Dardenne ou quelque chose comme ça. Ou des produits français avec un label parce que on a peur d'avoir des poulets nourries, alimentations transgénique ou avec pleins d'antibiotiques. Enfin. Alors toutes ces images qu'on voit à la télévision de poulet en grande batterie tout déplumé, dépérissant. ça va pas, des dindes qui sont dans leurs excréments. Moi j'ai vu des photos épouvantables, des reportages, j'allais dire presque inhumains, mais c'est presque ça. Enfin c'est une maltraitance épouvantable.

Ilona

Et uniquement sur les poulets que vous faites attention au label ou ?

Marise

La viande, on pense qu'au Colruyt c'est correct on pense. Mais voilà, parfois on achète une viande un peu plus spécifique, comme une viande, un peu plus comme on pourrait dire de marque comme je ne sais plus les noms, mais une viande qui vient d'Angleterre, ou des choses comme ça, parce que mon fils, quand il mange de la viande, il aime parfois bien manger une pièce de viande particulière. Voilà un goût un peu spécial, un peu persillée, un peu plus gastronomique. Voilà, ça arrive, voilà.

Ilona

Super. Pouvez-vous vous souvenir de votre dernière visite dans un magasin pour réaliser des achats courants ? De quel magasin s'agissait-il ?

Marise

Bah je suis allée Ben hier chez Biolanet.

Ilona

D'accord, pourquoi ce magasin ?

Marise

Ben parce que j'aime bien le côté soft. Et sans doute rassurant parce que comme c'est tout du bio partout, ben il y a comme une sensation d'acheter correcte.

Ilona

Quel type de produit achetez-vous ?

Marise

Alors là, j'achète des légumes, des produits laitiers. Mon fils il a acheté des pâtes, des céréales pour manger le matin comme de l'avoine. Voilà, qu'est-ce qu'il achète ? Il a acheté une pizza préparée mais bio. Donc voilà, lui il n'achète pas toujours bio, loin de là, mais là il en profite, il achète ça. Parfois j'achète des petits pains, des friandises, mais à base de dates, des purées de dates, et cetera. Voilà des choses comme ça.

Ilona

Et comment avez-vous procédé au choix entre les différentes marques ou fabricants disponibles ?

Marise

Ben je ne regarde pas tellement les marques parce que j'ai l'impression que d'office c'est de bonnes marques. Peut-être ça m'arrive le prix, quand même mon fils il dit mais maman, le prix ça ne veut pas dire que c'est une bonne marque, mais on dirait que moi, je suis un petit peu comme ça quoi.

Ilona

Prenez-vous en compte les différentes marques ou fabricants au sein d'une catégorie de produits au moment de faire votre choix, donc comment procédez-vous ?

Marise

Ben je ne fais pas tellement attention à ... On dirait que le prix me guide un peu plus que la marque et aussi si c'est du 100%, si c'est de l'équitable. Et peut-être parce que aussi j'en retrouve là au Bioplanet comme j'en retrouve dans les petits magasins de proximité. Donc peut être que je dis Ah c'est la même chose, donc j'achète comme s'il y avait un fil conducteur. Voilà et alors les pains c'est pareil. Si je vois qu'il y a de l'avoine, c'est comme si du fait que j'achète là, comme si ça me mettait en contact avec le magasin de proximité donc, comme s'il y avait un fil conducteur.

Ilona

Quels critères sont les plus importants pour vous lors du choix de produit ? Donc que ce soit alimentaire, cosmétique?

Marise

Les cosmétiques, j'achète maintenant des produits qui n'ont pas un rapport avec le produit animal. Il y a ça et pas de produits animaux dedans. Donc ça j'achète dans un magasin ici à Tournai qui vend des produits comme ça sans composant animal. Donc voilà. Et aussi hypo allergisant notamment voilà.

Ilona

Prenez-vous en compte les avis des autres consommateurs ou les recommandations de votre entourage d'autres consommateurs avant de faire votre choix final. Et comment cela se passe-t-il concrètement ?

Marise

Ben par exemple au boulot, ben je rencontre une dame qui est éducatrice et elle est beaucoup pour tout ce qui est bio, tout ça pour le respect et tout ça. Et c'est vrai que ça percole quand elle parle de ça on dirait que ces valeurs-là sont... Ben elles se transmettent en fait ces valeurs-là se transmettent par proximité aussi et par conviction, mais pas qu'elle est là pour me persuader à tout prix, mais non, c'est parce qu'on se rencontre dans les mêmes. Et ça, ça fait tache d'huile. Il y a les articles qui sortent ... Il y a comme ça les différents médias ou des petites choses sur internet. Pourtant je n'y suis pas beaucoup. Mais qui parle aussi, qui sensibilisent.

Ilona

Vous arrive-t-il d'acheter des produits bio ? Donc vous m'avez déjà dit oui mais du coup quel type de produit bio achetez-vous donc au sein de quelle catégorie de produits en particulier textiles, fruits, légumes ?

Marise

Ben les fraises par exemple. Moi ça me touche parce que l'été j'aime bien acheter les fraises. Bon mais alors un jour je suis allée marcher pas loin d'une exploitation et je j'y suis passée par les toilettes. Enfin bon, et j'ai vu des produits là pas loin avec une tête de mort dessus pour asperger ces fraises et ça m'a vraiment secouée. Et j'ai entendu des gens qui travaillaient dans des exploitations qui disaient on utilise des produits multiples et ça se dit aussi à la télévision des agriculteurs qui disent on ne sait pas faire autrement alors qu'il y a moyen de faire autrement et on utilise tous ces produits. Donc moi, il est hors de question que je mange pour m'empoisonner et les fraises quand j'en profite, j'aime bien manger beaucoup de fraises et pas question de bouffer des produits en même temps. Voilà ça c'est voilà des choses comme ça, voilà. Des salades ben j'en ai dans mon potager. Là, je prends plutôt dans mon potager, pommes de terre salades, haricots tout ça, ça on cultive. Moi je cultive à ce moment-là avec mon mari.

Ilona

Où achetez-vous des produits bio donc est ce que parfois ça vous arrive d'en acheter par exemple ? Grande surface.

Marise

Ça arrive, oui.

Ilona

OK, à quelle fréquence achetez-vous des produits bio ?

Marise

Ça c'est difficile à dire hein. Ben ça je ne sais pas. Toutes les semaines en tout cas j'en achète parce que dedans il y a toujours des courgettes, il y a toujours ci il y a toujours là donc j'en achète toutes les semaines, ça c'est sûr.

Ilona

Et achetez-vous bio depuis longtemps ?

Marise

Quelques années déjà ? Oui. Oui. Oui, certainement.

Ilona

Comment percevez-vous la qualité des produits bio par rapport aux produits conventionnels et pourquoi vous pensez cela ?

Marise

Ben en fait les courgettes si on les achète bio ou pas bio je ne crois pas que le goût change, non c'est juste la sensation de sécurité mais le goût c'est pas toujours... On ne peut pas toujours différenciée. On peut juste dire parfois que les fraises de grandes, comment dire de grande surface, et qui sont dans la grande, le réseau de grande consommation ben elles ne sont pas bonnes parce qu'elles sont aqueuses ou elles sont toutes vertes. Tandis que dans le bio de proximité on dirait que les fruits arrivent à maturité. Y a comme ça un souci d'être plus proches du cycle de la nature, et que donc les fruits arrivent plus dans leur cycle naturel et donc ils sont meilleurs, plus parfumés plus imprégnés de sucre.

Ilona

Comment percevez-vous le prix des produits bio par rapport aux produits conventionnels ? Ce prix est-il justifié selon vous ? Et pouvez-vous m'expliquer ce qui vous amène à penser ?

Marise

Le problème, c'est que je ne fais pas attention à mon budget, mais je ne dois pas y faire attention, en tout cas pour l'instant, mais que je vois que je ne dépense pas dans une mesure disproportionnée puisque je n'achète pas des produits à outrance. Donc je peux me permettre d'acheter. Voilà, je ne suis pas une grande consommatrice de tout et n'importe quoi.

Ilona

Du coup vous avez déjà un petit peu répondu mais donc lorsque vous achetez des produits courants, faites-vous attention au prix de vente ?

Marise

Pas tellement non, je ne sais même pas d'ailleurs les prix de vente.

Ilona

Les promotions par réduction de prix constituent-elles un critère de choix pour vous ?

Marise

Non !

Ilona

Pourriez-vous m'en dire plus ?

Marise

Ça n'est pas pour ça que je vais me précipiter.

Ilona

Est-ce que ces promotions par réduction de prix influencent votre décision d'achat ?

Marise

Ben non, pas vraiment, non, mon mari, oui.

Ilona

Avez-vous déjà bénéficié de promotions par réduction de prix sur des produits bio ?

Marise

Oui ça arrive par exemple parce qu'ils sont près de la date. Voilà et et ça ne me dérange pas d'en acheter, on me le propose je dis ben oui je ne vais pas dire non. Mais je ne vais pas aller direct, mais si on me le propose je vais le prendre.

Ilona

Pensez-vous que ces promotions sont aussi régulières sur les produits bio que sur des produits de même catégorie mais plus conventionnels ?

Marise

Dans les petits distributeurs, je ne crois pas parce qu'ils n'ont pas l'occasion, ils n'ont pas de marge bénéficiaire comme les grandes enseignes. Ce n'est pas possible et je le comprends et je le comprends tout à fait. Voilà, ça c'est normal.

Ilona

Comment percevez-vous ces promotions par rapport aux produits bio ? Donc avez-vous une attitude positive ou négative à l'égard de la promotion et pourquoi ?

Marise

Je ne vais pas dire que je suis contre pour. Si on me le permet, on me le permet. Mais ça ne va pas être mon critère de sélection quoi.

Ilona

Les promotions par réduction de prix n'influencent pas vos choix d'opter pour des produits bio plutôt que pour des produits conventionnels ?

Marise

Pas spécialement, non.

Ilona

Pensez-vous que les promotions par réduction de prix peuvent encourager davantage de consommateurs à choisir des produits bio de manière plus régulière ?

Marise

C'est possible parce qu'il y a des gens qui malheureusement ne peuvent pas se permettre des produits ... Maintenant il y a aussi les choix de vie. Il y a des gens qui préfèrent s'acheter des grands écrans et pas des courgettes bio. Et maintenant il y a des gens qui réellement ont des petits budgets à tout prix et qui ne savent pas faire autrement et qui n'ont pas accès. Comme s'il y avait une espèce d'exclusivité. Et le droit de manger, c'est un droit fondamental et donc c'est un peu embêtant que parce que c'est bio, c'est plus cher. Alors que quelque part dans l'incidence, on pourrait dire que, imaginons que le bio favorise une meilleure santé, il y a moins de coûts au niveau mutualité et cetera, intervention mutuelle. Donc c'est comme si en collatéral, ça permettait aussi une réduction des coûts de la santé. Et pourquoi la société ne tient pas compte de ça ?

Ilona

Pour bon nombre de produits, la qualité est associée au prix. À cet égard, quel est votre avis sur l'impact des promotions par réduction de prix sur la perception de la qualité des produits bio ? Et Pensez-vous que ces promotions pourraient être interprétées comme une indication de qualité inférieure ?

Marise

Ben non, dans la mesure où on va dans ces magasins là et qu'on a l'habitude de ces produits que soudainement ils se mettent à baisser, non. Si on a une habitude, je ne crois pas.

Ilona

Dernière question, Pensez-vous que les promotions pas réduction de prix peuvent être considérées comme une opportunité d'accéder à des produits bio à un prix plus abordable ? Pouvez-vous m'expliquer votre point de vue ?

Marise

Oui, pour d'autres personnes, oui, parce qu'on a toujours envie que les gens continuent d'affluer pour ce genre de philosophie. On a envie qu'il y ait plus d'adhérent et secrètement on aurait envie que les grosses sociétés se cassent un peu la ***** quoi. On va le dire clairement, parce que moins il y a de consommateurs, moins ces gens auront d'emprise sur notre société je pense. C'est un choix politique aussi. Si on voulait étendre la réflexion.

Ilona

Nous sommes à présent arrivés au terme de cet entretien. Je vous remercie pour vos réponses ainsi que le temps précieux que vous m'avez accordé, les informations que vous nous avez fournies nous seront d'une grande aide lors de notre analyse, avant que nous nous quittions, souhaitez-vous ajouter quelque chose, un élément dont vous n'avez pas parlé, un élément que vous jugez important ?

Marise

On pourrait agrémente de plus en plus les questions si on voulait, mais on n'a pas le temps et on est pris un peu sur le vif. Non, je me suis un peu vide, j'avoue.

Ilona

Super, je vous remercie de nouveau pour votre participation.

2. Informant 2

Bonjour, je m'appelle Ilona Menu, je réalise un mémoire en collaboration avec Louis Decruyenaere, nous sommes étudiants à l'UCLouvain FUCaM Mons en sciences de gestion. Tout d'abord, merci beaucoup d'avoir accepté de participer à cet entretien pour notre mémoire de fin d'année. Nous réalisons cette étude pour essayer de comprendre les comportements d'achat et de consommation en Belgique, en particulier en matière d'achats courants. Toutes les tranches d'âges nous intéressent c'est pour cela qu'on aimerait vous interviewer. Nous allons discuter ensemble autour d'une série de questions à ce sujet. Vous devez vous sentir libre de partager avec moi ce que vous pensez ou comment vous agissez. Il n'y a aucune bonne ou mauvaise réponse. C'est votre opinion qui compte pour moi. Au cours de l'entretien, si des questions ne sont pas claires, n'hésitez pas à m'interpeller.

Avant de commencer, êtes-vous d'accord que cet entretien soit enregistré ? Cet enregistrement ne sera utilisé que dans le cadre de notre mémoire. Il sera détruit par après sans qu'aucune copie ne soit réalisée. Vos réponses seront traitées de manière confidentielle et anonyme.

Jean-Pol

Oui, oui, aucun souci.

Ilona

Super ! Premièrement, pouvez-vous vous présenter en quelques mots ?

Jean-Pol

Donc je m'appelle Jean Pol Menu, je suis enseignant, j'aurai 60 ans cette année et j'habite à Péruwelz.

Ilona

Quelle est votre situation familiale ?

Jean-Pol

Je suis divorcé et j'ai une fille.

Ilona

Quels sont vos hobbies, vos activités ?

Jean-Pol

Ben disons que c'est surtout la marche avec mon chien. Hobbies, j'en ai pas particulièrement à part partir en camping-car le weekend, des séjours prolongés.

Ilona

Qu'est ce qui est important pour vous dans la vie ? Cela impacte-t-il vos choix en matière d'achat et en matière d'achat courant ?

Jean-Pol

Qu'est ce qui est important pour moi dans la vie ? Ben que tout le monde soit heureux et ça n'a pas vraiment d'impact sur mes achats courants non.

Ilona

On parle aujourd'hui d'environnement et d'écologie. Êtes-vous sensible à l'écologie ? Si oui, comment cela se traduit-il dans votre quotidien ? Et sinon, pourriez-vous m'expliquer pourquoi ?

Jean-Pol

Je suis sensible à l'écologie parce que je fais le tri sélectif, je vais assez couramment au parc à conteneurs, donc je suis très sensible à l'écologie.

Ilona

Qu'est ce qui, selon vous définit un consommateur responsable, pourquoi ?

Jean-Pol

Pour moi un consommateur responsable c'est peut-être acheter des produits sans trop d'emballages plastiques, peut être acheter à l'unité. Peut-être aussi acheter des produits locaux. Des fruits de saison et enfin faire le tri sélectif.

Ilona

Vous considérez-vous comme étant un consommateur responsable, pourquoi pensez-vous cela de vous ?

Jean-Pol

J'essaie un maximum d'être responsable écologiquement. Par contre dans beaucoup de magasins il y a énormément d'emballages plastiques et on peut pas les éviter.

Ilona

Les aspects environnementaux et sociaux influencent-ils vos choix en matière d'achat, dans quelle mesure les influencent-ils ?

Jean-Pol

Oui, donc d'un point de vue social, j'essaie de faire participer quand même pas mal de magasins dans l'entité de Péruwelz. Et encore une fois au niveau écologique, oui, j'évite tout ce qui vient de pays étrangers. Donc c'est plus encore une fois plus du local.

Ilona

Et pourriez-vous me donner des exemples concrets de ces influences ?

Jean-Pol

Euh, je viens justement de passer ce jour une commande à un petit maraîcher qui vend des produits locaux, des fraises de la région, et cetera. Donc oui, j'essaie de faire un maximum vivre les petits commerçants indépendants de mon quartier.

Ilona

Où faites-vous vos achats courants ?

Jean-Pol

La plupart du temps Colruyt.

Ilona

Quelles sont les principales considérations qui guident vos décisions d'achat au quotidien ?

Jean-Pol

Je connais le magasin Colruyt pour y aller presque tous les jours donc je connais un peu tous les rayons et au niveau prix ils ont quand même des prix concurrentiels.

Ilona

Faites-vous attention au label sur les produits ? Si oui, pourriez-vous me dire pour quel type de produit vous faites attention au label et à quel label en particulier ?

Jean-Pol

Euh, je ne suis pas vraiment branché label. Par contre pour la volaille, oui. Mais sinon pour d'autres choses, je ne crois pas particulièrement vraiment au label.

Ilona

Et pourquoi ces labels-là ? Particulièrement sur les poulets ?

Jean-Pol

Parce que je n'aime pas les poulets de batterie, donc ça devrait être normalement des poulets qui sont élevés plus naturellement, grand air, et cetera.

Ilona

Pouvez-vous vous souvenir de votre dernière visite dans un magasin pour réaliser des achats courants ? De quel magasin s'agissait-il ?

Jean-Pol

Je viens de faire mes courses justement dans ce magasin Colruyt.

Ilona

Ok donc pourquoi ce magasin vous aviez déjà répondu auparavant, quel type de produit avez-vous acheté ?

Jean-Pol

Du poisson, des pâtes, des boissons, malheureusement encore une fois bien entouré de plastique. C'est tout.

Ilona

Comment avez-vous procédé au choix entre les différentes marques ou fabricants disponibles ?

Jean-Pol

J'achète plus souvent des produits de la marque EVERYDAY ou Boni, donc de la marque du magasin et je me fie surtout au prix, au kilo, à l'unité et cetera.

Ilona

Prenez-vous en compte les différentes marques ou fabricants au sein d'une catégorie de produits au moment de faire votre choix, donc comment procédez-vous et pouvez-vous m'en dire un petit peu plus ?

Jean-Pol

Donc encore une fois je me dirige plus vers les produits de ce magasin. Donc Boni, Everyday et je compare les prix. Les prix sont quand même plus intéressants pour les produits de leur marque.

Ilona

Quels critères sont les plus importants pour vous lors du choix de produits alimentaires, cosmétiques en général ?

Jean-Pol

Les prix, puisqu'il y a l'inflation. Mais il doit avoir une relation entre les prix et la qualité des produits. Le conditionnement aussi je regarde pour éviter justement tous ces emballages superflus.

Ilona

Prenez-vous en compte les avis des autres consommateurs ou les recommandations de votre entourage/d'autres consommateurs avant de faire votre choix final. Comment cela se passe-t-il concrètement ?

Jean-Pol

Je ne me fie pas aux avis des autres. J'ai mon avis personnel donc je ne me fie pas trop sauf quelquefois certains conseils peut être pour des produits qui sont supérieurs point de vue qualité.

Ilona

Vous arrive-t-il d'acheter des produits bio ? Si oui quel type de produits bio achetez-vous ? Et au sein de quelle catégorie de produits en particulier donc textiles, fruits, légumes, cosmétiques.

Jean-Pol

Je ne suis pas très produit bio parce que est-ce qu'il y a réellement quelque chose de bio dans ces produits ? Par contre j'achète des avocats bio pour ma mère parce qu'ils ont l'air quand même meilleurs que des produits courants. Mais je ne suis pas très branché bio. Parce que, encore une fois, sceptique sur vraiment le label bio.

Ilona

Si vous en achetez donc par exemple des avocats pour votre maman, ou achetez-vous ces produits en grande surface, en grande surface bio, petit magasin locaux, une ferme ?

Jean-Pol

Malheureusement des magasins bio dans la région, je n'en connais pas. Donc c'est toujours dans ce magasin Colruyt ou quelquefois Intermarché. Quelquefois j'y mets les pieds. Mais c'est surtout dans ce magasin où je vois certaines choses bio, certains produits bio.

Ilona

Comment percevez-vous la qualité des produits bio par rapport aux produits conventionnels ? Pourquoi pensez-vous cela et cela varie-t-il d'une catégorie de produits à une autre ?

Jean-Pol

Comme j'ai dit auparavant, je ne suis pas branché bio parce que je suis sceptique quant au cahier des charges quelquefois de ce label bio, donc je ne suis pas vraiment branché bio.

Ilona

Non mais comment percevez-vous la qualité de ces produits ?

Jean-Pol

Je vais revenir sur les avocats, c'est que j'ai déjà pris des avocats bio et des avocats disons courants. La qualité est quand même meilleure.

Ilona

Comment percevez-vous le prix des produits bio par rapport aux produits conventionnels ? Ce prix est-il justifié selon vous ? Et pourriez-vous m'expliquer ce qui vous amène à penser cela ?

Jean-Pol

A un moment, les produits bio étaient quand même relativement plus chers que les produits conventionnels, je pense que maintenant ils arrivent plus ou moins au même prix. Le prix est justifié si le cahier des charges est vraiment respecté et si le produit est légèrement plus élevé, oui.

Ilona

Lorsque vous achetez des produits courants, faites-vous attention au prix de vente, est-ce un critère déterminant dans le choix des produits que vous achetez ?

Jean-Pol

Bien évidemment, je regarde tout le temps le prix au kilo, le prix à l'unité, et cetera, donc je regarde encore une fois la relation entre la qualité et le prix.

Ilona

Les promotions par réduction de prix constituent elles un critère de choix pour vous ? Pourriez-vous m'en dire plus et comment concrètement cela affecte-t-il vos achats ?

Jean-Pol

Donc encore une fois je vais souvent chez Colruyt et les prix sont quelquefois intéressants si on achète par 2 ou par 3. Maintenant, quelquefois c'est un peu gênant parce que si certains produits périssables sont moins chers en grande quantité, là à ce moment-là il y aura du gaspillage.

Ilona

Et est-ce que vous achetez du coup ? Enfin, est-ce que vous êtes plus à même d'acheter des produits quand il y a une réduction de prix ?

Jean-Pol

Oui, oui je suis très attentif à ce genre de réduction.

Ilona

Avez-vous déjà bénéficié de promotions par réduction de prix sur des produits bio ? Pourriez-vous me donner quelques exemples de ces promotions par réduction de prix sur ces produits ?

Jean-Pol

À ma connaissance ce n'est pas d'application.

Ilona

Pensez-vous que ces promotions sont aussi régulières sur les produits bio que sur des produits de même catégorie mais plus conventionnels ?

Jean-Pol

Ben donc je me répète, c'est qu'encore une fois, pour les produits bio, je n'ai jamais vraiment particulièrement fait attention, mais je pense qu'il n'y a pas de réduction sur les produits bio.

Ilona

Comment percevez-vous ces promotions par rapport aux produits bio ? Donc avez-vous une attitude positive ou négative à l'égard de la promotion ? Donc imaginons que finalement il y ait une réduction de prix sur les produits bio, comment vous percevez cela ?

Jean-Pol

Ben à mon avis c'est peut-être en fonction de l'offre et de la demande. Donc si on fait des réductions, ... enfin maintenant je ne sais pas, c'est peut-être que des lots doivent partir et cetera, donc s'il y a une réduction c'est peut-être plus l'aspect financier. Je n'ai pas trop d'avis sur les produits bio encore une fois.

Ilona

Les promotions par réduction de prix peuvent-elles influencer votre choix d'opter pour des produits bio plutôt que des produits conventionnels ? Donc imaginons qu'il y ait finalement une promotion par réduction de prix sur les produits bio et non sur les produits conventionnels. Est-ce que vous serez plus incité à acheter bio ?

Jean-Pol

Oui si le prix est intéressant, oui automatiquement. Bien sûr que je prendrais des produits bio mais uniquement encore une fois sur le prix.

Ilona

Pensez-vous que les promotions par réduction de prix peuvent encourager davantage de consommateurs à choisir des produits bio de manière plus régulière ? Pourriez-vous m'expliquer votre point de vue ?

Jean-Pol

Je pense que s'il y avait des réductions sur les produits bio, les gens se dirigeraient plus à mon avis vers ce genre d'achat.

Ilona

Pour bon nombre de produits, la qualité est associée au prix. A cet égard, quel est votre avis sur l'impact des promotions par réduction de prix sur la perception de la qualité des produits bio ? Et donc, Pensez-vous que ces promotions pourraient être interprétées comme une indication de qualité inférieure ?

Jean-Pol

Je ne pense pas. Encore une fois, je pense que ça dépend de l'offre et de la demande. Je ne pense pas qu'ils vont réduire la qualité.

Ilona

Non, ça pourrait être une indication de qualité inférieure, mais ce n'est pas pour autant que ça réduit la qualité.

Jean-Pol

Oui, je pense que c'est surtout en fonction de l'offre et de la demande.

Ilona

Pensez-vous que les promotions par réduction de prix peuvent être considérées comme une opportunité d'accéder à des produits bio à un prix plus abordable ? Étant donné que on sait que les produits bio sont relativement plus chers que des produits conventionnels.

Jean-Pol

Oui, encore une fois, je pense que s'il y avait des promotions sur les produits bio, je pense que les gens ne seraient pas sceptiques sur la qualité, mais les gens, encore une fois, se dirigeraient plus vers ces produits bio.

Ilona

Votre attitude est-elle favorable Quant au fait que les produits bio soient accessibles à un prix plus bas ?

Présentateur

Oui.

Ilona

Et pourquoi pensez-vous cela ? Est-ce un modèle tenable selon vous ?

Jean-Pol

Non, je ne pense pas que ce soit un modèle tenable car les agriculteurs ne se retrouveraient pas.

Ilona

Nous sommes à présent arrivés au terme de cet entretien. Je vous remercie pour vos réponses ainsi que le temps précieux que vous m'avez accordé. Les informations que vous nous avez fournies nous seront d'une grande aide lors de notre analyse. Avant que nous nous quittions, souhaitez-vous ajouter quelque chose ? Un élément dont vous n'avez pas parlé ? Un élément que vous jugez important ?

Jean-Pol

Non, pas particulièrement, non, je vous remercie.

Ilona

Merci encore.

3. Informant 3

Ilona

Bonjour, je m'appelle Ilona Menu, je réalise un mémoire en collaboration avec Louis Decruyenaere, nous sommes étudiants à l'UCLouvain FUCaM Mons en sciences de gestion. Tout d'abord, merci beaucoup d'avoir accepté de participer à cet entretien pour notre mémoire de fin d'année. Nous réalisons cette étude pour essayer de comprendre les comportements d'achat et de consommation en Belgique, en particulier en matière d'achats courants. Toutes les tranches d'âges nous intéressent c'est pour cela qu'on aimerait vous interviewer. Nous allons

discuter ensemble autour d'une série de questions à ce sujet. Vous devez vous sentir libre de partager avec moi ce que vous pensez ou comment vous agissez. Il n'y a aucune bonne ou mauvaise réponse. C'est votre opinion qui compte pour moi. Au cours de l'entretien, si des questions ne sont pas claires, n'hésitez pas à m'interpeller. Avant de commencer, êtes-vous d'accord que cet entretien soit enregistré ? Cet enregistrement ne sera utilisé que dans le cadre de notre mémoire. Il sera détruit par après sans qu'aucune copie ne soit réalisée. Vos réponses seront traitées de manière confidentielle et anonyme.

Virginie

Oui, je suis d'accord.

Ilona

Alors Premièrement, pouvez vous vous présenter en quelques mots ?

Virginie

Donc je m'appelle Virginie Schramme, je suis infirmière et j'ai 46 ans. Je suis maman d'une fille de 12 ans qui s'appelle Nina et voilà je travaille en temps partiel donc je fais un 4/ 5e et voilà.

Ilona

Quels sont vos hobbies, vos activités ?

Virginie

Alors, mes hobbies, j'en ai pas beaucoup. Bon pour me détendre, j'aime bien cuisiner quand je peux. Ben quand c'est possible. J'aime bien aussi faire un peu de jardinage et j'aime bien le shopping aussi.

Ilona

Qu'est ce qui est important pour vous dans la vie ? Cela impacte-t-il vos choix en matière d'achat et en achat courant.

Virginie

Qu'est ce qui est important pour moi dans la vie ? Ben j'aime bien la vie de famille. Ouais, c'est ça. Passer du temps avec les personnes que j'aime.

Ilona

On parle beaucoup aujourd'hui d'environnement et d'écologie. Êtes-vous sensible à l'écologie ? Si oui, comment cela se traduit-il dans votre quotidien ? Sinon, pourriez-vous m'expliquer ?

Virginie

Oui, je suis assez sensible aux problèmes justement d'écologie dans la vie de tous les jours. Je trie mes déchets. J'ai un compost aussi à la maison. J'essaie d'acheter local, 2de main, essayer d'éviter justement tout ce qui est transport, ... Enfin, voilà d'avoir un bilan carbone qui est quand même le moins élevé possible. Voilà, c'est surtout ça, oui.

Ilona

Qu'est-ce qui, selon vous, définit un consommateur responsable et pourquoi ?

Virginie

C'est quelqu'un qui justement essaie par ses achats de faire des achats réfléchis, en évitant peut être d'acheter des produits ... Je ne sais pas moi au niveau alimentaire peut être des choses qui ne sont pas traitées au niveau de tout ce qui est vêtements peut être des produits qui sont fabriqués de manière responsable.

Ilona

Vous considérez-vous comme étant un consommateur responsable et pourquoi pensez-vous cela ?

Virginie

J'essaie le plus possible. Ce n'est pas toujours évident parce que pour vraiment acheter de manière responsable ben ça demande un certain budget. Donc oui, parfois par question de budget on achète peut-être des choses qui ne sont pas responsables mais on essaie au maximum.

Ilona

Les aspects environnementaux et sociaux influencent-ils vos choix en matière d'achat, dans quelle mesure les influencent-ils et pourriez-vous me donner des exemples concrets de ces influences ?

Virginie

Ben oui. Moi j'essaie d'acheter le plus possible de saisons, locales. J'essaie de ne pas acheter des produits qui ont été importés. Bon après il y a l'avocat, il y a des produits comme ça c'est d'office, on sait que ça ne pousse pas chez nous et voilà.

Ilona

Alors, où faites-vous vos achats courants ?

Virginie

Alors pour les fruits et légumes, j'achète sur le marché, à la ferme aussi. Donc ça peut être aussi des produits laitiers, ça, ça peut être à la ferme. La viande, Ben j'achète chez un boucher. Sinon je fais mes courses aussi chez Leclerc. Parce que déjà c'est plus intéressant. Et sinon pour les courses, plutôt de dépannage, je vais chez Lidl. Tout ce qui est produits ménagers par contre, j'essaie d'acheter plutôt en vrac donc je n'utilise pas beaucoup de produits comme ... Bon j'ai liquide vaisselle produit, pour le sol mais produit pour le sol, ça va être du savon noir. J'essaie d'acheter plutôt des produits multi usages et donc parfois je commande, parfois je vais dans des magasins qui vendent ces produits-là.

Ilona

Quelles sont les principales considérations qui guident vos décisions d'achat au quotidien ?
Pourriez-vous m'en dire plus ?

Virginie

Pour la qualité. Au niveau des fruits et légumes, il y a une grosse différence, moi je trouve que les produits sont meilleurs. Pourquoi j'achète en vrac, parce que c'est plus intéressant. Surtout si on achète en plus grosse quantité.

Ilona

Faites-vous attention au label sur les produits ? Si oui, pourriez-vous me dire pour quel type de produit vous faites attention au label et à quel label en particulier ?

Virginie

Alors quand j'achète bio, je sais qu'il y a des labels qui sont, « vrais » et je sais qu'il y en a que c'est juste des appellations qu'on donne comme ça. Il y en a qu'une je pense qui est vraie et je crois que c'est une feuille. Par contre en matière de tout ce qui est vêtements, j'essaie quand même d'acheter quand c'est possible, du 2nd main ou alors des vêtements qui sont avec des labels. Enfin, que les personnes qui ont fabriqué ces vêtements ne sont pas des enfants ou c'est des personnes qui ont un salaire correct.

Ilona

Pouvez-vous vous souvenir de votre dernière visite dans un magasin pour réaliser des achats courants ? De quel magasin s'agissait-il ?

Virginie

C'était vendredi, j'ai été chez Lidl.

Ilona

Pourquoi ce magasin ?

Virginie

Je trouve que le rapport qualité prix est intéressant. Les produits dont j'ai besoin, je trouve qu'ils sont corrects.

Ilona

Quel type de produit avez-vous acheté ?

Virginie

Je pense que j'ai acheté du lait, du fromage en tranches, des yaourts, de l'alimentation pour mon chat aussi, donc voilà.

Ilona

Comment avez-vous procédé au choix entre les différentes marques ou fabricants disponibles ?

Virginie

Ben en général je ne prends pas le plus bas de gamme mais je n'achète pas forcément des marques parce que je n'ai pas l'impression que c'est forcément meilleur. J'essaie de prendre entre 2.

Ilona

Du coup prenez-vous en compte les différentes marques ou fabricants au sein d'une catégorie de produits au moment de faire votre choix et comment procédez-vous ?

Virginie

Après, ça va dépendre d'un produit à l'autre aussi, mais je consomme par habitude.

Ilona

OK, quels critères sont les plus importants pour vous lors du choix de produit donc que ce soit alimentaire, cosmétique, en général ?

Virginie

L'aspect financier. Mais après j'essaie de prendre des produits pas trop transformés aussi, j'achète rarement des plats préparés, donc je prends plutôt des choses assez simples on va dire.

Ilona

Et au niveau cosmétique ?

Virginie

Au niveau cosmétique, je fais quand même attention à la composition des produits et j'ai une application qui me permet de vérifier parce bon, lire les étiquettes, c'est un petit peu compliqué donc je regarde quand même qu'il n'y ait pas de perturbateurs endocriniens, non testé sur les animaux ...

Ilona

Prenez-vous en compte les avis des autres consommateurs ou les recommandations de votre entourage/d'autres consommateurs avant de faire votre choix final ?

Virginie

Oui oui, ça m'arrive de regarder des avis. Après moi je suis abonnée à test achats donc ça permet aussi de comparé car il y a les tests santé donc, c'est le magazine qui parle justement de tout ce qui est produit. Enfin, ça peut parler produits alimentaires. Et oui oui, je fais quand même assez attention. Pas vraiment à l'avis, c'est bon, c'est pas bon, mais plutôt par rapport à la qualité du produit.

Ilona

Vous arrive-t-il d'acheter des produits bio ? Si oui quel type de produits bio achetez-vous et au sein de quelle catégorie de produits en particulier donc textiles, fruits, légumes, cosmétiques.

Virginie

Si j'achète du lait par exemple en grande surface, je vais me diriger plutôt sur du bio. Les produits laitiers en général aussi. Cosmétiques, ça dépend, ça dépend en fait. Qu'est-ce que je pourrais prendre en bio en général ? Tout ce qui est rayon biscuit j'ai l'impression que leur composition, elle est meilleure, ne serait-ce que même au niveau du taux de sucre. Enfin bien que ce n'est pas forcément vrai, mais voilà, plutôt ces produits-là. En fruits et légumes, j'essaie quand même aussi de prendre bio. C'est bio ou alors agriculture plutôt raisonnée, c'est à dire en utilisant le moins de produits possibles.

Ilona

Où achetez-vous des produits bio donc grande surface, grande surface bio, petit magasin locaux, fermes ?

Virginie

À la ferme. En grande surface, mais dans les rayons bio.

Ilona

À quelle fréquence achetez-vous des produits bio et pourquoi ?

Virginie

Bon, je pense que pratiquement à chaque fois que je fais des courses. Il y a quelques produits bio dans ce que j'achète.

Ilona

Achetez-vous bio depuis longtemps ?

Virginie

Oui, oui quand même. Il y a quelques années que j'achète du bio, oui.

Ilona

Qu'est-ce qui motive votre choix d'acheter des produits bio ?

Virginie

Le fait de d'éviter de manger des choses toxiques. Je me dis que c'est sûrement meilleur pour la santé.

Ilona

Comment percevez-vous la qualité des produits bio par rapport aux produits conventionnels ? Pourquoi pensez-vous cela et cela varie-t-il d'une catégorie de produits à une autre ?

Virginie

Je pense que ces produits sont meilleurs. Après oui, est-ce que ça varie d'une catégorie à l'autre ? Oui, je pense que tout ce qui est bio n'est pas forcément valable. Je pense que parfois c'est un

peu du marketing aussi. Ça dépend aussi où on achète son bio. Moi, je dirais qu'en fruits et légumes c'est la catégorie la meilleure. Je ne sais pas si un fromage par exemple, ça pourrait être meilleur si c'est du bio.

Ilona

Comment percevez-vous le prix des produits bio par rapport aux produits conventionnels ? Ce prix est-il justifié selon vous et pourriez-vous m'expliquer ce qui vous amène à penser cela ?

Virginie

Ben en fait oui, le bio plus cher. Après, plus cher, ce qu'il y a, c'est que si on achète des produits de base et qu'on les cuisine soi-même, forcément, ça réduit les coûts. Pour moi, c'est justifié par rapport au travail et par rapport peut-être aux normes qui sont demandées pour produire ces produits.

Ilona

Lorsque vous achetez des produits courants, faites-vous attention au prix de vente, est-ce un critère déterminant dans le choix des produits que vous achetez ?

Virginie

Oui, moi je regarde les prix. Après, je ne vais pas acheter le moins cher en sachant que la composition n'est pas bonne. Je préfère mettre un peu plus et manger correctement ou utiliser des cosmétiques qui sont plus sains. Mais en effet, je vais dire, à qualité égale, je vais me diriger sur un produit qui est moins cher.

Ilona

Les promotions par réduction de prix constituent-elles un critère de choix pour vous ? Pourriez-vous m'en dire plus et comment concrètement cela affecte-t-il vos achats ?

Virginie

Je regarde toujours le prix au kilo. Pour les promos il faut toujours quand même bien vérifier surtout dans les grandes surfaces. Mais oui ça m'arrive. Evidemment si je vois qu'il y a une réduction je vais, même si ce n'était pas dans ma liste de courses, acheter. Bon après ça dépend aussi des dates de péremption. Mais oui oui, surtout si c'est un produit que je consomme régulièrement.

Ilona

Avez-vous déjà bénéficié de promotions par réduction de prix sur des produits bio et si oui, pourriez-vous me donner quelques exemples de ces promotions par réduction de prix sur ces produits ?

Virginie

Oui, j'ai déjà acheté des produits bio en promotion, après ça peut être dans une épicerie bio, ça peut être un produit dont la date est proche. Mais après je sais que je dois le consommer rapidement.

Ilona

Pensez-vous que ces promotions sont aussi régulières sur les produits bio que sur des produits de même catégorie, mais plus conventionnels ?

Virginie

Je ne sais pas, je n'ai jamais fait attention.

Ilona

Comment percevez-vous ces promotions par rapport aux produits bio ? Avez-vous une attitude positive ou négative à l'égard de la promotion et pourquoi ?

Virginie

Moi je suis toujours un peu méfiante entre guillemets, mais je crois que c'est dans les grandes surfaces plutôt. Les têtes de gondole, les promos, ... Je me méfie tout le temps parce que bon, souvent si tu regardes le produit en rayon, il n'est pas forcément moins cher. Mais non, je pense que il n'y a pas de raison que les produits bio ne soient pas eu aussi en promotion.

Ilona

Les promotions par réduction de prix peuvent-elles influencer votre choix d'opter pour des produits bio plutôt que des produits conventionnels ? De quelle manière ? Pourriez-vous m'en dire plus ?

Virginie

Je sais pas, je prends un exemple comme ça, s'il y a une promo sur du beurre bio justement, ben je vais m'orienter sur du bio, oui.

Ilona

Pensez-vous que les promotions par réduction de prix peuvent encourager davantage de consommateurs à choisir des produits bio de manière plus régulière ?

Virginie

Non, je ne pense pas.

Ilona

Pourriez-vous m'expliquer votre point de vue ?

Virginie

Je pense que les gens ont leurs habitudes. Et je suis pas sûr que... ça va attirer peut-être une catégorie de personnes justement qui s'oriente déjà dans le bio, mais je pense pas non.

Ilona

Pour bon nombre de produits, la qualité est associée au prix. À cet égard, quel est votre avis sur l'impact des promotions par réduction de prix sur la perception de la qualité des produits bio ?

Donc, pensez-vous que ces promotions pourraient être interprétées comme une indication de qualité inférieure ?

Virginie

Non enfin moi personnellement ça ne me donne pas l'idée que c'est moins bon.

Ilona

OK, et enfin, pensez-vous que les promotions par réduction de prix peuvent être considérées comme une opportunité d'accéder à des produits bio à un prix plus abordable ?

Virginie

Oui, oui.

Ilona

Pouvez-vous m'expliquer votre point de vue ?

Virginie

Alors je ne sais pas si c'est un produit que j'hésite parce que je trouve que le produit est quand même un peu élevé au niveau du prix aussi, s'il est en promo ben je vais en profiter en fait.

Ilona

Votre attitude est-elle favorable quant au fait que les produits bio soient accessibles à un prix plus bas ? Pourquoi est-ce que vous pensez cela ?

Virginie

Oui je suis favorable à ça. Après il faut quand même que la personne qui a produit ce produit soit quand même rémunéré correctement.

Ilona

Est-ce un modèle tenable selon vous ?

Virginie

Je l'espère en tout cas, mais oui.

Ilona

Nous sommes à présent arrivés au terme de cet entretien. Je vous remercie pour vos réponses ainsi que le temps précieux que vous m'avez accordé. Les informations que vous nous avez fournies nous seront d'une grande aide lors de notre analyse. Avant que nous nous quittions, souhaitez-vous ajouter quelque chose ? Un élément dont vous n'avez pas parlé ? Un élément que vous jugez important ?

Virginie

Non.

Ilona

Je vous remercie une nouvelle fois.

4. Informant 4

Ilona

Bonjour, je m'appelle Ilona Menu, je réalise un mémoire en collaboration avec Louis Decruyenaere, nous sommes étudiants à l'UCLouvain FUCaM Mons en sciences de gestion. Tout d'abord, merci beaucoup d'avoir accepté de participer à cet entretien pour notre mémoire de fin d'année. Nous réalisons cette étude pour essayer de comprendre les comportements d'achat et de consommation en Belgique, en particulier en matière d'achats courants. Toutes les tranches d'âges nous intéressent c'est pour cela qu'on aimerait vous interviewer. Nous allons discuter ensemble autour d'une série de questions à ce sujet. Vous devez vous sentir libre de partager avec moi ce que vous pensez ou comment vous agissez. Il n'y a aucune bonne ou mauvaise réponse. C'est votre opinion qui compte pour moi. Au cours de l'entretien, si des questions ne sont pas claires, n'hésitez pas à m'interpeller. Avant de commencer, êtes-vous d'accord que cet entretien soit enregistré ? Cet enregistrement ne sera utilisé que dans le cadre de notre mémoire. Il sera détruit par après sans qu'aucune copie ne soit réalisée. Vos réponses seront traitées de manière confidentielle et anonyme.

Sophie

Non, pas de problème.

Ilona

Parfait, merci. Tout d'abord, pouvez-vous vous présenter en quelques mots ?

Sophie

Je m'appelle Sophie Charlet, j'ai 23 ans, je suis étudiante en 2e année de master en sciences de gestion à la Fucam à Mons, j'ai un petit job étudiant sur le côté dans un petit magasin de fruits et légumes et voilà.

Ilona

Quels sont vos hobbies, vos activités ?

Sophie

Alors j'aime beaucoup regarder des films et des séries. J'écoute énormément de musique aussi et je vais à la salle de sport. J'essaie d'aller quotidiennement à la salle de sport, même si ce n'est pas toujours facile de garder son rythme.

Ilona

Qu'est-ce qui est important pour vous dans la vie ? Cela impacte-t-il vos choix en matière d'achat et en matière d'achat courant ?

Sophie

Ce qui est important pour moi de manière générale dans ma vie, c'est d'être quand même bien entourée, que ce soit avec mes amis et surtout la famille. C'est vrai que je suis assez proche de ma famille, j'essaie de les voir assez souvent et pareil niveau amis, j'essaie d'avoir des bonnes personnes sur qui je peux compter. Et est-ce que ça influence mes choix d'achat ? Déjà pour les amis bah si par exemple on me donne des recommandations ou des choses comme ça. C'est vrai que je peux peut-être être tentée d'acheter ce qu'on me recommande. Par rapport à ma famille, vu que je vis encore avec mes parents, d'office ils achètent des choses donc j'ai pas vraiment le choix de consommer ce qu'ils achètent. Et pareil si on me recommande quelque chose dans ma famille, bah je vais peut-être être tenté d'acheter ça quoi.

Ilona

On parle beaucoup aujourd'hui d'environnement et d'écologie, êtes-vous sensible à l'écologie ? Si oui, comment cela se traduit-il dans votre quotidien ? Et sinon, pourriez-vous m'expliquer pourquoi ?

Sophie

Bah je dirais que oui je suis quand même sensible à l'écologie mais que c'est vrai que je ne fais pas non plus énormément d'actions qui le prouvent. Après bon je pense qu'un peu comme tout le monde je fais du tri, chez moi on a un grand potager pour tout ce qui est fruits, légumes, et cetera. Donc je pense que c'est pas mal pour tout ce qui est écologie. Sinon à part ça... Par exemple pour les transports, je vais quand même prendre ma voiture même si c'est pas très loin. Je ne vais pas spécialement aller en vélo ou quoi par exemple. Après je sais que je devrais peut-être faire un petit peu plus attention à l'écologie, je fais le minimum mais je pourrais m'améliorer, je dirais.

Ilona

Qu'est-ce qui, selon vous, définit un consommateur responsable, pourquoi ?

Sophie

Je dirais que c'est quelqu'un qui fait vraiment attention à ses achats, qui va peut-être regarder pour du bio, du local, surtout du local je dirais pour avoir moins de frais de transport, et cetera. Je pense que le commerce local, c'est vraiment quelque chose qui qualifierait quelqu'un d'écologique. Après aussi produire soi-même ces choses. Par exemple comme je l'ai dit avec mon père qui a son potager, qui produit ses fruits, ses légumes lui-même, je pense que c'est vraiment bien pour quelqu'un d'écologique de faire ça. Mais sinon ouais je dirais que c'est à peu près tout consommer local, bio et peut-être soi-même.

Ilona

Vous considérez-vous comme étant un consommateur responsable et pourquoi pensez-vous cela de vous ?

Sophie

Je dirais que je suis un petit peu au milieu, je ne suis pas du tout responsable mais je ne suis pas très responsable. Je consomme du coup beaucoup de légumes du potager de mon père

surtout en été donc on n'achète pas spécialement beaucoup en dehors. Après oui j'essaie de consommer local. Bah comme j'ai dit je travaille dans un petit magasin de fruits et légumes et en fait mon patron il fait vraiment attention aux producteurs qu'il choisit et cetera, il essaie de privilégier le local donc mine de rien, vu que j'achète là aussi je pense que ça me rend un petit peu responsable aussi par intermédiaire si je peux dire comme ça. Sinon parfois si je vois qu'il y a du bio et cetera dans les magasins, ça m'arrive d'acheter, mais pas non plus automatiquement quoi.

Ilona

Les aspects environnementaux et sociaux influencent ils vos choix en matière d'achat et dans quelle mesure les influencent-ils ? Pourriez-vous me donner des exemples concrets de ces influences ?

Sophie

Je dirais que surtout au niveau alimentaire ça peut influencer. Enfin ça dépend un peu. Si par exemple je vois qu'un produit bio et un produit classique sont plus ou moins au même prix, je vais me diriger d'office vers le produit bio parce que je me dis que d'office c'est mieux, mais si par exemple je vois que je prends des clémentines, les bio elles sont à 15,00€ le kilo et les pas bio elles sont à 5,00€ le kilo. Bah pour 10€ le kilo de différence, je ne vais pas spécialement me tourner vers les bio, je vais peut-être prendre les autres parce que je trouve qu'il y a une différence de prix qui n'est peut-être pas toujours justifiée. Surtout que moi du coup je travaille dans le secteur du fruit, légumes et cetera, je sais que les normes bio sont pas les mêmes partout. Donc un produit qui par exemple va être bio en Espagne n'est pas du tout bio en Belgique. Les normes ne sont pas du tout les mêmes. Donc en sachant ça je regarde la provenance. Par exemple, si je vois que c'est des clémentines d'Espagne et que je vois qu'elles sont bio, je ne vais pas les prendre parce que je sais qu'il y a quand même plein de pesticides et cetera dessus donc voilà.

Ilona

Où faites-vous vos achats courants ?

Sophie

Alors vu que je vis encore avec mes parents, c'est eux qui font les grosses courses donc mon père il va en supermarché, que ce soit à Lidl, Intermarché, pour tout ce qui est eau et cetera, il se rend en France parce que c'est beaucoup moins cher. Et après c'est vrai que ma mère fait des petits achats sur le côté, quand il y a besoin d'achats complémentaires, elle va chez Carrefour et moi où je travaille du coup, j'achète les fruits et légumes enfin, ce qui a vraiment une réelle différence de goût, je les achète où je travaille. Du coup c'est dans un petit magasin indépendant à Saint-Ghislain.

Ilona

Quelles sont les principales considérations qui guident vos décisions d'achat au quotidien ?

Sophie

Il y en a 2, je dirais la qualité et le prix. Si c'est un produit qui n'a pas spécialement d'importance pour moi, je vais peut-être pas mettre un prix de fou, mais si c'est un produit qui pour moi est important, tu cherches à avoir de la qualité et ça me dérange pas de mettre le prix si c'est quelque chose d'important pour moi. Donc oui, je dirais que c'est la qualité et le prix.

Ilona

Faites-vous attention au label sur les produits ? Si oui, pourriez-vous me dire pour quel type de produit vous faites attention au label et à quel label en particulier ? Et pourquoi ces labels-là ?

Sophie

Non sincèrement je ne fais pas spécialement attention au label, après je ne sais pas si le bio est considéré comme un label ?

Ilona

Oui bien-sûr.

Sophie

Du coup parfois je fais attention au bio. Si par exemple c'est un produit de Belgique et que c'est bio, je vais me dire que du coup ça va être un bon produit. Et comme du coup je l'ai dit avant, un produit bio d'Espagne n'aura pas la même valeur qu'un produit bio de Belgique, mais je veux dire qu'à part le label bio, non je ne fais pas spécialement attention au label. Ce n'est pas ça qui va vraiment me dire Ah y a le label rouge par exemple, je vais absolument acheter ça ou y a le label bio, je vais absolument acheter ça quoi.

Ilona

Pouvez-vous vous souvenir de votre dernière visite dans un magasin pour réaliser des achats courants ?

Sophie

Bah du coup c'était où je travaille. Je travaillais du coup samedi dernier et mon père avait besoin de 2 3 fruits, 2-3 légumes, et cetera. Du coup quand j'ai fini mon service, j'ai un peu acheté dans le magasin.

Ilona

Et comment avez-vous procédé au choix entre les différentes marques ou fabricants disponibles ?

Sophie

Nous ce n'est pas vraiment par marque ou par fabricant, c'est plus l'origine qui va changer, ou alors la variété. Par exemple ici, samedi en magasin, on avait plusieurs sortes de fraises, et cetera, et on avait par exemple des fraises qui venaient soit de Hollande, soit de Provence. La provenance était relativement la même. Comme je l'ai dit, on ne prend pas des trucs d'Espagne donc j'ai vraiment choisi au goût vu que j'avais pu les goûters auparavant. Et sinon le reste, en

fonction de mes goûts aussi parce que je connaissais un petit peu le goût des produits et du coup j'ai pris ceux que je préférais mais voilà, c'est plus par rapport à la variété que j'ai choisi.

Ilona

En règle générale, prenez-vous en compte les différentes marques ou fabricants au sein d'une catégorie de produits au moment de faire votre choix ? Comment procédez-vous et pouvez-vous m'en dire plus ?

Sophie

Ben je pense que de manière générale tout le monde fait un petit peu attention à la marque parce qu'on se dit que telle marque est bien, elle a telle réputation donc d'office ça va être bon alors que ce n'est pas spécialement le cas. Parfois il y a des sous marques qui vont être aussi bonnes que la marque normale car c'est souvent produit au même endroit. Mais il y a des produits pour lesquels je vais d'office acheter la marque par exemple je ne sais pas moi si je prends des pâtes, j'ai d'office acheter des Panzani ou des Barilla par exemple, mais je ne vais pas me diriger vers la marque carrefour. Mais par exemple il y a des choses pour lesquelles je n'achète pas spécialement de la marque, devant moi j'ai une cannette d'Ice-Tea, j'ai pas pris la marque Lipton, genre mon père a pris une sous marque et il est très bon comme ça. Donc je dirais que ça dépend des produits, peut-être les produits un petit peu plus chers et les produits où je veux de la qualité, je vais peut-être me diriger plus vers une marque. Et un produit qui a un peu moins d'importance, je ne vais pas spécialement prendre une marque.

Ilona

Quels critères sont les plus importants pour vous lors du choix de produit, donc alimentaire, cosmétique en général ?

Sophie

Je dirais peut être une nouvelle fois le prix et après la qualité. Pour les produits cosmétiques, j'ai des produits qui coûtent vraiment que dalle parce que par exemple j'ai un mascara, il coûte 3€, il est super bien, ça fait 3-4 ans que je l'utilise j'ai jamais changé alors qu'il y a des mascara à 40 50€ qui font le même taf mais moi j'ai mon préféré donc je reprends toujours celui-là parce que je l'aime bien. Mais à côté de ça, par exemple, j'utilise une poudre pour le teint et celle-là elle me coûte 40€. Pourtant j'en ai testé plein d'autres et je n'en ai jamais trouvé une aussi bien. Donc vraiment je dirais que ça dépend si j'ai testé un produit par exemple si je prends pour les cosmétiques, si j'ai testé un produit que j'aime bien et que je vois vraiment une différence par rapport à d'autres produits, je vais le racheter donc peu importe son prix. Et après si je dois dire, pour l'alimentaire, c'est un peu la même chose. Si il y a par exemple un produit que j'aime bien, je vais le racheter même s'il est un petit peu plus cher si je l'aime vraiment bien et si pas quand je veux tester un nouveau produit, je vais un peu voir ce qu'il y a, je vais un peu comparer, et cetera. Si je vois qu'il y a une grosse différence de prix, je vais peut-être prendre celui qui est moins cher, mais si par exemple c'est relativement la même chose, je vais prendre celui qui est un petit peu plus cher si c'est à 1€ ou 2 quoi.

Ilona

Prenez-vous en compte les avis des autres consommateurs ou les recommandations de votre entourage/d'autres consommateurs avant de faire votre choix final ? Comment cela se passe-t-il concrètement ?

Sophie

Oui, alors déjà si par exemple je prends l'exemple des cosmétiques, j'ai souvent des recommandations d'amis qui vont me dire Ah bah tel produit est bien, tu devrais le tester et cetera. Et c'est vrai que je peux être influencée par ça. Par exemple l'autre jour je suis allée avec une copine faire les magasins et elle m'a recommandé un produit pour le teint. Je l'ai acheté et je vais le tester. Et sinon à part ça, c'est vrai que je fais aussi beaucoup de recherches sur les réseaux sociaux. Si par exemple il y a un produit maquillage qui m'intéresse, et cetera, je vais aller voir sur TikTok par exemple, je vais taper le nom du produit et je vais voir un peu tous les avis qu'il y a. Si par exemple je vois qu'il y a un avis négatif et 50 positif je vais l'acheter mais si par exemple je vois une majorité d'avis négatifs, je vais peut-être être tenté à moins l'acheter et peut être que je vais me diriger vers un autre produit qui recommande à la place.

Ilona

Vous arrive-t-il d'acheter des produits bio ? Si oui quel type de produits bio achetez-vous ? Et au sein de quelle catégorie de produits en particulier ? Donc que ce soit du textile, les fruits, légumes, cosmétiques.

Sophie

J'achète du bio que dans l'alimentaire. Niveau vêtements, je fais un peu les magasins comme tout le monde. Je vais chez Zara, H&M, je fais pas spécialement attention. Niveau cosmétique, je ne fais pas non plus attention à ça. C'est vrai que niveau alimentaire ça m'arrive vu que je travaille dans un magasin qui propose parfois du bio, ça m'arrive de prendre du bio quand il y en a. Et sinon je sais qu'il y a plusieurs produits que j'ai qui sont bio, c'est par exemple tout ce qui va être quinoa, boulgour, du blé, des choses comme ça. J'ai ceux par exemple de la marque carrefour avec le label bio dessus et du coup c'est vrai que je les prends. Déjà les emballages sont pas toujours en plastique, et cetera, c'est peut être aussi un peu mieux, mais je dirais que oui, par rapport à ça j'achète mais sinon à part les fruits, légumes, et ça, pas spécialement.

Ilona

Où achetez-vous des produits bio, grande surface, grande surface bio, petits magasins locaux, fermes ?

Sophie

Bah du coup dans mon petit magasin local où je travaille et grande surface, comme je l'ai dit, pour tout ce qui est boulgour et cetera dans les grandes surfaces. Ils proposent maintenant quand même pas mal de bio je trouve par rapport à avant je trouve que ça s'est un peu diversifié. Les gens font quand même un peu plus attention qu'avant. Donc grande surface oui. Dans les magasins bio, je ne me suis jamais rendue et je sais aussi qu'il y a pas mal de magasins dans les grandes surfaces par exemple je sais qu'en France il le propose quand même pas mal qui propose

des produits en vrac bio. Ça, je sais que c'est pas mal aussi, je trouve que ce serait quand même pas mal qu'il le mette un peu plus par ici, mais du coup voilà.

Ilona

À quelle fréquence achetez-vous des produits bio et pourquoi ?

Sophie

Les fruits et légumes je dirais que c'est toutes les semaines. Généralement quand je vais travailler, le samedi je reprends un peu ce dont j'ai besoin, que ce soit salade, fruits, légumes, et cetera. Donc toutes les semaines je rachète un petit peu ce qui me manque. Après pour tout ce qui est pâtes, blé, et cetera comme je l'ai dit, ça je tiens beaucoup plus longtemps avec parce qu'il y a que moi qui en consomme chez moi. Mais je dirais que c'est toutes les semaines.

Ilona

Achetez-vous bio depuis longtemps ?

Sophie

Pas spécialement. Ça fait un an et demi que je travaille au mon magasin. Du coup, je dirais que ça fait un peu un an et demi que j'achète plus régulièrement parce que sinon pour le boulghour et cetera, ça je l'achète mais une fois de temps en temps et ce n'est pas non plus que s'il n'y avait pas du bio, j'allais pas l'acheter non plus quoi.

Ilona

Qu'est-ce qui motive votre choix d'acheter des produits bio ?

Sophie

Après comme je l'ai dit les normes sont différentes en fonction des pays, mais le bio par exemple en Belgique je sais qu'il y a d'office moins de pesticides, il y a moins de produits chimiques et tout qui sont utilisés donc ça c'est déjà beaucoup mieux pour la santé je trouve. Et généralement les produits bio surtout ceux qu'on a au magasin, que ce soit fruits et légumes je trouve qu'on a quand même une différence au niveau du goût. Donc oui je dirais vraiment que c'est tout l'aspect moins chimique et meilleur et même meilleur pour la santé du coup.

Ilona

Comment percevez-vous la qualité des produits bio par rapport aux produits conventionnels et pourquoi pensez-vous cela ? Cela varie-t-il d'une catégorie de produits à une autre ?

Sophie

Du coup pour le bio local donc par exemple le bio belge, je trouve qu'il y a une qualité qui est bien supérieure aux produits conventionnels. Mais si on prend par exemple du bio espagnol ou du bio portugais, je sais que c'est pas du tout les mêmes normes et qu'on peut avoir plein de pesticides et que parfois même la qualité va être inférieure à un produit qui n'est pas bio en Belgique. Après en fonction de la qualité de produit, je pense qu'il doit quand même avoir une différence. Je sais qu'au niveau fruits et légumes il y a une grosse différence. Je pense que c'est

peut-être là qu'il y a la plus grosse différence. Après je sais que niveau textile il y a pas mal de produits maintenant qui sont aussi avec des matériaux réutilisables et cetera, je ne sais pas si ça compte aussi dans le bio. Il y a peut-être une différence aussi. Enfin je ne suis pas hyper renseignée là-dessus, mais je trouve que pour tout ce qui est alimentaire, il y a une grosse différence.

Ilona

Comment percevez-vous le prix des produits bio par rapport aux produits conventionnels ? Ce prix est-il justifié selon vous ?

Sophie

Encore une fois, je vais repartir du bio local et du bio un peu étranger. Le bio local est généralement beaucoup plus cher que les produits conventionnels. C'est vrai que même nous au magasin, parfois les clients nous le disent que c'est peut-être un peu trop élevé niveau prix mais je trouve que c'est quand même justifié parce que par exemple, si je prends les agriculteurs et cetera, ils doivent trouver des alternatives pour ne pas utiliser tel pesticide et je sais que ça peut quand même avoir un coût pour eux donc faut un peu justifier cet écart de prix. Et même si le goût est meilleur, le prix il est quand même justifié je trouve. Après si on prend le bio étranger par exemple le bio espagnol, il va parfois être moins cher qu'un produit conventionnel par ici et là je trouve qu'on n'a pas spécialement une différence niveau qualité.

Ilona

Lorsque vous achetez des produits courants, faites-vous attention au prix de vente ? Est-ce un critère déterminant dans le choix des produits que vous achetez ? Vous avez déjà plus ou moins répondu ...

Sophie

Oui du coup comme je l'ai dit je suis quand même assez attention aux prix. Après ça dépend de la catégorie de produits et de la qualité, mais sinon oui.

Ilona

Les promotions par réduction de prix constituent-elles un critère de choix pour vous ? Pourriez-vous m'en dire plus et comment concrètement cela affecte-t-il vos achats ?

Sophie

Je dirais que oui, ça a quand même une importance pour moi. Après par exemple il y a des produits même si il y a pas de des réductions dessus, je vais quand même les acheter parce que j'en ai besoin mais je peux être tentée par exemple si je vois, je sais pas par exemple une crème pour le corps ou un tel produit, ben je peux être tenté de l'acheter alors que peut-être qu'à la base c'était pas spécialement prévu. Donc c'est vrai que oui, ça a quand même une influence sur mes achats, pas sur tous parce qu'y a quand même des produits que j'achèterai tout le temps, même s'il n'y a pas de promo mais il y a des catégories de produits pour lesquels je peux peut-être être tentée si y a une promo.

Ilona

Et est-ce que vous avez déjà acheté un produit que vous ne connaissez pas et que vous n'avez pas spécialement besoin juste parce qu'il y avait une promotion par réduction de prix ?

Sophie

Oui ça a dû m'arriver. Je pense que ça a dû m'arriver par exemple si je veux faire mes courses en magasin et que je vois une promo sur les déodorants et que je ne connais pas, je vais le prendre alors que je ne connais pas le produit et voilà.

Ilona

Avez-vous déjà bénéficié de promotions par réduction de prix sur des produits bio, et pourriez-vous me donner quelques exemples de ces promotions par réduction de prix sur ces produits ?

Sophie

Sur du bio non je ne pense pas parce qu'où je travaille il y a pas spécialement de réduction vu que c'est un petit indépendant donc on a pas de réduction sur les produits et en grande surface, les produits bio que j'ai déjà achetés il y a généralement pas de promo. Enfin je sais qu'ils en font quand même pas mal. Par exemple s'il y a des avocats bio en magasin, ils vont faire par exemple 1+1 gratuit ou des choses comme ça mais vu que moi je les achète ou moi je travaille, je n'en bénéficie pas.

Ilona

Pensez-vous que ces promotions sont aussi régulières sur les produits bio que sur des produits de même catégorie mais plus conventionnels ?

Sophie

Je pense qu'il doit avoir peut-être plus de promos sur les articles conventionnels que sur les bio. Parce que justement bio on veut quand même garder cette qualité donc pourquoi réduire le prix ? Et pourquoi vouloir faire payer moins cher alors que le bio de base on se dit qu'on veut un peu plus du haut de gamme, du coup on paye un peu plus cher. Donc je pense que sur les articles conventionnels y aura quand même toujours plus de promo que sur les bio.

Ilona

Comment percevez-vous ces promotions par rapport aux produits bio ? Donc avez-vous une attitude positive ou négative à l'égard de la promotion et pourquoi ?

Sophie

Ben je dirais que d'office on va avoir une attitude positive parce qu'on va se dire que c'est cool, on peut consommer du bio moins cher mais ça peut aussi avoir un effet négatif dans le sens où finalement on fait une promotion sur du bio donc c'est que ce n'est pas si ouf que ça si il y a une promo dessus. Je pense que ça dépend des gens, mais je pense que ça peut être à double tranchant.

Ilona

Et pour vous, qu'est-ce que vous en pensez ?

Sophie

Moi je pense que je serais plus dans la première optique, de me dire que c'est cool, je peux consommer du bio qui est de base plus cher, je peux consommer un petit peu moins cher et je peux consommer mieux pour moins cher.

Ilona

Les promotions par réduction de prix peuvent-elles influencer votre choix d'opter pour des produits bio plutôt que des produits conventionnels ? De quelle manière ?

Sophie

Oui par exemple je vais reprendre l'exemple des avocats comme j'ai dit tout à l'heure, si par exemple je vais en grande surface parce que je n'ai pas acheté à mon magasin, si je vais en grande surface et que je vois par exemple qu'il y a 1+1 dans les avocats bio et qu'à côté j'ai un avocat conventionnel qui est plus ou moins au même prix je vais d'office prendre le bio. Je vais me dire que ce sera quand même mieux. Il y a quand même des normes qui sont un petit peu mieux. Donc je pense que je vais avoir quand même une réaction positive par rapport à ça et que du coup ça me pousserait à consommer le bio alors que peut être que de base je ne l'aurais pas fait.

Ilona

Pensez-vous que les promotions par réduction de prix peuvent encourager davantage de consommateurs à choisir des produits bio de manière plus régulière ? Pourriez-vous expliquer votre point de vue ?

Sophie

Bah oui, un peu comme je l'ai dit à la question avant, je pense que ça peut inciter à mieux consommer. Si par exemple pour 2 avocats non bio on en a pour 5,00€ et que si avec le 1+1 gratuit on en a par exemple pour 5€ en bio. Je pense que les gens vont peut-être du coup se tourner sur le bio et vont dire que pour le même prix ils peuvent avoir une qualité supérieure. Je pense que ça pourrait pousser les gens de manière générale à consommer plus bio et que ça pourrait être une bonne chose.

Ilona

Pour bon nombres de produits, la qualité est associée au prix. À cet égard, quel est votre avis sur l'impact des promotions par réduction de prix sur la perception de la qualité des produits bio ?

Sophie

Comme je l'ai dit, ça peut être à double tranchant donc ça peut être d'un côté les gens peuvent se dire que le bio finalement ce n'est peut-être pas de si bonne qualité que ça si le prix est réduit, mais d'un autre côté ça peut être un peu en mode découverte. Je vais découvrir des produits bio

pour un peu moins cher, et cetera. Donc je dirais que pour certaines personnes ça peut être une réduction de la qualité, pour d'autres ça peut garder une qualité élevée. Je dirais que ça dépend.

Ilona

Votre attitude est-elle favorable quant au fait que les produits bio soient accessibles à un prix plus bas ? Et est-ce un modèle tenable selon vous ?

Sophie

Oui. Je pense qu'on ne pourra pas tout le temps faire des réductions sur le bio parce que comme je l'ai dit, les agriculteurs ont quand même une marge à se faire, ils ont quand même des procédures différentes à utiliser, des normes à respecter, et cetera. Ce qui fait qu'ils ont un coût plus élevé, et peut-être qu'en réduisant les prix, ça va peut-être aussi réduire leur marge, et cetera. Donc je pense que de temps en temps une réduction pour du bio c'est sympa, mais tout le temps avoir des réductions sur le bio, déjà d'un ce ne serait pas tenable à long terme. Et en plus de ça, ça pourrait peut-être avoir donné l'impression que la qualité est moins élevée s'il y a tout le temps des réductions sur le bio.

Ilona

Nous sommes à présent arrivés au terme de cet entretien. Je vous remercie pour vos réponses ainsi que le temps précieux que vous m'avez accordé. Les informations que vous nous avez fournies nous seront d'une grande aide lors de notre analyse. Avant que nous nous quittions, souhaitez-vous ajouter quelque chose ? Un élément dont vous n'avez pas parlé ? Un élément que vous jugez important ?

Sophie

Non, je pense que j'ai tout dit.

Ilona

Je vous remercie une nouvelle fois pour votre participation.

5. Informant 5

Ilona

Bonjour, je m'appelle Ilona Menu, je réalise un mémoire en collaboration avec Louis Decruyenaere, nous sommes étudiants à l'UCLouvain FUCaM Mons en sciences de gestion. Tout d'abord, merci beaucoup d'avoir accepté de participer à cet entretien pour notre mémoire de fin d'année. Nous réalisons cette étude pour essayer de comprendre les comportements d'achat et de consommation en Belgique, en particulier en matière d'achats courants. Toutes les tranches d'âges nous intéressent c'est pour cela qu'on aimerait vous interviewer. Nous allons discuter ensemble autour d'une série de questions à ce sujet. Vous devez vous sentir libre de partager avec moi ce que vous pensez ou comment vous agissez. Il n'y a aucune bonne ou mauvaise réponse. C'est votre opinion qui compte pour moi. Au cours de l'entretien, si des questions ne sont pas claires, n'hésitez pas à m'interpeller. Avant de commencer, êtes-vous d'accord que cet entretien soit enregistré ? Cet enregistrement ne sera utilisé que dans le cadre

de notre mémoire. Il sera détruit par après sans qu'aucune copie ne soit réalisée. Vos réponses seront traitées de manière confidentielle et anonyme.

Julie

Oui, il n'y a pas de problème.

Ilona

Super ! Tout d'abord, pouvez-vous vous présenter en quelques mots ?

Julie

Je suis une femme de 46 ans, mère de famille, j'ai 2 enfants, je suis infirmière. Je suis sensibilisée à la qualité de mon alimentation en général et de tout ce qui est problèmes environnementaux. Voilà, j'y suis sensibilisée. Je ne fais pas tout ce qu'il faudrait faire mais j'y pense.

Ilona

Et cela impacte-t-il vos choix en matière d'achat et en matière d'achat courant ?

Julie

Oui, au niveau de l'alimentation, au niveau des produits d'entretien aussi. Des produits pour le soin du corps aussi. Moins au niveau de ce qui est consommation type voiture et appareil électroménager ou des choses comme. Là, c'est moins prégnant.

Ilona

Ok, quels sont vos hobbies, vos activités ?

Julie

Je n'en ai pas beaucoup. J'aime marcher en nature ou en tout cas me balader. Marche et randonnée, on va dire.

Ilona

On parle beaucoup aujourd'hui d'environnement et d'écologie. Êtes-vous sensible à l'écologie ? Si oui comment cela se traduit-il dans votre quotidien ? Et sinon pourriez-vous m'expliquer pourquoi ?

Julie

Oui, oui, je suis sensible, ça fait plus de 20 ans maintenant que je réalise mes produits ménagers seule. J'ai participé à plusieurs associations qui tournaient autour du 0 déchet. J'ai commencé à utiliser des huiles essentielles et en tout cas à fabriquer mes propres produits avec Aroma-zone, il y a plus. 20 ans. Je pense que c'était même avant la naissance de mon aîné. Donc il y a des moments où je le fais un peu plus, il y a des moments où je le fais moins, je ne suis pas hyper rigide, je le fais en fonction du temps, des moyens. Là, c'est plus le temps qui me manque parce qu'il faut se donner les moyens de le faire, même si je sais le faire là en ce moment j'ai moins le temps de le faire.

Ilona

Qu'est ce qui, selon vous, définit un consommateur responsable, pourquoi ?

Julie

Pour moi, être responsable c'est de savoir ce que va devenir l'objet ou les conséquences de la consommation. Il ne faut pas acheter, surconsommer des choses dont on a pas besoin parce que ça utilise des ressources et après il faudra utiliser d'autres ressources pour l'éliminer proprement. Et au niveau de l'alimentation, on est ce qu'on mange donc si on mange des choses qui sont trop industrialisées, trop transformées et que ça ne répond pas aux besoins physiologiques naturels du corps donc ça aura des implications à court terme ou à long.

Ilona

Vous considérez-vous comme étant un consommateur responsable ?

Julie

C'est difficile parce que si je l'étais, je ferais tout ce que je sais que je dois faire et que je ne fais pas, je dirais à moitié responsable.

Ilona

OK, les aspects environnementaux et sociaux influencent-ils vos choix en matière d'achat, dans quelle mesure les influencent-ils et pourriez-vous me donner des exemples concrets de ces influences ?

Julie

J'achète souvent une marque qui s'appelle ... Ah, j'ai un bug ... C'est une marque française où ce sont les producteurs qui assurent tout le circuit. Ah si, c'est « C'est moi le patron », c'est la marque en France, je pense qu'il y en a en Belgique aussi. Quand je peux prendre cette marque là je la choisis. Maintenant elle est pas forcément disponible là où je fais mes courses. Mais en fait là, les prix, enfin tout est comment dire... Il n'y a pas d'intermédiaire et tout est organisé par le producteur.

Ilona

D'accord, super.

Julie

Et donc il touche tout l'argent de son travail, c'est un prix correct et tout lui revient.

Ilona

Ok, super, ça je connaissais pas du tout.

Julie

Elle n'est pas assez distribuée là où j'habite mais c'est des produits de base, le lait, les yaourts. Je pense qu'il y a quelques bières. Il doit y avoir de la viande aussi. C'est quelques produits en

fait. Mais là, ça inclut la dimension sociale, la dimension qualité au niveau de la santé, au niveau de la protection des animaux. Enfin pour moi, c'est quelque chose qui est global, donc qui est intéressant.

Ilona

Ok. Où faites-vous vos achats courants ?

Julie

Alors je vais dans un drive dans une grande surface. Et je vais aussi toutes les semaines sur un petit marché où j'achète directement au producteur, donc je dirais qu'au supermarché, c'est les trucs courants. En fait, au supermarché, quand il y a une gamme bio donc je prends en priorité la bio du supermarché et après aux petits commerçants, aux petits marchés, je prends tous mes fruits, je prends mes laitages, le fromage, la moitié de la viande, il y a un poisson. Je prends aussi beaucoup de poissons. J'achète quelques plats traiteurs aussi, quand le traiteur est là, je le prends.

Ilona

OK. Quelles sont les principales considérations qui guident vos décisions d'achat au quotidien ?

Julie

Les principales c'est compliqué parce que ça varie aussi dans le temps, il y a des fois c'est quand même le prix, des fois c'est les parts, ça dépend des produits. Je dirais que pour le poisson, la viande, je vais pas trop regarder au prix, je vais plus regarder le produit et les conditions de production, j'évite la viande industrielle. Maintenant, il y a des fois ... Par exemple pour des pâtes ou des choses comme ça, je vais peut-être plus regarder au prix.

Ilona

Faites-vous attention au label sur les produits et si oui, pourriez-vous me dire pour quel type de produit vous faites attention au label et à quel label en particulier ?

Julie

Oui, il y a des labels auxquels je fais attention pour le café. Je prends Max Havelaar, parce que il y a un respect des producteurs. Et puis le café est bon et je sais qu'il n'y a pas trop de mélange de café donc c'est un des labels que je prends. Label rouge aussi.

Ilona

Pouvez-vous vous souvenir de votre dernière visite dans un magasin pour réaliser des achats courants ? De quel magasin s'agissait-il ?

Julie

C'était Leclerc.

Ilona

Ok, pourquoi ce magasin ?

Julie

C'est plus proche de chez moi et j'y trouve des produits bio.

Ilona

Quels types de produits justement avez-vous acheté ?

Julie

Alors j'ai acheté des pâtes, du riz, des lentilles, du beurre, je trouve aussi là-bas. Qu'est-ce que j'ai pris en bio ? Je suis en train de réfléchir. La farine du sucre, enfin, c'est plus des produits de base que je prends vraiment en bio parce que c'est les plus faciles à trouver.

Ilona

Ok, et comment avez-vous procédé au choix entre les différentes marques ou fabricants disponibles ?

Julie

Je prends la marque du magasin.

Ilona

D'accord, et pourquoi ?

Julie

Parce que c'est la plus accessible, je sais qu'elle sera là tout le temps. La plupart de mes produits bio, c'est la marque bio Leclerc. C'est vraiment par facilité.

Ilona

En général, prenez-vous en compte les différentes marques ou fabricants au sein d'une catégorie de produits au moment de faire votre choix, enfin, comment vous procédez ?

Julie

Là en ce moment non, j'ai trouvé mes produits donc je prends toujours les mêmes en fait.

Ilona

D'accord, OK. Quels critères sont les plus importants pour vous lors du choix de produits donc que ce soit alimentaire, cosmétique en général ?

Julie

C'est la confiance que j'ai en la marque.

Ilona

Prenez-vous en compte les avis des autres consommateurs ou les recommandations de votre entourage/d'autres consommateurs avant de faire votre choix final ?

Julie

J'ai une application dans laquelle on scanne le produit et on a les produits toxiques. Enfin la composition réelle. En tout cas pour le cosmétique, je l'utilise. Parce qu'on a des surprises parfois et entre le marketing et la réalité. Donc pour les produits cosmétiques, je l'utilise après pour les produits alimentaires, je fais confiance comme je peux. Maintenant j'ai bien conscience que le bio en grande surface est de moins bonne qualité parce que c'est quand même un processus industriel que le bio fait par l'artisan du coin. Mais là actuellement je n'ai pas le temps. Je travaille à temps plein, je suis infirmière, j'ai des enfants, j'ai pas le temps d'aller chercher aux filières les plus courtes. Je pense que je le ferai quand j'aurai plus de temps.

Ilona

Oui, je comprends. Vous arrive-t-il d'acheter des produits bio ? Si oui donc quel type de produit bio achetez-vous ? Et au sein de quelle catégorie de produits en particulier ? Donc ça peut être textile, fruits et légumes, cosmétiques.

Julie

Textile, j'avoue que je le fais pas trop parce que c'est encore excessivement cher pour moi. Au niveau textile, même si la qualité elle y est, c'est compliqué. On est 4, c'est compliqué de faire du bio. Maintenant, quand il y a des marques bio, je sais qu'il y en a Lidl, des fois il y a des t-shirts ou des choses comme ça qui sont avec des labels. Forcément, je vais plus choisir ce type de produit là, mais dans des gammes de prix raisonnables en fait.

Ilona

Ok, et au niveau des fruits et légumes, cosmétiques ?

Julie

Fruits, légumes, ce n'est pas tout le temps bio j'essaye mais je privilégie les filières courtes et aux productions raisonnables. Les fruits en bio sont pas facilement accessibles de mon côté ou alors sur les petits producteurs, mais c'est pas systématique, c'est quand je peux aller.

Ilona

Ok, super. Où achetez-vous des produits bio ? Grande surface, grande surface bio, petit magasin locaux, fermes ?

Julie

Un peu de ferme, du marché et grande surface.

Ilona

À quelle fréquence achetez-vous des produits bio et pourquoi ?

Julie

Toutes les semaines. Après, ça varie en fonction du produit. Le petit-déjeuner par exemple, c'est bio, c'est du pain de landa qui est bio, c'est du Levain. Enfin c'est des pains très classiques, très traditionnels. Je prends des céréales que j'achète en sac de 5 kilos dans une petite épicerie bio et des noix, des amandes, des choses comme ça, des raisins. Là c'est tout bio, là ça vient du supermarché par contre. Ça c'est systématique. Le petit déjeuner il est bio après les autres repas ça dépend.

Ilona

Achetez-vous bio depuis longtemps et pourquoi ?

Julie

Ça fait bien 16-17 ans, depuis que les enfants sont nés.

Ilona

Ok, et il y a une raison particulière ?

Julie

Ben avec les enfants on se pose des questions. Et puis bon bah quand j'étais jeune les moyens n'y étaient pas. Donc quand on vieillit et qu'on travaille c'est plus facile aussi. Donc il y a la dimension financière et puis le fait de bien faire pour ses enfants. Et puis maintenant, avec tout ce qu'on entend, ça conforte dans l'idée de faire attention à ce qu'on mange. Après, moi je peux, mais il y a des gens qui ne peuvent pas ...

Ilona

Qu'est-ce qui motive votre choix d'acheter des produits bio ?

Julie

Pour la santé. La santé et souvent la qualité, hein, parce qu'ils sont de meilleures qualités.

Ilona

OK, comment percevez-vous la qualité justement des produits bio par rapport aux produits conventionnels ? Donc pourquoi est-ce que vous pensez cela et Pensez-vous que cela varie-t-il d'une catégorie de produits à une autre ?

Julie

Je pense que les nutriments sont conservés en tout cas. Les aliments qui sont le moins transformés sont de meilleure qualité et c'est important je pense, de les prendre en bio parce que quand on prend des pâtes complètes par exemple, c'est important que ce soit bio parce que les pesticides restent sur les coques, sur les enveloppes des graines. Donc c'est d'autant plus important pour moi, c'est un exemple.

Ilona

Comment percevez-vous le prix des produits bio par rapport aux produits conventionnels ? Ce prix est-il justifié selon vous ?

Julie

Je pense qu'il est justifié parce que l'échelle est plus petite, on peut pas produire du bio à grande échelle et donc si c'est à plus petite échelle ça nécessite un prix plus élevé pour que le producteur retombe sur ses pieds. Et puis il y a plus de manœuvre vu qu'il y a moins de produits phytosanitaires, il y a plus de pertes donc ça justifie un prix plus élevé.

Ilona

Lorsque vous achetez des produits courants, faites-vous attention au prix de vente ?

Julie

Oui, toujours.

Ilona

Donc c'est un critère déterminant dans le choix des produits que vous achetez ?

Julie

Pas forcément déterminant, mais je n'achète pas les yeux fermés. Donc c'est pas forcément le prix qui va déterminer, mais je le regarde par habitude.

Ilona

Les promotions par réduction de prix constituent elles un critère de choix pour vous, donc pourriez-vous m'en dire un peu plus ?

Julie

Alors j'achète des promos pas forcément pour des produits bio mais les promos me sortent de mon panier. J'ai toujours un panier où je prends toujours les mêmes produits et donc les promos me permettent de découvrir d'autres produits et donc soit de les ré-acheter parce que ça a convenu ou d'essayer en fait. La découverte se fait par les promotions.

Ilona

Ok. Avez-vous déjà bénéficié de promotions par réduction de prix sur des produits bio ? pourriez-vous me donner quelques exemples de ces promotions par réduction de prix sur ces produits ?

Julie

Des promotions ou c'est deux acheter un gratuit sur des produits bio. Il y a même des semaines où c'est tout bio, c'est que les produits bio qui sont en promo. Quand ça se passe, forcément, j'en profite pour découvrir d'autres produits ou je fais mon stock de produits bio parce que comme il y a des choses que je prends toujours comme le sucre, je prends du sucre Roux bio qui est pas raffiné en fait. Donc des fois, je fais mes stocks, je profite de la promo pour faire mon stock pour la farine ou les pâtes, les choses qu'on peut conserver longtemps.

Ilona

Pensez-vous que ces promotions sont aussi régulières sur les produits bio que sur des produits de même catégorie mais plus conventionnels ?

Julie

Non, ils sont moins fréquents. Mais chez Leclerc, c'est là où il y en a le plus. Je trouve que la filière bio chez Leclerc, enfin la bio industrielle j'entends, elle est plus développée que sur les autres magasins qui sont autour de chez moi.

Ilona

Et est-ce que ça vous arrive d'avoir du coup des produits bio qui ont carrément le prix barré ? Donc au lieu par exemple de 3€ c'est 2€ ou non, c'est souvent des 2+1 ?

Julie

Oui, c'est souvent des 2+1 ou alors on a des réductions, vous savez on a une carte où il y a un petit pourcentage du prix qui est reversé sur la carte. Moi ça me permet une fois par an de faire un panier gratuit en fait. Donc une fois par an, j'économise assez de centimes et puis je peux faire une course, enfin sur mon panier quoi.

Ilona

OK. Comment percevez-vous ces promotions par rapport aux produits bio ? Avez-vous une attitude positive ou négative à l'égard de la promotion ?

Julie

Une promo c'est une promo donc si y a des produits bio en promo je vais les prendre. ça ne va pas générer un doute ou une suspicion de ma part.

Ilona

Les promotions par réduction de prix peuvent-elles influencer votre choix d'opter pour des produits bio plutôt que des produits conventionnels ? De quelle manière ?

Julie

Oui, si j'ai un produit bio qui est en promo, je vais forcément le privilégier par rapport à un produit non bio. Si on peut économiser quelques centimes, je ne demande pas mieux.

Ilona

Ok. Pensez-vous que les promotions par réduction de prix peuvent encourager davantage de consommateurs à choisir des produits bio de manière plus régulière ?

Julie

Oui, mais au détriment du producteur je pense aussi.

Ilona

Et justement du coup, est-ce que c'est quelque chose que vous valorisez ?

Julie

Il faut que tout le monde gagne sa vie. Donc si c'est pour refaire la même chose qu'avec le lait et les centrales d'achat de lait, pour moi ça n'a pas de sens. Et ça, ça peut influencer, mais il faut que ça se fasse correctement.

Ilona

D'accord, OK. Pour bon nombre de produits, la qualité est associée au prix. À cet égard, quel est votre avis sur l'impact des promotions par réduction de prix sur la perception de la qualité des produits bio ?

Julie

Le bio ça évoque pour moi quand même une notion de qualité. Et donc même si c'est en promo je ne pense pas qu'un prix bas ... Quand il y a bio pour moi c'est une valeur de qualité donc c'est pas le prix qui va interférer.

Ilona

Ok, et Pensez-vous que pour certaines personnes ces promotions, elles pourraient être interprétées comme une indication de qualité inférieure justement ?

Julie

Je ne sais pas. Après, il y a toujours la différence entre le bio fait à une échelle raisonnable et le bio fait à la taille industrielle. Pour moi, quand c'est trop grand, ça ne peut pas être bien. Il faut que le **bio** reste à une taille non industrielle.

Ilona

Nous sommes à présent arrivés au terme de cet entretien. Je vous remercie pour vos réponses ainsi que le temps précieux que vous m'avez accordé. Les informations que vous nous avez fournies nous seront d'une grande aide lors de notre analyse. Avant que nous nous quittions, souhaitez-vous ajouter quelque chose ? Un élément dont vous n'avez pas parlé ? Un élément que vous jugez important ?

Julie

Non, merci.

Ilona

Je vous remercie une nouvelle fois pour votre participation.

6. Informant 6

Ilona

Bonjour, je m'appelle Ilona Menu, je réalise un mémoire en collaboration avec Louis Decruyenaere, nous sommes étudiants à l'UCLouvain FUCaM Mons en sciences de gestion. Tout d'abord, merci beaucoup d'avoir accepté de participer à cet entretien pour notre mémoire de fin d'année. Nous réalisons cette étude pour essayer de comprendre les comportements

d'achat et de consommation en Belgique, en particulier en matière d'achats courants. Toutes les tranches d'âges nous intéressent c'est pour cela qu'on aimerait vous interviewer. Nous allons discuter ensemble autour d'une série de questions à ce sujet. Vous devez vous sentir libre de partager avec moi ce que vous pensez ou comment vous agissez. Il n'y a aucune bonne ou mauvaise réponse. C'est votre opinion qui compte pour moi. Au cours de l'entretien, si des questions ne sont pas claires, n'hésitez pas à m'interpeller. Avant de commencer, êtes-vous d'accord que cet entretien soit enregistré ? Cet enregistrement ne sera utilisé que dans le cadre de notre mémoire. Il sera détruit par après sans qu'aucune copie ne soit réalisée. Vos réponses seront traitées de manière confidentielle et anonyme.

Raphaël

Non, pas de problème.

Ilona

Super. Pouvez-vous vous présenter en quelques mots ?

Raphaël

Bonjour, je m'appelle Raphaël Huon, j'ai 24 ans, je suis actuellement étudiant à la Fucam à Mons en master d'administration publique à spécialité insertion professionnelle.

Ilona

Quelle est votre situation familiale ?

Raphaël

J'habite encore chez mes parents.

Ilona

Quels sont vos hobbies, vos activités ?

Raphaël

J'ai principalement un seul hobby, c'est faire du football, ce qui me prend déjà assez de temps, donc voilà. Et j'aime aussi cuisiner.

Ilona

Qu'est ce qui est important pour vous dans la vie ? Cela impacte-t-il vos choix en matière d'achat et en matière d'achat courant ?

Raphaël

Alors quelque chose qui me touche vraiment, c'est l'environnement, la durabilité et la protection de notre planète. C'est vraiment un sujet actuel qui me touche énormément et donc j'essaye ne serait-ce que par consommer en circuit court ou par des aliments plus durables que ça passe par le bio, par le circuit court, par des aliments dont je sais d'où ça vient.

Ilona

On parle beaucoup aujourd'hui d'environnement et d'écologie, donc comme vous me l'aviez dit, vous êtes sensible à l'écologie, mais comment cela se traduit-il dans votre quotidien ?

Raphaël

Voilà, j'ai déjà un peu expliqué à la question d'avant. Principalement, je fais des efforts aussi bien au niveau de la nourriture, donc je l'ai dit au niveau du circuit court et de l'alimentation bio, mais aussi ne serait-ce que pour me laver, j'essaie d'employer du shampoing solide, des savons solides, et cetera, et utiliser le moins d'eau possible dans ce que je fais.

Ilona

Qu'est ce qui, selon vous définit un consommateur responsable et pourquoi ?

Raphaël

Pour moi, un consommateur responsable, c'est un peu comme les flexitariens je pense, c'est des personnes qui savent ce qu'elles consomment, elles savent d'où ça vient et elles essayent de ne pas consommer en sur excès de la viande, des aliments qu'on sait que ça a un gros impact sur notre planète. Donc je pense qu'un consommateur responsable c'est quelqu'un qui sait comment consommer pour lui, pour la planète et pour son bien être personnel.

Ilona

Vous considérez-vous comme étant un consommateur responsable et pourquoi pensez-vous cela de vous ?

Raphaël

J'aimerais l'être, j'essaie de le devenir, mais c'est compliqué, ne serait-ce que parce que je n'habite pas pour l'instant chez moi, je dépends un peu de mes parents des courses qu'ils font. Donc quand c'est moi qui fais des courses, j'essaie d'être le plus responsable possible. Mais il y a toujours ce facteur X qui intervient.

Ilona

Les aspects environnementaux et sociaux influencent-ils vos choix en matière d'achat ? Dans quelle mesure les influencent-ils ? Pourriez-vous me donner des exemples concrets de ces influences ?

Raphaël

Ben voilà, tout bêtement, j'avais déjà entendu ... C'est plutôt sur l'aspect environnemental que je vais m'axer ici. J'avais déjà entendu que par exemple la production de je ne sais pas ... d'un kilo de viande, je vais peut-être dire des bêtises au niveau des chiffres, mais ça consomme autant de litres d'eau et donc peut-être essayer de consommer du coup moins de viande. Mais de la viande qui provient par exemple du boucher que je connais, donc je sais d'où elle vient, et cetera, et ne pas consommer une viande de grande surface dont on ne connaît pas la provenance, l'hygiène de vie des animaux, enfin la manière dont ils ont été élevés. Et ça, c'est au niveau de la viande, au niveau des légumes aussi, j'essaie de prendre des légumes de personnes que je connais. Dans notre village, il y a des fermiers, et cetera. Si je sais aller chez un fermier plutôt

qu'aller dans une grande surface, j'irai plus vers ça. L'aspect sociétal, Ben voilà, il y a ce lien qui se fait, parce que quand tu connais le boucher, quand tu connais le fermier chez qui tu vas acheter ton produit, t'as de la discussion, tu peux avoir des meilleures offres, pas au niveau financier mais au niveau de qualité, il peut te t'orienter par exemple pour un barbecue. Tu lui dis que tu veux faire un barbecue, il va te dire prends cette viande-là, cette viande là et voilà. Donc voilà c'est pour ça.

Ilona

Où faites-vous vos achats courants ?

Raphaël

Mes achats courants, j'aime les faire principalement en grande surface, donc c'est là où c'est le plus simple, le plus rapide, comme Colruyt, SPAR. Cette chaîne en fait, ColruytGroup. Et sinon on essaie d'un petit peu aller vers une consommation plus responsable. Par exemple, pour ma viande, j'aime aller vraiment chez le boucher du coin. Et pour les fruits et légumes, c'est un peu moins, je le prends plus au niveau de ColruytGroup.

Ilona

Quelles sont les principales considérations qui guident vos décisions d'achat au quotidien ?

Raphaël

Il y en a 2 principales, c'est la protection de l'environnement et ma santé. Je pense que s'il y a moins de pesticides, il y aura moins d'effets sur ma santé néfastes.

Ilona

Faites-vous attention au label sur les produits ? Si oui, pourriez-vous me dire pour quel type de produit vous faites attention au label et à quel label en particulier ?

Raphaël

Je ne fais pas spécialement attention au label mais quand même plus au niveau je sais pas si c'est un label mais au niveau des produits italiens. Par exemple, comme la mortadelle, les IPA, les indications d'origine protégée. C'est des formulations différentes comme c'est écrit en italien du coup. Mais oui, j'essaie de faire attention quand même d'où le produit vient, surtout quand c'est un produit que je ne connais pas et ne serait-ce que chez le boucher. Le boucher chez qui je prends le porc c'est du label rouge.

Ilona

Pouvez-vous vous souvenir de votre dernière visite dans un magasin pour réaliser des achats courants ?

Raphaël

Oui.

Ilona

De quel magasin s'agissait-il ?

Raphaël

C'est Colruyt.

Ilona

Pourquoi ce magasin ?

Raphaël

Parce que l'accès à tous les produits est simple, je ne dois pas reprendre mon auto à chaque fois pour aller prendre ma viande, mon légume, mon fruit, ma sauce, ma boisson. Je veux dire que tout est au même endroit, je dois pas faire différentes routes.

Ilona

Quel type de produit avez-vous acheté ?

Raphaël

J'avais acheté du fromage, des pâtes et des boissons.

Ilona

Comment avez-vous procédé au choix entre les différentes marques ou fabricants disponibles ?

Raphaël

Principalement à l'aspect du produit et à l'emballage. Et naturellement au prix aussi.

Ilona

Prenez-vous en compte les différentes marques ou fabricants au sein d'une catégorie de produits au moment de faire votre choix, comment procédez-vous concrètement ?

Raphaël

Ouais, pour certains produits. Par exemple pour les chips, je vais prendre plutôt la marque Bretz qui est fait en Bretagne où je sais comment ça fonctionne et ça fonctionne aussi en circuit court. Et donc pourquoi pas prendre quelque chose qui est plutôt plus local on va dire car c'est du Français que Lays qui vient des États-Unis je pense. Donc voilà, c'est surtout au niveau des chips et des produits on va dire emballés, mais au niveau d'alimentation générale pas spécialement.

Ilona

Quels critères sont les plus importants pour vous lors du choix de produits, que ce soit alimentaire, cosmétique en général ?

Raphaël

Le Nutri-score souvent pour alimentaire, j'essaie de prendre des aliments qui sont dans les bons nutri-score comme A et B et au niveau cosmétique je vais sur une application qui s'appelle yuka,

je scanne le produit et j'essaie de prendre un produit qui est aussi dans le vert. Donc entre 90 et 100. Voilà j'essaie de faire attention un petit peu à ça.

Ilona

Prenez-vous en compte les avis des autres consommateurs ou les recommandations de votre entourage d'autres consommateurs avant de faire votre choix final. Comment cela se passe-t-il concrètement ?

Raphaël

Oui, de temps en temps. Si par exemple quelqu'un me fait une mauvaise recommandation sur un produit, je ne vais pas acheter ce produit-là là par exemple. Mais sinon quand je fais mes courses, je marche un peu à l'instinct et selon les critères que j'ai expliqué avant.

Ilona

Vous arrive-t-il d'acheter des produits bio ? Si oui quel type de produits bio achetez-vous ? Et au sein de quelle catégorie de produits en particulier donc textiles, fruits et légumes, cosmétiques ?

Raphaël

Ça serait plutôt du côté fruits et légumes et je ferais même encore une sur précision dans les légumes où j'essaie de vraiment prendre du bio parce que des fruits par chez nous il n'y en a pas énormément en bio je pense. Enfin je n'ai pas l'impression. Et les légumes, il y a plus de choix, c'est plus facile d'accès et le prix n'est pas non plus exorbitant. Donc voilà.

Ilona

Où achetez-vous des produits bio ? Grandes surfaces, grandes surfaces bio, petits magasins locaux, fermes ?

Raphaël

En grande surface quand c'est possible. Et aussi dans les petits commerçants locaux, souvent j'essaie de demander comment ça se passe. Grâce à cette proximité, on arrive à avoir des discussions et on en sait un peu plus.

Ilona

À quelle fréquence achetez-vous des produits bio et pourquoi ?

Raphaël

Quelle fréquence ? Etant donné que j'habite encore chez mes parents, je dirais environ 2 fois par mois.

Ilona

Achetez-vous bio depuis longtemps et pourquoi ?

Raphaël

Bio depuis longtemps, je ne pense pas comparé à depuis quand le bio est apparu sur le marché. Je pense que je me suis vraiment éveillé à partir du moment où j'étais un peu plus adulte, où j'ai commencé à faire attention à mon alimentation et à ne pas uniquement suivre mes parents. A partir du moment où j'ai dû faire des courses, j'ai commencé à regarder. Donc ça ne fait pas énormément de temps. Maximum 5 ans quoi.

Ilona

Qu'est-ce qui motive votre choix d'acheter des produits bio ?

Raphaël

L'impact environnemental, l'impact sur ma santé qui risque d'être positif.

Ilona

Comment percevez-vous la qualité des produits bio par rapport aux produits conventionnels ?

Raphaël

Je dirais qu'il y a différents types de produits bio. Par exemple, quand je vais dans les grandes surfaces prendre un fruit ou un légume bio, je vois une différence, mais qui n'est pas flagrante non plus. Je veux dire, le légume, il peut ressembler à un légume non bio que je prendrai juste à côté. Là où on voit la plus grande différence, c'est par exemple quand on va chez le producteur, donc chez le fermier, où là vraiment, il y a des fruits et des légumes qui sont on va dire plus biscornus ou ils ont des formes différentes, ils sont encore remplis de terre, et cetera. Et au niveau de la qualité aussi.

Ilona

Comment percevez-vous le prix des produits bio par rapport aux produits conventionnels et ce prix est-il justifié selon vous ?

Raphaël

Le prix est plus élevé, il n'est pas non plus exorbitant et je pense qu'il tend à s'égaliser avec les prix des produits conventionnels parce qu'il y a de plus en plus de demandes du coup le prix va tendre à s'égaliser je pense. J'ai l'impression qu'avec les années qui avancent, il y a moins de différence de prix.

Ilona

Ce prix est-il justifié selon vous ?

Raphaël

Oui, totalement, même s'il était un peu plus élevé encore je pense que ça ne me dérangerait pas de prendre un produit bio parce qu'il y a une autre manière de production qui est plus réglementée, qui est plus difficile, qui empêche certains pesticides, certaines manières de produire et du coup le prix est justifié parce que il y a moins de production et du coup ils ont moins à vendre.

Ilona

Lorsque vous achetez des produits courants, faites-vous attention au prix de vente ?

Raphaël

Oui. Je fais attention tout le temps, c'est pour cela que je peux faire la comparaison avec un produit bio et non bio parce que je regarde toujours un peu au prix que ça coûte quoi.

Ilona

Les promotions par réduction de prix constituent-elles un critère de choix pour vous ?

Raphaël

Oui clairement. Je pense que c'est toujours plus intéressant d'avoir des produits pour un peu moins cher, même quand il y a des offres, des packages comme deux pour le prix d'un, et cetera. Bah alors là c'est plus facile de se diriger vers ce type de produit plutôt qu'un autre.

Ilona

Est-ce que ces promotions par réduction de prix influencent votre décision d'achat ?

Raphaël

Oui, comme j'ai dit avant, je vais plus me diriger vers un produit avec une promotion que sans.

Ilona

Avez-vous déjà bénéficié de promotions par réduction de prix sur des produits bio ? Pourriez-vous me donner quelques exemples de ces promotions par réduction de prix sur ces produits ?

Raphaël

Non, je ne peux pas. J'en ai jamais vu.

Ilona

Pensez-vous que ces promotions sont aussi régulières sur les produits bio que sur des produits de même catégorie, mais plus conventionnels ?

Raphaël

Je ne pense pas. Je pense que justement de par ces difficultés accrues à la production, ils peuvent moins se permettre de brader les prix, tandis qu'un produit qui naît, qui va grossir et grandir sans terre, sans soleil, dans des serres avec de l'eau uniquement, avec des produits chimiques bah là c'est plus facile de réduire les prix.

Ilona

Comment percevez-vous ces promotions par rapport aux produits bio ? Avez-vous une attitude positive ou négative à l'égard de la promotion ?

Raphaël

Si j'ai le choix entre un produit conventionnel en promotion et un produit bio en promotion aussi où il n'y a pas de différence de plusieurs euros, je vais me diriger vers un produit bio.

Ilona

Et pourquoi ?

Raphaël

Parce que comme j'expliquais, si je peux choisir le bio pour pas non plus une grande différence sur le porte-monnaie, c'est plus intéressant.

Ilona

Pensez-vous que les promotions par réduction de prix peuvent encourager davantage de consommateurs à choisir des produits bio de manière plus régulière ?

Raphaël

Oui clairement je pense que si des actions sont faites pour faire des promotions de prix sur les produits bio, les gens consommeront plus bio, d'autant plus qu'on est dans une période post COVID où les gens font de plus en plus attention à ce qu'ils consomment. Ils essayent de consommer de plus en plus bio, il y a de plus en plus de végétariens, de plus en plus de personnes qui consomment beaucoup plus de légumes qu'avant. Et il y a vraiment une conscientisation de l'alimentation au sein de la société.

Ilona

Pour bon nombre de produits, la qualité est associée au prix. À cet égard, quel est votre avis sur l'impact des promotions par réduction de prix sur la perception de la qualité des produits bio ?

Raphaël

Je crains que certaines personnes pensent que justement c'est du faux bio parce que les gens se posent beaucoup de questions sur c'est quoi le bio finalement ? Parce que en fait on se rend compte qu'ils utilisent des pesticides quand même, même si c'est moins des pesticides, moins nocifs pour la santé, et cetera. On se rend compte qu'ils utilisent des pesticides, du coup peut être qu'ils se diront que prendre bio s'il y a une réduction de prix c'est peut-être quand même bizarre et je prendrai peut-être un produit conventionnel où là je sais vraiment comment c'est produit.

Ilona

Pensez-vous que ces promotions pourraient être interprétées comme une indication de qualité inférieure ?

Raphaël

Je pense que ça pourrait être vu un peu comme du bio bas de gamme.

Ilona

Pensez-vous que les promotions par réduction de prix peuvent être considérées comme une opportunité d'accéder à des produits bio à un prix plus abordable ?

Raphaël

Oui, clairement. Je pense que dès que le prix baisse c'est d'office plus abordable.

Ilona

Votre attitude est-elle favorable quant au fait que les produits bio soient accessibles à un prix plus bas ?

Raphaël

Ouais, clairement. Si les prix étaient vraiment similaires, je n'achèterais que du bio.

Ilona

Est-ce un modèle tenable selon vous ?

Raphaël

Je ne sais pas. Franchement, je vais parler un peu comme ça parce que je ne suis pas producteur, je ne connais pas vraiment les prix, les prix de production, et cetera. Mais je dirais que je ne pense pas parce que comme je l'expliquais tantôt, en fait, ils ont des règles à suivre qui leur sont souvent plus coûteuses et du coup, est-ce que ça serait tenable pour le producteur de continuer à faire du bio alors qu'il touche moins de bénéfices qu'une personne qui produit le même produit que lui en conventionnel ? Je pense qu'un producteur bio pourrait plus vite se retourner vers du conventionnel en fait.

Ilona

Nous sommes à présent arrivés au terme de cet entretien. Je vous remercie pour vos réponses ainsi que le temps précieux que vous m'avez accordé. Les informations que vous nous avez fournies nous seront d'une grande aide lors de notre analyse. Avant que nous nous quittions, souhaitez-vous ajouter quelque chose ? Un élément dont vous n'avez pas parlé ? Un élément que vous jugez important ?

Raphaël

Non, j'ai tout dit.

Ilona

Je vous remercie une nouvelle fois pour votre participation.

7. Informant 7

Ilona

Bonjour, je m'appelle Ilona Menu, je réalise un mémoire en collaboration avec Louis Decruyenaere, nous sommes étudiants à l'UCLouvain FUCaM Mons en sciences de gestion. Tout d'abord, merci beaucoup d'avoir accepté de participer à cet entretien pour notre mémoire

de fin d'année. Nous réalisons cette étude pour essayer de comprendre les comportements d'achat et de consommation en Belgique, en particulier en matière d'achats courants. Toutes les tranches d'âges nous intéressent c'est pour cela qu'on aimerait vous interviewer. Nous allons discuter ensemble autour d'une série de questions à ce sujet. Vous devez vous sentir libre de partager avec moi ce que vous pensez ou comment vous agissez. Il n'y a aucune bonne ou mauvaise réponse. C'est votre opinion qui compte pour moi. Au cours de l'entretien, si des questions ne sont pas claires, n'hésitez pas à m'interpeller. Avant de commencer, êtes-vous d'accord que cet entretien soit enregistré ? Cet enregistrement ne sera utilisé que dans le cadre de notre mémoire. Il sera détruit par après sans qu'aucune copie ne soit réalisée. Vos réponses seront traitées de manière confidentielle et anonyme.

Nathalie

Non, pas de problème.

Ilona

Super ! Pouvez-vous vous présenter en quelques mots ?

Nathalie

Je m'appelle Nathalie Delcroix, j'ai 56 ans, je vis seule avec des animaux.

Ilona

Quel est votre occupation professionnelle ?

Nathalie

Je suis infirmière. Je travaille en milieu psychiatrique ainsi que du domicile.

Ilona

Quels sont vos hobbies, vos activités ?

Nathalie

J'aime la lecture. Je m'intéresse à tout ce qui est ésotérisme, je fais actuellement une formation réflexologie plantaire holistique.

Présentateur 3

Qu'est ce qui est important pour vous dans la vie ? Cela impacte-t-il vos choix en matière d'achat et en matière d'achat courant ?

Nathalie

Oui, donc ce qui est important pour moi, c'est avant tout la santé. Ça impacte quelquefois bien sûr mes choix, dans le choix des aliments, dans le choix des matériaux, et cetera.

Ilona

On parle beaucoup aujourd'hui d'environnement et d'écologie. Êtes-vous sensible à l'écologie ? Si oui, comment cela se traduit-il dans votre quotidien ? Sinon, pourriez-vous m'expliquer pourquoi ?

Nathalie

J'y suis sensible suite au réchauffement climatique. J'essaie de faire attention comme ici, j'ai installé une pompe à chaleur. Où on n'utilise pas de mazout, et cetera. J'effectue le tri sélectif. Aussi au niveau des aliments, j'essaie toujours de prendre des aliments plus naturels, où il y a le moins possible de colorant, de conservateur. Je suis assez sensible à ça.

Ilona

Qu'est ce qui, selon vous définit un consommateur responsable, pourquoi ?

Nathalie

Un consommateur responsable c'est quelqu'un qui va faire encore une fois attention à ce qu'il va acheter, il va essayer d'éviter de gaspiller aussi.

Ilona

Vous considérez-vous comme étant un consommateur responsable, pourquoi pensez-vous cela de vous ?

Nathalie

J'essaie, mais j'avoue que je ne le suis pas toujours. Je ne suis pas toujours consommateur responsable, j'ai du gaspillage comme tout le monde, mais parfois plus qu'il ne faut. J'avoue que j'achète parfois trop en me disant que je vais faire ça tel jour de la semaine et finalement je n'arrive pas parce que je suis invité et finalement j'arrive pas à consommer ce que j'ai acheté.

Ilona

Les aspects environnementaux et sociaux influencent-ils vos choix en matière d'achat ? Dans quelle mesure les influencent-ils ? Pourriez-vous me donner des exemples concrets de ces influences ?

Nathalie

Oui et non en fonction de ce que c'est comme produit. C'est vrai que parfois, si c'est alimentaire, on aime parfois de goûter à des nouveaux produits. Tout ce qui est autre plus matériel, ça en fonction un petit peu des avis d'autres personnes.

Ilona

Où faites-vous vos achats courants ?

Nathalie

La plupart du temps au Colruyt et au Spar, ainsi qu'à des petits entrepreneurs locaux. Comme un maraîcher, généralement. Mais principalement quand même Colruyt, Spar ou Delhaize.

Ilona

Et y-a-t-il des endroits où vous allez plus pour une certaine catégorie de produits ?

Nathalie

Pour les légumes, les fruits j'avoue quand même que les petits producteurs locaux on y retrouve des fruits avec un peu plus de goût, plus naturel on est quasi sûr si c'est bio qu'il n'y a pas eu de pesticides parce que j'avoue que dans les grandes surfaces comme Colruyt, j'ai parfois été déçu de la qualité, du goût des fruits.

Ilona

Quelles sont les principales considérations qui guident vos décisions d'achat au quotidien ? pourriez-vous m'en dire plus ?

Nathalie

Je privilégie Colruyt, j'y retrouve un peu tous les aliments dont j'ai besoin. Je connais le magasin donc disons que c'est plus rapide. En réalité, j'ai pas vraiment de considération, j'achète un peu au feeling en fonction de ce dont j'ai besoin.

Ilona

Faites-vous attention au label sur les produits ? Si oui, pourriez-vous me dire pour quel type de produit vous faites attention au label et à quel label en particulier ?

Nathalie

Pour le poulet je prends Label rouge ça j'y fait attention et pour la viande aussi. J'ai un boucher local où je sais que ce sont des produits belges, donc là à ce niveau-là aussi.

Ilona

Pouvez-vous vous souvenir de votre dernière visite dans un magasin pour réaliser des achats courants ?

Nathalie

Oui, c'est ma dernière visite, c'est il y a 1 h.

Ilona

De quel magasin s'agissait-il ?

Nathalie

C'était Spar.

Ilona

Pourquoi ce magasin ?

Nathalie

Parce qu'il est à proximité de mon domicile et donc c'est pratique.

Ilona

Quel type de produit avez-vous acheté ?

Nathalie

Principalement alimentaire. J'ai acheté de l'eau, de quoi faire à souper, donc des raviolis, des pâtes, du fromage, des fruits, fraises, framboises, bananes.

Ilona

Comment avez-vous procédé au choix entre les différentes marques ou fabricants disponibles ?

Nathalie

J'ai un peu regardé ce dont j'avais besoin, j'ai pas vraiment fait de comparaison.

Ilona

Mais comment vous procédez alors pour acheter ?

Nathalie

J'ai souvent l'habitude de prendre les mêmes produits. Et puis je regarde aussi au niveau financier. Je sais parfois comparé 2 3 produits et me dire oui celui-là pour l'équivalent de prix à l'air mieux au niveau du score.

Ilona

Prenez-vous en compte les différentes marques ou fabricants au sein d'une catégorie de produits au moment de faire votre choix, comment procédez vous ?

Nathalie

Oui, j'avoue que je fais plus attention aux marques les plus connues, j'hésite parfois quand ce sont des produits blancs. Même s'ils sont moins chers, j'ai quand même tendance à prendre le produit de marque.

Ilona

Quels critères sont les plus importants pour vous lors du choix de produits, que ce soit alimentaire, cosmétique en général ?

Nathalie

Au niveau alimentaire, je vais regarder au score. Au niveau cosmétique, ça, je fais quand même attention, que des produits bio généralement.

Ilona

Prenez-vous en compte les avis des autres consommateurs ou les recommandations de votre entourage/d'autres consommateurs avant de faire votre choix final ?

Nathalie

Ça dépend pour quoi, pour tout ce qui est alimentaire, là je ne fais pas trop attention ou si, si on a discuté d'un aliment, enfin d'un produit en général. Par contre au niveau des cosmétiques là je vais parfois demander à mon entourage ou à des collègues ou voir un peu ce qu'ils en pensent, connaître leur avis.

Ilona

Vous arrive-t-il d'acheter des produits bio ? Si oui quel type de produits bio achetez-vous ? Et au sein de quelle catégorie de produits en particulier textiles, fruits et légumes, cosmétiques ?

Nathalie

Produits bio, oui, au niveau cosmétiques, les huiles essentielles surtout. Au niveau alimentaire, plus les fruits et légumes. Donc comme je disais il y a un petit producteur local qui fabrique bio. Par contre tout ce qui est autre produit, non je fais pas toujours attention.

Ilona

Où achetez-vous des produits bio ? Grande surface, grande surface bio, petits magasins locaux, fermes ?

Nathalie

Petits magasins locaux, grande surface.

Ilona

À quelle fréquence achetez-vous des produits bio ? Pourquoi ?

Nathalie

Quelle fréquence ? Pour tout ce qui est cosmétique c'est moins souvent. Mais maintenant vous dire la fréquence ... C'est quand j'en ai besoin. Au niveau alimentaire plus régulièrement donc au moins une fois semaine.

Ilona

Achetez-vous bio depuis longtemps ? Pourquoi ?

Nathalie

C'est vrai qu'avant je ne faisais pas trop attention, maintenant j'y fait quand même un peu plus attention. Mais vous dire combien de temps ? Allez, peut-être 2 ans.

Ilona

Qu'est-ce qui motive votre choix d'acheter des produits bio ?

Nathalie

C'est qu'il n'y a pas de pesticides, pas d'OGM. Donc c'est avant tout pour la santé.

Ilona

Comment percevez-vous la qualité des produits bio par rapport aux produits conventionnels ? Pourquoi pensez-vous cela et est-ce que cela varie-t-il d'une catégorie de produits à une autre ?

Nathalie

Pour ce qui est alimentaire, comme les fruits et légumes, ils sont quand même meilleurs au niveau du goût. Et même si au niveau de la vue, les fruits et légumes sont généralement moins beaux, ils sont quand même plus goûteux. Et au niveau des cosmétiques, pour les allergies, donc on n'aura logiquement pas d'allergies, donc c'est quand même meilleur pour la peau.

Ilona

Comment percevez-vous le prix des produits bio par rapport aux produits conventionnels ?

Nathalie

Ils sont un peu plus cher, mais comme ils sont meilleurs pour la santé, je préfère.

Ilona

Ce prix est-il justifié selon vous ?

Nathalie

Oui, bien sûr, comme il n'utilise pas de pesticides, Il y a parfois moins de rendement aussi, moins de production, il y a un peu plus de main d'œuvre aussi étant donné qu'il n'y a pas de pesticides, il faut enlever tout ce qui est mauvaises herbes et cetera. Donc au niveau de la main d'œuvre ça demande beaucoup plus de travail et donc oui c'est justifié.

Ilona

Lorsque vous achetez des produits courants, faites-vous attention au prix de vente ?

Nathalie

Ça dépend, pas toujours non, j'avoue que je fais pas toujours trop attention.

Ilona

Les promotions par réduction de prix constituent elles un critère de choix pour vous ? Pourriez-vous m'en dire plus et comment concrètement cela affecte-t-il vos achats ?

Nathalie

Si c'est un produit que j'utilise souvent, je vais essayer de le prendre en en promo ou parfois en plus grande quantité comme je vais chez Colruyt, c'est vrai que eux privilégient souvent les plus grandes quantités. On a des offres promotionnelles un peu plus importantes quand on prend par 2, par 3, on a un pourcentage parfois un peu plus élevé. Donc quand ce sont des produits que j'utilise régulièrement, j'en profite pour les acheter à ce moment-là.

Ilona

Et sinon, non ? Si ce n'est pas un produit que vous utilisez ?

Nathalie

Si je n'en ai pas besoin je ne vais pas en prendre pour dire parce que c'est en promo.

Ilona

Est-ce que ces promotions par réduction de prix influencent votre décision d'achat ?

Nathalie

Non, si ce n'est pas un produit dont j'ai besoin, ça ne m'influencera pas.

Ilona

Avez-vous déjà bénéficié de promotions par réduction de prix sur des produits bio ? Pourriez-vous me donner quelques exemples de ces promotions par réduction de prix sur ces produits bio ?

Nathalie

Oui où j'achète mes huiles essentielles ce sont tous des produits bio et c'est vrai que parfois ils font des réductions.

Ilona

Pensez-vous que ces promotions sont aussi régulières sur les produits bio que sur des produits de même catégorie, mais plus conventionnels ?

Nathalie

Non, je pense qu'il y a moins de promotion sur les produits bio que sur les produits plus conventionnels.

Ilona

Qu'est-ce qui vous amène à penser cela ?

Nathalie

Parce que en faisant les courses, je ne vois pas vraiment de promotion sur les produits bio.

Ilona

Comment percevez-vous ces promotions par rapport aux produits bio ? Avez-vous une attitude positive ou négative à l'égard de la promotion ?

Nathalie

Moi je trouve que c'est bien d'avoir des promotions sur les produits bio parce qu'on regarde quand même un peu tous quand même à son pouvoir d'achat et donc c'est quand même mieux s'il y a des promotions.

Ilona

Les promotions par réduction de prix peuvent-elles influencer votre choix d'opter pour des produits bio plutôt que des produits conventionnels ?

Nathalie

Non, pas vraiment.

Ilona

Pourriez-vous m'en dire plus ?

Nathalie

En fait, comme je disais, je suis bien souvent habituée à telle marque donc c'est vrai que généralement je reste là-dedans parce que quand on fait des courses on n'a pas toujours le temps de regarder et de tout comparer. On court toujours et voilà je vais au plus rapide et c'est vrai que parfois je ne regarde pas toujours.

Ilona

Pensez-vous que les promotions par réduction de prix peuvent encourager davantage de consommateurs à choisir des produits bio de manière plus régulière ?

Nathalie

Oui je pense que s'il y avait quand même plus de réduction, si les produits étaient un peu moins chers, il n'y aura peut-être plus pas mal de personnes qui seraient influencées.

Ilona

Pour bon nombre de produits, la qualité est associée au prix. À cet égard, quel est votre avis sur l'impact des promotions par réduction de prix sur la perception de la qualité des produits bio ?

Nathalie

On dit toujours qu'on en a toujours pour son argent. Mais ça dépend pour quel genre de produits, tout ce qui est alimentaire, je pense que la qualité peut se valoir. Donc Je pense que la qualité peut-être la même, même s'il y a des promotions.

Ilona

Pensez-vous que ces promotions pourraient être interprétées comme une indication de qualité inférieure ?

Nathalie

Non, je ne pense pas.

Ilona

Pourriez-vous m'en dire plus ?

Nathalie

Parfois les grandes surfaces et cetera, achètent en gros et peuvent justement faire profiter les acheteurs de réductions.

Ilona

Pensez-vous que les promotions par réduction de prix peuvent être considérées comme une opportunité d'accéder à des produits bio à un prix plus abordable ?

Nathalie

Oui, ça pourrait. Les personnes pourraient acheter plus facilement justement du bio si les prix étaient plus abordables.

Ilona

Votre attitude est-elle favorable quant au fait que les produits bio soient accessibles à un prix plus bas ?

Nathalie

Bah oui.

Ilona

Pourquoi pensez-vous cela ?

Nathalie

Oui, ça peut faire profiter tout le monde, également les gens qui ont moins les moyens, c'est l'occasion justement qu'ils puissent acheter des produits bio.

Ilona

Est-ce un modèle tenable selon vous ?

Nathalie

Non, je pense que ça va peut-être être un peu compliqué comme je le disais plus tôt au niveau du coût de la production, comme ça demande plus de temps, de main d'œuvre, et cetera. S'ils vendent à un prix moindre, ils vont gagner forcément moins et à long terme, ça pourrait les mettre en faillite ou en tout cas ils ne gagneraient sans doute pas grand-chose.

Ilona

Nous sommes à présent arrivés au terme de cet entretien. Je vous remercie pour vos réponses ainsi que le temps précieux que vous m'avez accordé. Les informations que vous nous avez fournies nous seront d'une grande aide lors de notre analyse. Avant que nous nous quittions, souhaitez-vous ajouter quelque chose ? Un élément dont vous n'avez pas parlé ? Un élément que vous jugez important ?

Nathalie

Non, je n'ai rien à ajouter.

Ilona

Je vous remercie une nouvelle fois pour votre participation.

8. Informant 8

Ilona

Bonjour, je m'appelle Ilona Menu, je réalise un mémoire en collaboration avec Louis Decruyenaere, nous sommes étudiants à l'UCLouvain FUCaM Mons en sciences de gestion. Tout d'abord, merci beaucoup d'avoir accepté de participer à cet entretien pour notre mémoire de fin d'année. Nous réalisons cette étude pour essayer de comprendre les comportements d'achat et de consommation en Belgique, en particulier en matière d'achats courants. Toutes les tranches d'âges nous intéressent c'est pour cela qu'on aimerait vous interviewer. Nous allons discuter ensemble autour d'une série de questions à ce sujet. Vous devez vous sentir libre de partager avec moi ce que vous pensez ou comment vous agissez. Il n'y a aucune bonne ou mauvaise réponse. C'est votre opinion qui compte pour moi. Au cours de l'entretien, si des questions ne sont pas claires, n'hésitez pas à m'interpeller. Avant de commencer, êtes-vous d'accord que cet entretien soit enregistré ? Cet enregistrement ne sera utilisé que dans le cadre de notre mémoire. Il sera détruit par après sans qu'aucune copie ne soit réalisée. Vos réponses seront traitées de manière confidentielle et anonyme.

Danielle

Non, pas de problème.

Super, merci. Tout d'abord, pouvez-vous vous présenter en quelques mots ?

Danielle

Alors je m'appelle Danielle, j'ai 68 ans, je suis retraitée. Je suis une consommatrice plus ou moins avertie on va dire, on ne l'est jamais tout à fait, mais j'aime effectivement rechercher des bons produits pour mon alimentation notamment.

Ilona

Parfait quels sont vos hobbies, vos activités ?

Danielle

Ben déjà, j'essaie de m'entretenir physiquement également donc j'essaie de marcher très régulièrement. Je me suis même donné un objectif de 3 km par jour obligatoire. Le plus, c'est du plus. Donc je marche beaucoup, je fais 2 h de body zen donc c'est quelque chose de doux qui travaille quand même bien, les muscles, la souplesse. Donc ça c'est une priorité dans ma vie, dans mon emploi du temps. Et puis après, j'aime les voyages. Je suis assez curieuse donc j'aime découvrir, même si c'est des tout petits voyages et des toutes petites découvertes, mais j'essaie d'en avoir tous les jours, voilà.

Ilona

Parfait qu'est-ce qui est important pour vous dans la vie ? Cela impacte-t-il vos choix en matière d'achat, en matière d'achat courant ?

Danielle

Alors maintenant, je suis sensibilisée à ce qui est consommation entre guillemets européenne, bon, évidemment, quelquefois plus française, mais enfin de quelque chose qui soit local. Voilà. Bon, ce n'est pas toujours simple pour toutes les consommations, mais au moins pour l'alimentation, oui, j'essaie de consommer local.

Ilona

OK. On parle beaucoup aujourd'hui d'environnement et d'écologie. Êtes-vous sensible à l'écologie ? Si oui comment cela se traduit-il dans votre quotidien ? Et sinon pourriez-vous m'expliquer pourquoi ?

Danielle

Oui, je suis sensible à l'écologie. Je pense que c'est quand même un enjeu important dans le monde actuel et pour l'avenir, pour l'avenir de ceux qui y seront après moi et dans mon quotidien c'est justement une consommation la plus locale possible, mais c'est aussi quand même limité dans nos capacités parce que en tant que personne n'étant plus dans le monde actif ... Mais par exemple, je vais trier mes déchets autant que faire se peut parce que c'est pas si simple que ça, surtout quand on vit dans un appartement. Je vais faire attention à mes déplacements, donc faire le plus de déplacements possibles à pied. Évitez de prendre l'avion quand c'est possible aussi, pas toujours facile non plus dans la vie actuelle. Je pense aussi qu'il faut cultiver la notion de respect. Enfin, pas le respect uniquement à l'écologie, mais le respect entre personnes. Je crois que c'est important de respecter l'autre et je pense que ça peut avoir un impact écologique aussi finalement. Ce n'est pas facile à expliquer, mais je crois que le fait de ... Comment dire ... De respecter l'autre, de tolérer aussi les autres sans aller dans la tolérance jusqu'au boutiste, mais je pense que ça peut avoir un impact sur l'écologie, le fait de ne pas mettre de papier par terre, d'avoir des valeurs, voilà ! C'était vers ça que je voulais aller. Avoir des valeurs.

Ilona

Très bien. Qu'est-ce qui, selon vous, définit un consommateur responsable ? Pourquoi ?

Danielle

Un consommateur responsable ? Bah ça revient un peu à ce que je viens de dire auparavant. C'est quelqu'un qui a distance du respect de l'autre, du respect des générations qui vont suivre, qui va essayer le moins possible d'impacter l'environnement. On fait tous des erreurs, c'est évident, parce qu'on n'a pas toujours conscience des gestes, de mauvais gestes que l'on peut faire ou des mauvais comportements qu'on peut avoir. Mais c'est avoir ça en tête et le faire au quotidien. En se posant quelques questions, quelquefois de dire qu'est-ce que je peux faire en plus ? Il y a les petites habitudes qu'on se donne. Ça vient petit à petit je pense aussi, c'est quelque chose qui s'apprend.

Ilona

Vous considérez-vous comme étant un consommateur responsable et pourquoi pensez-vous cela de vous ?

Danielle

Je pense être responsable parce que j'ai conscience, mais j'ai bien conscience aussi de ne pas être parfaite et de pouvoir encore m'améliorer. Donc ça, j'essaie de faire au quotidien. Mais effectivement, on a été quand même très formaté à la société de consommation et aujourd'hui il faut faire une marche arrière qui n'est vraiment pas facile surtout quand on a été habitué pendant des dizaines d'années à l'être et où on nous a pas du tout culpabilisé. Aujourd'hui moi, j'essaie de ne pas rentrer dans la culpabilité, mais de me remettre en question quand j'y arrive, quand je peux.

Ilona

Les aspects environnementaux et sociaux influencent-ils vos choix en matière d'achat, dans quelle mesure les influencent-ils et pourriez-vous me donner des exemples concrets de ces influences ?

Danielle

Oui, ça influence de plus en plus, mais ça aussi, ça n'est pas aussi facile. Et j'avoue que je craque que de temps en temps, notamment quand on est une femme coquette, on aime bien les vêtements, et cetera et c'est vrai qu'on surconsomme, c'est évident. Mais je me suis rendu compte que je consommais quand même moins et que j'étais plus raisonnable dans ma façon de composer. D'ailleurs, j'essaie de ne pas gâcher, ce qui est déjà une chose, et puis avant de craquer sur un vêtement, je me dis t'as pas ça déjà dans ton armoire, par exemple ?

Ilona

Où faites-vous vos achats courants ?

Danielle

J'évite au maximum les grandes surfaces. Parce que d'abord, c'est plus dans mes goûts donc je vais aller dans des magasins qui font justement des produits locaux, bio ou non. Mais bon, des produits au moins locaux. Les marchés aussi, j'adore les marchés et voilà, mes achats courants c'est plus là. J'essaie de rester et d'éviter d'aller dans les grandes surfaces, oui. Mais c'est par goût aussi, parce que je ne sais plus trop supporter ça. Mais il faut y aller de temps en temps.

Ilona

Quelles sont les principales considérations qui guident vos décisions d'achat au quotidien ? Pourriez-vous m'en dire ?

Danielle

Déjà les besoins, les besoins vitaux, mes goûts, puis aussi ma santé, c'est à dire me faire du bien avec certains produits notamment alimentaires. Après il y a aussi les compléments alimentaires que j'utilise mais j'essaie avant tout de penser à ma santé. Rester en bonne forme le plus longtemps possible.

Ilona

Faites-vous attention au label sur les produits ? Si oui, pourriez-vous me dire pour quel type de produit vous faites attention au label et à quel label en particulier ?

Danielle

Alors oui, on revient à tout ce qui est label certifiant, des choses locales, des élevages ou production les plus saines possibles. J'ai suivi 3 séances d'ateliers diététiques qui étaient assurés par le club de sport que je fréquente. Et ça m'a vraiment intéressé parce que ça remet certaines pendules à l'heure. Et puis il y avait justement une séance sur tout ce qui était label et nutri-score, et cetera, qui a été fort intéressante parce que on se rend compte que ce n'est pas suffisant, le nutri-score, ce n'est pas suffisant et qu'il faut surtout lire les étiquettes, les compositions. Il ya une formule qui m'a beaucoup plu, c'est que dans la composition d'un produit, ce qui est important c'est que la plupart des ingrédients et si possible tous les ingrédients, on peut les retrouver dans son placard, dans son placard de cuisine. On achète tout fait mais avec des ingrédients qui sont simples et sains. Donc voilà le Nutri-Score, ce n'est pas suffisant, ça mesure les graisses, ça mesure les sucres mais ça s'arrête là quoi.

Ilona

Pouvez-vous vous souvenir de votre dernière visite dans un magasin pour réaliser des achats courants ?

Danielle

Bah c'était il y a 2 jours et c'était chez Biocoop, donc magasin bio.

Ilona

Pourquoi ce magasin ?

Danielle

Parce que j'y ai mes petites habitudes maintenant, j'ai beaucoup plus acheté par le passé. J'avoue que je suis comme tout le monde, je regarde aussi à mon porte-monnaie et je m'aperçois que c'est extrêmement cher pour certains produits. Donc je vais y acheter des choses qu'on ne trouve pas ailleurs dans d'autres magasins courants, parce que je suis habituée à certains produits qui me plaisent. Mais il y a d'autres choses que je sélectionne.

Ilona

Et du coup, justement, quel type de produit avez-vous acheté ?

Danielle

Alors qu'est-ce que j'ai acheté ? Des pâtes, des yaourts soja, du chocolat, des tartines pour mon petit déjeuner, du pain de fleurs, plus exactement des compotes, du riz, des tisanes et des cubes de bouillon de légumes, voilà.

Ilona

Parfait. Comment avez-vous procédé au choix entre les différentes marques ou fabricants disponibles ?

Danielle

Toujours dans le même magasin ?

Présentateur

Oui.

Danielle

Je dirais que je ne choisis pas forcément la marque, mais pareil, je vais regarder l'étiquette, la composition. Oui, la provenance mais je ne suis pas particulièrement marquée.

Ilona

Ici, en règle générale, prenez-vous en compte les différentes marques ou fabricants au sein d'une catégorie de produits au moment de faire votre choix, donc comment procédez-vous ?

Danielle

Bah comme je viens de le dire, pas forcément la marque mais je fréquente un autre magasin pour pas citer grand frais et c'est beaucoup des produits artisanaux, des petits producteurs en fait des plus petits producteurs. Et j'avoue que je ne suis pas très marquée mais je vais plus aller vers des petits producteurs quels qu'ils soient. Je goûte, je suis curieuse donc je vais goûter des produits différents.

Ilona

Quels critères sont les plus importants pour vous lors du choix de produits, que ce soit alimentaire, cosmétique en général ?

Danielle

La composition, effectivement, le fait qu'il y ait moins d'adjuvant néfaste dedans. J'ai une application, Yuka qui est très connue pour notamment tout ce qui est produits cosmétiques. Pour le reste, je fais confiance à l'étiquette en fait.

Ilona

Prenez-vous en compte les avis des autres consommateurs ou les recommandations de votre entourage/d'autres consommateurs avant de faire votre choix final ?

Danielle

Ça peut arriver, ce n'est pas systématique en général j'y vais un peu toute seule et puis après bon les goûts des uns ne sont pas les goûts des autres mais par curiosité quand on me conseille tel ou tel produit, je vais aller le goûter et j'ai aussi le plaisir, enfin c'est un plaisir pour moi, de faire goûter à d'autres, de faire découvrir à d'autres personnes des produits que j'ai appréciés. J'ai tendance à partager.

Ilona

Vous arrive-t-il d'acheter des produits bio ? Si oui quel type de produits bio achetez-vous ? Et au sein de quelle catégorie de produits en particulier donc textile, fruits et légumes, cosmétiques ?

Danielle

Oui, j'achète des produits bio. Bon, l'alimentation ce n'est pas très compliqué, mais effectivement en fonction du prix, il y a des fois où on laisse de côté. Pour tout ce qui est textile, bon ça aussi c'est très compliqué parce que bon les étiquettes, maintenant il y a pas mal d'étiquettes produits recyclés, contient autant de produits recyclés, et cetera. J'en tiens compte. Et puis ce qui est cosmétique, c'est quelquefois un peu compliqué parce qu'on se rend compte que les produits bio ... par exemple, je vais prendre l'exemple de mes cheveux, je n'arrive pas à avoir que du produit bio parce que j'ai des difficultés, que ça tient pas de la même façon, un produit bio n'est pas toujours aussi efficace, n'a pas la même performance qu'un autre produit. Alors bon, j'essaie de faire mon petit chemin dans tout ça.

Ilona

Où achetez-vous ces produits bio donc grande surface, grande surface bio, petit magasin, locaux, fermes ?

Danielle

Bah tout ça je dirais tout ça. C'est suivant les découvertes, les besoins. Il y a évidemment toujours une base de produits qu'on consomme régulièrement et qu'on achète régulièrement. Puis après c'est suivant les opportunités. Puis quand on part dans une autre région, un voyage ou quoi, on découvre aussi autre chose. Et voilà, je tente.

Ilona

À quelle fréquence achetez-vous des produits bio ? Pourquoi ?

Danielle

Bah là aussi c'est en fonction des besoins, mais je dirais en moyenne une fois toutes les 2 semaines je vais chez Biocoop par exemple.

Ilona

Achetez-vous bio depuis longtemps ?

Danielle

Oui ça fait quelques années. Premièrement, pour des raisons médicales. Donc pendant un moment j'étais très bio et puis après le bio a eu son heure de gloire pendant quelques années et ça restait à peu près abordable. Et puis là, franchement, je trouve qu'effectivement il y a des choses, qu'il faut regarder quoi. Il ne faut pas acheter aveuglément et passer à la caisse » après. Je suis devenue un peu plus sélective maintenant, mais ça fait largement une dizaine d'années que je consomme du bio et que j'y fais attention.

Ilona

A l'heure actuelle, qu'est-ce qui motive votre choix d'acheter des produits bio ?

Danielle

Je dirais la garantie, quoi qu'on ne l'a jamais totalement mais la garantie d'avoir des produits qui sont bons pour la santé. Je pense que l'objectif c'est quand même d'avoir la santé. Donc oui, j'essaie de faire attention par rapport à ça.

Ilona

Comment percevez-vous la qualité des produits bio par rapport aux produits conventionnels ? Pourquoi pensez-vous cela et cela varie-t-il d'une catégorie de produits à une autre ?

Danielle

C'était quelquefois compliqué parce qu'on s'aperçoit par exemple qu'en magasin bio les produits ne sont pas toujours aussi frais et si on n'arrive pas le jour de la livraison, il y a une dégradation et il n'y a pas le même souci qu'on retrouve dans d'autres magasins de conserver en bon état. Je prends par exemple l'autre magasin que je fréquente qui est Grand frais, je suis sûre que là il y a des produits qui sont traités, mais on va les arroser régulièrement par une petite brume qui les garde beaucoup plus frais. Donc quelquefois ce qui me bloque dans les magasins bio, c'est justement la fraîcheur et je me dis que là les vitamines il ne doit plus en avoir beaucoup donc est-ce que ça vaut le coup d'acheter bio ? Donc voilà pourquoi les marchés c'est sympa parce qu'en général ce sont des petits producteurs qui ont cueilli la veille ou le matin même les légumes par exemple. Après au niveau boucherie, j'avoue que je n'achète jamais en bio et je vais essayer d'aller acheter une viande qui a un label ou qui a été élevée dans de bonnes conditions. Donc il y les conditions d'élevage, et d'autres petites choses où je suis sensibilisé, je ne suis pas parfaite mais je fais attention à tout ça.

Ilona

Comment percevez-vous le prix des produits bio par rapport aux produits conventionnels ?

Danielle

Certains produits, c'est quasiment égal. Après, il y a une façon d'acheter. Par exemple, je vais prendre un yaourt, est ce qu'il est utile d'aller acheter des yaourts avec des fruits qui sont quelquefois des arômes complètement artificiels ? Moi je vais avoir tendance à prendre le produit de base et je vais l'agrément moi-même. Même si je mets une cuillère de confiture dans un yaourt, évidemment je mets du sucre, mais ça ne sera pas le même sucre que des produits aromatisés. Donc voilà, je pense qu'on peut consommer bio à un prix raisonnable, à condition de prendre des produits de base, des produits bruts.

Ilona

Ce prix est-il justifié selon vous ?

Danielle

Pas toujours. Quelque fois oui, parce qu'on n'imagine pas que pour faire un produit, si on veut le faire correctement avec une certaine éthique, tout le travail que ça demande, c'est effectivement quelquefois important. Bon alors ça peut être pour des produits plaisir, ce n'est pas trop grave. Maintenant je pense qu'il y a aussi une surenchère par rapport aux produits bio, c'est un fait. Donc si y a quelque vigilance qui peut faire qu'on se fait avoir ou pas quoi. Mais je me suis fait avoir comme tout le monde.

Ilona

Lorsque vous achetez des produits courants, faites-vous attention au prix de vente ?

Danielle

Oui. Je dirai qu'avant non mais bon avec l'inflation qu'on connaît enfin qu'on a connu, j'ai commencé à faire attention et après je me suis rendu compte que même si le prix n'augmentait pas, c'est la quantité qui diminuait. Donc je me suis alertée là-dessus. Et c'est vrai que maintenant c'est devenu un jeu de comparer et de regarder.

Ilona

Les promotions par réduction de prix donc par exemple au lieu de 3€ ça devient 2€ constituent-elles un critère de choix pour vous ?

Danielle

La même chose. Au fil du temps, je me suis rendu compte qu'il y avait des arnaques. Auparavant j'avais tendance à consommer 3 pour le prix de 2 et je prends, enfin suivant les besoins parce qu'il faut faire attention quand on est seul ou quand on est en famille, on ne va pas consommer de la même façon. Mais après je me suis rendu compte qu'il y avait des arnaques aussi et j'ai regardé le prix au kilo ou le prix à l'unité. Et quelquefois on se rend compte que c'est des fois plus cher en lot que qu'à l'unité et également par rapport à la consommation, est-ce que si je prends 3 paquets de biscuits pour le prix de 2, je vais pas commencer à boulotter tous les paquets de biscuits et prendre 100 g au passage ? Donc voilà, il y a aussi une prise de conscience avec le temps.

Ilona

Ok, est-ce que ces promotions par réduction de prix influencent votre décision d'achat ?

Danielle

Oui, je ne peux pas dire que ça ne m'influence pas. Mais bon, n'ayant pas autant de besoins qu'une famille. J'essaie de ne pas faire d'achats compulsifs non plus. C'est un peu idiot.

Ilona

Avez-vous déjà bénéficié de promotions par réduction de prix sur des produits bio ?

Danielle

Oui parce que quelquefois c'est quand la date de péremption est proche, il y a des remises donc j'avoue que oui, je prends. Sur certains produits oui j'ai déjà acheté en promotion tout à fait.

Ilona

Pensez-vous que ces promotions sont aussi régulières sur les produits bio que sur des produits de même catégorie, mais plus conventionnels ?

Danielle

Non, il y en a moins. Je n'ai pas noté plus de promotions, plutôt moins. C'est plutôt dans le cas de dates de péremption ou quand ils veulent lancer un produit, un nouveau produit, là ils font une petite remise.

Ilona

Comment percevez-vous ces promotions par rapport aux produits bio ? Avez-vous une attitude positive ou négative à l'égard de la promotion ?

Danielle

C'est toujours positif quand on a l'impression de faire une petite affaire. Je dis bien que c'est l'impression, quelquefois. Mais on a l'impression d'avoir acheté un petit peu moins et d'avoir fait quelques économies. Oui, je suis plutôt positive.

Ilona

Et pourquoi ? Juste pour l'économie ?

Danielle

Juste pour mon porte-monnaie, juste pour l'économie. Je pense que l'esprit bio c'est aussi l'idée de vendre au juste prix. Ce n'est pas le cas pour tout. Il y a forcément des choses où il y a de l'exagération. Mais je pense que d'un point de vue éthique, vendre au juste prix paraît primordial.

Ilona

Les promotions par réduction de prix peuvent-elles influencer votre choix d'opter pour des produits bio plutôt que des produits conventionnels ?

Danielle

Non, quand j'estime qu'un produit bio est vraiment bon pour moi, non je vais pas céder à une promotion d'un produit conventionnel sous prétexte qu'il est en promo, non.

Ilona

Ok, d'accord. Pensez-vous que les promotions par réduction de prix peuvent encourager davantage de consommateurs à choisir des produits bio de manière plus régulière ?

Danielle

Oui, je pense que oui parce que c'est toujours pareil. Si ça revient un peu moins cher, je pense que tout le monde se dit si c'est meilleur pour ma santé, je vais forcément prendre quelque chose qui est bon pour ma santé.

Ilona

Et est ce quelque chose que vous valoriserez ?

Danielle

Oui, à condition que ça ne devienne pas du marketing pour du marketing. Qu'on garde l'éthique parce que sinon j'ai peur qu'il y ait une dérive à la longue, pour vendre on va mettre bio. D'ailleurs, il y a déjà des étiquetages qui ne sont pas suffisamment sincères. On attire et il y a qu'une partie des produits qui est bio. Enfin, c'est toujours pareil, il faut lire l'étiquette en fait. Et après, chacun fait avec ses moyens finalement.

Ilona

Pour bon nombre de produits, la qualité est associée au prix. A cet égard, quel est votre avis sur l'impact des promotions par réduction de prix sur la perception de la qualité des produits bio ?

Danielle

Vaste débat. C'est très compliqué de parler de façon générale, je pense qu'il y a les produits alimentaires, il y a les vêtements, il y a les objets, et cetera. C'est sûr que le prix peut avoir un impact sur la qualité. Ce n'est pas systématique par contre. Je pense que quelquefois il y a des choses qui sont surcotées et qui n'ont pas forcément la vraie valeur, le prix n'est pas forcément la vraie valeur du produit. C'est assez compliqué et ça dépend aussi des produits en fait. Pour l'alimentaire, je suis assez sélective. Pour les vêtements, je suis un peu pareil. J'ai tendance à ne pas acheter vraiment le bas de gamme parce que d'abord ça ne tient pas, on fait une lessive, on en a plus. Mais je regarde toujours la provenance et malheureusement aujourd'hui même les produits de marque de qualité peuvent provenir de pays où on sait que ça n'a pas été fait de façon très correcte, notamment à faire travailler les enfants ou des gens dans des conditions déplorables. Donc c'est très compliqué pour le consommateur de se positionner par rapport à ça et on se fait avoir, je suis sûre régulièrement.

Ilona

Pensez-vous que ces promotions pourraient être interprétées comme une indication de qualité inférieure ?

Danielle

Non, tout dépend du contexte. Si c'est pour lancer un nouveau produit, par exemple pour se faire connaître, on essaie d'attirer le client et de le fidéliser après. Mais c'est toujours pareil, si cet équilibre entre le travail que ça a demandé pour produire et le prix qu'on lui donne. Moi je suis pour le juste prix bien évidemment j'ai conscience que ce n'est pas facile pour tout le monde d'acheter au juste prix et de la qualité en même temps. Donc tout dépend de l'acheteur aussi quelque part et de ses possibilités.

Ilona

Pensez-vous que les promotions par réduction de prix peuvent être considérées comme une opportunité d'accéder à des produits bio à un prix plus abordable ?

Danielle

Oui, certainement. Mais il faut rester aussi dans cet esprit d'éthique. C'est à dire qu'une grande famille pour consommer bio, si elle a des promotions, que je n'achèterai pas forcément parce que je n'en ai pas le besoin, mais pour une grande famille oui ça peut être intéressant.

Ilona

Du coup, votre attitude est favorable quant au fait que les produits bio soient accessibles à un prix plus bas ?

Danielle

Oui, oui. Mais pas au détriment de la qualité.

Ilona

Et est-ce un modèle tenable selon vous ?

Danielle

Tout dépend de la façon dont on veut consommer dans l'avenir. Aujourd'hui, la consommation n'est pas du tout la même que celle que j'ai pu connaître par le passé. Aujourd'hui, on ne consomme pas les mêmes produits. On a été complètement orientés par une société de consommation où il fallait consommer, consommer, consommer et aujourd'hui faire marche arrière c'est tout un changement d'état d'esprit. Mais est-ce que c'est possible pour tout le monde, je n'en suis pas certaine.

Ilona

Nous sommes à présent arrivés au terme de cet entretien. Je vous remercie pour vos réponses ainsi que le temps précieux que vous m'avez accordé. Les informations que vous nous avez fournies nous seront d'une grande aide lors de notre analyse. Avant que nous nous quittions, souhaitez-vous ajouter quelque chose ? Un élément dont vous n'avez pas parlé ? Un élément que vous jugez important ?

Danielle

Non, je pense que j'ai déjà partagé par mal de choses.

Ilona

Super, merci. Je vous remercie une nouvelle fois pour votre participation.

9. Informant 9

Louis

Bonjour Sabine, donc je réalise une étude pour essayer de comprendre les comportements d'achat et de consommation en Belgique, en particulier en matière d'achat courant. Donc on va discuter autour d'une série de questions à ce sujet et tu es libre de partager avec moi ce que tu penses, comment tu agis, tu es libre de me dire ce que tu veux. S'il y a une question que tu ne comprends pas, tu peux me le dire. Et s'il y a une question à laquelle tu ne veux pas répondre,

tu peux me dire également. Et donc avant de commencer, est ce que tu es d'accord que cet entretien soit enregistré juste pour que je puisse le retranscrire ? À des fins d'étude et il n'y a pas de voilà il ça sera supprimé après.

Sabine

D'accord

Louis

Donc le premier thème ça sera un peu ton profil, donc est-ce que tu peux te présenter en quelques mots ? Ton occupation professionnelle, tes hobbies, tes activités, qu'est-ce qui est important pour toi dans la vie et est-ce que ça a un impact pour toi en en termes d'achats ?

Sabine

Très bien. Alors bon ? Déjà mon nom, hein, Sabine. 57 ans, auxiliaire puéricultrice et ce que j'aime dans la vie ce sont surtout des balades en forêt, des sorties culturelles et des soirées entre amis, des sorties entre amis.

Louis

Et est-ce que tout ça, ça a un impact sur tes achats ?

Sabine

Oui parce que quand en fait quand t'es proche de la nature ne t'as pas envie de la polluer.

Louis

Ok. Ouais, ouais, je comprends.

Sabine

Tu vois, quand t'es connecté avec la nature, tu n'as pas envie de l'abîmer ?

Louis

Ouais, ouais, je comprends, ouais.

Ici, on va parler dans le on va passer dans le 2e thème, donc c'est le consommateur responsable. Donc première question, on parle beaucoup aujourd'hui d'environnement et d'écologie, est ce que tu es sensible à l'écologie ? Si oui comment ça se traduit dans ton quotidien ? Et sinon est ce que tu peux m'expliquer pourquoi ?

Sabine

Alors euh oui, moi je suis dans l'écologie. Alors ça se traduit tous les jours, tous les jours dans ma vie quotidienne, par « faire faire moins de déchets possibles ». Par ma consommation

d'électricité, ma consommation d'eau, ma consommation alimentaire. Tout est lié à ne pas polluer l'environnement.

Louis

Ok, et donc selon toi, comment tu définirais (Tu as un petit peu répondu), mais tu te définirais comme une consommatrice responsable, alors ?

Sabine

Un écocitoyen, on va dire, c'est avoir des petits gestes tous les jours pour ne pas polluer derrière soi.

Louis

Ok, et donc je suppose que les aspects environnementaux et sociaux influencent tes choix en matière d'achat également ?

Sabine

Voilà tout à fait. Par exemple, je peux te citer un exemple qui est complètement aberrant. Par exemple, ce sont les pommes bio, d'accord ? Mais qui viennent du Chili, ça je ne vais pas prendre. C'est peut-être bio mais ça vient du Chili, donc tout ce qui est transport par avion, par camion, ... Tout ça, ça a un impact écologique aussi. Donc en fait, il faut réfléchir à la bio aussi.

Louis

Ouais, c'est sûr, c'est un peu contradictoire de faire ça hein.

Sabine

Oui, donc il faut que tu prennes du bio mais aussi des produits locaux.

Louis

Ouais, Ouais, Ouais, c'est sûr. Prochain thème donc, ce sont les achats courants, où est ce que tu les fais, tes achats courants en règle générale ?

Sabine

Alors, bah je vais au marché des producteurs sur la place de mon village, il y a un marché des producteurs où j'achète mon pain frais, avec des farines anciennes et encore mêlées à la meule, avec du vrai levain et j'achète des légumes fait par le maraîcher du coin en bio et après ce que je ne trouve pas par exemple, je sais pas, du thé, du café, des céréales tout ça parce qu'il y a pas au marché bio sur la place là bah je vais dans une Biocoop.

Louis

OK. Est-ce que tu fais attention au label sur les produits ? Si oui ? Si oui, à quel label et pourquoi ces labels-là ?

Sabine

Alors je fais attention aux labels, mais je fais attention aussi à la provenance du produit.

Parce que les labels, il faut s'en méfier des labels.

Louis

Est-ce que tu pourrais m'en dire plus ?

Sabine

Il faut être vigilant. Comme je te disais tout à l'heure tu vas acheter des pommes bio mais qui vont venir du Chili. Donc c'est pour moi ça ce n'est pas bio. Et puis en plus les normes bio qui qu'on a en Europe, ce ne sont pas les mêmes normes qu'on peut avoir aux États-Unis, en Amérique ou ailleurs. Donc voilà, il faut faire attention d'où viennent les produits.

Louis

Ah oui, oui, oui.

Sabine

Ça vient parce que le bio, c'est aussi du marketing.

Louis

Ouais, c'est sûr. Et est-ce qu'il y a des produits en particulier auxquels tu fais plus attention au label que d'autres ?

Sabine

Bah les fruits et les légumes. Par exemple, les clémentines, je ne vais pas prendre des clémentines bio d'Espagne, je vais plutôt prendre des clémentines de Corse.

Parce que je suis toujours un peu méfiante des provenances et par exemple aussi tout ce qui est produit en vrac. Je regarde bien d'où ça vient parce que ce n'est pas parce que c'est en vrac que ça peut venir aussi du bout du monde.

Il faut être vigilant aux étiquettes, il faut être un consommateur acteur.

Louis

Ok Ouais c'est super ça, ça c'est bien.

On va rentrer dans le thème 4, c'est comment faire un choix de produits en magasin. Donc est-ce que s'il te plaît, tu peux te souvenir de ta dernière visite en magasin pour des achats courants ? De quel magasin c'était et pourquoi ce magasin ?

Sabine

Ah bah la Biocoop tout à l'heure.

Louis

OK, Ouais. Et pourquoi ce magasin ?

Sabine

La Biocoop parce que je suis végétarienne donc je mange, enfin je ça m'arrive de manger de la viande mais très, très peu. La Biocoop, c'est un magasin qui présente des produits qui remplacent la viande, beaucoup de protéines végétales, donc du coup t'as plus de choix dans ces produits-là qu'en grande surface.

Louis

Ok. Et est-ce que du coup tu prends en compte les différentes marques au sein d'une même catégorie de produits ou alors c'est toujours la même marque ?

Sabine

Euh, je privilégie les produits Biocoop parce qu'ils ont une charte où je suis sûr de de cette Charte déjà et aussi parce que ce sont les produits Biocoop, donc c'est moins cher que d'autres produits.

Louis

Quels critères sont les plus importants pour toi lors du choix de produits en général ?

Sabine

L'éthique du produit. C'est à dire comment il est cultivé, par qui il est cultivé. Par exemple, je pense à la banane et puis, au café, la charte des produits biologiques, et le prix aussi bien sûr

Louis

C'est bien

Est-ce que tu prends en compte les avis des autres consommateurs ou alors les recommandations de ton entourage ?

Sabine

Ah oui, parce que quand on fait, quand on est dans la démarche d'acheter des produits biologiques. On s'intéresse à ce qui peut avoir en magasin aux conseils et aux recettes. Donc bah tu rencontres d'autres personnes qui veulent consommer comme toi donc tu t'intéresses à ce qu'ils mangent et aux recettes qu'ils peuvent faire tu vois ? Nos produits qu'ils connaissent qui peuvent remplacer la viande aussi.

Par exemple, mettre de la Curie de noix de Cajou dans ta préparation pour avoir des protéines tout ça ?

Donc oui, ça m'intéresse, oui je suis curieuse de tout ça.

Louis

Voilà ça c'est bien ouais ça je l'ignorais. Est-ce que ça t'arrive d'acheter des produits bio en grande surface ou c'est uniquement dans les petits producteurs locaux ou Biocoop ou tout ça ?

Sabine

Non, en grande surface, je prends que les bananes.

Parce qu'après, je pense que c'est beaucoup de marketing et ils n'ont pas la même charte que dans les magasins Biocoop.

Louis

Et les bananes enfin je suppose que ça ne vient pas de Belgique, mais ça tu fais une petite impasse sur ça ?

Sabine

Ça vient de Martinique et de Guadeloupe, mais ça vient en avion. Euh, ça vient en bateau, ça ne vient pas en avion.

Tous ces produits, le café, le chocolat, tout ça, ils vont les faire venir en bateau, ils ne vont pas les faire venir en avion.

Louis

Ok Ouais donc c'est mieux pour eux, pour l'écologie, l'impact écologique.

Sabine

Ah ouais, carrément.

Louis

À quelle fréquence tu achètes des produits bio ?

Sabine

Une fois par semaine.

Louis

Une fois par semaine OK, mais si pas tu en consommes tous les jours ?

Sabine

Bah oui, je mange que bio.

Louis

Ouais, OK, depuis longtemps ?

Sabine

Oui, j'ai commencé, euh, par acheter des fruits et des et des légumes bio parce j'avais lu, je m'étais intéressé à tout ce qui était produits, pesticides. Dans l'agriculture et euh, j'ai rencontré pas mal d'agriculteurs qui ont déclenché des cancers. Donc il y avait toute une enquête qui avait été faite sur les pesticides dans l'agriculture et là je me suis dit quand même, il y a quelque chose qui cloche. Donc du coup j'ai acheté, je me suis mise à acheter des fruits et légumes bio et après ben tu dérives. Faut faire autre chose aussi quoi. Après tu me dis bah pourquoi pas les yaourts ? Pourquoi pas le lait ? Pourquoi pas tu vois ? Et puis. D'accord, tu achètes tes produits plus

chers mais t'en achètes moins que tu manges moins de cochonneries, tu fais tes gâteaux toi-même.

Donc l'un dans l'autre je ne sais pas si ça revient vraiment plus cher. Tu vas au marché plutôt que d'acheter en grande surface ? J'ai dû commencer il y a 25 ans.

Louis

25 ans quand même, Ouais. Comment tu perçois la qualité des produits bio par rapport aux produits conventionnels ?

Sabine

Bah y a plus de goût dans les produits bio, c'est sûr.

Louis

Et est-ce que ça varie d'une catégorie de produit à l'autre ?

Sabine

Bah ça conserve un peu moins longtemps, mais si tu fais tes courses une fois par semaine, c'est bien.

Louis

Ouais, c'est sûr. Tu as déjà un peu répondu à cette question, mais comment tu juges les prix des produits bio aussi par rapport aux autres produits ?

Sabine

Ça dépend. Il y a des produits bio qui ne sont pas beaucoup plus chers que les produits conventionnels. Un exemple, tu achètes des oranges en saison quand c'est la saison des oranges et ben tu les payes le même prix et même quelquefois moins chères qu'en grande surface. Ça m'est déjà arrivé. J'ai comparé.

Louis

Ah ouais, ça c'est intéressant.

Sabine

Parce que, en Biocoop, ils achètent les fruits et légumes de saison, donc tu fonctionnes avec les saisons, tu ne vas pas manger des fraises en hiver tu ne vas pas manger des courgettes en hiver, ne t'en trouves pas hein. Donc tu vas trouver par exemple des poivrons, des courgettes qu'en été. Donc comme c'est la saison eh ben tu vas les payer le juste prix juste. C'est et ça m'est déjà arrivé des oranges en hiver au mois de décembre à la Biocoop, moins cher que chez Leclerc.

Louis

Intéressant ! On va rentrer dans le 6e et dernier thème qui est un petit peu plus long, donc là c'est au niveau des promotions par réduction de prix. Lorsque tu achètes des produits en achat courant, est-ce que tu fais attention au prix de vente et est-ce que c'est un critère qui est déterminant quand tu achètes des produits ?

Sabine

C'est à dire que tu que je prends en promotion ?

Louis

Non, juste là, juste le prix-là pour commencer.

Sabine

Oui mais pas à chaque fois, on va dire. Mais quelquefois, ça m'arrive.

Louis

Mais le premier choix, c'est vraiment la provenance et l'impact sur la planète quoi ?

Sabine

Voilà ouais, après ça m'est déjà arrivé, tu vois, j'allais prendre une bouteille d'huile de courge et puis quand j'ai vu le prix, j'ai dit non, c'est bon quoi, c'est trop cher.

Louis

OK, Ouais, ouais normal ouais, ça a quand même un impact en fait.

Est-ce que du coup les promotions par réduction de prix ça peut constituer un critère de choix pour toi ?

Sabine

Euh oui, quand il y a des promos, euh à la supérette, où je vais à Biocoop, je me dis tiens, je vais essayer ce produit en promo.

Louis

Ouais mais ouais enfin je connais la réponse mais je vais quand même la poser, ça ne va pas te faire acheter non bio s'il y a une grosse promo sur un produit non bio ?

Sabine

Non, jamais.

Est-ce que tu as déjà bénéficié de promotions par réduction de prix sur des produits bio.

Sabine

Oui, oui, oui.

Louis

Tu peux me donner des exemples ou enfin si tu te souviens ?

Sabine

Ah oui là cet après-midi euh, j'ai acheté de la tisane en promo. Il y avait 1,50€ de réduction sur le paquet, donc je me suis dit, tiens, ben, je vais prendre celui-là plutôt que l'autre.

Louis

Et est-ce que tu trouves que ça arrive aussi souvent que sur les produits conventionnels ?

Sabine

Bah oui parce que les Biocop ce sont des petits supermarchés hein, donc ils font leur promo aussi.

Louis

Et tu vas parfois en grande surface ?

Sabine

Je vais rarement maintenant, je vais très rarement en grande surface.

Je ne sais pas trop comparer là maintenant.

Les gens qui achètent des produits conventionnels est-ce qu'ils vont dans les supérettes bios ? Si ça tombe et ils ne vont jamais dans les supérettes bio et ils ne peuvent pas comparer les prix tu vois ?

Louis

Bah oui, c'est ça.

Comment tu perçois les promotions par réduction de prix dans les produits bio et est-ce que t'as une attitude positive ou négative à l'égard de de cette de ces promotions ?

Sabine

Alors, quand ils font des promotions à la Biocoop, je pense que c'est un arrangement avec le producteur. Mais comme ils ont une charte, comme ils ont mis une charte qui est assez pointilleuse sur le revenu laissé à l'agriculteur ou au maraîcher, il ne tire pas les prix comme Leclerc ou Intermarché tu vois, parce que ça fait partie de leur charte de laisser de laisser un revenu décent aux producteurs, ça fait partie de leur charte.

Louis

Et donc ça tu trouves ça, tu trouves ça un peu négatif du coup ?

Sabine

Ah non, au contraire, c'est très bien.

Louis

Ah ouais ? Non, j'avais mal compris ta réponse.

Parce que moi je pensais que du coup, ça rapportait moins aux producteurs et ça, ça laissait une marge moins élevée pour le producteur. Je pensais que c'était ça.

Sabine

Non, non. En fait, ils ont une charte qui ne va pas... Je ne sais pas comment ça fonctionne mais Ils ont une charte qu'ils respectent pour les pour que le producteur ait toujours un revenu.

C'est comme le café et les bananes El Evire. Tu sais que si tu achètes cette marque-là déjà c'est bio, mais en plus tu as une éthique. Tu sais que quand tu achètes ce café-là ou ces banales-là ou ce chocolat, t sais que ton argent, il va faire fonctionner l'école d'un village au Pérou ou financer les salaires des gens qui travaillent et que ça va être un salaire décent

Louis

Ouais, je vois, je vois totalement. Est-ce que tu penses que les promotions par réduction de prix peuvent encourager davantage les consommateurs à aller plus vers les produits bio plutôt que vers les produits conventionnels ?

Sabine

Oh, oui, à partir du moment où tu touches le porte-monnaie. Euh oui les gens ils vont s'y intéresser mais le problème c'est : Est ce qu'ils vont faire attention de la provenance ? Des produits ? Il faudrait que ce soit marqué lisiblement la provenance du produit en grande surface tu vois ?

Louis

Ouais, ouais, c'est sûr.

Sabine

Il faudrait le marquer en gros et en gras. Euh provenance. Chimique et ça c'est toujours en tout petit. Ce sont des pommes qui sont emballées avec du plastique et du polyester. Il n'y a rien de bio dans tout ça, hein ?

Louis

Ouais, c'est sûr.

Pour bon nombre de produits. La qualité est associée au prix. À cet égard, quel est ton impact ? Quel est ton avis sur l'impact des promotions par réduction de prix sur la qualité des produits bio ?

Sabine

Ah bah c'est toujours le même problème. Ça dépend où tu fais tes courses. Si tu fais tes courses en grande surface, c'est sûr qu'il y aura eu un impact sur la qualité. Par rapport à une Biocoop, mais en grande surface, non seulement il y aura des répercussions sur la qualité, mais aussi sur le salaire de l'agriculteur ou du producteur, ça c'est sûr, hein

Et en en Biocoop, quand il y a une réduction de prix, la qualité n'est pas moindre.

Louis

Okay. Et donc est ce que tu penses que les promotions peuvent être interprétées comme une indication de qualité inférieure ?

Sabine

Est-ce que les promotions peuvent quoi ?

Louis

Est ce qu'ils peuvent être interprétés comme une indication de qualité inférieure ?

Oh bah non je ne pense pas.

Louis

Tu ne penses pas ?

Non, il suffit qu'il y ait un peu plus de productivité à un moment parce que. Bah je ne sais pas parce que il y a eu plus de soleil ou du coup la production par exemple.

Louis

Mais après je vais te donner mon avis. Voilà juste comme ça pour la discussion. Mais moi suis chez mes parents donc ce n'est pas moi qui décide où on fait les courses et nous ben on va plus souvent en grande surface. Et c'est vrai que moi cette question-là c'est marrant parce que j'ai l'avis contraire de toi, pour moi les réductions, les promotions par réduction de prix, les 3/4 du temps voire plus où j'en vois, c'est souvent quand la date limite est proche et donc forcément j'ai une perception de la qualité moins élevée quand il y a une promotion en fait tu vois ?

Sabine

Ah oui. Oui, mais ça c'est parce que tu vas en grande surface voilà.

Louis

Bah sûrement oui c'est ça, ce sont les habitudes qui font que et c'est pour ça que je viens, je vais interviewer d'autres personnes et ils me diront peut-être le contraire de toi. Donc c'est pour ça que tes réponses elles sont géniales parce que ça donne vraiment l'avis de quelqu'un qui mange bio depuis 25 ans donc c'est chouette.

Sabine

Voilà par exemple, tu vas dans un dans une biocoop, déjà tu n'as pas le rayon 0 gaspi tu vois ou euh ou tu claques tout seul parce que les dates de péremption elles sont rapprochées. Tu n'as pas tout ça parce que bah ils ne sont pas dans la consommation de consommation. Tu n'as pas des dates de péremption qui sont dépassées ? C'est très rare. Faudrait vraiment que les gens n'achètent pas, mais ils savent qu'ils vont vendre autant par mois. Et bah quand il y en a plus, il n'y en a plus. Ce n'est pas la surconsommation. C'est consommer intelligemment.

Louis

Ouais, s'est sûr. Est-ce que tu penses que les promotions par réduction de prix peuvent être considérées comme une opportunité d'accéder à des produits bio à un prix plus abordable ? Si tu veux-je peux répéter, hein ?

Alors non, accéder à des produits bio oui, mais quand ? Même comment ça c'est sûr. Parce que du coup il y a des gens qui vont aller vers le bio. Mais après pour réfléchir à la qualité de production, c'est ce que je disais tout à l'heure. La qualité de production et par qui s'est fait parce que si ce sont des légumes qui sont faits bio mais dans l'exploitation humaine, c'est pas la peine.

Louis

Bah oui c'est ça. Oui faut qu'on ne le fasse pas juste pour le prix quoi.

Voilà, aucune charte.

Donc voilà, faut qu'il y ait une réelle motivation.

Louis

Oui.

Est-ce que ton attitude elle est favorable justement au fait que les produits bio soient plus accessibles ?

Sabine

Bah oui, ce serait bien. Mais pour ça, il faut que le gouvernement y débloque des fonds pour pouvoir permettre aux jeunes agriculteurs et aux jeunes maraîchers bio de s'installer.

Le problème, c'est que le gouvernement a gelé les fonds pour que les subventions pour que les jeunes maraîcher et producteurs bio ? Ben tout ça c'est fini. Donc ils ont moins de crédit pour s'installer. Alors que si tu t'installes dans une culture, ben on va dire conventionnée, là. Bah là tu as tous les prix que tu veux.

Louis

Ouais mais est-ce que tu penses que ce modèle il est tenable à long terme ?

Sabine

Bah il faudrait beaucoup plus de bio, euh beaucoup plus de bio en France pour que ce soit tenable hein ?

Louis

Ouais.

Bah oui c'est ça, c'est ça le c'est ça le problème.

Sabine

Hein, il faudrait permettre aux jeunes de s'installer en bio.

Louis

Oui.

Bah oui et est-ce que dans le dans le bio il y a beaucoup de gaspillage dans les magasins, et cetera, ou la quantité est assez bien gérée ?

Sabine

Ben non, y a justement, les quantités sont bien gérées. C'est-ce que je te dis. Bah si, y en a plus. Ben voilà, on a tout vendu. Bah repassez la semaine prochaine ?

Louis

OK Bah oui c'est bien, c'est mieux. Ouais ben voilà, nous sommes à présents, arrivés au terme de cet entretien, je te remercie pour tes réponses très pertinentes. Franchement c'est chouette d'avoir eu cette discussion enrichissante.

Sabine

Tu sais, tu peux même rajouter que quand tu payes à la caisse du héron bleu, enfin du de la Biocoop, tu peux arrondir tes 0,00€. Par exemple, je paye, on va dire 39,92€. Eh Ben je dis Ben j'arrondis à 40,00€ les centimes ils vont à une association qui s'appelle terre de liens. Tu peux regarder sur internet terre de liens. Et cette association en fait, elle aide des agriculteurs ou des maraîchers ou des éleveurs à acheter des terres pour pouvoir s'installer en bio.

Louis

OK, Ah ouais, ça c'est intéressant.

Sabine

J'ai prêté on va dire 100€, ce n'est pas beaucoup hein, 100€ parce qu'il y avait un petit jeune qui n'était pas très loin d'ici qui voulait s'installer avec ses chèvres. Et donc il avait acheté toute la ferme et toutes les terres. Et il y avait plus assez d'argent pour se payer toutes ses biquettes. Et donc il a fait appel à terre de liens et terre de liens. Lui a fait un prêt à moindre coût pour acheter des chèvres.

Louis

Ah ouais c'est super ça, félicitations ! AS-tu encore quelque chose à ajouter, Sabine ?

Sabine

Non, non merci beaucoup !

Louis

A bientôt Sabine et encore merci pour le temps que tu m'as consacré, bonne soirée !

10. Informant 10

Louis

Bonjour, premièrement je vais me présenter, je m'appelle Louis donc je suis étudiant à la fucam en sciences de gestion et je vous remercie d'avoir déjà accepté cette cet entretien. Je réalise une étude sur les comportements d'achat courant en Belgique. Et donc on va discuter autour d'une série de questions à ce sujet. Vous êtes libre de partager avec moi ce que vous voulez. S'il y a des questions que vous ne voulez pas répondre, vous n'y répondez pas. Et voilà, il n'y a pas de bonne, il n'y a pas de mauvaises réponses. On est là juste pour discuter.

Catherine

Ok.

Louis

Est-ce que vous accepteriez que cet appel soit enregistré juste pour pouvoir retranscrire et après l'enregistrement sera bien sûr supprimé.

Catherine

Accepté !

Louis

Ok super donc la première question bah c'est tout simplement demander de vous présenter donc la profession, l'âge, les hobbies et les activités hors professionnel.

Catherine

Alors, bah ma profession, je travaille dans une banque, je suis gestionnaire de patrimoine, j'ai 50 ans et au niveau de mes hobbies, ce que j'aime beaucoup, c'est la lecture, le cinéma, les restaurant et les voyages.

Louis

Est-ce que vos hobbies ont un impact sur vos choix et vos achats courants ?

Catherine

Ahh pas forcément, non, non.

Louis

D'accord. On parle beaucoup d'environnement et d'écologie, est-ce que vous êtes sensible à l'écologie ?

Catherine

Je suis très sensible à l'écologie.

Louis

Et comment ça se traduit dans votre quotidien ?

Catherine

Bah j'essaye de faire le maximum. Déjà pour pack de gaspillage niveau électricité, niveau eau et au niveau ménager j'essaye d'utiliser le moins de produits possibles donc j'achète des choses qui me permettent de ne pas utiliser des produits trop polluants. Les poubelles, évidemment, je les trie au maximum. J'essaie de faire de moins en moins de déchets, de faire moins de courses inutiles. Voilà.

Louis

OK, c'est déjà pas mal, c'est super, c'est super. Si tout le monde faisait ça !

Qu'est-ce qui, selon vous, définit un consommateur responsable ?

Catherine

Bah un consommateur responsable pour moi c'est quelqu'un qui achète juste ce dont il a besoin, qui essaye de faire réparer les choses quand elles sont défectueuses et pas directement les remplacer. Et ça marque surtout au niveau de tout ce qui est électro, et cetera. Je pense que de plus en plus les gens maintenant essaient de faire réparer mais ce n'est pas toujours le cas. D'acheter des choses qui sont plus durables aussi, mais ça, c'est difficile de prévoir quoi, voilà.

Louis

Oui, c'est sûr. Et est-ce que vous vous considérez comme étant une consommatrice responsable ?

Catherine

Pas à 100 %. Parce que quelque fois je fais aussi des achats spontanés qui ne sont pas forcément responsables.

Louis

Ok, et est-ce que les aspects environnementaux et sociaux influencent vos choix en matière d'achat courant ?

Catherine

Ça dépend, pas forcément, non, pas forcément.

Louis

D'accord, et dans quel cas ça pourrait vous vous influencer ?

Catherine

Dans quel cas ? Ben par exemple. J'achète un nouvel électroménager, une machine à laver, ce qui s'est produit il n'y a pas longtemps. J'ai quand même regardé à acheter une machine qui consomme moins d'eau, qui consomme moins d'électricité. Donc là oui je le fais, mais ce n'est pas un achat courant, c'est un achat en gros d'achat dans mes achats courants. J'achète beaucoup de produits bio, mais ce n'est pas forcément écologique hein les produits bio ? Normalement, ça traduit plus au niveau des quantités. J'essaye de ne pas acheter des choses dont je n'ai pas

besoin ou ne pas acheter des grosses quantités. Après on jette la moitié. Mais les produits en eux-mêmes, pas forcément quoi.

Louis

Ouais OK, et où est ce que vous faites vos achats courants, dans quel magasin ?

Chez Bioplanet pour la majorité, avant j'allais chez Coprof, ça a fermé à Mons. Donc maintenant je suis chez bio planète et chez Delhaize parce qu'ils ont une bonne gamme de produits bio aussi.

Louis

Ah ouais, ça je ne savais pas, OK !

Catherine

Bio et aussi pour les produits d'entretien.

Louis

OK.

Quelles sont les principales considérations qui guident vos décisions d'achat au quotidien ?

Catherine

Dans l'alimentaires, c'est tout ce qui est bio. J'achète pratiquement que du bio en alimentaire. Donc ça c'est la première chose et ensuite le prix. J'essaye quand même de comparer les prix et c'est pour ça que je trouve que rapport qualité prix chez Bioplanet, c'est pas mal.

Louis

Okay, je n'ai jamais été mais j'essaierai d'y aller une fois. On m'en a souvent dit du bien donc ça peut être sympa.

Catherine

Ouais, il y a tout un assortiment et bon c'est un petit peu plus cher qu'un magasin normal, mais il y a tout ce qu'il faut. Et notamment au niveau de la boucherie.

Louis

On m'a parlé aussi de la boucherie. Ouais, super. Est-ce que vous faites attention aux labels sur les produits et si oui lesquels ?

Catherine

Je regarde les labels sur certains produits, principalement sur la bouteille de vin parce que là ça ne se mange pas, ça se voit facilement les vins qui sont bio. En revanche sur les autres produits j'avoue c'est un peu compliqué.

Quand je vais chez Bioplanet, je sais que forcément tout est bio donc je ne fais pas attention et quand je vais au Delhaize, c'est assez clair que les produits bio, c'est une marque que tu reconnais.

Louis

Ah oui, OK. Maintenant, je vais vous demander de vous souvenir de votre dernière visite dans un magasin pour réaliser des achats courants et de me dire de quel magasin il s'agissait ? Pourquoi ce magasin et là ? Et la suite arrivera.

Catherine

Ah bah c'est drôle parce que je suis allé au Delhaize tout à l'heure et pourquoi ? Parce que je sortais de mon boulot et que j'ai plus facile, il se trouve juste à côté.

Louis

Et quel type de produit avez-vous acheté et comment avez-vous procédé pour ce choix ?

Catherine

Des achats alimentaires donc. Voilà principalement bio. Et aussi quelques produits qui ne sont pas bio mais qui ne sont pas pour moi, qui sont pour mon fils, donc voilà. Genre de l'oasis, du Capri Sun, des choses comme ça, d'accord ?

Louis

Est-ce que vous prenez en compte les différentes marques ou fabricants au sein d'une même catégorie de produits lorsque vous faites votre choix ?

Catherine

Ah non parce que je prends plutôt tout ce qui est bio. Donc j'ai l'habitude des produits déjà, je les fais par habitude et de manière récurrente. Donc tu ne compares pas. Je sais les marques que j'ai envie d'acheter.

Louis

Quels critères sont importants pour vous lors du choix de produits en général ?

Catherine

Bah le prix ça oui bien sûr. Mais surtout, d'abord, la qualité. Donc si c'est bio, c'est mieux.

Louis

D'accord, est-ce que vous prenez en compte les avis des autres consommateurs ou alors les recommandations de votre entourage avant de faire votre choix ?

Catherine

Oui, les recommandations de mon entourage, oui.

Louis

Et comment ça se passe concrètement alors ?

Catherine

Bah si on me recommande un produit où on dit que c'est super efficace, voilà par exemple je ne sais pas moi les je ne sais pas, tu connais la marque H2O ? Ce sont des produits d'entretien et c'est assez écologique. Et ce sont des recommandations qui me l'ont qui m'ont fait connaître ça. Sinon si on ne l'aurait pas acheté quoi. Voilà donc si on parle d'efficacité et de bons rapports qualité prix, bah je vais aller. Je veux écouter les conseils de mes connaissances.

Louis

Ah oui OK, j'ai cru comprendre que vous achetiez bio et donc au sein de quelle catégorie de produits en particulier vous achetez bio ?

Catherine

En tout ce qui est alimentaire, donc le beurre, les légumes, les fruits, la viande.

Louis

Textile et cosmétique, jamais ?

Catherine

Euh, cosmétique oui, textile non.

Louis

D'accord ? Oui, donc ça, vous aviez déjà répondu, les magasins où vous achetiez bio, à quelle fréquence vous achetez des produits bio ?

Catherine

On va dire une fois semaine.

Louis

Une fois semaine, OK. Et est-ce que ça fait longtemps que vous consommez bio ?

Catherine

15 ans

Louis

Et qu'est-ce qui vous motive, qu'est-ce qui motive vos choix d'acheter des produits bio ?

Catherine

C'est surtout quand la santé des enfants, en fait.

Louis

Et est-ce que par hasard, vous percevez une qualité supérieure des produits bio par rapport aux produits conventionnels ?

Catherine

Ouais.

Louis

Et donc pour vous le prix supérieur vous semble justifié ?

Catherine

Ouais.

Louis

Lorsque vous achetez des produits courants, est-ce que vous faites attention au prix de vente ?

Catherine

Ouais, je regarde toujours le prix au kilo hein. Parce que la différence d'un magasin à l'autre c'est énorme. Donc oui je regarde.

Oui, parfois les marques jouent sur ça justement hein, ils font une plus petite quantité et donc ils ont un prix plus faible. Et si on ne regarde pas on peut se faire avoir incroyablement plus cher, par exemple les charcuteries préemballées Delhaize, elles sont hyper cher par rapport à un petit traiteur italien où je vais chercher mes articles ouais et moi j'ai remarqué aussi. L

Louis

Oui j'ai déjà remarqué aussi par exemple Kinder ont diminués leur quantité afin de ne pas continuer d'augmenter le prix.

Est-ce que les promotions par réduction de prix justement constituent un critère de choix pour vous ?

Catherine

Oui, pour tout ce qui est produit ménager.

Louis

Produit, lave-vaisselle, et tout ça ?

Et pas sur les produits d'achat courant comme de la nourriture ?

Catherine

Ma nourriture, j'ai mes habitudes et je prends toujours les mêmes choses donc là je ne vais pas être tentée d'acheter une autre.

Louis

Ok.

Et est-ce que vous avez déjà bénéficié de promotions par réduction de prix sur des produits bio ?

Catherine

C'est très rare, je ne me souviens pas. Peut-être bien une fois, mais c'est beaucoup plus rare.

Louis

Et est-ce que vous pensez que c'est aussi courant que dans les produits conventionnels ?

Catherine

Ah clairement non.

Louis

Et qu'est-ce qui vous emmène à penser cela ?

Catherine

Avec l'expérience, je le sais, parce qu'il y a très peu de produits que ce soit bio ou éco hein, mais que par exemple les produits conventionnels.

Comme les produits de lessives en promotion, il y en a super souvent au Dehaize, mais jamais pour les produits écologiques. Et pour les produits bio dans l'alimentaire c'est extrêmement rare.

Louis

Est-ce que vous avez une attitude positive ou négative à l'égard de la promotion sur les produits bio ?

Catherine

Moi, je serais positive, hein !

Louis

Est-ce que les promotions par réduction de prix peuvent influencer votre choix d'opter pour des produits bio plutôt que pour des produits conventionnels ?

Catherine

Dans mon cas, oui, ouais bah oui bien sûr.

Louis

Est-ce que vous pensez que les promotions par réduction de prix peuvent encourager davantage les consommateurs à choisir des produits bio de manière plus régulière, comme je vais prendre l'exemple de mon papa que vous connaissez, qui ne consomme pas régulièrement bio, mais est-ce que vous pensez que les personnes comme ça pourraient les inciter à acheter davantage ?

Catherine

Je pense oui, parce que ce qui freine beaucoup les gens, ce sont les prix. Donc quelqu'un qui n'est pas convaincu du bio, s'il voit une promotion et que le produit bio lui revient moins cher

qu'un autre produit classique, il va peut-être l'acheter une fois, puis se rendre compte que c'est mieux. Et ça l'incitera à en acheter d'autres.

Louis

Ouais, ensuite je reviens sur quelque chose. Je vous avais demandé votre attitude à l'égard de la promotion sur le bio. C'est tout simplement parce que pour bon nombre personnes, la qualité est associée au prix. Et donc, quel est votre impact, votre avis sur l'impact de la promotion par réduction de prix sur la perception de la qualité des produits bio ?

Catherine

Moi, personnellement, ça ne va pas m'impacter négativement bien. Au contraire, je trouve que les produits bio, ils devraient être accessibles au plus grand nombre, donc, pour moi je ne veux pas avoir cette démarche de penser que parce qu'il y a une promotion, le produit est de moins bonne qualité donc pour moi ce n'est pas pertinent.

Louis

Et est-ce que vous pensez que, au large public, ça pourrait être interprété comme tel ?

Catherine

Ah non, ça ce n'est que mon avis mais je ne pense pas.

Louis

Et enfin, déjà l'une des dernières questions, Pensez-vous que les promotions par réduction de prix peuvent être considérées comme une opportunité à accéder à aux produits bio à un prix plus abordable ? Et est-ce que votre attitude elle serait favorable au fait que les produits bio soient plus accessibles au plus grand nombre ?

Catherine

Oui, bien sûr.

Louis

Mais est-ce que vous pensez que les promotions par réduction de prix sur les produits bio ça peut être un modèle qui est tenable à moyenne et longue durée ?

Catherine

Oui parce qu'il y aura de la quantité supplémentaire et plus les gens vont en acheter plus, ça fera des économies d'échelles. Donc je pense que ça ne peut être que positif pour tout le monde.

Louis

Ouais, OK. C'est sûr. Ben voilà, je vous remercie. On est arrivé au terme de cet entretien donc je vous remercie pour le temps précieux et les précieuses réponses. C'était super intéressant franchement, des réponses très pertinentes. Et donc avant de nous quitter, est-ce que vous souhaitez ajouter quelque chose ou rajouter quelque chose ou poser une question ?

Catherine

Ben non, écoute, j'espère pour toi tout se passera bien. Tu contactes beaucoup de gens comme ça ?

Louis

On est 2 à faire ce mémoire donc et on doit récolter 18 réponses donc là en fait c'est une pré-enquête qualitative avant de faire une enquête quantitative où là ça sera plus sous forme de formulaire à répondre et à analyser par la suite hein.

Voilà je vous remercie encore une fois, au revoir.

Catherine

Au revoir.

11. Informant 11

Louis

Bonjour toto, je pense que je n'ai pas besoin de me présenter, tu me connais assez bien mais voilà. Pour rappel je suis étudiant à la Facam en sciences de gestion et je réalise un mémoire sur les habitudes et les comportements d'achat. Je vais, tout simplement poser une série de questions, enfin ça va plutôt être une forme de discussion.

Premièrement mais est-ce que tu accepterais que j'enregistre notre entretien à des fins de retranscription et il sera supprimé bien entendu.

Anthony

Oui bien sur

Louis

OK super, est-ce que tu peux te présenter en quelques mots donc ton âge, ta situation familiale, occupation professionnelle, hobbies, activités ?

Anthony

Alors donc je m'appelle Anthony Wallet, j'ai 24 ans, je vis avec ma compagne dans la région de Tournai et je travaille sur Mouscron en tant qu'agent chômage.

Louis

OK super et tes hobbies ?

Anthony

Alors mes hobbies, j'en ai plusieurs. C'est surtout en lien avec le sport, vélo, course à pied, football. Et pour le reste, niveau détente, tout ce qui est créativité me passionne particulièrement.

Louis

Et qu'est ce qui est important pour toi dans la vie ?

Anthony

Ce qui est important, je pense que par-dessus tout, c'est la situation au niveau de la santé et du bonheur. Après le reste n'est que n'est qu'accessoire. Ouais, avoir une bonne situation familiale, éviter tout conflit, pour moi, c'est ce qu'il y a de plus important.

Louis

Et est-ce que ça a un impact dans tes choix en matière de d'achat ?

Anthony

En matière d'achat, Ben techniquement. Ouais, dans un sens, parce que notamment lors des repas de famille, des événements en famille, c'est vrai qu'on va quand même au niveau de notre consommation avoir tendance à acheter des bons produits plutôt que des produits, je ne vais pas dire de moins bonne qualité mais où on sent qu'il y a beaucoup plus de de plastique, notamment au niveau des grandes surfaces. On va peut-être plus s'orienter vers des marchés locaux pour dire d'avoir vraiment de bons produits et être content de ce qu'on de ce qu'on offre au niveau de nos proches hein.

Louis

Ouais, c'est sûr, c'est bien. On parle beaucoup aujourd'hui d'environnement et d'écologie. Est-ce que tu es sensible à ça ?

Anthony

Ouais, dans une certaine mesure oui, parce que même si nous en tant que en tant qu'ados, je ne vais pas dire que sur le long terme on n'est pas impacté. Mais c'est vrai qu'il faut y penser au niveau de nos futurs enfants, petits-enfants qui eux vivront une situation qui sera nettement plus délicate que celle que l'on vit actuellement.

Louis

Ouais, c'est sûr. Et du coup comme tu es sensible, comment ça se traduit dans ton quotidien ?

Anthony

Déjà au niveau de tout ce qui est pollution, on fait très attention au tri. Ici il y a les différents organismes E-pal qui ont commencé à mettre en place les sacs avec les déchets organiques. Donc c'est ce qui permet aussi de voilà, faire un tri c'est moins coûteux au niveau du panier mensuel, on doit acheter moins de sacs de ville, donc c'est vrai que c'est assez intéressant. Et après ? Bah ouais, le tri classique hein. Pmc, papier, carton, ça reste dans mon quotidien au moins une fois par semaine. Puis au vue la vue de l'actualité, si on peut soutenir les producteurs locaux, c'est encore mieux.

Louis

Ouais, c'est sûr, c'est sûr, c'est quelque chose d'important. Qu'est-ce qui définit selon toi un consommateur responsable ?

Anthony

C'est la personne qui va essayer de consommer local, qui ne va pas forcément se déplacer à plusieurs kilomètres, notamment faire ses courses en France pour dire de payer moins cher. Mais pour moi, c'est d'abord essayer effectivement de manger et de consommer local. Et même si ce n'est pas forcément de la consommation alimentaire, c'est aussi faire profiter les producteurs locaux, notamment par l'intermédiaire des fruits et légumes.

Louis

Et est-ce que toi, du coup, tu te considérais comme Un consommateur responsable ?

Anthony

C'est une bonne question. Consommateur responsable à 100%, non parce que c'est comme j'ai dit, c'est au niveau du pouvoir d'achat. On fait quand même assez attention. Pour moi, le bio, le local, il est nettement plus coûteux faut le dire. Alors nettement plus coûteux sur certains produits. Par exemple on s'est, on s'est rendu compte avec ma compagne que c'était moins cher sur certains produits. Donc là effectivement on n'hésite pas à se rendre dans le village d'à côté malgré qu'on habite la ville pour bah pour pouvoir acheter du bon et moins cher. Donc là c'est vraiment une analyse pour ça dire à 100% responsable non, c'est vraiment au cas par cas. Mais si on a la possibilité d'aller chez le boucher du coin plutôt que d'aller en grande surface, on va le faire sans aucun souci.

Louis

Ok et donc les aspects environnementaux et sociaux influencent tes choix en matière d'achat ?

Anthony

Quand on voit, quand on voit ce qui se passe avec les agriculteurs, ça nous pousse forcément à changer notre méthode de consommation, à se renseigner auprès des producteurs locaux. Moi, je me souviendrai toujours au niveau de la période COVID. C'est là qu'on a commencé tout doucement à s'orienter vers les producteurs locaux parce que déjà on avait plus de temps, donc on avait le temps de se renseigner, savoir un peu aussi dans le village d'à côté ou bien ailleurs, il y avait des vendeurs, je veux dire dit bio. Donc ouais c'est vrai que, en fonction de l'actualité, on est amené à tout doucement y réfléchir. Après pour moi, ça reste surtout une question de pouvoir d'achat à chaque fois, je veux dans la mesure du possible, hein, vraiment, j'aimerais bien qu'on consomme bio tous les jours, mais ce n'est pas forcément possible. Alors ce qui est bien c'est que depuis plusieurs, plusieurs mois maintenant, nous on utilise souvent l'application to good to go. Et bah voilà, forcément, sur cette application il n'y a pas forcément que des produits bio, mais quand il y a différentes enseignes notamment bio planète à tournai, on n'hésite pas.

Louis

OK, ou est-ce que tu fais tes achats ?

Anthony

Alors, les achats courants ? Eh bien tout dépend de ce qu'on achète comme aliment. Niveau boisson, on va se diriger vers la France une fois par mois. Et après au niveau de l'alimentaire, quand ce n'est rien pour notre consommation personnelle, on est que 2 sous le ménage, là on va aller à l'Intermarché parce qu'on on trouve quand même que la provenance des produits est quand même pas mal, Intermarché propose quand même beaucoup de produits bleu, blanc, belge. Donc c'est vrai que c'est assez intéressant. Et après, on aime bien bouger les weekends, on est souvent amenés à voir la famille. Donc à ce moment-là, si on doit vraiment faire un bon repas, on va se s'orienter vers les boucheries ou les boulangers du coin.

Louis

Quelles sont les principales considérations qui guident tes décisions d'achat au quotidien ?

Anthony

Le goût déjà de ce que mes préférences après c'est sûr. En fonction du prix, on va regarder, on regarde souvent quand on parle de préférence, je vais souvent acheter des packs en grand format. Ensuite, c'est pareil le pack quand je reviens à la maison, congeler la moitié ou enfin voilà, on regarde souvent acheter en grande quantité comme ça, ça nous évite de retourner en magasin et c'est moins cher aussi. Après, on va surtout faire attention aux promos. On reçoit une fois par semaine les publicités pour différentes enseignes. Et on fait assez attention là-dessus.

Louis

Est-ce que tu fais attention au label sur les produits ?

Anthony

Ah non alors sûrement là non, nous on ne fait pas, on ne fait pas attention à ça, non. On se contente de voir indiqué bio sur le paquet et ça suffit.

Louis

Comment faire un choix en magasin ? Ben déjà, est-ce que tu peux te souvenir de ta dernière visite en magasin ? Dans un premier temps

Anthony

Ouais.

Louis

Et de me dire de quel magasin s'agissait-il ?

Anthony

Ben comme on n'est pas loin de la maison, il y a différentes enseignes, mais on va à l'Intermarché.

Louis

Quel type de produit tu as acheté là-bas ?

Anthony

Ça ne va pas trop t'avancer mais j'y suis allé hier. J'ai acheté une baguette tout simplement parce que je n'avais pas trop le temps de me rendre chez le petit boulanger en ville. Voilà, c'était sur ma route donc je me suis arrêté là.

Louis

Et justement, comment tu vas procéder pour choisir entre différents produits de différentes marques ?

Anthony

Bah les promos déjà dans un premier temps les promos on va regarder le folder de la semaine, voir un peu si c'est intéressant ou non. Si alors ensuite la nécessité on va d'abord avant de faire les courses regarder le congélateur, voir si effectivement ça nécessite d'acheter ou non. Parce que voilà, moi je pars du principe que tant que le congélateur n'est pas vide, ce n'est pas forcément nécessaire d'acheter et d'acheter même si les promos sont présentes. Voilà, étant donné qu'on fait toujours attention, mais finalement, on est toujours gagnant à ce niveau-là. Après la manière de procéder dans un magasin, elle est la suivante, nous, généralement ce qu'on fait, c'est qu'on met dans le panier les produits qui ne sont pas forcément frais dans un premier temps et ensuite à la fin, on finit par compléter le caddie que les produits frais.

Louis

Ok super, et quels sont les critères pour toi les plus importants lorsque tu achètes des produits ?

Anthony

Les critères les plus importants ?

Louis

Ouais si tu viens me faire un top 3 quand tu achètes un produit sur. Quoi, tu vas te baser pour faire ton choix ? Quels.

Anthony

La qualité, la quantité et le prix

Louis

Est-ce que tu prends en compte les avis des autres consommateurs ou les recommandations de ton entourage avant de faire un choix ?

Anthony

Ouais. Par exemple, Du côté de de mes beaux-parents, ils font souvent appel à une dame qui, enfin une fermière qui qui vend ses viandes elle-même. Et donc c'est la ferme de Koninck. Niveau de la ferme des coquelicots, on a entendu que c'est c'était bien donc on est allé là, on

s'est rendu là et c'est vrai que c'était pas mal. Puis il y a un genre d'un genre de petit cabanon du côté de de Willemeau qui vend des produits. Bah tout ce qui est fruits et légumes, mais aussi pommes de terre et produits laitiers, ça aussi on a eu écho que c'était bien, donc on s'y rend régulièrement. Donc c'est vrai qu'on prend en compte quand même l'avis des gens.

Louis

Est-ce qui t'arrive d'acheter des produits bio ?

Anthony

Dans la mesure du possible. Je sais que je sais que ma compagne Suzy aime bien tout ce qui est bio. Moi c'est vrai que quand je vais au magasin, si c'est vraiment pour ma consommation personnelle rien que la mienne, je ne vais pas forcément faire hyper attention dans un premier temps. Alors c'est sûr. Je redis ce que j'ai dit au début c'est que je ne vais pas prendre de la sous marque non plus. Je vais prendre quand même un produit de qualité. Après voir si c'est du bio ou non, ça c'est vrai que ça dépendra du prix.

Louis

OK, et dans quelle catégorie de produits alors tu pourrais acheter du bio ?

Anthony

La viande enfin vraiment mangeur de viande, donc pour moi la viande c'est une source sûre. Si je peux acheter ma viande dans une ferme, je le ferai sans hésiter. Enfin vraiment ça pour moi la viande c'est hyper important. Et après bah voilà ma compagne elle préfère aussi les légumes bio donc mais vraiment ces 2 types de produits.

Louis

Et à quelle fréquence tu achètes du bio ?

Anthony

À quelle fréquence ? C'est une question de besoin. On fonctionne énormément avec un achat en quantité, donc le bio ne présente pas forcément un achat en grande quantité, c'est ça le problème. Après dès qu'on voit une bonne opportunité d'acheter du bio notamment via un to good to go parce qu'on sait qu'on va le manger rapidement, bah ça on ne se pose même pas la question. Peut-être que dans notre assiette on a on a peut-être 4 à 5 fois du bio sur le mois quoi.

Louis

Ok. C'est depuis longtemps que tu consommes du bio ?

Anthony

Non, non, non. Depuis qu'on a emménagé hein surtout. L'année passée donc on a emménagé il y a un an. Donc depuis qu'on se retrouve à faire nos plats rien qu'à 2, à faire nos courses rien qu'à 2. Ben voilà, on se rend compte qu'acheter un produit de bonne qualité, bah ça passe par là.

Louis

Et qu'est ce qui te motive d'acheter bio ?

Anthony

Bah le commerce local ça pour moi. Je préfère plus acheter chez un chez un petit vendeur dans un village que dans une grande enseigne bio comme Bioplanet.

Louis

Les petites enseignes et comment tu perçois la qualité des produits bio par rapport aux autres produits ?

Anthony

Bon bah puis je vais revenir sur l'exemple de la viande, on a une viande qui, quand elle est chez un boucher ou bien si elle est chez le fermier du coin. Voilà, on sent que la viande elle a bien été découpée, Elle a une bonne odeur, une bonne texture, un bon goût, alors que, notamment dans les grandes enseignes, il y a quand même beaucoup de plastique et j'ai une sensation un peu de caoutchouc par moment.

Louis

Et dans les autres catégories de produits comme les fruits, les légumes etc ?

Anthony

Bah ça en revanche, on a tendance à dire ça, c'est Suzy qui dit ça, mais que dans les grandes surfaces, les produits restent moins, plus longtemps. Alors qu'au niveau du bio, bah voilà, on voit que le produit il a une belle couleur. Donc c'est vrai qu'il y a peut-être au niveau de la préservation du produit. C'est peut-être plus avantageux chez le producteur local.

Louis

OK. Comment tu perçois le prix des produits bio par rapport aux autres produits ?

Anthony

Bah plus cher, ça c'est indéniable. Plus cher, plus cher. C'est pour ça que tout le monde ne peut pas avoir accès pour moi à ce type de produit. On essaie de pousser les gens à acheter bio mais finalement c'est bien plus cher. D'ailleurs c'est ce qui se passe avec les agriculteurs quand on voit que le pain vendu. Aux grandes enseignes ne coûte que 0,20€ à l'achat pour les grandes enseignes auprès du fermier du coin et qu'après ils le revendent 2,80€, 3€. Bah voilà, la marge elle est là, la marge elle est là, donc forcément le prix c'est ce qui bloque les gens.

Louis

Est-ce que tu as déjà bénéficié de promotions par réduction de prix sur les produits bio ?

Anthony

Certainement, certainement. Disons que chez Intermarché, ce qui est bien c'est que tu as une carte de fidélité. Et bah forcément, à chaque fois que tu la Scannes, Ben tu as des points qui s'accumulent. Et forcément plus le produit rapporte de points notamment à mon avis, le bio ça doit rapporter quand même pas mal de points sur ta carte. Parce que le prix est aussi est aussi plus important. Eh bien forcément, on a déjà eu l'opportunité de bénéficier de réductions même sur les folders qu'on soit toutes les semaines. Là on voit que quelquefois il y a des « à l'achat d'un produit, tu as le 2e gratuit »

Louis

Est-ce que tu penses qu'il y a autant de promotions dans les produits bio que dans les produits conventionnels ?

Anthony

Non, déjà au niveau des pubs pour moi on fait beaucoup plus de promotion de pub, en tout cas en elle-même sur les produits je vais dire en grande quantité et pas du rayon bio. Pourquoi ? Parce que pour moi, ça c'est un avis personnel. Je ne sais pas si c'est vrai, mais pour moi, le fait de déposer des produits bio dans les grandes surfaces, ça coûte plus cher que de mettre des produits de je ne vais pas dire de mauvaise qualité mais qui ne sont pas forcément bio au sein du magasin. Pourquoi ? Ben tout simplement parce que par rapport au rendement, les gens qui vont au Lidl, au Aldi, à l'Intermarché n'y vont pas à nonante pour 100 sûrs. Ils ne vont pas forcément pour là pour acheter du bio, ils vont là pour acheter un produit qui est en grande quantité, qui n'est peut-être pas cher. Et donc le bio ne rentre pas dans ces critères-là.

Louis

Ouais, parce que les gens qui veulent acheter du bio, ils vont plus se diriger vers le producteur local.

Anthony

C'est ça, c'est ça.

Louis

Et du coup toi, quel est ton avis sur les promotions sur les produits bio ?

Anthony

Ça reste toujours cette question du prix. Si la promotion, elle est intéressante sans hésiter et que j'en ai l'utilité, surtout parce que, parfois il y a des promotions sur des produits que je n'utilise pas. C'est sûr que quand il y a des promotions là-dessus, même si c'est intéressant, si je n'en ai pas l'utilité je ne vais pas prendre en compte la promotion. Cependant si c'est un produit effectivement qui m'intéresse et que j'ai tendance à manger je ne vais pas dire quotidiennement mais de façon un peu plus régulière. Ah bah ouais là je vais sans hésiter le prendre.

Louis

Mais du coup, si on fait de la promotion sur des produits bio que toi tu consommes, tu trouveras ça positif ?

Anthony

Bien sûr bien sûr. Après toujours dans la mesure du possible, parce que faudrait pas non plus gonfler le par exemple, ce qui arrive souvent ça, ce qu'on a déjà remarqué dans les grandes enseignes. C'est que je peux prendre l'exemple et je vais je vais mettre un prix fictif. Un sac de de pommes de terre, voilà qui est à 7€ le kilo en bio. Eh bien faut pas nous dire que le sac coûte 8€ maintenant et qu'on offre 500 g en plus. Il faut que ça reste équitable aussi et qu'il n'y ait pas une augmentation du prix pour dire qu'il y a une promotion.

Louis

Est-ce que les promotions par réduction de prix peuvent influencer tes choix d'opter pour du bio plutôt que pour des autres produits conventionnels ?

Anthony

Bah oui, si le produit bio diminue, c'est sûr qu'on va regarder. Moi, je suis quelqu'un qui regarde quand même beaucoup, beaucoup les pubs alors attention. Mais attention, ça doit m'arriver assez régulièrement quand je vais dans le magasin, je ne fais pas tous les rayons. Je vais à l'utile, je vais au nécessaire. Je ne suis pas quelqu'un qui va rester des heures et des heures à faire le tour du magasin, donc forcément si le produit bio est mentionné dans la publicité, Ben je vais y prêter attention et je vais regarder. En revanche il n'est pas mentionné et que je ne le vois pas en magasin, bah là forcément je vais passer au-dessus.

Louis

Et est-ce que tu penses que des réductions de prix sur les produits bio ça pourrait les encourager à aller vers ce type de produits ?

Anthony

C'est tout le temps cette question-là, on vit dans une société où les gens n'ont pas forcément un pouvoir d'achat énorme. Je pense notamment aux grandes familles, aux familles nombreuses. Les gens qui ont 3, 4 enfants, je ne suis pas sûr que si on leur pose la question, ils vont dire qu'ils vont se tourner directement vers le bio. Ça dépend du portefeuille. Des gens qui ont un revenu net à tous les 2 à 1500€ ça fait 3000 net. Si on déduit toutes les charges qu'à l'heure actuelle plus le coût de la vie avec les enfants, Eh bien finalement je ne pense pas que même s'il produit est moins cher sur papier mais qui reste toujours plus cher que le produit conventionnel. Je ne pense pas que ça changera quelque chose, ça c'est sûr. Nous on peut se le permettre parce qu'on n'a pas d'enfant, mais c'est vrai que le jour où on aura des enfants, bah voilà on va quand même vérifier la qualité du produit. Mais si c'est trop cher, on ne va plus se permettre. Non, c'est normal.

Louis

Maintenant, pour nombre de produits, la qualité, elle peut être associée au prix. Mais du coup, à cet égard, quel est ton avis sur l'impact de la promotion par réduction de prix sur la perception de la qualité qu'il peut y avoir ?

Anthony

Bah à l'Intermarché, j'ai vu ça hier, il y avait des viandes qui venaient de de la ferme d'Estaimpuis, il y avait l'étiquette sur les emballages. Alors voilà, c'est une viande qui n'est pas partie rapidement, il y aura de ça 2 semaines, elle était encore là. Enfin en tout cas il y avait encore des produits de cette ferme-là. Et s'ils ont mis une étiquette disant que bah voilà, il y avait une réduction du prix sur ce produit là parce que bah à mon avis il ne partait pas. Alors le souci là-dessus c'est qu'effectivement si le produit, c'est toujours cette question de plastique. Ces produits pour moi, fermenté dans un emballage en plastique pendant plusieurs jours ? Bah effectivement, il peut peut-être avoir une perte de qualité. C'est comme si on mettait pour moi une sauce au congélateur. Forcément par rapport au jour J où on la cuisinait, on l'a assaisonné et par rapport au fait, où on la reprend, bah c'est sûr que le goût ne sera pas le même. Donc pour moi effectivement, comme il y a une diminution du prix, ça pourrait laisser entendre que ben voilà, le produit n'est peut-être plus d'aussi bonne qualité en tout cas. Enfin de qualité premium je vais dire comme ça dès sa première mise en vente. Après c'est du cas par cas. C'est du cas par cas. Si on voit que c'est un produit qui ne part pas mais qui reste encore bon, Ben voilà, sans hésiter on va regarder. Mais bon c'est du cas par cas pour moi. C'est sûr qu'il peut avoir un lien, il peut y avoir un lien par rapport à la diminution du prix. Par rapport à la diminution de la qualité,

Louis

Est-ce que tu penses que les promotions par réduction de prix peuvent être considérées comme une opportunité à certaines personnes d'accéder aux produits bio ?

Anthony

Ouais, bien sûr bien sûr. Après c'est vraiment toujours cette question de pouvoir d'achat qui revient. On peut mettre en place, et on l'a déjà vu ici depuis quelques années, les différentes enseignes qui se sont installées. Bah au sein du centre-ville de Tournai et même le long de de l'avenue de maire, la drève de maire pour aller vers Froyenne, on a des grandes enseignes comme Bioplanel, Coprosain qui qui ont ouverte. Les gens sont intéressés, mais c'est toujours cet aspect du prix qui pour moi pour moi le problème il est là hein. Ce n'est pas forcément à la limite la quantité. Ben voilà, mais c'est ce prix. Parce que c'est sûr que par rapport au produit en lui-même, il n'y a pas photo entre un produit bio et un produit conventionnel, on sent directement la différence entre les 2 gouttes, mais pour moi, cette question de prix, qui peut éventuellement gêner le consommateur moyen.

Louis

Donc tu es favorable quant au fait que les produits bio soient plus accessibles ?

Anthony

C'est sûr que si tu as un produit bio qui est plus accessible, bah forcément c'est mieux pour tout le monde. Parce que qui dit bio on a souvent ça associer le bio à avoir une bonne alimentation au niveau de la santé. On dit souvent aussi que le produit conventionnel comporte beaucoup de de produits chimiques. Des produits tout ce qui est colorant et compagnie. Donc c'est sûr que manger bio bah voilà c'est bon pour la santé. Après voilà c'est cette question d'accessibilité ?

Louis

Mais tu penses que ce serait un modèle tenable ?

Anthony

Non parce qu'on a on a tellement de grosses sociétés qui achètent en grande quantité qu'au final ce ne serait pas possible d'avoir un vendeur local et vendre en grande quantité pas cher. Il y aurait-il y a un déséquilibre par rapport aux grandes enseignes et donc forcément au niveau de la concurrence ce serait plus possible.

Louis

Mais si tous les fermiers, par exemple font comme la ferme des coquelicots et se mettent au bio. Et chacun cultive ses passerelles en bio. Tout le monde irait chez les maraîchers et là ça pourrait faire concurrence justement.

Anthony

Effectivement, après, il faut qu'il y ait de la motivation, moi, il y a un produit qui est en tête par rapport à ce genre de situation, c'est le lait fair-bel, c'est un ensemble de fermiers belges qui se sont unis pour vendre ce produit et finalement le lait fair-bel on le retrouve à un prix correct. Il se retrouve en grande surface celui-là, nous, c'est le lait qu'on achète. Alors oui, effectivement, il faudrait que différents fermiers, différents vendeurs locaux se s'associent. Mais est-ce que c'est si simple, c'est impliqué. Est-ce que c'est si simple pour eux de s'associer ?

Louis

Mais justement, c'est là où tout est l'enjeu c'est de vouloir faire le pas. Et il y en a qui veulent leur confort, de la rentabilité. C'est clair que je pense qu'un producteur bio va moins gagner qu'un producteur conventionnel, c'est sûr, mais un moment donné, faudra y passer, je pense.

Anthony

Après c'est sûr que pour moi la marge d'erreur c'est surtout ça aussi en tant que vendeur. La marge d'erreur, elle est beaucoup plus importante en tant que vendeur local. En tant que vendeur conventionnel, ça un produit qui ne se vend pas sur un marché local. Ça a un impact énorme.

Louis

Ouais mais voilà toto je te remercie. Nous sommes arrivés au terme de cet entretien. Donc encore un grand merci pour toutes tes précieuses réponses. Je ne sais pas si t'as quelque chose à ajouter d'important ou une question à poser ?

Anthony

Bon courage pour la suite.

Louis

Je te remercie, à bientôt !

12. Informant 12

Louis

Bonjour, donc je m'appelle Louis et je réalise un mémoire en collaboration avec Ilona. Donc nous sommes à L'UCLouvain Fucam en sciences de gestion. D'abord merci d'avoir accepté cet entretien et donc on va essayer de comprendre un petit peu les comportements d'achat de consommation en Belgique, en particulier en matière d'achat courant.

On va discuter ensemble autour d'une série de questions à ce sujet. Tu es libre de partager avec moi ce que tu veux. Si tu ne veux pas répondre à une question tu n'es pas obligé. Donc voilà, s'il y a une question qui n'est pas claire au moment de l'entretien, tu peux aussi le dire, il n'y a pas de problème. Est-ce que tu acceptes avant tout que cet entretien soit enregistré ? Mais il sera supprimé par la suite.

Aude

Oui.

Louis

Ok, ça va super. Donc Premièrement, est-ce que tu peux te présenter donc ta profession, ton âge ? Et tes hobbies et tes activités ?

Aude

Aude Leroi, Éducatrice spécialisée. 45 ans, sportive, je cours 2 fois par semaine et je vais à la salle.

Louis

Et est-ce que tes hobbies ils impactent tes choix en matière d'achat courant ?

Aude

Non, pas vraiment, pas vraiment.

Louis

Donc on parle beaucoup d'environnement et d'écologie, est-ce que tu es sensible à l'écologie ? Ça se traduit comment dans ton quotidien ?

Aude

Ah Ben on trie tout ce qui est ménager tous les déchets du ménage. On achète un petit peu local. On essaye de regarder tout ce qui est par exemple les achats dans le village, dans les fermes à proximité. On regarde aussi à nos déplacements. Pour l'instant je vois ça mais après je peux peut-être revenir sur cette question à la suite.

Louis

Ouais ça va, mais c'est déjà pas mal de choses. Et selon toi justement, qu'est-ce qui définit un consommateur responsable ?

Aude

Un peu tout ce qu'on vient de dire. Aussi achat local surtout responsable et réfléchi des achats réfléchis, pas des déchets. Pas des choses comme ça, euh. Pas trop manger pour jeter par la suite, réfléchir sur ces repas, sur les emballages.

Louis

Ouais, c'est vrai, les emballages aussi, faut en tenir compte et du coup, est-ce que tu te considères comme un comme une consommatrice responsable ?

Aude

Un peu, mais pas 100%. Je pourrais faire mieux, ouais.

Louis

Est-ce que les aspects environnementaux et sociaux qu'on connaît aujourd'hui influencent tes choix en matière d'achat ?

Aude

Ouais oui, un petit peu quand même, parce que je regarde quand même les produits moins pulvérisés. Bon, c'est ça qui me dérange pour l'instant, ce sont les produits pulvérisés. J'aimerais bien diminuer ça, prendre un peu plus de bio, mais je le fais déjà mais pas assez.

Louis

OK, où est ce que tu fais tes achats courants ?

Aude

En général au Colruyt. Ou la viande c'est un autre, c'est Intermarché. Et autrement je sais aller dans les fermes, dans les fermes du village. Ici on est bien, on a bien le choix au niveau de Tournai, comme l'huile, je sais la prendre aussi. Ce n'est pas bio mais c'est de l'huile locale. Les fromages c'est on trouve des fromages locaux, ici.

Louis

Et est-ce que tu fais attention au label sur les produits ?

Aude

Non ? Aux labels ? Non, je ne sais même pas ce qu'il y a comme label ?

Louis

Ben il y a des labels bio justement, il y a bio Wallonie.

Aude

Moi je prends bio local mais dans les magasins quand il est marqué bio. Là je n'ai pas des grandes surfaces bio, là je n'ai pas trop confiance comme les tomates bio ou les bananes bio, ça

c'est ça ne m'inspire pas confiance. Et dans les magasins locaux ça c'est sûr que quand c'est du bio je pense que l'on respecte.

Louis

Ouais ouais, ça dépend. Ça dépend le magasin.

Ouais donc voilà, est-ce que tu peux te souvenir de ta dernière visite en magasin pour réaliser des achats courants ? Et donc dans quel magasin c'était et pourquoi ce magasin ?

Aude

À Lidl, parce que je passais devant et je devais acheter vite, vite des pâtes pour le souper. Mais ce n'est même pas un magasin que je côtoie souvent. C'était comme ça parce que on passait devant. Il était tard et on avait besoin.

Louis

Et comment tu as procédé pour le choix des ingrédients entre les différentes marques disponibles dans le magasin ?

Aude

On n'a pas choisi par rapport aux marques. On a choisi par rapport aux produits qu'on voulait et il n'y avait pas beaucoup de choix comme on avait choisi des pâtes. Après je n'ai pas trouvé toutes les marques que je voulais, je voulais des granits comme pommes. Je n'ai pas trouvé après les poires, les confidences j'ai trouvé mais comme poire, pomme et tout ça je préfère aller des vergers locaux.

Louis

Ouais, ouais.

Est-ce que tu prends en compte les différentes marques ou les fabricants au sein d'une catégorie de produits au moment de faire ton choix ? Ou alors tu as toujours ta marque phare que tu prends dans chaque catégorie de produits ?

Aude

Non mais comme pour les fruits, alors moi ce sont beaucoup les fruits, le fromage, les yaourts, ça c'est vraiment propre à chaque ferme.

Louis

Ouais. Mais si pas. Je vais dire dans les magasins, la marque par exemple si tu vas prendre des biscuits ou quoi ?

Aude

Je regarde quand même parce que on aime bien ce produit-là. Ouais, on change rarement parce que c'est souvent le produit qu'on aime. Ouais.

Louis

Et donc selon toi, quels sont les critères les plus importants lorsque tu fais un choix de produit ? Tu devais me dire le top 3 ?

Aude

Je dirais la présentation, le l'aspect du produit, mais dans les magasins locaux, là je dirais plus. Là je sais que le produit, même s'il ne présente pas aussi bien, c'est de qualité, mais la forme, elle est moins bien peut-être dans les magasins normaux, la forme du produit, tout ça, elle est peut-être bien calibrée.

Louis

C'est sûr. Et est-ce que tu prends en compte les avis des autres consommateurs ou les recommandations de ton entourage avant de faire ton choix ?

Aude

Pas tout le temps mais ça je suis déjà allé dans certains magasins grâce à Facebook et les critiques de Facebook. C'est grâce à la pub qu'y a sur Facebook et les critiques. Et grâce à ça j'ai pu déjà ouais sélectionner un endroit.

Louis

Et des produits, moins ? On ne t'a jamais dit par exemple à tel produit, il est vraiment bien ?

Aude

Si on me l'a déjà dit quand même. Ouais mais ça dépend en général ou des produits de la nourriture ou moi j'ai plus parlé par rapport aux achats généraux tu vois ? Ouais mais par rapport aux produits locaux non.

Louis

Est-ce que ça t'arrive d'acheter des produits bio et si oui dans quel type de catégorie de produits ?

Aude

La Fromagerie, mais ce n'est même pas bio en fait, au magasin bio qui ne vient pas loin de chez nous, c'est bio mais pas le fromage.

C'est le c'est local, moi, mais comme les pommes et les poires là, ils sont, je pense qu'ils sont bio mais où ? Je vais au verger à Molembeix, là ce n'est pas bio mais c'est local, c'est quand même pulvérisé. Mais raisonner c'est une agriculture plus raisonnée, ça veut dire moins pulvériser, ça doit être pulvérisé mais moins fort.

Louis

OK, Ouais.

Et donc tu as déjà un petit peu répondu mais où est ce que tu achètes les produits bio donc ?

Aude

Ouais si ouais mais ce n'est même pas totalement bio. La ferme ici à côté, elle est bio, mais pas pour le fromage ni le beurre. Mais tous les légumes, ils sont bio.

Louis

Et alors dans les dans les grandes surfaces tout ça, tu ne fais jamais attention au bio ?

Aude

Non, non, ça je n'achète jamais de bio là-bas.

Louis

Donc combien de fois tu achètes bio ?

Aude

Pour certains produits une fois semaine.

Louis

Une fois semaine et ça fait longtemps que tu t'es passé à cette consommation ?

Aude

Depuis qu'il y a eu le confinement.

Louis

Ah ouais, depuis le confinement, ouais, comme beaucoup de personnes hein. Et donc enfin ensuite ouais, qu'est-ce qui motive tes ton choix d'acheter des produits bio ?

Aude

Parce que je, qu'on pulvérise vraiment beaucoup, beaucoup, et qu'il y a trop de maladies, cancer, je me demande si ce n'est pas tout ça, c'est parce que toutes ces maladies font réfléchir et je me demande vraiment si ce n'est pas parce qu'on pulvérise à grande quantité. C'est pour ça, je réfléchis pour ça, les pesticides.

Louis

Ouais, Ouais, les pesticides.

Comment tu perçois la qualité des produits bio par rapport aux produits conventionnels, aux autres ?

Aude

Je trouve qu'on mange quand même mieux, la qualité des produits, elle est pareil mais elle est quand même mieux dans les locaux. La qualité en elle-même, la présentation et tout ça du produit, elle est pareil je pense, mais avec moins de pesticides c'est quand même mieux. Je trouve que c'est quand même mieux. Avec moins de pesticides c'est mieux. Mais la qualité du produit. En quand visuellement elle est pareil. Après la qualité, vraiment, je pense qu'elle est quand même mieux en bio, pour notre santé c'est quand même mieux.

Louis

Et donc ensuite ? Comment tu perçois le prix des produits bio par rapport aux autres produits ?

Aude

Ouais, ça c'est très très cher, c'est ça le problème.

Louis

Tu trouves ça beaucoup plus cher ?

Aude

Il y a beaucoup de fermes qui ont dû arrêter parce que maintenant, avec les manifestations des fermiers, les gens sont revenus depuis 2, 3 mois à ça. Mais autrement, dans les magasins bio, ils l'ont dit, il y avait une diminution depuis que le confinement avait arrêté tellement que les gens ont reconsommé ailleurs. Ouais, ça coûte très très cher.

Louis

Et est-ce que ce prix est justifié pour toi ou non ?

Aude

Et moi quand je vois parce que j'habite à côté d'une ferme bio et quand je vois les gens toujours retirer des mauvaises herbes et tout ça, c'est beaucoup, beaucoup de travail. Ça c'est vrai, c'est beaucoup, beaucoup de travail, faut le voir pour le croire. Et c'est vrai que pulvériser c'est la facilité quand même. Ici, c'est beaucoup de travail, ça c'est sûr.

Louis

Lorsque tu achètes des produits d'achat courant, est-ce que tu fais attention au prix de vente et est-ce que c'est un critère de choix ?

Aude

Oui, je regarde souvent le prix au kilo.

Louis

Au kilo, ouais, c'est mieux à faire.

Aude

Mais moi, mon budget pour nourriture, ça je ne regarde pas les gens. Il y a beaucoup de gens qui regardent. Moi j'ai mes marques et je ne regarde pas mon budget nourriture parce que je sais que ça devient de plus en plus cher. Mais le budget nourriture, ça ce n'est pas grave pour moi, pour nous ce n'est pas grave.

Louis

Les promotions par réduction de prix, est-ce que ça peut constituer un critère de choix pour toi quand tu vas faire ? Courses au supermarché.

Aude

Je regarde surtout pour la viande à Intermarché. Ouais, ça c'est je regarde les promotions. Quand on est là pour la viande, on achète autre chose bien sûr. Mais je me déplace surtout Intermarché pour la viande et pour les promotions de viande parce qu'on est des très grands mangeurs de viande.

Louis

Et est-ce que ces promotions ça peut influencer tes décisions d'achat ?

Ouais, je vais à ce magasin-là plutôt que celui-là. Mais surtout pour la viande. Ouais, c'est surtout pour la viande

Louis

Ouais mais si pendant tes courses tu hésites entre 3 paquets de pâtes et qu'il y en a qui est en promotion, est-ce que ça peut par exemple t'influencer ?

Aude

Non parce que on aime bien certaines marques et ce sont nos marques. Et je crains que les enfants n'aient pas

Louis

D'accord

Ouais, donc c'est pour les viandes.

Est-ce que tu as déjà bénéficié de promotions par réduction de prix sur des produits bio ?

Aude

Non ? Ah si, bien sûr, les produits bio conservent peut-être pas aussi bien que les autres produits. Et si, si, des promotions. Dernière minute, le produit est déjà à manger ici, tout. Suite ouais. On a j'ai déjà eu des poires qu'il fallait manger tout de suite, consommer directement. Ce sont des promotions comme ça mais ce ne sont pas des promotions.

Louis

Dans les fermes ça alors ?

Aude

Oui, très, très rarement, ouais.

Louis

Et est-ce que tu penses ouais voilà justement, est-ce que tu penses que ces promotions sont aussi récurrentes que pour les produits conventionnels ou pas du tout ?

Aude

Non, non, non. Non mais c'est pour les invendus directs.

Louis

Ouais.

Comment tu ? Perçois justement les promotions sur les produits bio, est-ce que tu trouves ça positif ou négatif ?

Aude

Négatif parce qu'alors c'est parce qu'ils ne vendent pas s'ils doivent faire des promotions. Et ça c'est dommage pour le des petits commerces. Ouais, ce sont souvent des petits commerces.

Louis

Et est-ce que justement ces promotions par réduction de prix ça peut influencer ton choix d'opter pour des produits bio plutôt que des produits conventionnels ?

Aude

Ouais, ça peut. Ouais, ça se peut. Le prix ça peut être ouais mais est-ce que le produit bio tu veux me dire ? Répète un peu ta question ?

Louis

Ben est-ce que si on fait des promotions sur le bio, est-ce que ça peut t'en faire acheter plus toi ?

Aude

Non. Même tu peux avoir des promotions et si t'en achètes beaucoup plus, faut vraiment le manger tout de suite hein, parce que ça ne conserve pas autant.

Louis

Ouais mais est-ce que du coup tu penses que pour les autres personnes ça pourrait les encourager à consommer davantage du bio et plus régulièrement ?

Aude

Ouais mais si, c'est parce que le bio les gens ils aiment, mais c'est trop cher. La vie actuelle elle est vraiment déjà le produit sans être bio il est déjà cher. Ouais, c'est ça le problème.

Louis

On va au magasin. Maintenant, pour bon nombre de produits, on sait que la qualité, elle est associée au prix. À cet égard, quel est ton avis sur l'impact des promotions par réduction de prix sur la perception de la qualité des produits ?

Aude

Ouais mais c'est vrai. Bah ouais c'est vrai que pour certains produits mais si c'est en promotion dans le bio de toute façon il n'y a pas de promotion et s'il y a une promotion, la qualité elle est moins bonne. C'est la fin d'un c'est la fin. Ça ne conserve pas autant et c'est un produit à consommer tout de suite. C'est la fin. Cependant des autres produits, des yogourts, on nous dit

que c'est consommable encore 2 3 semaines en plus. Ouais mais dans le bio on ne sait pas conserver ces produits.

Louis

Et est-ce que tu penses que les promotions par réduction de prix peuvent être considérées comme une opportunité d'accéder justement à ces produits bio ?

Aude

Ouais Bah ouais. Pour que certaines personnes si quand même. Mais est-ce qu'ils vont réduire le bio ? C'est totalement difficile à faire.

Louis

Et pour toi ce serait favorable que les prix soient plus accessibles dans le bio ?

Aude

Ben ce serait bien, mais favorable pour nous. Mais eux, alors ce n'est pas vivable pour eux.

Louis

Ouais donc tu penses que justement la prochaine question c'était, est-ce que c'est un modèle tenable pour toi ? C'est la dernière question.

Aude

Mais ouais, moi oui. Mais eux non hein. Parce que moi je vois qu'ils travaillent beaucoup.

Louis

Ouais mais voilà.

Je te remercie. On est arrivé au terme de cet entretien. Je te remercie pour tes précieuses réponses et le temps que tu m'as accordé. Donc les informations que vous nous avez fournies, nous nous serons d'une grande aide et voilà. Est-ce que je ne sais pas si avant de se quitter, tu as quelque chose à rajouter ou une question à poser ou une suggestion ?

Aude

Non, non.

Bon courage pour la suite de tes de tes questionnaires et pour ton travail de fin d'année.

Louis

Ben merci, je te remercie encore une fois. À bientôt.

13. Informant 13

Louis

Bonjour Nicolas, comme tu sais-je fais un mémoire avec Ilona à L'UC Louvain, en sciences de gestion. Merci d'avoir accepté cet entretien. Donc c'est une étude sur tes comportements d'achat

pour savoir un petit peu plus. Voilà les achats courants, comment ça se passe et faire une étude autour de ça. On va discuter autour d'une série de sujets. Tu es libre de partager avec moi ce que tu veux et il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse. C'est ton opinion qui compte pour moi. S'il y a des trucs qui ne sont pas clairs, tu peux me le dire. Et déjà avant de commencer, est ce que tu acceptes que ce soit enregistré afin que je puisse mieux récolter les données ?

Nicolas

Oui pas de souci.

Louis

merci donc. Est-ce que tu peux te présenter en quelques mots donc ton âge, ta profession, ta situation, tes hobbies ?

Nicolas

Donc je m'appelle Nicolas, j'ai 28 ans, je suis instituteur depuis 5 ans. Mais hobbies, c'est beaucoup le football depuis tout petit. Sinon, j'aime bien le sport en général, mais pas en compétition quoi en plus à côté.

Louis

Et qu'est-ce qui est important pour toi dans la vie ?

Nicolas

Ce qui est important pour moi dans la vie, bah c'est profiter de chaque moment, que ce soit avec les amis ou avec la famille ou avec ma copine.

Louis

Et est-ce que ça a un impact dans tes choix en matière d'achat courant ?

Nicolas

Euh oui.

Louis

Dans quel sens ?

Nicolas

Ben dans le sens peut-être des sorties, surtout des activités qu'on fait le weekend ou pendant les vacances, pendant les congés. Aussi, les sorties au niveau restaurant. Manger à l'extérieur, et cetera.

Louis

OK, aujourd'hui on parle beaucoup d'écologie et d'environnement, est-ce que tu es sensible à l'écologie ?

Nicolas

Euh quand on m'en parle euh oui le sujet m'intéresse mais après je fais attention quand j'y pense mais je ne vais pas faire attention tout le temps. Je ne vais pas penser qu'à ça quoi, ce n'est pas ma priorité. Mais oui, j'essaie de faire le minimum et ce que je peux faire à mon à mon échelle.

Louis

Selon toi, qu'est ce qui définit un consommateur responsable ?

Nicolas

C'est un pour moi, c'est un consommateur qui va faire attention à peut-être consommer local, à peut-être privilégier les commerces locaux, les commerces équitables, les commerces, voilà.

Louis

Ouais, est ce que toi tu te sens comme un consommateur responsable ou pas ?

Nicolas

Non, non, parce que je prends la facilité. Par exemple pour mes courses alimentaires, Ben je préfère. C'est un gain de temps hein mais je préfère faire tout en une fois et tout avoir dans le même magasin, ou alors le maximum en tout cas. Plutôt que de devoir faire 345 magasins et mettre du temps, mais simplement une question de temps du coup.

Louis

Et est-ce que les aspects environnementaux et sociaux ils influencent ton choix en matière d'achat ?

Nicolas

Non.

Louis

Ok, merci. Ensuite, on va passer dans une autre catégorie, donc où est-ce que tu fais tes achats courants maintenant ?

Nicolas

Alimentaire, vestimentaire ?

Louis

Ouais, à chaque fois achats courants, c'est alimentaire.

Nicolas

Dans les grandes surfaces, ça dépend. Mais souvent c'est le Lidl ça peut être l'Intermarché aussi puisque j'en ai un qui n'est pas loin de chez moi et de temps en temps le SPAR.

Louis

Ok. Et quelles principales considérations guident tes achats quotidiens ? Donc ça veut dire. Qu'est-ce qui fait que tu vas choisir un produit plutôt qu'un autre ?

Nicolas

Euh bah le prix pour certains articles ça dépend pour quels articles en fait. Mais le prix oui, mais pour tout ce qui est viande alimentaire, j'ai privilégié la qualité plutôt que le prix. Donc le prix et la qualité.

Louis

Ok, est-ce que tu fais attention au label sur les produits ?

Nicolas

Non, pas du tout.

Louis

Est-ce que tu peux te souvenir de la dernière fois que tu as été en magasin ? Pour des achats courants et me dire dans quel magasin c'était pourquoi ce magasin-là ?

Nicolas

Ben c'était Lidl. C'était samedi passé, c'était pour faire les courses pour cette semaine.

Louis

Et pourquoi Lidl, pourquoi Lidl ?

Nicolas

Parce qu'on était sur la route puisque j'avais été mangé au bastion et pour venir chez moi, Bah le Lidl il n'est pas loin et parce que c'est là où je trouve qui est au niveau qualité prix, c'est le meilleur. Comparé au Spar. Il y a peut-être de très bons produits aussi, mais je trouve le Spar est un peu plus cher.

Louis

Et quel type de produit tu as acheté ?

Nicolas

J'ai acheté des fruits, du pain, de la viande, du poulet de la viande hachée, j'ai acheté des légumes. La charcuterie pour mettre sur les tartines pour la semaine. Même si ça je vais plus souvent en France et là je prends en gros, mais là j'en avais plus donc j'en avais pris, j'en ai pris 2 bouteilles

Louis

Et donc pour tout enfin pas détaillé. Mais en général, comment tu as procédé au choix entre les différentes marques ?

Nicolas

Euh. Mais au niveau du pain, il n'y avait pas vraiment de choix. Au niveau des baguettes, j'ai préféré prendre des baguettes à cuire, comme ça, elle est fraîche, parce que si je prends une le samedi, Ben le lundi, elle sera plus fraîche, alors que là, j'ai juste à la cuire. Ensuite au niveau des fruits, je ne pense pas qu'il y ait beaucoup de choix non plus. Après au niveau de la viande, bah c'était pareil.

Louis

Ouais, c'est vrai qu'au Lidl il n'y a pas beaucoup d'alternatives dans une catégorie de produit. Mais si pas tu prends des yaourts ou quoi parfois ? A quoi tu regarderais pour faire ton choix là-dedans ?

Nicolas

Le goût et encore une fois ouais, le prix. Et après, si je prends le moins cher que ça ne me convient pas, Ben je regarderai plutôt la qualité, mais en premier peut-être le prix.

Louis

Est-ce que tu prends en compte les différentes marques au sein d'une même catégorie de produits quand tu fais des achats ?

Nicolas

Oui. Par exemple, au Spar il y a souvent la marque Spar et la vraie marque. Donc ça dépend pour quel produit. Quand ce sont des produits ménagers, quand c'est des produits comme le papier toilette, Ben là je ne vais pas hésiter, je prends la sous marque puisque c'est des produits qu'on ne mange pas, mais quand c'est des produits qu'on mange, bah j'ai plus tendance à prendre la marque.

Louis

Quels critères sont les plus importants pour toi quand tu veux acheter un produit, donne-moi le top 3 ?

Nicolas

Top 3, bah la qualité. Le prix et la disponibilité dans enfin, le fait qu'il y en ait régulièrement dans le magasin parce qu'il y a certains articles qu'on trouve peut-être moins ou qui sont plus souvent en rupture de stock. Je pense par exemple à la burrata au Spar.

Louis

Est-ce que tu prends en compte les avis des autres consommateurs ou les recommandations de ton entourage avant de faire ton choix ?

Nicolas

Non après je n'en parle pas beaucoup avec mon entourage de sujet-là et souvent quand je fais les courses bah je l'ai fait avec ma copine donc on choisit ensemble.

Louis

Tu n'as jamais un ami qui te dit « ce matin cette marque de Yaourt est vraiment bonne ». Ou les pâtes ou autre chose hein.

Nicolas

Ouais s'il y a une fois il y a un copain à moi, il m'a dit que les lasagnes du chez Aldi étaient très bonnes. C'est vrai que du coup là j'étais allé en acheter pour goûter mais c'est vrai qu'elles étaient très bonnes. Mais le Aldi je ne vais pas souvent. Bon parce que bah il n'y a pas tous les produits que je veux déjà et puis je trouve qu'au niveau de la viande, je trouve qu'elle est moins bonne, il y a moins de qualité.

Louis

Est-ce que ça t'arrive d'acheter des produits bio ?

Nicolas

Non.

Louis

OK. Qu'est ce qui te freine à ne pas acheter des produits bio ?

Nicolas

C'est parce que je n'ai jamais pensé en acheter. Peut-être le prix qui est un peu plus cher, je pense, mais ce n'est pas une question sur laquelle je me suis posé non plus. Non, peut être le prix, ouais.

Louis

Et comment tu perçois la qualité des produits bio par rapport aux produits conventionnels ?

Nicolas

Moi je pense qu'ils sont certainement de meilleure qualité puisqu'ils sont bio. Mais je n'ai jamais testé. Ou alors quand vraiment y a plus que ça quoi que je n'aie pas le choix mais c'est très rare.

Louis

Tu m'as dit que tu percevais le prix des produits bio plus élevés que les autres produits, est-ce que pour toi ce prix est justifié ?

Nicolas

Oui, je pense, parce qu'il y a peut-être plus de travail. Je pense au niveau de la matière première, enfin au niveau de la fabrication.

Louis

OK, lorsque tu achètes des produits d'achats courants, est-ce que tu fais attention au prix de vente et est-ce que c'est un critère déterminant dans tes choix ?

Nicolas

Oui bien sur.

Louis

Est-ce que les promotions par réduction de prix ça constitue un critère de choix pour toi ?

Nicolas

Oui il y a quelquefois je vais faire les courses et je ne sais pas quoi acheter encore. Donc je vais me décider dans le magasin. Et c'est vrai que forcément là ça va influencer mon choix et ça va me donner des idées. Enfin je vais aller vers les viandes par exemple, s'il y a une viande qui est en promotion, Ben je vais prendre celle-là. Et donc ça va influencer mon choix dans pour les plats de la semaine.

Louis

OK, est-ce que tu as déjà bénéficié des promotions par réduction de prix sur des produits bio ?

Nicolas

Non

Louis

Est-ce que tu penses que les promotions sont aussi régulières sur les produits bio que sur les autres produits ?

Nicolas

Ce ne sont pas les produits que je regarde souvent donc je ne sais pas. Je ne pense pas je pense qu'il y a moins de réductions sur les produits bio parce que les produits bio il y a moins de quantité. Et je pense que les promotions, c'est parce qu'ils ont des grandes quantités. Peut-être qu'ils doivent écouler les quantités, donc ils les mettent en promotion pour influencer les acheteurs à acheter ce produit-là. Et dans les produits bio, c'est peut-être moins le cas puisqu'il y a moins de quantités.

Louis

Et comment tu pourrais percevoir les promotions sur les produits bio ? Pour toi ça serait quelque chose de positif ou de négatif ?

Nicolas

Bah ça peut être que positif puisque ça inciterait et ça influencerait peut-être les gens à acheter bio et à tester.

Louis

Et toi justement, est-ce que ça pourrait t'influencer ?

Nicolas

Ouais, ça serait peut-être une bonne occasion de tester.

Louis

Est-ce que tu penses que pour les autres consommateurs ça pourrait influencer leur choix d'aller aussi vers les produits bio ?

Nicolas

À mon avis, si c'est le cas pour moi, ça doit être le cas aussi pour les autres oui.

Louis

Ensuite, pour de nombreux produits, on associe fortement la qualité au prix et donc forcément quand il y a une promotion, le prix baisse et donc on peut penser que la qualité va aussi baisser. Est-ce que tu penses que ça pourrait justement influencer à la baisse la perception de la qualité perçue des consommateurs ?

Nicolas

Non je ne pense pas, ce n'est que mon avis mais les réductions c'est peut-être par rapport comme je disais à la quantité et peut-être le fait de devoir écouler les stocks avant que la date de péremption n'arrive. Et je ne pense pas que ça, ça serait par rapport à la qualité que ça influencerait.

Louis

Est-ce que tu penses que c'est un modèle qui serait tenable d'avoir des produits bio plus accessibles ? Dans le sens où on sait que les produits bio c'est plus long à faire et que si ça veut dire que ça va attirer plus de gens et donc forcément faudrait peut-être avoir plus de quantité.

Nicolas

Je ne travaille pas dans la fabrication de produits alimentaires, mais ouais, peut être que du fait qu'ils mettent des promos, ils risquent de ne plus savoir gérer leurs stocks et de tomber à court.

Louis

Ok Ben merci, on est arrivé au terme de cet entretien. Je ne sais pas s'il y a des questions ou des suggestions sur ce questionnaire et ce sujet ?

Nicolas

Non ça va, tout était clair, merci à toi.

Louis

Ok, Ben. Merci à toi pour tes réponses et à bientôt !

14. Informant 14

Louis

Bonjour papa, comme tu sais-je réalise un mémoire sur les habitudes d'achat en termes de d'achat courant. Et donc voilà, je vais te poser des questions et ça sera un entretien sous forme de discussion sur tes habitudes à toi. Donc c'est personnel et il n'y a pas de mauvaise ou de bonnes réponses, et tu es libre de partager avec moi ce que tu veux. Et s'il y a quelque chose qui ne sont pas clair, n'hésite pas à m'interpeller. Est-ce que tu es d'accord que j'enregistre cet entretien pour mieux pour pouvoir mieux utiliser les données par la suite ? Et après ça sera supprimé. Ben Premièrement, est ce que tu peux te présenter ? Non, profession, âge, hobby.

Laurent

Laurent Decruyenaere, 54 ans très prochainement, employé de banque. Les hobbies sont le sport en règle générale, le la randonnée, ça je pratique beaucoup. Voilà le sport, règle générale.

Louis

Qu'est-ce qui est important pour toi dans la vie et est-ce que ça a un impact sur tes achats ?

Laurent

Ce qui est important pour moi dans la vie, c'est d'être heureux d'être très épanoui, de ne pas avoir de stress, de pression, de de se lever le matin pour aller travailler et être content, le soir, à m'endormir, devoir passer une bonne journée.

Louis

Et est-ce que ça a un impact sur tes choix en matière d'achat ?

Laurent

Non, ça n'a pas d'impact sur mes choix en matière d'achat.

Louis

Ok. On parle beaucoup d'environnement et d'écologie aujourd'hui, est-ce que tu es sensible à l'écologie ?

Laurent

Alors oui, je suis sensible à l'écologie. Pour preuve je vais passer à la voiture électrique. Alors que je pourrais garder une voiture diesel. Maintenant bon, je suis conscient que je ne suis qu'un petit, qu'une petite goutte d'eau dans l'énorme océan et que ce n'est pas moi qui vais changer les choses. Mais voilà, je mets ma marque, mon pied, d'édifice en essayant par exemple d'aller jeter au container mes plastiques, mes papiers. En allant, en roulant, voiture électrique, en essayant de ne pas rouler inutilement.

Louis

Ok. Et qu'est-ce qui, selon toi, définit un consommateur responsable ?

Laurent

C'est quelqu'un qui fait justement attention à la pollution, au côté environnement, au côté social, voilà.

Louis

Et est-ce que tu te considères comme un comme étant un consommateur responsable ?

Laurent

Non, je ne considère pas comme un consommateur responsable.

Louis

Et pourquoi qu'est-ce que tu pourrais faire de plus par exemple ?

Laurent

Je pourrais acheter local, je pourrais acheter français, je pourrais acheter bio. Je ne suis pas, je ne suis pas durable, je ne suis pas responsable. Je ne fais pas attention en tout cas à ce que mon costume que j'achète ne vienne pas de Chine, Turquie, mais vienne de France. Non, pour moi, je prends le rapport qualité prix.

Louis

Et les aspects environnementaux et sociaux, est-ce qu'ils influencent des choix en matière d'achat ?

Laurent

Non, il n'influence pas mes choix en matière d'achat.

Louis

Où est ce que tu fais en en règle générale tes achats ?

Laurent

Alors en termes de nourriture, bah dans les grandes surfaces tels que Auchan et le SPAR. Et pour mes achats de vêtements ? Ben j'utilise très peu de de vêtements et sur des costumes. Pour travailler ça, j'achète sur Internet, chez Hugo Boss ou éventuellement dans un magasin ici localement.

Louis

Après achat courant, c'est vraiment. La lessive, la nourriture, ... Les choses que tu achètes tous les jours quoi, tout ça c'est Auchan voire le SPA, OK ?

Laurent

Ouais.

Louis

Quelles sont tes principales considérations qui guident tes décisions d'achat au quotidien ?

Laurent

Essentiellement le prix.

Louis

OK, et est-ce que tu fais attention au label sur les produits ?

Laurent

Pas du tout parce que d'un, je n'ai pas le temps de commencer à analyser ça. Et Deuxièmement parce que j'ai eu mes habitudes d'achat et donc on achète toujours les mêmes choses entre guillemets.

Louis

Est-ce que tu peux te souvenir de la dernière fois que tu es allé dans un magasin pour faire tes achats courants me dire déjà Premièrement dans quel magasin c'était ?

Laurent

La dernière fois, c'était à Auchan, je crois, et pourquoi ce magasin ? D'abord ça coûte moins cher en France qu'en Belgique et pour les grosses courses du style justement boisson, eau, coca produit de main à lessiver, Kellogg's, voilà les grosses courses et la rapidité aussi puisque je commande au drive. J'en ai royalement pour 3 Min 50 au Drive à faire le plein, ce qui est embêtant c'est de faire la route pour aller jusque-là remplir le coffre, mais j'y vais soit après le boulot souvent. Et donc c'est sur la route, je pousse une pointe jusque Leers.

Louis

Et comment tu as procédé pour faire ton choix entre les différentes marques ? Ou fabricants disponibles.

Laurent

De nouveau, hein, essentiellement les promotions et le prix.

Louis

Est-ce que tu prends en compte en règle générale les différentes marques au sein d'une catégorie de produits ou est c'est toujours les mêmes.

Laurent

C'est souvent toujours le même, hein ? Ce sont souvent les marques de distributeurs sauf Kellogg's. Mais bon, pour les autres je prends la cristalline la moins chère. Ouais, le Coca Cola aussi.

Louis

Quels sont pour toi les critères les plus importants quand tu vas faire un choix ?

Laurent

Bah le prix, le rapport qualité prix. Pas uniquement le prix, la qualité aussi puisque par exemple si je veux acheter du jambon, je ne vais pas acheter le jambon d'épaule qui coûte le moins cher

parce qu'il n'est pas bon, je prends du bon jambon. Voilà et je fais attention aussi bien au prix qu'à la qualité.

Louis

Est-ce que tu prends en compte les avis des autres consommateurs ou les recommandations de ton entourage ou d'autres consommateurs avant de faire ton choix ?

Laurent

Pas du tout

Louis

Par exemple, si tu as une collègue qui te dit « Ah tu devrais essayer le jambon Intel du Colruyt qui est vraiment bon », est-ce que ça peut influencer ton choix de te dire « Ah bah je vais une fois aller essayer ». Ou tu restes dans tes habitudes ?

Laurent

Je reste dans les habitudes parce que d'une part, ça arrive rarement ça, ce genre de discussion, et Deuxièmement. Si elle me dit, « tiens j'ai trouvé au carrefour tel produit », je n'ai pas envie d'aller au carrefour pour perdre 1 h de mon temps dans un magasin que je ne connais pas pour trouver le produit qui va peut-être me faire gagner 1€ par rapport au même produit que je trouverai au SPAR ou ailleurs.

Louis

Et si c'est dans un magasin où t'as l'habitude de justement d'aller mais un produit que tu n'as pas l'habitude de prendre ?

Laurent

Bah là tout dépend le produit en question et effectivement bah c'était le cas par exemple elle m'a conseillé d'acheter un paquet de cacahuètes et je l'ai pris.

Louis

Est-ce qu'il t'arrive d'acheter des produits bio ?

Laurent

Non, quasiment jamais.

Louis

Et si tu devais en prendre, ce serait au sein de quelle catégorie de produits par exemple, textile, fruits, légumes, cosmétiques, autres ?

Laurent

Nourriture.

Louis

Nourriture principalement ?

Laurent

Oui.

Louis

Et si tu devais en acheter, tu les achèterais où ?

Laurent

Et pour des bio ? Bah soit là chez Leclerc par exemple, Leclerc. (Maraicher bio)

Louis

Leclerc le fermier, pas le magasin.

Laurent

Oui, Leclerc le fermier. Un vendeur local, un marché par exemple aussi sur un marché et puis aussi dans une grande surface.

Louis

Et quelles sont les raisons pour lesquelles tu ne consommes pas plus bio alors que tu as un fermier à 100 M ?

Laurent

Parce que d'un ça coûte plus cher. Et comme j'ai dit, le prix est pour moi important.

Et de deux, je ne suis pas convaincu à 100% que ce soit vraiment meilleur pour la santé ou je n'ai pas non plus à 100% confiance que le bio est vraiment 100% bio et que les producteurs ne nous mentent pas non plus entre guillemets sur la marchandise.

Louis

Comment tu perçois la qualité des produits bio par rapport aux autres produits ?

Laurent

Ben c'est difficile à comparer puisque je n'en consomme pas. Donc Ben j'ose supposer qu'ici que s'ils sont plus chers, ils doivent être meilleurs.

Louis

Et est-ce que tu penses que ça varie d'une catégorie de produits à une autre, par exemple dans le cosmétique ou dans le textile que la qualité peut être meilleure.

Laurent

La qualité peut être meilleure, par exemple dans le textile, c'est évidemment si c'est du Made in France, ce sera certainement meilleur que du Made in China certainement. Mais tu vas aussi payer beaucoup plus cher maintenant, entre 2 pays émergents comme la Chine ou la Turquie,

je vais plus faire confiance à la Turquie qu'à la Chine de nouveau maintenant, au niveau des biens, de la nourriture, je suis prêt par exemple à payer plus cher un kilo de tomates bio ou en tout cas local, parce que j'aurais peut-être plus la confiance au goût, que des tomates qui ont fait 1000 km, qui viennent d'Espagne et qui ont peut-être moins de goût. Ça je suis prêt à faire un effort pour ce genre de produits là le produit. Un bon melon de Cavaillon qui sont super sucrés, plein de goût, puis tu vas avoir 2 melons pour le même prix qui viennent de je ne sais pas moi Tunisie. Ou Espagne et qui voilà tu payes moins cher mais ils sont dégueulasses donc je suis prêt à payer pour la qualité.

Louis

Et pourquoi tu ne le fais pas plus souvent alors ?

Laurent

Parce que je suis content de la qualité des produits que je consomme qui ne sont pas. Le jambon, le le fromage, que sais-je ? Les fruits, les bananes.

Louis

Comment tu perçois le prix des produits bio par rapport aux autres produits ?

Laurent

Qu'ils sont plus chers, évidemment.

Louis

Et est-ce que ce prix pour toi il est justifié ?

Laurent

Alors, de nouveau pas toujours. Il est peut-être justifié justement dans un kilo de tomates dans je ne sais pas moi, une salade peut-être. Vraiment dans des produits qui ont besoin d'avoir du goût. Mais entre un costume qui vient de Turquie ou un costume qui a été fait en France je ne vais pas avoir la différence au niveau de la qualité.

Louis

Et du coup tu m'as dit que le prix c'était quelque chose d'important pour toi ? Donc est-ce que tu fais attention aux promotions par réduction de prix évidemment ? Et comment concrètement ça affecte tes décisions d'achat ?

Laurent

Ah bah si je vois une promotion d'un produit dont je n'ai pas forcément besoin, je vais quand même le prendre s'il y a la promotion. Dans la mesure où j'ai la possibilité de stocker et pour profiter de la promotion.

Louis

Et est-ce que t'as déjà bénéficié de promotions par réduction de prix sur des produits bio ?

Laurent

Non, parce que je n'en achète pas.

Louis

Et est-ce que tu penses que les promotions sont aussi régulières sur les produits bio que sur les autres produits mais de la même catégorie ?

Laurent

Non, je pense qu'il y a moins de réduction sur les produits bio justement.

Louis

Et qu'est-ce qui t'emmène à penser ça ?

Laurent

Parce que justement les produits non bio sont des produits de grande consommation et où les distributeurs, voire les producteurs, peuvent jouer sur le prix au niveau de la masse alors qu'un distributeur bio ou un producteur bio peut pas commencer à faire des réductions et des promotions. Ces marges vont à ce moment-là divisé, je ne sais pas par combien et il va plus avoir sa vie ?

Louis

Comment tu perçois les promotions par rapport aux produits bio toi ?

Laurent

Bah de nouveau ça peut être positif puisque ça va attirer les clients, ça va attirer l'achat. Voilà si je ne sais pas moi, s'il y aura un kilo de tomates, tu as 500 g gratuit à l'achat d'un kilo, ça va faire inciter peut-être à acheter ces kilos de tomates.

Louis

Est-ce que et est-ce que tu penses que toi justement cette promotion par réduction de prix ils peuvent influencer ton choix de, par exemple pour les tomates, d'opter pour des tomates bio plutôt que des tomates conventionnelles s'il y a une si tu vois une promotion.

Laurent

Ah oui, s'il y a une promotion, oui, je vais être incité effectivement à acheter ce produit bio. Si justement je suis tenté de l'acheter hein. Si justement j'ai envie d'un kilo de tomates et que voilà y a une promotion sur le bio qui ramène le prix on va dire assez proche tout en étant plus cher d'un kilo de tomates non bio. Je vais peut-être tenter effectivement d'acheter le kilo de tomates bio.

Louis

Est-ce que tu penses que, au niveau des autres consommateurs, ça peut aussi les inciter ?

Laurent

Bien sûr que ça peut aussi les inciter toutes promotions visent à être incitatrices. C'est quelque chose qui est extrêmement important dans la vie quotidienne.

Louis

Et est-ce que c'est quelque chose que tu valoriserais ? Que d'autres consommateurs consomment plus bio, grâce notamment au prix.

Laurent

Est-ce que c'est quelque que je valoriserais ? Ouais.

Louis

Est-ce que c'est positif pour toi justement ?

Laurent

Bah oui, maintenant pou eux ça serait compliqué.

Louis

Comme tu m'as dit tout à l'heure, la qualité, elle est souvent associée au prix et donc quel est l'impact sur toi ? Si on réduit les prix des produits bio, quel serrait l'impact sur ta perception de la qualité ?

Laurent

Bah ça restera positif parce que pour moi si c'est bio c'est quand même certifié. C'est quand même en principe contrôlé. Je suppose que tout le monde ne peut pas mettre l'étiquette bio sur ces produits. Donc il y aura quand même une marque de confiance et donc oui.

Louis

Est-ce que tu penses que ces promotions peuvent être interprétées comme une indication de qualité inférieure ?

Laurent

Non, je ne pense pas, non, non. Mais voilà de nouveau, mon point de vue c'est que par défaut bio égal plus cher et donc à la limite je ne regarde même pas le prix du bio par rapport au non bio. Sauf de nouveau un produit spécifique, 500 g de fraises au mois de juin. Ben je vais acheter du local, je vais les acheter là-bas, je suis prêt à payer 1,00€ de plus la barquette pour avoir des bonnes fraises avec du bon goût plutôt que de payer 1€ de moins au Spar pour des fraises qui viennent d'Espagne.

Louis

Est-ce que tu penses que les promotions par réduction de prix peuvent être considérées comme une opportunité d'accéder à des produits bio à un prix plus abordable pour les consommateurs ?

Laurent

Bah oui évidemment, au plus les produits sont étiquetés pas cher ou en promotion au plus évidemment ils seront vendus. Enfin je pense du moins.

Louis

Et ton attitude serait favorable quand on fait que les produits bio soient plus accessibles ?

Laurent

Oui évidemment oui. Mais il n'y a personne qui va te dire « non je préfère que les produits bio ne soient moins accessibles et plus chers ».

Louis

Est-ce que tu penses que c'est un modèle tenable ?

Laurent

De nouveau, il y a 2 catégories de gens, tu as les petits et les gros, tu as les riches et les pauvres. Les riches ils vont pouvoir continuer à se permettre de manger bio, à aller voilà faire du bio, du local, et cetera. Et puis tu as tout, je dirais la classe moyenne et en dessous qui vont être obligés de continuer à acheter du jambon d'épaule moins cher. Voilà parce qu'ils ne finissent pas le mois, c'est comme ça. Ils ont peut-être d'autres priorités, ils ont-ils préfèrent peut-être claquer 100 balles dans le loto tous les mois et pas manger bio. C'est pas mon cas, mais moi je ne mange pas pour autant bio quoi.

Louis

Voilà, nous sommes arrivés au terme de cet entretien. Je te remercie pour tes pour ton temps et tes réponses je ne sais pas si tu as quelque chose à rajouter ou des questions sur cet entretien ?

Laurent

C'était très clair. La seule chose que voilà que je voudrais peut-être faire remarquer, c'est que comme je t'ai dit, dans mon esprit bio égal plus cher, Ben à la limite, je ne fais même pas la comparaison quand je fais mes achats, je n'ai même pas dans le par exemple à Auchan, tu as dans les fruits et légumes, tu as un coin bio, je n'y vais même pas.

Louis

Oui les non-consommateurs ont souvent une perception du prix du bio assez exagéré et ne comparent même pas, ils ne s'intéressent pas vraiment.

Bon ben voilà, merci et à la prochaine.

Laurent

A la prochaine.

15. Informant 15

Louis

Bonjour Natacha, je vais commencer par me présenter donc même si je n'aurais pas vraiment besoin. Mais voilà je m'appelle Louis et je suis étudiant à l'UCLouvain Fucam Mons, je réalise mon mémoire avec Ilona Menu et donc merci d'avoir accepté de participer à cet entretien. On réalise une étude donc sur les comportements d'achat et de consommation en Belgique, en particulier en matière d'achat courant. On va discuter autour d'une série de sujets, il n'y a pas de bonne réponse, il n'y a pas de mauvaises réponses, c'est vraiment uniquement votre opinion qui compte pour nous et donc s'il y a quelque chose de pas clair ou quoi que ce soit. Vous n'hésitez pas à me dire. Avant de commencer, est-ce que vous êtes d'accord, que j'enregistre juste pour pouvoir retranscrire ?

Natacha

Oui bien sûr.

Louis

Merci. Est-ce que vous pouvez premièrement vous présenter donc, âge, situation familiale, occupation professionnelle, hobby ?

Natacha

Je m'appelle Natacha Dumoulin, 51 ans. Donc le travail, là je suis en arrêt maladie. Habituellement, je travaille à la commune. Et les hobbies, ce sont plus les voyages, le shopping et la lecture.

Louis

Et qu'est ce qui est important pour vous dans la vie ?

Natacha

La famille, les amis principalement, et voyager, découvrir de nouvelles choses, profiter de la vie, voilà.

Louis

Est-ce que ça a un impact au niveau de vos choix en matière d'achat ?

Natacha

Oui quand même. Par rapport à la qualité, tout ça. C'est ce qui est privilégié.

Louis

OK. Donc aujourd'hui on parle beaucoup d'environnement et d'écologie, est ce que vous êtes sensible à l'écologie ?

Natacha

Oui, comme tout le monde, ça nous concerne, on voit déjà les changements sur le temps.

Louis

Mais comment ça se traduit dans votre quotidien ?

Natacha

En ce qui me concerne, c'est plutôt le tri des poubelles. Faire attention à la consommation d'essence des petites choses au quotidien.

Louis

OK. Qu'est-ce qui, selon vous, définit un consommateur responsable ?

Natacha

Un consommateur responsable, c'est un c'est quelqu'un qui fait attention à ne pas gaspiller. Qui fait attention aux prix, mais aussi d'où provient le produit ?

Louis

Et est-ce que vous vous considérez comme étant une consommatrice responsable ?

Natacha

En partie oui bon, on essaye toujours. Après c'est chacun son budget, quelquefois on va quand même vers le moins cher, mais sinon oui.

Louis

Est-ce que les aspects environnementaux et sociaux influencent vos choix en matière d'achat ?

Natacha

De plus en plus, ou, j'essaie de prendre local ou voilà.

Louis

Où faites-vous vos achats courants, dans quel magasin ? Ou même dans si c'est dans des maraîchers, dans des fermes etc.

Natacha

Dans les supermarchés aussi, mais j'essaie d'aller le plus possible dans les petits commerces de village, comme la boucherie ou essayer d'avoir les légumes, le potager de chez mes parents.

Louis

OK. Quelles sont les principales considérations qui guident vos décisions d'achat ? Enfin, donc, pour expliquer un peu plus, à quoi vous pensez lorsque vous vous achetez un produit ? Quels sont les critères ?

Natacha

Bah la qualité, surtout la qualité.

Louis

La qualité ? Est-ce que vous faites attention par exemple le label sur les produits ?

Natacha

Oui quand même, je regarde oui.

Louis

Lesquels ? Par exemple ? Bio ?

Natacha

Ouais. Label bio souvent je regarde. Ouais.

Louis

Et pourquoi ce label là en particulier ?

Natacha

Ben pour la provenance du produit quand même, je fais attention, ne serait-ce que pour les œufs, surtout.

Louis

Ça ouais, ouais, les œufs, ça revient souvent quand même. Est-ce que vous pouvez vous souvenir de la dernière visite dans un magasin pour réaliser des achats courants ?

Natacha

À Intermarché il y a 2 jours OK, et c'était quel magasin ?

Louis

Pourquoi ce magasin-là ?

Natacha

Pour la proximité, pour le choix des produits et la qualité.

Louis

Quels types de produits avez-vous acheté ?

Natacha

Fruits et légumes, les produits courants

Louis

Et donc comment vous avez procédé au choix entre les différentes marques ?

Natacha

J'ai privilégié les marques quand même connues pour la qualité.

Louis

Est-ce que justement, quand vous faites vos achats, vous prenez en compte les différentes marques au sein d'une même catégorie de produits ou pas ?

Natacha

J'essaie de regarder, il y a aussi le prix mais je ne vais pas prendre le premier prix pour la qualité donc je préfère manger moins et de meilleure qualité ouais.

Louis

Quels critères sont les plus importants pour vous lors du choix des produits ? Si vous devez en citer 3 par exemple ?

Natacha

La qualité, la provenance, oui. Et bon, toujours le prix. Mais bon, je préfère mettre le prix plus élevé pour avoir une meilleure qualité.

Louis

OK. Est-ce que vous prenez en compte aussi les avis des autres consommateurs ou les recommandations de votre entourage avant de faire votre choix ?

Natacha

Oui, je peux si on me conseille des produits, oui, je vais en tenir compte.

Louis

Est-ce qu'il vous arrive d'acheter des produits bio ? Et si oui, par exemple, quel type de produit ou quel type de catégorie de produits ?

Natacha

Oui bien sûr, surtout fruits et légumes, les œufs.

Louis

Et pourquoi par exemple ces produits là et pas une autre catégorie ? Qu'est ce qu'il y a de plus dans ces produits-là par exemple.

Natacha

Parce que ce sont des produits frais.

Louis

OK. Et vos produits bio, généralement, vous les achetez où ? En grande surface ou dans les petits commerces locaux, des fermes, dans les petits marchés locaux ?

Natacha

En grande surface, les fermes à proximité aussi.

Louis

À quelle fréquence ça vous arrive d'acheter des produits bio ?

Natacha

Toutes les semaines, toutes les semaines, oui.

Louis

Est-ce que ça fait longtemps que vous achetez des produits bio ?

Natacha

Bah pas mal d'années, ouais. Je dirai un peu avant le covid.

Louis

Qu'est-ce qui vous motive d'acheter des produits bio ?

Natacha

La qualité, la provenance et la qualité, ouais. C'est la qualité, vraiment.

Louis

Vous sentez une différence de qualité entre le bio et le conventionnel ?

Natacha

Les produits bio sont de bien meilleure qualité, ils ont un meilleur goût également je trouve.

Louis

Et au niveau du prix, comment percevez-vous le prix des produits bio par rapport aux autres produits ?

Natacha

Le prix est élevé. Ouais, beaucoup plus élevé et même de trop.

Louis

Donc ce prix il n'est pas justifié pour vous ?

Natacha

Ça dépend quel produit, mais quand on voit que ça vient indirectement du maraîcher ou de la ferme et que le prix est doublé ou triplé par rapport à l'hypermarché.

Louis

Lorsque vous achetez des produits courants, est-ce que vous faites attention au prix ?

Natacha

oui.

Louis

Donc c'est un critère déterminant dans le choix de vos produits. Est-ce que du coup à propos de ça, les promotions par réduction de prix peuvent constituer un critère de choix ?

Natacha

Oui, tout le temps, ouais, tout le temps.

Louis

Comment ça se passe concrètement ? S'il y a un produit que vous avez l'habitude d'acheter, il n'est pas en promotion et il y a un autre produit que vous n'avez jamais acheté qui est en promotion Vous allez essayer le nouveau produit ?

Natacha

Essayez éventuellement, ça dépend de la marque et ouais.

Louis

Avez-vous déjà bénéficié de promotions par réduction de prix sur des produits bio ?

Natacha

Ouais.

Louis

Est-ce que vous pouvez me donner des exemples de produits sur lesquels vous en avez déjà bénéficié ?

Natacha

Sur les légumes,

Louis

Et est-ce que vous pensez que ces promotions sont aussi régulières que sur les autres produits ?

Natacha

Non moins.

Louis

Qu'est-ce qui vous emmène à penser ça ?

Natacha

Ben je constate, puisqu'on je fais mes courses. Je crois que Ouais, ouais c'est moins régulier par l'expérience que j'ai.

Louis

Comment vous percevez les promotions par rapport aux produits bio ? Est-ce que vous avez une attitude positive ou négative sur ça ?

Natacha

Positif c'est positif quand même, ça permettrait à plus de gens d'opter pour ce type de produit.

Louis

Ça va peut-être être difficile à répondre, mais pourquoi vous vous trouvez ça positif qu'il y ait du des promotions sur les produits bio ?

Natacha

Ils sont sur tous les articles, pourquoi pas sur les produits bio ? Voilà. Et au moins ça donne envie d'essayer ou d'en acheter.

Louis

Ouais. Les promotions par réduction de prix, est-ce qu'ils peuvent vous influencer à acheter et à opter plus facilement pour des produits bio ?

Natacha

Ouais, Ah ouais, ouais carrément.

Louis

Et au niveau des autres consommateurs, est ce que vous pensez que ça pourrait aussi les influencer, ceux qui n'achètent pas forcément bio ?

Natacha

Ah oui, au moins d'essayer.

Louis

Voilà. Est-ce que c'est quelque chose que vous valoriseriez que de plus de gens aillent Vers le bio ?

Natacha

Bah oui, pourquoi ça serait négatif ?

Louis

Oui c'est sûr. Ensuite, pour bon nombre de produits, la qualité elle est associée au prix, donc lorsque le prix est plus faible, on a tendance à penser que la qualité sera aussi plus faible. Quel est donc votre perception à l'égard des promotions par réduction prix sur les produits bio ? Est-ce que vous pensez que ça ne va peut-être diminuer la qualité perçue ?

Natacha

Ah non, non, non.

Louis

Non, vous ne pensez pas ?

Natacha

Non, non.

Louis

Pourquoi vous ne pensez pas, vous ne pensez pas ça ?

Natacha

Ben j'espère du moins. J'espère que ça ne change rien, mais je pense que non, ils font des promotions pour attirer les gens. Et après, peut-être influencer leurs futurs achats ?

Louis

Est-ce que vous pensez que les promotions par réduction de prix peuvent être considérées comme une opportunité à accéder plus facilement à des produits bio ?

Natacha

Oui, voilà pour certaines personnes qui n'ont pas les moyens de s'en offrir.

Louis

Et est-ce que vous pensez que ça serait un modèle tenable, que les produits bio soient plus accessibles à long terme ?

Natacha

Ouais, Ouais, Ouais, Ouais.

Louis

Voilà Natacha c'est déjà terminé. Je vous remercie pour vos réponses et le temps précieux que vous m'avez accordé. Des informations que vous nous avez fournies seront d'une grande aide lors de notre analyse. Et voilà, avant que nous quittions, je ne sais pas si vous avez des questions ou des suggestions ou quelque chose à ajouter ?

Natacha

J'espère que la suite ira bien pour vous. C'était très intéressant.

Louis

Ben je vous remercie et à bientôt pour une prochaine interview peut-être. Merci beaucoup.

16. Informant16

Louis

Bonjour Eva, donc comme tu sais-je fais mon mémoire à l'UCLouvain en sciences de gestion et je le fais avec Ilona menu et donc premièrement merci d'avoir accepté de participer à cet entretien. On réalise une étude sur les comportements d'achat et de consommation en Belgique et en particulier en matière d'achat courant. Et donc on va discuter autour d'une série de questions à ce sujet. Tu es libre de partager moi ce que tu veux, comment tu le penses et comment tu agis. Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse, c'est juste ton opinion qui compte pour moi. Est-ce que tu acceptes que cet entretien soit enregistré afin de le retranscrire et de mieux utiliser les données ?

Eva

Oui.

Louis

OK, super. Premièrement, est-ce que tu peux te présenter en quelques mots ? Ton âge, ta profession, tes hobbies, tes activités, et cetera.

Eva

Je m'appelle Eva, j'ai 22 ans et je suis en étude, je suis en première année pour être prof de science.

Louis

Et quels sont tes hobbies ou tes activités favorites ?

Eva

Alors bah j'aime le sport, j'aime bien aller courir quand il fait beau de temps en temps, pratiquer le tennis, du Paddle et j'aime beaucoup la musique.

Louis

Qu'est-ce qui est important pour toi dans la vie ?

Eva

Principalement, je dirais quand même la famille, les amis proches.

Louis

Est-ce que ça a un impact dans tes choix de d'achat courant ?

Eva

Alors pas du tout, j'achète ce que j'ai envie d'acheter.

Louis

OK super. On parle beaucoup aujourd'hui d'environnement et d'écologie, est ce que tu es sensible à l'écologie ?

Eva

Un petit peu, mais de temps en temps j'y pense, mais pas tellement, je ne vis pas en fonction de l'écologie.

Louis

Comment ça se traduit dans ton quotidien ?

Eva

Ben j'essaie par exemple de maximiser tout ce qui est réutilisable, donc par exemple les cotons réutilisables, les gourdes, toutes ces choses-là.

Louis

OK, qu'est ce qui selon toi définit un consommateur responsable ?

Eva

Quelqu'un qui ne sur-consomme pas justement ?

Louis

OK. Donc c'est à dire ?

Eva

Quand il va faire un achat, il va réfléchir, il va se dire « est ce que j'ai déjà ? » ou « est ce que j'en ai besoin ? ».

Louis

OK Ouais, et est-ce que toi tu te considères comme une consommatrice responsable ?

Eva

Pas tellement.

Louis

Et pourquoi tu penses ça ?

Eva

Parce que je pratique la surconsommation.

Louis

Dans donne des exemples, s'il te plait.

Eva

Bah par exemple, les vêtements j'en achète assez souvent alors que je n'en ai pas forcément besoin. Et même par exemple quand je fais des courses, de la nourriture ou quoi que ce soit, je prends des choses au cas où et je ne prends pas uniquement les besoins et donc il y a parfois des restes.

Louis

Les aspects environnementaux et sociaux est ce qu'ils influencent tes choix en matière d'achat ?

Eva

Pas vraiment, en revanche tout ce qui est par exemple, les sites Shein et tout ça donc, qui viennent forcément de Chine. Et où ceux qui travaillent là-bas sont vraiment exploités. J'évite au maximum de commander là et si je commande là, j'essaie de vraiment faire une grosse commande et pas plein de petites.

Louis

Donc ça a quand même un petit impact sur tes achats ?

Eva

Un petit.

Louis

Où est-ce que tu fais tes achats courants ?

Eva

Comme enseignes principalement Intermarché. Mais comme je cote à Mons, je vais au Lidl ou au Colruyt aussi pour mon kot.

Louis

OK, et pourquoi ces magasins-là ?

Eva

Intermarché c'est simplement une habitude parce que ma maman va Intermarché donc je suis ses habitudes.

Louis

OK, et est-ce que quand tu fais tes courses, tu fais attention aux labels sur les produits ?

Eva

Non, pas vraiment, non.

Louis

Et pourquoi tu ne fais pas attention aux labels ?

Eva

Ça n'a aucun impact sur mes achats.

Louis

Ok. Est-ce que tu peux te souvenir de la dernière fois où t'es allé dans un magasin ?

Eva

Oui bien sur c'était il y a 20 minutes.

Louis

Ok de quel magasin s'agissait-il ?

Eva

Intermarché justement.

Louis

Et pourquoi ce magasin-là ?

Eva

Parce que j'avais besoin de courses. Et comme je l'ai dit auparavant, ce sont mes habitudes. Enfin, c'est mon habitude d'aller à Intermarché donc.

Louis

Ok, quel type de produit tu as acheté là-bas ? Des fruits, des légumes, des pâtes, des légumes.

Eva

Les choses essentielles donc, les papiers essuie-tout, du papier toilette, des bières. Voilà après tout ce qui est légumes et un petit peu de féculents.

Louis

Comment tu as procédé au choix entre les différentes marques ?

Eva

Alors principalement je regarde le prix, il est en premier et ensuite bah les marques que j'ai l'habitude de prendre.

Louis

Est-ce que tu prends en compte justement les différentes marques au sein d'une catégorie de produits ou pas ?

Eva

Ça veut dire que je prendrais plus une marque que l'autre.

Louis

Ouais que tu n'achètes pas toujours le même et que tu regardes quand même les différentes marques et que tu compares.

Eva

Oui je compare bah par rapport au prix. Après il y a certains produits, par exemple les viandes ou enfin je n'ai pas d'autres exemples en tête mais j'achèterai toujours une marque précise. Et par exemple pour le jambon, je préfère mettre un petit peu plus cher et avoir du bon jambon plutôt que prendre le moins cher et avoir du jambon caoutchouteux.

Louis

OK, quels critères sont les plus importants pour toi lorsque tu choisis un produit ?

Eva

Alors les plus importants déjà je dirais que bah c'est le prix on ne va pas se mentir et la qualité du produit

Louis

OK, est ce que tu prends en compte aussi les avis des autres consommateurs ou les recommandations de ton entourage avant de faire un choix ?

Eva

Oui, si par exemple on me dit qu'un produit chez Lidl vaut vraiment la peine, qu'il n'est pas très cher et qu'il a vraiment une bonne qualité, Ben je vais tester le produit.

Louis

Ok. Est-ce qu'il t'est déjà arrivé d'acheter des produits bio ?

Eva

C'est rare, mais parfois, euh, ça m'arrive, par exemple les œufs. Bah comme ça, ça ne me vient pas l'idée mais ça m'est déjà arrivé mais ça reste quand même rare.

Louis

Ok, et les légumes tout ça, fruits et légumes, tu as déjà essayé ?

Eva

Les légumes, Ben avant j'avais un potager, donc on peut considérer que c'est du bio.

Louis

Tu où achètes-tu justement tes produits bio quand tu en achètes ?

Eva

Bah justement chez les maraîchers ou alors dans des fermes pour les œufs. Et voilà, après il y a de plus en plus de distributeurs automatiques.

Louis

OK, et pourquoi tu n'achètes pas bio plus souvent ?

Eva

Parce que ce n'est pas assez répandu. Donc quand on va au magasin, Ben allez, les rayons bio ce n'est pas forcément ce qui est mis en avant et du coup c'est un peu par facilité. Donc quand je vais chez Intermarché, je vais dans les rayons où j'ai l'habitude d'aller et je ne vais pas plus loin.

Louis

Voilà OK et comment tu perçois la qualité des produits bio par rapport aux autres produits ?

Eva

Je peux le dire par rapport aux légumes, c'est qu'ils ont un petit peu plus de goût quand même. Mais sinon comme je n'en consomme pas tellement, je ne sais pas trop dire la différence.

Louis

Ok. Et comme ça, à l'aide de l'instinct je vais dire comment tu peux percevoir ça par rapport justement peut-être ce que t'as pu entendre ou autre ?

Eva

Bah que les produits sont de meilleure qualité, forcément ils sont plus naturels pour le corps ça a moins d'impact vu qu'il y a plein de pesticides ou tous ces produits chimiques. Et voilà, pour la planète, c'est mieux aussi quoi.

Louis

Et au niveau du prix, comment le perçois tu ?

Eva

Donc pour moi le bio c'est plus cher, mais on m'a dit que pas forcément.

Louis

Ok, mais est-ce que pour toi le prix des produits bio est justifié ?

Eva

Oui, en fait je ne sais pas. Parce que si on parle du bio, alors il n'y a pas forcément d'importation, si ?

Louis

Si ça n'a rien à voir local et bio, tu peux avoir du bio qui vient du Guatemala mais juste que chaque pays a ses règles. Du bio en Belgique ça ne va pas être les mêmes règles qu'en Italie ou en Espagne.

Eva

Bah alors je dirais plutôt que non puisque dans les produits qui ne sont pas bio, ils doivent acheter des produits chimiques et tout ça, donc ça a un coût alors que dans le bio ils ne doivent pas en acheter donc je trouve que ça ne devrait pas être plus cher mais soit au même prix ou soit moins cher.

Louis

Ok.

Eva

Parce qu'en plus, ça a que des bénéfices pour le corps humain, donc il devrait faire ça moins cher.

Louis

Lorsque tu achètes des produits d'achat courant, est-ce que tu fais attention au prix de vente ?

Eva

Oui.

Louis

Et c'est un critère déterminant pour toi ?

Eva

Oui.

Louis

Et est-ce que du coup, les promotions par réduction de prix constituent un critère de choix ?

Eva

Oui, dans le sens où aussi je suis de dans un rayon et que j'ai par exemple besoin de gruyère. On va dire si je vois que la marque que je prends d'habitude elle est à un tel prix et qu'à côté il y a une promotion, je vais plutôt prendre la promotion.

Louis

Ok, donc ça influence la décision d'achat, OK ? Est-ce que t'as déjà bénéficié de promotions par réduction de prix sur des produits bio ?

Eva

Non, jamais.

Louis

Est-ce que tu penses que ces promotions sont aussi régulières que dans les autres produits ?

Eva

Aucune idée, j'espère que oui.

Louis

Comment tu perçois les promotions par réduction de prix sur les produits bio ?

Eva

Bah je trouve ça chouette parce que ça incite les gens à consommer du bio.

Louis

OK, donc tu as une positive ou négative à aller garder promotion sur les produits bio ?

Eva

Positive justement, si elle faisait plus de pub et plus de promotions, peut-être que c'est un inciterait à aller vers les produits bio.

Louis

Et est-ce que pour toi ça pourrait justement t'influencer à ces promotions par réduction de prix d'aller plus vers les produits bio ?

Eva

Oui, justement, c'est ce que je viens de dire du coup.

Louis

OK, est-ce que tu penses qu'au niveau des autres consommateurs, ça pourrait aussi les encourager ?

Eva

Oui. Je pense.

Louis

Et c'est quelque chose que tu valoriserais plus de gens à acheter des produits bio ?

Eva

Ben ça serait chouette alors que moi-même je ne le fais pas. Mais c'est vrai que si on passait tous vers des produits bio, ça serait quand même plus bénéfique pour la planète et pour nous.

Louis

Est-ce que tu penses que les promotions par réduction de prix peuvent être considérées comme une opportunité d'accéder à des produits bio à un prix plus abordable ?

Eva

Oui, puisqu'enfin pour moi le bio est plus cher, donc les personnes qui sont un peu plus défavorisées ne vont pas aller vers le bio, tandis que s'il y a régulièrement des promotions, peut-être qu'elles iraient voir le magasin bio et voir les promotions et en consommer.

Louis

Est-ce que tu penses que faire des promotions sur les produits bio à long terme, ça peut être quelque chose de tenable ?

Eva

Alors ça j'en ai aucune idée, c'est par rapport aux producteurs, et cetera, donc je ne sais pas leur chiffre d'affaires, donc je ne sais pas dire.

Louis

OK, Ben voilà, nous sommes arrivés au terme de ces entretiens, je te remercie pour tes réponses et le temps précieux que tu m'as accordé. Les informations que tu m'as fournies seront d'une grande aide lors de notre analyse. Je ne sais pas si tu as quelque chose à rajouter, un élément dont tu n'as pas parlé, que tu as envie de partager ou quelque chose que tu juges important.

Eva

Non bah je vais peut-être être curieuse et aller dans un magasin bio pour voir justement si les prix sont vraiment différents des magasins traditionnels.

Louis

Ok merci, je te remercie encore une nouvelle fois pour ta participation.

17. Ferme Coquelicot

Bonjour Michel, déjà merci de m'accueillir. Donc comme je t'ai dit je suis étudiant à L'UCLouvain Mons en sciences de gestion, on s'intéresse à tout ce qui est « comportement d'achat et de consommation en Belgique ». Voilà donc cet entretien se fera sous forme d'une interview, c'est à dire une discussion autour d'une série de thématiques. On va te poser des questions de nature confidentiel. S'il y a une question à laquelle tu ne veux pas répondre. Tu es libre de ne pas y répondre bien entendu. Est-ce que tu acceptes que cet entretien soit enregistré juste pour retranscrire ça va ? Merci. Donc Premièrement, est-ce que tu peux te présenter en en quelques mots ?

Michel Leclerc (Ferme coquelicots)

Pas de souci. Oui donc, Leclerc Michel. Exploitant sur la ferme des Coquelicots, c'est à Willemeau. J'ai toujours été sur la ferme. J'ai pris la ferme de mes parents et de mes grands-parents. J'ai cultivé de manière traditionnelle pendant 30 ans. On avait un élevage de vache blanc, bleu, beige. Que j'ai abandonné il y a une dizaine d'années. Et puis il y a 5, 6 ans, on a fait un revirement. J'ai accueilli ma petite cousine et son mari. Lui avec un élevage de chèvre et elle avec du maraîchage, le tout en bio. Donc on cultive une cinquantaine de légumes. Maintenant en maraîchage, on a des productions de fromage de chèvre. Et on a décidé de passer toute la ferme finalement en bio. Donc même les grandes cultures qu'on produit maintenant sont produites en bio. En grande culture, on a une bonne partie qui sert à l'alimentation des chèvres et une autre partie au maraîchage. Et puis j'ai une grosse partie qui part aussi pour un éleveur de poules de Beaumont avec qui j'ai un partenariat. Et qui me prend la majeure partie de mes cultures pour la nourriture de ses poules.

Louis

OK mais c'est un super changement et franchement moi qui ai connu un petit peu ici avant et que ça faisait 3 ou 4 ans que j'avais pu vu, franchement ça a bien changé. Félicitations pour ça parce que c'est vraiment pas mal. Quel est le profil de tes clients ?

Michel Leclerc (Ferme coquelicots)

Ouais. On a un peu tous les profils, toutes les tranches d'âge. Bah, ce sont des gens souvent qui sont convaincus, qui vous concernant. Le bio, le fait de bien manger, qui sont concernés par les problèmes de réchauffement climatique. Tout ce qui est lié à la perte de biodiversité, ça les interpelle aussi. Donc voilà, non seulement ils viennent ici pour eux-mêmes, pour bien se nourrir, ils viennent aussi pour faire un peu un acte politique. Et voilà, c'est un peu ça on a des jeunes parents qui viennent parce qu'ils ont des jeunes enfants et qui font un déclic à ce moment-là, qui veulent proposer de la bonne nourriture pour leurs enfants. On a des plus vieilles personnes qui viennent pour retrouver ce qu'ils avaient que. Oh si au niveau du goût surtout souvent les réflexions qu'on nous fait.

Louis

Et donc tu considères tes consommateurs comme des personnes éco-responsables ?

Michel Leclerc (Ferme coquelicots)

Oui, parce que le fait de venir acheter ici. C'est un acte éco-responsable. Comme j'ai l'habitude de répéter, on ne doit pas seulement se mettre à critiquer les agriculteurs conventionnels parce qu'on les voit pulvériser ou quoi leur champ ou travailler de cette manière-là. Dans la suite on va au supermarché acheter de la nourriture le plus bas marché sans faire attention d'où elle vient, comment, ... Donc. Je pense qu'ils sont conscients aussi que c'est un acte éco-responsable.

Louis

Qu'est-ce qui selon toi, définit justement cette ce consommateur écoresponsable ? Qu'est-ce qu'ils font en général ?

Michel Leclerc (Ferme coquelicots)

Je pense qu'ils font un peu attention à tout, à toutes leurs manières de vivre. Enfin en tout cas, ils essayent de faire des efforts, là où ils le peuvent, dans la manière de se déplacer par exemple. On a pas mal de gens qui viennent faire leurs courses à vélo, des gens du coin. Les gens vont faire attention s'ils partent en vacances, ils ne vont pas partir trop loin pour 3 jours à l'autre bout du monde. Ils vont privilégier le transport en commun. Il y en a qui vont acheter par exemple des vêtements de recyclage plutôt que de consommer. Enfin, c'est surtout dans la manière de consommer qui fait qu'ils essayent de faire attention.

Il y a énormément et c'est dommage que ce soit toujours le même type de personne. Et c'est difficile de fédérer. On essaye de parler beaucoup. C'est pour ça qu'on travaille beaucoup aussi avec des guinguettes qu'on fait pendant les vacances. On essaie d'ouvrir la ferme à un maximum de personnes. On participe aussi à des débats ou des choses comme ça pour conscientiser les gens.

Louis

C'est sûr, tout le monde doit faire sa part.

Michel Leclerc (Ferme coquelicots)

Oui, tout le monde doit faire sa part, c'est expliquer aux gens surtout que ça ne va pas les rendre plus malheureux, au contraire ça va les rendre plus heureux. Et ce n'est pas parce que quand souvent on parle de décroissance des mots comme ça, ça fait peur aux gens. Il y a beaucoup de choses qui nous paraissent utiles alors qu'elles ne le sont pas. Et d'une manière de vivre qui rendrait les gens de toute façon, et ça j'en reste persuadé, plus heureux qu'ils ne le sont maintenant parce qu'on la majorité des personnes ne sont quand même pas heureuses dans leur manière de fonctionner, de vivre maintenant. Parce qu'on se rend compte dans les discussions, que ce soit chez les plus jeunes ou chez les vieux, c'est assez frappant et interpellant de voir ça maintenant. Donc voilà, c'est un déclic qui doit se produire mais ça doit venir des personnes. Et mais je pense qu'il est plus que temps.

Louis

Je ne pense pas que tu participes à l'initiative too good to Go. Est-ce que vous confirmez cela et pourquoi ? Enfin, quelle est la raison ?

Michel Leclerc (Ferme coquelicots)

On n'a pas l'habitude de faire ce genre de démarche, même de faire ce genre de promotions. Je veux dire de braderie quand on a des par exemple des produits qu'on a en trop. On n'a pas vendu assez ou on a produit trop. On n'aime pas beaucoup de partir dans ce genre de démarches. Parce que je trouvais que ça dévalorise un peu notre métier. On travaille déjà avec des marges qui sont très justes. À savoir que, par exemple, dans le maraîchage, si on gagne 1200€ par mois net, on peut-on peut dire que c'est bien alors qu'on est sur un, facilement, un temps plein et demi par an donc.

Louis

Ouais, c'est sûr.

Comment tu décrirais le comportement d'achat général des clients de ton magasin ? Par exemple, combien de temps les clients passent en général dans ton magasin et comment ils s'informent sur les produits avant de les acheter ?

Michel Leclerc (Ferme coquelicots)

C'est vrai que ce qu'on observe souvent chez les nouveaux clients qui arrivent, en général, ils testent, ils prennent un ou 2 produits, viennent voir, ils observent beaucoup et après, on arrive à fidéliser facilement le client. On se rend compte que les paniers deviennent de plus en plus importants. Et je pense qu'ils s'organisent justement pour prendre par exemple pour la semaine directement. Et voilà, ça c'est important. Fidéliser le client et avoir des personnes qui sont, qui sont organisées pour prendre vraiment des beaux paniers de la semaine.

Louis

Et selon toi, qu'est-ce qui motive justement ces clients à fréquenter ton magasin plutôt que qu'aller ailleurs ?

Michel Leclerc (Ferme coquelicots)

Avoir, la certitude, c'est une question de confiance, avoir la certitude qu'ils disposent de produits qui sont sains. Qui sont de bonnes valeurs qu'ils ont, on revient souvent avec la notion de goût. De goût dans les légumes ou dans les fromages ou dans les autres produits. Et voilà, je pense qu'ils sont convaincus qu'ils ont un produit bon pour la santé et un produit qui ne viendra pas du bout de la planète.

Aussi, on ne va pas aller dans 36 plastiques, ça c'est important aussi. Souvent, les gens qui viennent ici, ils ont leurs contenants seulement, et ils remplissent, ils partent avec et ça diminue pas mal de déchets aussi. Je pense qu'ils ont conscience de ça aussi.

Louis

Moi j'ai vu que tu faisais du vrac. C'est pas mal aussi.

Michel Leclerc (Ferme coquelicots)

Ça fait du vrac. Ouais, ça tourne bien le vrac. Ouais, ouais, les gens viennent avec les contenants et cetera, ils remplissent.

Louis

Oui, c'est bien beau de faire du bio, mais par exemple. Il y a du bio, des pommes qui vont venir du Chili ou d'Amérique qui vont venir dans plein de plastique, c'est un peu contradictoire.

Michel Leclerc (Ferme coquelicots)

Pour moi, le bio et le local, ça devrait être un complètement. Voilà, ça devrait être lié, ça devrait.

Louis

Ouais mais après, il y a des choses qui peuvent être bio mais qu'on ne sait pas faire ici.

Michel Leclerc (Ferme coquelicots)

Ce qu'on a on a dans le magasin maintenant on a réfléchi beaucoup au début à ça, on a des bananes, on a des avocats, on a du café comme tu dis, ce sont des choses, ça reste anecdotique, anecdotique par rapport à la quantité qu'on a dans le magasin mais on s'est dit qu'on allait proposer quand même parce que les gens ils le demandent et voilà la personne qui ne va pas la trouver. Par exemple ces bananes ici, et on sait qu'il va aller la chercher de toute façon ailleurs, il risque de les acheter ailleurs et elles resteront produites dans des conditions encore plus déplorables et qui risquent de faire d'autres achats quand il sera là-bas. Il y a d'autres produits, comme des tomates par exemple, qu'on peut trouver en bio tout au long de l'année. Ça, on s'est dit, on sait les produire par ici, on sait les produire pendant une certaine période, on se refuse de les produire en d'autres périodes, on pourrait le faire en chauffant des serres, en en les éclairant. Et là tu consommes de l'énergie.

Louis

Quels critères sont particulièrement importants pour vos clients lors d'achats des produits bio ?

Michel Leclerc (Ferme coquelicots)

En ce qui concerne les légumes, là, c'est ça ce qui revient le plus souvent je sais, c'est toujours le goût, hein. Le goût, c'est vraiment ce qui qui revient le premier ça, quand les gens viennent dans le magasin ou à l'étal comme au marché. Rien qu'à l'odeur, il trouve qu'il ressent une bonne odeur. Moi, je le sens plus, mais on le ressent encore. Ils trouvent une différence de fraîcheur. Le prix ça reste quand même toujours un peu compliqué. Quoique voilà, je pense que les vrais habitués, on a des clients qui ne regardent pas et qui nous font confiance aussi au niveau du prix parce qu'ils savent qu'enfin voilà, ce n'est pas le but non plus de faire dans la finance et d'essayer de gagner le plus possible. Donc nous on essaie de travailler, on a 1200, 1300€ par mois. Voilà, on s'en contente et ce n'est pas le but de faire du profit. Mais ça reste quand même pour certains clients un frein. Parce que le prix est un peu le plus gros critère.

Louis

Comment tu perçois la qualité des produits bio par rapport aux produits conventionnels ?

Michel Leclerc (Ferme coquelicots)

C'est jour et la nuit. Moi j'ai fait les 2 hein, donc j'ai travaillé dans le conventionnel pendant 30 ans, j'ai fait du bio donc je suis bien placé pour le savoir, et même si en conventionnel on a fait beaucoup d'efforts, en parle d'agriculture raisonnée qui pour moi est un mot qui ne veut plus dire grand-chose. Mais il y a encore une différence énorme si on parle juste, par exemple chez nous, elle ne reçoit aucun traitement, elle ne reçoit aucun traitement. On la plante, on la récolte et c'est tout. Il n'y a aucun entre 2, rien. En conventionnel, on est à encore une bonne quinzaine de traitements, ne fût-ce que pour traiter contre les milliers. Avec des produits du cuivre, de l'éthanol, des métaux lourds. Voilà, on va faire un insecticide toutes ces choses-là et ça, ça fait une différence énorme. D'abord certains légumes comme les poireaux ou d'autres choses. Moi, j'ai cultivé des pois aussi pendant pas mal de temps. Après 2 ans, j'ai dit j'arrête parce que j'étais vraiment plus en adéquation avec ça. C'est le commercial qui vient qui te dit voilà, on signe un contrat avec eux. C'est du tout droit de la ferme à la micro-alimentation. C'est le problème de l'agriculture conventionnelle. Maintenant ce sont les agro-industries qui dirigent tout, et qui conditionne tout. Donc on peut dire, voilà pommes de terre, tu dois semer tel. Enfin, tu vas planter avec telle plante parce que c'est ce qu'elle convient le plus sur l'industrie. Ce seront des pommes de terre qui seront aussi très fragiles, qui produisent énormément mais qui sont très fragiles. J'ai l'habitude de dire que ce sont des athlètes de compétition. Que ce soit en céréales, en pommes de terre, en betterave ou compagnie, en conventionnel, il faut les soigner comme des athlètes et donc on y va le fongicide pour les préserver des maladies, de d'engrais, l'insecticide pour les préserver des ravageurs et ça, ça a un coût financier, ça a un coût pour la santé, ça a un coût pour la biodiversité qui est en chute libre.

Louis

Mais ce qui est aussi incroyable, c'est que tous les consommateurs qui n'ont pas de contact avec les fermiers ignorent peut-être tout ça. Et quand on n'est pas dedans en fait on ne le sait pas tout ça, on sait qu'il y a des pesticides mais on ne sait pas à quel point en fait. Et donc c'est ça qui est quand même aussi assez incroyable.

Michel Leclerc (Ferme coquelicots)

Michel Leclerc (Ferme coquelicots)

Voilà. Ouais, ouais. Et c'est ce que j'essaie de faire régulièrement pour interpeller les gens, pour essayer de leur faire comprendre. Il y en a qui sont à l'écoute, il y en a que je comprends. Parce que y a aussi un une sorte de déni de la part de la société aussi, comme pour le réchauffement climatique, on sait que si on prend l'avion pour aller au bout du monde pour 3 jours, ce n'est pas bien. Bon, on ferme un peu les yeux, on sait. Et c'est la même chose pour l'alimentation en agriculture évidemment. Mais c'est vrai qu'il faudrait informer les gens beaucoup plus que ça. Le problème c'est qu'on est dans une société au niveau de l'agriculture qui est maîtrisée par ces agro-industries. C'est vraiment une vision à court terme quoi, parce que les dirigeants dans l'entreprise voient pour le pour le lendemain, les mois qui viennent, les années qui viennent, ça ils vont faire. Alors que si on regarde plus loin dans le temps, ça fonctionnera quand même. On a un capital nature ici en agriculture, qu'on épuise petit à petit. Pour n'importe quelle entreprise, n'importe si tu as un capital, tu dois le garder, tu dois faire des bénéfices et tu ne dois pas renier sur ton capital parce qu'à la fin si tu ne l'as plus dans ton entreprise, elle fait faillite si on arrive

sur les mêmes principes. Mais le capital c'est la nature, c'est la biodiversité, c'est la tenue agronomique des champs qui part aussi petit à petit, et ça les professionnels n'en ont pas conscience, ils ne veulent pas le voir et c'est vrai que la société n'a pas conscience non plus. Une sorte de déni aussi un peu.

Louis

OK, merci. La prochaine question, c'est comment tu perçois les prix des produits bio par rapport aux produits conventionnels ?

Michel Leclerc (Ferme coquelicots)

Ils ne sont pas à leur place, clairement ils devraient être beaucoup plus élevés. Après, c'est toujours un sujet délicat parce qu'on dit, si on augmente les prix bio et déjà, même un pour une petite partie de la population.

Le problème c'est quand on vient souvent avec cette question, ouais, comment les gens vont se nourrir si on passe en bio et n'auront plus les moyens financiers ?

Il faut savoir que dans les années septante la part de l'alimentation pour le panier de la ménagère, c'était 40% pour l'alimentation, maintenant on est à 10, 12%. Et le reste, ce sont des dépenses qu'on a créées, qu'on n'aurait peut-être pas besoin. Allez, on a tous un téléphone, toi un smartphone y a 25 ans personne n'en avait et on n'était pas plus malheureux, on a créé. Toute une génération qui est dépendante, et ça je ne pense pas que ça les rend plus heureux, au contraire. Mais donc ouais, travailler sur ça mais c'est compliqué d'augmenter les prix du bio juste à ce niveau-là. Ce qui serait bien, c'est se rendre compte que nous, en tant que travailleurs bio, on investit aussi dans le futur pour les prochaines générations, au contraire de l'agriculture conventionnelle qui pollue beaucoup. Les entrées qu'on met sur les champs pour fabriquer à l'autre bout du monde, ça a un coût en carbone pour la fabrication, ça a un coût du transport en carbone. Et ça, ça a un coût pour la société aussi. Et c'est un coût qui devrait être répercuté sur les gens qui, tous les gens qui travaillent comme ça, que ce soit les agriculteurs, l'agro-industrie et jusqu'au bout de la chaîne en leur disant voilà, vous polluez, il n'y a pas de raison, ça coûte à la société, Ben vous allez payer pour ce que vous coûte à la société. Je pense qu'il faut plutôt travailler dans ce sens-là. Et voilà, y a d'autres leviers, hein, comme certaines propositions politiques qui diraient faut complètement stopper la TVA pour les produits qui seraient bio et locaux et l'augmenter sur les autres produits. Au plus ils viennent de loin, au plus on sait que ça a coûté en émission carbone au plus on les taxe. Il faut quand même avoir comment du courage pour faire ça ?

Louis

Oui un système un peu comme ils ont fait avec les voitures électriques finalement ?

Michel Leclerc (Ferme coquelicots)

Si ouais, parfait.

Louis

Ça serait bien.

Michel Leclerc (Ferme coquelicots)

Mais il faut avoir une volonté politique.

Et mais dans le fond du fond, on sait que dans ces grosses industries, qui est-ce qui gagne le plus ? Ce sont quelques actionnaires qui sont au-dessus du palier. Et ces gens-là, ils exercent des influences sur les partis politiques aussi. Ça c'est clair. J'essaie de faire changer la donne dans ces conditions-là.

Louis

Est-ce que tu fais des études auprès de tes clients à propos de qualité, prix, prix perçu, qualité perçue ?

Michel Leclerc (Ferme coquelicots)

Non non, on ne fait pas ça.

On l'a, on a le retour directement. On a l'avantage justement de vendre en direct nos propres produits. Ça c'est important aussi que ce soit marché aussi au magasin, donc on a le retour directement.

Même on a parfois d'autres surprises, ils nous disent « Ouais, ce n'est vraiment pas cher par rapport à ce qu'on voudrait », donc on peut s'adapter. Dans un sens comme dans l'autre.

Louis

Tu as une anecdote de quelque chose comme ça, un retour qui t'est arrivé, qui t'a un peu surpris ?

Michel Leclerc (Ferme coquelicots)

Je n'ai pas vraiment une anecdote précise, mais c'est déjà arrivé que des gens viennent et nous disent qu'ils soient surpris du prix. Arrive à la caisse, on demande si on ne sait pas si ce n'était pas trompé par exemple parce qu'il trouvait que ce n'était vraiment pas cher. On disait Voilà, non, ça c'est autant le kilo. Et finalement il trouvait que même par rapport à un supermarché en conventionnel, nous on n'était pas cher. Ça peut arriver dans le sens contraire aussi hein ? Par exemple le Chou-Fleur qui est assez cher en bio qui se prenne que le Chou-fleur qui se disent « Oh non c'est trop cher ».

Louis

Est-ce que vos clients, lorsqu'ils achètent des produits, font une attention particulière au prix de vente ?

Michel Leclerc (Ferme coquelicots)

Mais je disais, tout dépend les clients, celui qui est convaincu et qui sait que c'est nécessaire pour lui d'acheter du produit bio. Il ne va pas faire attention et il est de toute façon convaincu aussi que nous on ne va pas essayer d'en profiter pour faire monter nos tarifs.

Louis

Ça dépend de son implication là-dedans aussi dans cette catégorie de produits.

Michel Leclerc (Ferme coquelicots)

Ouais, en général, les gens qui viennent en grosse moyenne, ils ne font pas vraiment attention, enfin ils font attention évidemment, mais ce n'est pas leur priorité. On a forcément des personnes qui sont aussi plus limitées financièrement.

Louis

Est-ce que tu as déjà mis en place des promotions par réduction de prix dans ton magasin ?

Michel Leclerc (Ferme coquelicots)

Non, tu vas de la même manière qu'on parlait de too good to go, ce n'est pas notre politique du tout je pense. C'est donner un mauvais signal aussi aux clients. Parce que d'un côté, on leur dit qu'on travaille beaucoup et si on se met à faire des promos, ben on ne se tient pas. Finalement, ça va, vous gagnez quand même votre vie. Ce sont les tomates pour un moment donné, c'est toujours la même chose dans les tomates par exemple. Au début on n'en a pas beaucoup puis ça arrive de plus en plus. Et si on en a de trop, on les donne à des œuvres caritatives, pour les migrants, ici de tournai qui viennent chercher des invendus toutes les semaines.

Louis

Et du coup, tu penses que ça enverrait un mauvais signal à tes clients de faire cela ?

Michel Leclerc (Ferme coquelicots)

Oui, ça moi je pense clairement ouais.

Louis

Parle-moi des promotions donc, entre le bio et les achats conventionnels. La différence entre les 2 ?

Michel Leclerc (Ferme coquelicots)

Je pense qu'en conventionnel les promotions, ça attire beaucoup les clients. Énormément, énormément là-dessus.

Louis

Et toi tu penses, tu ne penses pas que tu pourrais attirer aussi une nouvelle clientèle ?

Michel Leclerc (Ferme coquelicots)

Mais on n'a pas envie d'attirer. On préfère essayer de faire changer les gens, la mentalité des gens, plutôt qu'attirer ces gens-là qui n'auront pas une bonne mentalité au départ, pas qui ne se rendront pas compte de ce qu'ils font. On a eu cet effet-là pendant le pendant le COVID. Où il y avait la peur d'aller au supermarché. Et on a pendant le COVID, pendant 6 mois, on n'arrivait plus à produire suffisamment tellement on avait des clients et des clients qui n'étaient pas sensibilisés. Et après la fin du COVID, ils sont tous retournés au supermarché. Je préfère essayer de les convaincre plutôt que d'attirer parce que on sait que ça va être un One shot, ils vont venir pour les promotions et ils risquent de repartir aussi vite.

Sans les fidéliser, je ne pense pas que ce soit une bonne idée. L'idée c'est de les fidéliser, c'est comme ça qu'on fait aussi les paniers de légumes tous les jeudis. Ici on a une distribution de d'un panier de légumes à l'année, les gens prennent un abonnement pour un an. On a quand même 85 paniers ici. Donc tous les jeudis, ouais. C'est justement le cas des distributions, ça c'est le panier par exemple qu'ils ont eu cette semaine. On marque sur le tableau, ils viennent chercher.

Louis

J'aime beaucoup.

Louis

Et le panier, il est à combien ?

Michel Leclerc (Ferme coquelicots)

Le panier, on a fonctionné pas mal d'années à en donner un prix approximatif et les gens donnaient à peu près en fonction leurs besoins. Vous voulez maintenant le petit panier ? On doit être autour de 13 ou 14€ par panier par semaine. On a petit panier et grand panier.

Ils payent soit tous les 3 mois ou soit à l'année. Ça dépend un peu de leurs budgets. S'il faut adapter suivant des ménages qui sont un peu plus précaires, on le fait.

Louis

Bonne idée, mais c'est ouais, c'est chouette.

Michel Leclerc (Ferme coquelicots)

Vraiment pour dire de fidéliser aussi.

Louis

Et enfin ma dernière question donc c'est comment tu perçois l'effet des réductions des promotions par réduction de prix sur la perception qu'ils peuvent avoir de la qualité des produits justement ?

Michel Leclerc (Ferme coquelicots)

Ben justement, moi je crains un peu que ce soit un peu, ouais, le lien entre promotion et perte en qualité, ça revient en débat de dire que ça nous dévalue un peu. Voilà, on sait qu'on travaille de la qualité et que la qualité, elle a un coût. La manière de travailler aussi, hein, on travaille. Voilà de manière à consommer le moins possible aussi d'énergie fossile. Donc ça, forcément, ça prend plus de temps. Ça a un coût qui se répercute sur les légumes. Mais les gens savent aussi que quand ils viennent acheter de légumes en principe, ils vont faire quelque chose de bien pour la planète. Mais ouais, promotion pour moi ça rime un peu aussi avec dévaluation de la qualité du produit.

Louis

Une super mentalité. Ouais, je te félicite franchement, je te félicite pour tout ce que tu as fait
Ben merci, bravo. Et merci pour merci pour ta participation.

Annexe 7 : Tableau : Description des informants

Personnes interviewées	Définition de ce qu'est un consommateur responsable selon l'informant	Consommation responsable et processus de décision d'achat
Informant 1 Se déclare très sensible à l'écologie.	"C'est quand un consommateur va dans des endroits de proximité, et non pas dans de grandes multinationales. Favoriser le côté humain, le côté économie locale et donc écologique."	<u>L'informant perçoit-il être un consommateur responsable ?</u> : Elle essaie le plus possible. <u>Influences environnementales et sociales au sein du processus d'achat</u> : Elle fait attention aux produits de lessive qu'elle emploie.
Informant 2 Se déclare sensible à l'écologie.	"C'est une personne qui achète des produits sans trop d'emballages plastiques, qui achète à l'unité, des produits locaux, des fruits de saison. Et aussi qui fait le tri sélectif."	<u>L'informant perçoit-il être un consommateur responsable ?</u> : Il essaie au maximum. <u>Influences environnementales et sociales au sein du processus d'achat</u> : il essaie de faire participer pas mal de magasins de l'entité. Il évite ce qui vient de l'étranger.
Informant 3 Se déclare sensible à l'écologie.	"C'est une personne qui évite d'acheter des produits non réfléchis, qui achète des choses qui ne sont pas traitées. Des vêtements qui sont fabriqués de manière responsable."	<u>L'informant perçoit-il être un consommateur responsable ?</u> : Elle essaie le plus possible. <u>Influences environnementales et sociales au sein du processus d'achat</u> : Elle achète local, pas de fruits qui sont importés.
Informant 4 Se déclare sensible à l'écologie.	"C'est quelqu'un qui fait vraiment attention à ses achats, qui va regarder pour du bio, du local, surtout du local. Le commerce local est vraiment quelque chose qui qualifierait quelqu'un d'écologique. Puis aussi produire soi-même ses choses."	<u>L'informant perçoit-il être un consommateur responsable ?</u> : Elle se considère comme étant dans la moyenne <u>Influences environnementales et sociales au sein du processus d'achat</u> : Au niveau alimentaire ça l'influence, car elle sait que le bio est meilleur.
Informant 5 Se déclare sensible à l'écologie.	"C'est de savoir ce que va devenir l'objet ou les conséquences de la consommation. Il ne faut pas surconsommer des choses dont on n'a pas besoin, car il faudra utiliser	<u>L'informant perçoit-il être un consommateur responsable ?</u> : Elle se considère comme étant à moitié responsable.

	<i>de nombreuses ressources pour les éliminer proprement."</i>	<u>Influences environnementales et sociales au sein du processus d'achat</u> : Elle achète souvent la marque "c'est moi le patron" qui assure tout le circuit.
Informant 6 Se déclare assez sensible à l'écologie.	<i>"C'est un peu comme les flexitariens, ces personnes qui savent ce qu'elles consomment, elles savent d'où ça vient et elles essaient de ne pas consommer en excès de la viande ... C'est quelqu'un qui sait comment consommer pour lui, pour la planète et pour son bien-être personnel."</i>	<u>L'informant perçoit-il être un consommateur responsable ?</u> : Il essaie de le devenir, mais c'est compliqué, car il vit chez ses parents. <u>Influences environnementales et sociales au sein du processus d'achat</u> : Il consomme moins de viande, il prend ses fruits/légumes au marché/ferme.
Informant 7 Se déclare assez sensible à l'écologie.	<i>"C'est quelqu'un qui va faire attention à ce qu'il va acheter, il va éviter de gaspiller".</i>	<u>L'informant perçoit-il être un consommateur responsable ?</u> : Elle essaie, mais c'est difficile pour elle, car elle a tendance à encore beaucoup gaspiller. <u>Influences environnementales et sociales au sein du processus d'achat</u> : Pas vraiment d'influences.
Informant 8 Se déclare sensible à l'écologie.	<i>"C'est quelqu'un qui a du respect pour l'autre, du respect des générations qui vont suivre. Qui va essayer le moins possible d'impacter l'environnement."</i>	<u>L'informant perçoit-il être un consommateur responsable ?</u> : Elle pense être responsable, car elle a conscience des problèmes environnementaux. <u>Influences environnementales et sociales au sein du processus d'achat</u> : Elle essaie de ne pas surconsommer.
Informant 9 Se déclare sensible à l'écologie.	<i>"Un écocitoyen, on va dire, c'est avoir des petits gestes tous les jours pour ne pas polluer derrière soi."</i>	<u>L'informant perçoit-il être un consommateur responsable ?</u> : elle se sent responsable. <u>Influences environnementales et sociales au sein du processus d'achat</u> : Avoir le moins de déchet possible, elle regarde constamment au bio et à la provenance des produits.

<p>Informant 10</p> <p>Se déclare très sensible à l'écologie.</p>	<p><i>"Un consommateur responsable pour moi c'est quelqu'un qui achète juste ce dont il a besoin, qui essaie de faire réparer les choses quand elles sont défectueuses et pas directement les remplacer. Et ça marque surtout au niveau de tout ce qui est électro, et cetera"</i></p>	<p><u>L'informant perçoit-il être un consommateur responsable ?</u> : Pas à 100%.</p> <p><u>Influences environnementales et sociales au sein du processus d'achat</u> : Elle essaie de ne pas surconsommer et elle achète bio.</p>
<p>Informant 11</p> <p>Se déclare sensible à l'écologie.</p>	<p><i>"C'est la personne qui va essayer de consommer local, qui ne va pas forcément se déplacer à plusieurs kilomètres, notamment faire ses courses en France pour dire de payer moins cher. Mais pour moi, c'est d'abord essayé effectivement de manger et de consommer local. Et même si ce n'est pas forcément de la consommation alimentaire, c'est aussi faire profiter les producteurs locaux, notamment par l'intermédiaire des fruits et légumes."</i></p>	<p><u>L'informant perçoit-il être un consommateur responsable ?</u> : Pas à 100%, car avec le pouvoir d'achat c'est parfois compliqué.</p> <p><u>Influences environnementales et sociales au sein du processus d'achat</u> : Les grèves d'agriculteurs l'impactent énormément.</p>
<p>Informant 12</p> <p>Se déclare assez sensible à l'écologie.</p>	<p><i>"Acheter local, faire des achats réfléchis, sans trop de déchets. Ne pas faire de gaspillage ..."</i></p>	<p><u>L'informant perçoit-il être un consommateur responsable ?</u> : Pas à 100%, elle pourrait faire mieux.</p> <p><u>Influences environnementales et sociales au sein du processus d'achat</u> : Elle essaie de manger de meilleurs produits pour la santé.</p>
<p>Informant 13</p> <p>Se déclare peu sensible à l'écologie.</p>	<p><i>"C'est un consommateur qui va faire attention, qui va acheter local et équitable."</i></p>	<p><u>L'informant perçoit-il être un consommateur responsable ?</u> : Non, car il prend par facilité dans les grandes enseignes.</p> <p><u>Influences environnementales et sociales au sein du processus d'achat</u> : Pas d'influences, car il n'y pense pas assez.</p>
<p>Informant 14</p> <p>Se déclare assez sensible à l'écologie.</p>	<p><i>"C'est quelqu'un qui fait attention à la pollution, à l'environnement et au côté social."</i></p>	<p><u>L'informant perçoit-il être un consommateur responsable ?</u> : Pas vraiment, il pourrait faire plus.</p> <p><u>Influences environnementales et sociales au sein du processus d'achat</u> : Non, car il a ses habitudes.</p>

<p>Informant 15</p> <p>Se déclare sensible à l'écologie.</p>	<p><i>“C'est quelqu'un qui fait attention à ne pas gaspiller, qui fait attention aux prix, mais aussi d'où provient le produit.”</i></p>	<p><u>L'informant perçoit-il être un consommateur responsable ?</u> : Au maximum, mais avec le budget c'est compliqué.</p> <p><u>Influences environnementales et sociales au sein du processus d'achat</u> : Elle essaie de prendre bio ou local.</p>
<p>Informant 16</p> <p>Se déclare peu sensible à l'écologie.</p>	<p><i>“C'est quelqu'un qui va n'acheter que ce dont il a besoin. Il ne va pas acheter de choses inutiles et gaspiller.”</i></p>	<p><u>L'informant perçoit-il être un consommateur responsable ?</u> : Non, car elle surconsomme.</p> <p><u>Influences environnementales et sociales au sein du processus d'achat</u> : Pas vraiment d'influences.</p>

Annexe 8 : Copie de l'enquête par questionnaire



Bonjour, nous nous appelons Ilona Menu et Louis Decruyenaere et nous sommes en dernière année de master en Sciences de gestion à l'UCLouvain FUCaM Mons. Dans le cadre de notre mémoire, nous réalisons une enquête pour comprendre les habitudes d'achat et en particulier leur processus de décision dans le cadre des achats courants du ménage.

Nous allons donc vous poser une série de questions sur ce sujet. Sachez qu'il n'y a aucune bonne ou mauvaise réponse, vous devez vous sentir libre de répondre selon vos propres opinions.

Toutes les informations transmises resteront privées et ne seront en aucun cas communiquées à autrui. Le questionnaire est anonyme.

Tout d'abord, nous vous remercions pour votre participation et du temps que vous accorderez à cette enquête. Le questionnaire vous prendra **environ 10-15 minutes**.

Êtes-vous l'un des principaux responsables des achats courants du ménage ou la personne qui réalise les achats courants pour sa propre consommation ?

Oui.

Non.



Où effectuez-vous principalement vos achats courants (les courses), que ce soit dans les points de vente physiques ou en ligne ?

Pour chaque enseigne, merci de préciser, en la cochant, la fréquence à laquelle vous la visitez pour y faire vos achats courants.

	Jamais	Une fois tous les deux mois	Une fois par mois	Une fois toutes les deux semaines	Au moins une fois par semaine
Colruyt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Delhaize	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
AD-Delhaize	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Carrefour Market	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aldi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lidl	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Intermarché	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Match	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Spar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Okay	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Proxy Delhaize	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Carrefour Hypermarchés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cora	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bio-Planet (bio)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sequoia (bio)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Färm (bio)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Commerces locaux (boucherie, boulangerie, ...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Marché local	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ferme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Jamais	Une fois tous les deux mois	Une fois par mois	Une fois toutes les deux semaines	Au moins une fois par semaine
Autre : <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Lorsque vous achetez un produit d'achat courant, quelle importance accordez-vous aux critères suivants ?

Pour chaque critère, merci de préciser si celui-ci est important pour vous.

	Pas du tout important	Assez peu important	Ni important, ni pas important	Assez important	Tout à fait important
Le prix	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
La qualité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le visuel du produit (son packaging)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La composition / les ingrédients	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La marque	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La provenance géographique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les valeurs éthiques de la marque (le fait que la marque adopte des pratiques morales et éthiques)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les labels garrantissant la provenance, la qualité, etc.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Les promotions de la semaine	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les matériaux utilisés pour l'emballage	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les recommandations de votre entourage	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'habitude, les expériences passées	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'impact environnemental du produit (par exemple au travers de son éco-score)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'impact sociétal du produit (conditions de travail et impact social des activités de la marque)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'enseigne elle-même	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Vous vous trouvez dans votre magasin habituel, prêt(e) à faire vos achats courants. Vous vous promenez dans les allées à la recherche des produits sur votre liste. En parcourant les rayons, vous tombez sur le produit ci-dessous, qui retient votre attention dans la mesure où il rencontre vos besoins courants :



Pourriez-vous marquer votre degré d'accord par rapport aux affirmations suivantes ?

	Pas du tout d'accord	Assez peu d'accord	Ni d'accord, ni pas d'accord	Assez d'accord	Tout à fait d'accord
Tout bien considéré, je trouve que ce produit est d'excellente qualité.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ce produit est de très bonne qualité.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Globalement, ce produit est de qualité médiocre.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Pourriez-vous marquer votre degré d'accord par rapport aux affirmations suivantes ?

	Pas du tout d'accord	Assez peu d'accord	Ni d'accord, ni pas d'accord	Assez d'accord	Tout à fait d'accord
Je trouve le prix de ce produit raisonnable.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Je trouve le prix de ce produit cher.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je serais heureux(se) de payer ce prix pour ce produit.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Pourriez-vous marquer votre degré d'accord par rapport aux affirmations suivantes ?

	Pas du tout d'accord	Assez peu d'accord	Ni d'accord, ni pas d'accord	Assez d'accord	Tout à fait d'accord
Le prix de ce produit est une bonne indication de la qualité du produit.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le prix de ce produit est une indication fiable de la qualité du produit.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Si vous lisez cette affirmation, veuillez cocher la proposition "assez d'accord"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le prix de ce produit reflète la véritable qualité du produit.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Pourriez-vous marquer votre degré d'accord par rapport aux affirmations suivantes ?

	Pas du tout d'accord	Assez peu d'accord	Ni d'accord, ni pas d'accord	Assez d'accord	Tout à fait d'accord
J'achèterais certainement ce produit.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
J'ai l'intention ferme d'acheter ce produit.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je suis très intéressé(e) par l'achat de ce produit.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La probabilité que j'achète ce produit est très élevée.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Le produit que vous avez vu présentait-il un label ?

Oui, il y avait un label mais je ne sais pas lequel.	<input type="radio"/>
Oui, c'était un label bio.	<input type="radio"/>
Non, il n'y avait pas de label.	<input type="radio"/>
Je ne sais pas/je ne m'en souviens pas.	<input checked="" type="radio"/>

Le produit que vous avez vu était-il en promotion ?

Oui, il y avait sur ce produit une promotion par réduction de prix de type prix barré.	<input type="radio"/>
Oui, il y avait sur ce produit une promotion par réduction de prix type 1+1 gratuit.	<input type="radio"/>
Non, ce produit n'était pas en promotion.	<input type="radio"/>
Je ne sais pas/je ne m'en souviens plus.	<input type="radio"/>



Pourriez-vous marquer votre degré d'accord par rapport aux affirmations suivantes ?

	Pas du tout d'accord	Assez peu d'accord	Ni d'accord, ni pas d'accord	Assez d'accord	Tout à fait d'accord
Il est important pour moi que les produits que j'utilise ne nuisent pas à l'environnement.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je tiens compte de l'impact potentiel de mes actions sur l'environnement lorsque je prends mes décisions.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mes habitudes d'achat sont influencées par ma préoccupation pour notre environnement.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je m'inquiète à propos du gaspillage des ressources de notre planète.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je me décrirais comme une personne éco-responsable.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Je suis prêt(e) à subir des désagréments pour qu'on prenne des mesures plus respectueuses de l'environnement.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
---	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Quelle est votre attitude à l'égard des labels bio concernant les produits d'achat courant ?

Veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes en accord avec chacune des déclarations ci-dessous.

	Pas du tout d'accord	Assez peu d'accord	Ni d'accord, ni pas d'accord	Assez d'accord	Tout à fait d'accord
Acheter des produits labellisés bio me fait du bien.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
J'adore quand des produits labellisés bio sont disponibles dans les catégories de produits que j'achète.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Dans la plupart des catégories de produits, les meilleurs produits sont généralement les produits labellisés bio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
En général, les produits labellisés bio sont des produits de mauvaise qualité.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Si je considère le rapport qualité-prix, je préfère les produits labellisés bio aux autres produits.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lorsque j'achète un produit labellisé bio, j'ai toujours l'impression de réaliser une bonne affaire.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Comment percevez-vous les labels bio ?

Veillez indiquer dans quelle mesure vous êtes en accord avec chacune des déclarations ci-dessous.

	Pas du tout d'accord	Assez peu d'accord	Ni d'accord, ni pas d'accord	Assez d'accord	Tout à fait d'accord
Les consommateurs se porteraient mieux si les labels bio étaient supprimés de l'emballage des produits.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces labels bio apposés sur l'emballage des produits ont pour but d'induire en erreur plutôt que d'informer les consommateurs.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces labels bio amènent les gens à croire des choses qui ne sont pas vraies.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je ne crois pas à ces labels bio sur les emballages des produits.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ces labels bio reflètent généralement la réalité.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
J'estime être correctement informé(e) après avoir vu ces labels bio sur les produits.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
En général, ces labels bio présentent une image fidèle du produit.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je peux faire confiance en ces labels bio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces labels bio ne donnent pas beaucoup d'informations utiles sur les produits.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les produits portant ces labels bio sont plus sains/plus savoureux que les autres produits.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

En moyenne, à quelle fréquence consommez-vous des produits bio ?

Au moins une fois par semaine	<input type="radio"/>
Au moins une fois toutes les deux semaines	<input type="radio"/>
Une fois par mois	<input type="radio"/>
Une fois tous les deux mois	<input type="radio"/>
Une fois par saison	<input type="radio"/>
Moins souvent que cela	<input type="radio"/>
Jamais	<input type="radio"/>



De manière générale, dans quelle(s) catégorie(s) de produits consommez-vous bio ?

Veillez sélectionner une ou plusieurs propositions.

Fruits/légumes	<input type="checkbox"/>
Produits laitiers, crèmerie, fromages	<input type="checkbox"/>
Viandes/poissons	<input type="checkbox"/>
Céréales et produits céréaliers (pâtes, riz,...)	<input type="checkbox"/>
Boulangerie/pâtisserie	<input type="checkbox"/>
Produits d'épicerie sucrée (biscuits, chocolat, confiture, pâtes à tartiner, ...)	<input type="checkbox"/>
Apéros et entrées	<input type="checkbox"/>
Régime spécifique	<input type="checkbox"/>
Compléments alimentaires	<input type="checkbox"/>
Vins et bulles	<input type="checkbox"/>
Boissons, bières, alcools	<input type="checkbox"/>
Produits surgelés	<input type="checkbox"/>

Produits cosmétiques et hygiène	<input type="checkbox"/>
Produits pour bébé	<input type="checkbox"/>
Textile	<input type="checkbox"/>
Produits d'entretien et ménage	<input type="checkbox"/>
Produits pour les animaux	<input type="checkbox"/>
Cuisine, maison, loisir	<input type="checkbox"/>

Quelles sont vos principales motivations de consommer des produits bio ?
 Veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes en accord avec chacune des
 déclarations ci-dessous :

	Pas du tout d'accord	Assez peu d'accord	Ni d'accord, ni pas d'accord	Assez d'accord	Tout à fait d'accord
J'achète des produits bio parce que je pense qu'ils sont meilleurs pour ma santé.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
J'achète des produits bio parce que je me soucie de l'environnement.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
J'achète des produits bio parce que je pense qu'ils sont de meilleure qualité que les produits non bio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
J'achète des produits bio parce que je soutiens les pratiques agricoles durables.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Pourriez-vous marquer votre degré d'accord par rapport aux affirmations suivantes ?

	Pas du tout d'accord	Assez peu d'accord	Ni d'accord, ni pas d'accord	Assez d'accord	Tout à fait d'accord
J'aime acheter un produit « en promotion ».	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Au-delà de l'argent que j'économise, acheter des produits en promotion me rend heureux(se).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Par rapport à d'autres personnes, je suis très susceptible d'acheter des produits en promotion.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acheter un produit en promotion me donne l'impression d'être un(e) bon(ne) acheteur(-euse).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

<p>Je ne suis généralement pas motivé(e) à utiliser les offres promotionnelles sur les produits.</p>	○	○	○	○	○
<p>Lorsque j'achète un produit qui propose une promotion spéciale, j'estime que c'est un bon achat.</p>	○	○	○	○	○
<p>Je me sens un(e) acheteur(se) accompli(e) lorsque j'achète des produits qui proposent des promotions spéciales.</p>	○	○	○	○	○
<p>J'aime les offres promotionnelles spéciales sur les produits.</p>	○	○	○	○	○

Quel est votre intérêt pour le produit qui vous a été présenté en début de questionnaire ?

Veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes en accord avec chacune des déclarations ci-dessous.

	Pas du tout d'accord	Assez peu d'accord	Ni d'accord, ni pas d'accord	Assez d'accord	Tout à fait d'accord
J'aime beaucoup acheter ce produit.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chaque fois que j'achète ce produit, c'est comme si je m'offrais un cadeau.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pour moi, c'est un vrai plaisir d'acheter ce produit.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Quel est votre genre ?

Un homme	<input type="radio"/>
Une femme	<input type="radio"/>
Non binaire	<input type="radio"/>
Je ne préfère pas répondre à cette question	<input type="radio"/>

Quel âge avez-vous ?

Moins de 18 ans	<input type="radio"/>
Entre 18 et 25 ans	<input type="radio"/>
Entre 26 et 35 ans	<input type="radio"/>
Entre 36 et 45 ans	<input type="radio"/>
Entre 46 et 55 ans	<input type="radio"/>
Entre 56 et 65 ans	<input type="radio"/>
Plus de 65 ans	<input type="radio"/>

Quelle est votre situation professionnelle ?

Etudiant(e)	<input type="radio"/>
Ouvrier(ère)	<input type="radio"/>
Employé(e)	<input type="radio"/>
Cadre	<input type="radio"/>
Indépendant(e)	<input type="radio"/>
Fonctionnaire	<input type="radio"/>
Retraité(e)	<input type="radio"/>
Sans emploi actuellement	<input type="radio"/>
Personne au foyer	<input type="radio"/>
Autre :	<input type="radio"/>
<input type="text"/>	

Quel est votre code postal ?



Nous vous remercions pour vos réponses et le temps accordé à ce questionnaire.
Pour rappel : Le questionnaire est anonyme et toutes les informations transmises resteront privées.

Annexe 9 : Photos des différents produits pour l'expérimentation

- Pomme groupe 1 :



- Pomme groupe 2



- Pomme groupe 3 :



- Pomme groupe 4 :



- Pâtes groupe 5 :



- Pâtes groupe 6 :



- Pâtes groupe 7 :



- Pâtes groupe 8 :



Annexe 10 : Tableau des échelles de mesures de la littérature scientifique utilisées dans le questionnaire

Échelle	Items	Échelle utilisée	Sources
La préoccupation environnementale (6 Items)	<ul style="list-style-type: none"> ○ Il est important pour moi que les produits que j'utilise ne nuisent pas à l'environnement. ○ Je tiens compte de l'impact potentiel de mes actions sur l'environnement lorsque je prends mes décisions. ○ Mes habitudes d'achat sont influencées par ma préoccupation pour notre environnement. ○ Je m'inquiète à propos du gaspillage des ressources de notre planète. ○ Je me décrirais comme une personne éco-responsable. ○ Je suis prêt(e) à subir des désagréments pour qu'on prenne des mesures plus respectueuses de l'environnement. 	Échelle Likert 5 points	Haws & al., 2014
L'attitude envers les labels bio (6 items)	<ul style="list-style-type: none"> ○ Acheter des produits labellisés bio me fait du bien. ○ J'adore quand des produits labellisés bio sont disponibles dans les catégories de produits que j'achète. ○ Dans la plupart des catégories de produits, les meilleurs produits sont généralement les produits labellisés bio. ○ En général, les produits labellisés bio sont des produits de mauvaise qualité. (inversé) ○ Si je considère le rapport qualité-prix, je préfère les produits labellisés bio aux autres produits. ○ Lorsque j'achète un produit labellisé bio, j'ai toujours l'impression de réaliser une bonne affaire. 	Échelle Likert 5 points	Burton & al., 1998

Label scepticisme (10 items)	<ul style="list-style-type: none"> ○ Les consommateurs se porteraient mieux si les labels bio étaient supprimés de l'emballage des produits. ○ Ces labels bio apposés sur l'emballage des produits ont pour but d'induire en erreur plutôt que d'informer les consommateurs. ○ Ces labels bio amènent les gens à croire des choses qui ne sont pas vraies. ○ Je ne crois pas à ces labels bio sur les emballages des produits. ○ Ces labels bio reflètent généralement la réalité. (inversé) ○ J'estime être correctement informé(e) après avoir vu ces labels bio sur les produits. (inversé) ○ En général, ces labels bio présentent une image fidèle du produit. (inversé) ○ Je peux faire confiance en ces labels bio. (inversé) ○ Ces labels bio ne donnent pas beaucoup d'informations utiles sur les produits. ○ Les produits portant ces labels bio sont plus sains/plus savoureux que les autres produits. 	Échelle Likert 5 points	Mangleburg & al., 1998 ; Mohr & al., 1998 ; Moussa & al., 2008 ; Obermiller & al., 1998
La qualité perçue (3 Items)	<ul style="list-style-type: none"> ○ Tout bien considéré, je trouve que ce produit est d'excellente qualité. ○ Ce produit est de très bonne qualité. ○ Globalement, ce produit est de qualité médiocre. (inversé) 	Échelle Likert 5 points	Spratt, 2004
Le rapport qualité/prix perçue (3 Items)	<ul style="list-style-type: none"> ○ Le prix de ce produit est une bonne indication de la qualité du produit. ○ Le prix de ce produit est une indication fiable de la qualité du produit. ○ Le prix de ce produit reflète la véritable qualité du produit. 	Échelle de Likert en 5 points	Drake & al., 2005
La sensibilité à la promotion (8 Items)	<ul style="list-style-type: none"> ○ J'aime acheter un produit « en promotion ». ○ Au-delà de l'argent que j'économise, acheter des produits en promotion me rend heureux(se). ○ Par rapport à d'autres personnes, je suis très susceptible d'acheter des produits en promotion. 	Échelle de Likert en 5 points	Burton & Al., 1998

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Acheter un produit en promotion me donne l'impression d'être un(e) bon(ne) acheteur(euse). ○ Je ne suis généralement pas motivé(e) à utiliser les offres promotionnelles sur les produits. (inversé) ○ Lorsque j'achète un produit qui propose une promotion spéciale, j'estime que c'est un bon achat. ○ Je me sens un(e) acheteur(se) accompli(e) lorsque j'achète des produits qui proposent des promotions spéciales. ○ J'aime les offres promotionnelles spéciales sur les produits. 		
L'intention d'achat (4 Items)	<ul style="list-style-type: none"> ○ J'achèterais certainement ce produit ○ J'ai l'intention ferme d'acheter ce produit ○ Je suis très intéressé(e) par l'achat de ce produit ○ La probabilité que j'achète ce produit est très élevée 	Échelle de Likert en 5 points	Kumar C Al., 2009
Prix perçu (3 items)	<ul style="list-style-type: none"> ○ Je trouve le prix de ce produit raisonnable. ○ Je trouve le prix de ce produit cher. (inversé) ○ Je serais heureux(se) de payer ce prix pour ce produit. 	Échelle de Likert en 5 points	Voss & Al., 1998
Motivation de consommer bio (4 items)	<ul style="list-style-type: none"> ○ J'achète des produits bio parce que je pense qu'ils sont meilleurs pour ma santé. ○ J'achète des produits bio parce que je me soucie de l'environnement. ○ J'achète des produits bio parce que je pense qu'ils sont de meilleure qualité que les produits non bio. ○ J'achète des produits bio parce que je soutiens les pratiques agricoles durables. 	Échelle de Likert en 5 points	Inspiré de Padel & al., 2009
Implication dans la catégorie de produit (3 items)	<ul style="list-style-type: none"> ○ J'aime beaucoup acheter ce produit. ○ Chaque fois que j'achète ce produit, c'est comme si je m'offrais un cadeau. ○ Pour moi, c'est un vrai plaisir d'acheter ce produit. 	Échelle de Likert en 5 points	Habel & al., 2015

Annexe 11 : Les analyses ACP

1. La préoccupation environnementale

Pearson Correlation Coefficients, N = 327 Prob > r under H0: Rho=0						
	Q10_1	Q10_2	Q10_3	Q10_4	Q10_5	Q10_6
Q10_1	1.00000	0.72935 <.0001	0.61878 <.0001	0.60975 <.0001	0.56771 <.0001	0.45469 <.0001
Q10_2	0.72935 <.0001	1.00000	0.78449 <.0001	0.53787 <.0001	0.69515 <.0001	0.41805 <.0001
Q10_3	0.61878 <.0001	0.78449 <.0001	1.00000	0.50246 <.0001	0.69055 <.0001	0.43852 <.0001
Q10_4	0.60975 <.0001	0.53787 <.0001	0.50246 <.0001	1.00000	0.44325 <.0001	0.47348 <.0001
Q10_5	0.56771 <.0001	0.69515 <.0001	0.69055 <.0001	0.44325 <.0001	1.00000	0.39210 <.0001
Q10_6	0.45469 <.0001	0.41805 <.0001	0.43852 <.0001	0.47348 <.0001	0.39210 <.0001	1.00000

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.86512869						
	Q10_1	Q10_2	Q10_3	Q10_4	Q10_5	Q10_6
	0.86316258	0.81829299	0.85079038	0.88747263	0.90761914	0.90942817

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 6 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	3.82105817	3.06409293	0.6368	0.6368
2	0.75696524	0.20442660	0.1262	0.7630
3	0.55253864	0.18070206	0.0921	0.8551
4	0.37183658	0.05974214	0.0620	0.9171
5	0.31209445	0.12658753	0.0520	0.9691
6	0.18550691		0.0309	1.0000

Factor Pattern	
	Factor1
Q10_1	0.84079
Q10_2	0.88814
Q10_3	0.85771
Q10_4	0.73652
Q10_5	0.80206
Q10_6	0.63555

Variance Explained by Each Factor	
	Factor1
	3.8210582

Final Community Estimates: Total = 3.821058					
Q10_1	Q10_2	Q10_3	Q10_4	Q10_5	Q10_6
0.70692172	0.78878627	0.73565946	0.54246179	0.64330393	0.40392500

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.881580
Standardized	0.882993

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable				
Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
Q10_1	0.749656	0.852244	0.750917	0.853221
Q10_2	0.805439	0.841920	0.806949	0.843697
Q10_3	0.765600	0.848097	0.767315	0.850455
Q10_4	0.629750	0.870996	0.630401	0.873013
Q10_5	0.695273	0.860561	0.694271	0.862641
Q10_6	0.522184	0.889786	0.522479	0.889950

2. L'attitude envers les labels bio

Pearson Correlation Coefficients, N = 327 Prob > r under H0: Rho=0						
	Q11_1	Q11_2	Q11_3	Q11_4	Q11_5	Q11_6
Q11_1	1.00000	0.78080 <.0001	0.67643 <.0001	0.04691 0.3979	0.60895 <.0001	0.66641 <.0001
Q11_2	0.78080 <.0001	1.00000	0.64919 <.0001	0.09532 0.0853	0.66798 <.0001	0.61620 <.0001
Q11_3	0.67643 <.0001	0.64919 <.0001	1.00000	-0.02270 0.6826	0.61240 <.0001	0.66190 <.0001
Q11_4	0.04691 0.3979	0.09532 0.0853	-0.02270 0.6826	1.00000	0.09068 0.1017	-0.09105 0.1003
Q11_5	0.60895 <.0001	0.66798 <.0001	0.61240 <.0001	0.09068 0.1017	1.00000	0.65317 <.0001
Q11_6	0.66641 <.0001	0.61620 <.0001	0.66190 <.0001	-0.09105 0.1003	0.65317 <.0001	1.00000
Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.85106992						
	Q11_1	Q11_2	Q11_3	Q11_4	Q11_5	Q11_6
	0.82922962	0.82836172	0.90709246	0.28440178	0.87110859	0.85878011
Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 6 Average = 1						
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative		
1	3.64017310	2.60168927	0.6067	0.6067		
2	1.03848383	0.60715195	0.1731	0.7798		
3	0.43133188	0.06040675	0.0719	0.8517		
4	0.37092513	0.05027691	0.0618	0.9135		
5	0.32064822	0.12221037	0.0534	0.9669		
6	0.19843784		0.0331	1.0000		

Orthogonal Transformation Matrix		
	1	2
1	0.99971	0.02412
2	-0.02412	0.99971

Rotated Factor Pattern		
	Factor1	Factor2
Q11_1	0.87746	0.04820
Q11_2	0.87136	0.12698
Q11_3	0.84442	-0.06680
Q11_4	0.01554	0.98930
Q11_5	0.82615	0.10774
Q11_6	0.84477	-0.16357

Variance Explained by Each Factor	
Factor1	Factor2
3.6386598	1.0399971

Final Commuality Estimates: Total = 4.678657					
Q11_1	Q11_2	Q11_3	Q11_4	Q11_5	Q11_6
0.77225134	0.77539602	0.71751598	0.97896335	0.69413757	0.74039266

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.906038
Standardized	0.906345

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable				
Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
Q11_1	0.798764	0.877726	0.798140	0.878336
Q11_2	0.792719	0.878929	0.791518	0.879762
Q11_3	0.750033	0.888115	0.750941	0.888407
Q11_5	0.730479	0.892515	0.730863	0.892630
Q11_6	0.749829	0.888470	0.750148	0.888575

3. Le scepticisme envers les labels bio

Pearson Correlation Coefficients, N = 327 Prob > r under H0: Rho=0										
	Q12_1	Q12_2	Q12_3	Q12_4	Q12_5	Q12_6	Q12_7	Q12_8	Q12_9	Q12_10
Q12_1	1.00000	0.62456 <.0001	0.45833 <.0001	0.45918 <.0001	0.23517 <.0001	0.12096 0.0287	0.21200 0.0001	0.36275 <.0001	0.08565 0.1222	-0.24653 <.0001
Q12_2	0.62456 <.0001	1.00000	0.72024 <.0001	0.58419 <.0001	0.38187 <.0001	0.31270 <.0001	0.38929 <.0001	0.52390 <.0001	0.21146 0.0001	-0.35897 <.0001
Q12_3	0.45833 <.0001	0.72024 <.0001	1.00000	0.66617 <.0001	0.46592 <.0001	0.47369 <.0001	0.50352 <.0001	0.64598 <.0001	0.25342 <.0001	-0.42198 <.0001
Q12_4	0.45918 <.0001	0.58419 <.0001	0.66617 <.0001	1.00000	0.49132 <.0001	0.46139 <.0001	0.49986 <.0001	0.62997 <.0001	0.29698 <.0001	-0.41463 <.0001
Q12_5	0.23517 <.0001	0.38187 <.0001	0.46592 <.0001	0.49132 <.0001	1.00000	0.55062 <.0001	0.53227 <.0001	0.65833 <.0001	0.22625 <.0001	-0.50510 <.0001
Q12_6	0.12096 0.0287	0.31270 <.0001	0.47369 <.0001	0.46139 <.0001	0.55062 <.0001	1.00000	0.71041 <.0001	0.59297 <.0001	0.22886 <.0001	-0.47377 <.0001
Q12_7	0.21200 0.0001	0.38929 <.0001	0.50352 <.0001	0.49986 <.0001	0.53227 <.0001	0.71041 <.0001	1.00000	0.69698 <.0001	0.22506 <.0001	-0.53370 <.0001
Q12_8	0.36275 <.0001	0.52390 <.0001	0.64598 <.0001	0.62997 <.0001	0.65833 <.0001	0.59297 <.0001	0.69698 <.0001	1.00000	0.23032 <.0001	-0.58175 <.0001
Q12_9	0.08565 0.1222	0.21146 0.0001	0.25342 <.0001	0.29698 <.0001	0.22625 <.0001	0.22886 <.0001	0.22506 <.0001	0.23032 <.0001	1.00000	-0.22858 <.0001
Q12_10	-0.24653 <.0001	-0.35897 <.0001	-0.42198 <.0001	-0.41463 <.0001	-0.50510 <.0001	-0.47377 <.0001	-0.53370 <.0001	-0.58175 <.0001	-0.22858 <.0001	1.00000
Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.88527096										
Q12_1	Q12_2	Q12_3	Q12_4	Q12_5	Q12_6	Q12_7	Q12_8	Q12_9	Q12_10	
0.81411880	0.82957235	0.87842543	0.93308100	0.91721270	0.86637350	0.86640538	0.89637621	0.91266784	0.94830451	
Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 10 Average = 1										
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative						
1	5.06566285	3.72716201	0.5066	0.5066						
2	1.33850084	0.43442871	0.1339	0.6404						
3	0.90407213	0.30490958	0.0904	0.7308						
4	0.59916255	0.09887456	0.0599	0.7907						
5	0.50028800	0.06032104	0.0500	0.8408						
6	0.43996696	0.05362558	0.0440	0.8848						
7	0.38634138	0.06429468	0.0386	0.9234						
8	0.32204670	0.07909251	0.0322	0.9556						
9	0.24295420	0.04194980	0.0243	0.9799						
10	0.20100439		0.0201	1.0000						

Rotated Factor Pattern		
	Factor1	Factor2
Q12_1	0.00668	0.85896
Q12_2	0.26599	0.85277
Q12_3	0.48624	0.70143
Q12_4	0.51271	0.63318
Q12_5	0.74156	0.22808
Q12_6	0.84256	0.07000
Q12_7	0.83386	0.17678
Q12_8	0.76543	0.42033
Q12_9	0.35479	0.14025
Q12_10	-0.69325	-0.21000

Final Community Estimates: Total = 6.404164

Q12_1	Q12_2	Q12_3	Q12_4	Q12_5	Q12_6	Q12_7	Q12_8	Q12_9	Q12_10
0.73786214	0.79797357	0.72843797	0.66379187	0.60192700	0.71480657	0.72657199	0.76255284	0.14554557	0.52469417

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.582538
Standardized	0.566276

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable

Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
Q12_1	0.551814	0.403327	0.549926	0.372379
Q12_2	0.711427	0.303341	0.702056	0.266899
Q12_3	0.627260	0.344384	0.618265	0.326208
Q12_4	0.559696	0.390665	0.549595	0.372597
Q12_10	-.436095	0.849202	-.434312	0.849599

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.815180
Standardized	0.813063

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable				
Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
Q12_5	0.645438	0.767056	0.642771	0.764092
Q12_6	0.689500	0.752077	0.689010	0.749716
Q12_7	0.728098	0.742150	0.722591	0.739069
Q12_8	0.728626	0.740096	0.728346	0.737227
Q12_9	0.268703	0.868544	0.268685	0.868885

3.1 Nouvelle analyse

Pearson Correlation Coefficients, N = 327 Prob > r under H0: Rho=0									
	Q12_1	Q12_2	Q12_3	Q12_4	Q12_5	Q12_6	Q12_7	Q12_8	Q12_9
Q12_1	1.00000	0.62456 <.0001	0.45833 <.0001	0.45918 <.0001	0.23517 <.0001	0.12096 0.0287	0.21200 0.0001	0.36275 <.0001	0.08565 0.1222
Q12_2	0.62456 <.0001	1.00000	0.72024 <.0001	0.58419 <.0001	0.38187 <.0001	0.31270 <.0001	0.38929 <.0001	0.52390 <.0001	0.21146 0.0001
Q12_3	0.45833 <.0001	0.72024 <.0001	1.00000	0.66617 <.0001	0.46592 <.0001	0.47369 <.0001	0.50352 <.0001	0.64598 <.0001	0.25342 <.0001
Q12_4	0.45918 <.0001	0.58419 <.0001	0.66617 <.0001	1.00000	0.49132 <.0001	0.46139 <.0001	0.49986 <.0001	0.62997 <.0001	0.29698 <.0001
Q12_5	0.23517 <.0001	0.38187 <.0001	0.46592 <.0001	0.49132 <.0001	1.00000	0.55062 <.0001	0.53227 <.0001	0.65833 <.0001	0.22625 <.0001
Q12_6	0.12096 0.0287	0.31270 <.0001	0.47369 <.0001	0.46139 <.0001	0.55062 <.0001	1.00000	0.71041 <.0001	0.59297 <.0001	0.22886 <.0001

Q12_7	0.21200 0.0001	0.38929 <.0001	0.50352 <.0001	0.49986 <.0001	0.53227 <.0001	0.71041 <.0001	1.00000	0.69698 <.0001	0.22506 <.0001
Q12_8	0.36275 <.0001	0.52390 <.0001	0.64598 <.0001	0.62997 <.0001	0.65833 <.0001	0.59297 <.0001	0.69698 <.0001	1.00000	0.23032 <.0001
Q12_9	0.08565 0.1222	0.21146 0.0001	0.25342 <.0001	0.29698 <.0001	0.22625 <.0001	0.22886 <.0001	0.22506 <.0001	0.23032 <.0001	1.00000

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.86581881

Q12_1	Q12_2	Q12_3	Q12_4	Q12_5	Q12_6	Q12_7	Q12_8	Q12_9
0.80635857	0.81982740	0.86989150	0.92852216	0.90128406	0.84564288	0.84316422	0.87833509	0.91522100

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 9 Average = 1

	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	4.65801069	3.36002888	0.5176	0.5176
2	1.29798181	0.39554739	0.1442	0.6618
3	0.90243442	0.38352848	0.1003	0.7620
4	0.51890594	0.06087999	0.0577	0.8197
5	0.45802595	0.07069842	0.0509	0.8706
6	0.38732753	0.05448755	0.0430	0.9136
7	0.33283998	0.08975687	0.0370	0.9506
8	0.24308311	0.04169255	0.0270	0.9776
9	0.20139056		0.0224	1.0000

Rotated Factor Pattern

	Factor1	Factor2
Q12_1	-0.00538	0.86581
Q12_2	0.27051	0.85091
Q12_3	0.50280	0.69362
Q12_4	0.53151	0.62428
Q12_5	0.74279	0.22802
Q12_6	0.86295	0.06030
Q12_7	0.84164	0.17287
Q12_8	0.76344	0.42097
Q12_9	0.36832	0.13028

Variance Explained by Each Factor	
Factor1	Factor2
3.3317711	2.6242214

Final Community Estimates: Total = 5.955993								
Q12_1	Q12_2	Q12_3	Q12_4	Q12_5	Q12_6	Q12_7	Q12_8	Q12_9
0.74966225	0.79723074	0.73391829	0.67221976	0.60372683	0.74831469	0.73823827	0.76004725	0.15263443

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.849202
Standardized	0.849599

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable				
Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
Q12_1	0.582430	0.851289	0.585312	0.851697
Q12_2	0.776204	0.771718	0.776748	0.770353
Q12_3	0.733798	0.788178	0.732880	0.789757
Q12_4	0.667306	0.817636	0.665121	0.818828

4. La qualité perçue

Pearson Correlation Coefficients, N = 327 Prob > r under H0: Rho=0			
	Q4_1	Q4_2	Q4_3
Q4_1	1.00000	0.71705 <.0001	0.36576 <.0001
Q4_2	0.71705 <.0001	1.00000	0.50357 <.0001
Q4_3	0.36576 <.0001	0.50357 <.0001	1.00000

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.60950836		
Q4_1	Q4_2	Q4_3
0.59599344	0.57070288	0.73674147

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 3 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	2.07146231	1.40597480	0.6905	0.6905
2	0.66548751	0.40243733	0.2218	0.9123
3	0.26305018		0.0877	1.0000

Factor Pattern	
	Factor1
Q4_1	0.85365
Q4_2	0.90902
Q4_3	0.71863

Variance Explained by Each Factor	
	Factor1
	2.0714623

Final Community Estimates: Total = 2.071462			
	Q4_1	Q4_2	Q4_3
	0.72871817	0.82631987	0.51642426

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.762448
Standardized	0.770988

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable				
Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
Q4_1	0.608338	0.664629	0.624416	0.669829
Q4_2	0.733975	0.534713	0.738543	0.535612
Q4_3	0.465864	0.833433	0.469111	0.835209

5. Le prix perçu

Pearson Correlation Coefficients, N = 327 Prob > r under H0: Rho=0			
	Q5_1	Q5_2	Q5_3
Q5_1	1.00000	0.69500 <.0001	0.68790 <.0001
Q5_2	0.69500 <.0001	1.00000	0.52626 <.0001
Q5_3	0.68790 <.0001	0.52626 <.0001	1.00000

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.68114862			
	Q5_1	Q5_2	Q5_3
	0.62704801	0.71722933	0.72386859

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 3 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	2.27577308	1.80196281	0.7586	0.7586
2	0.47381027	0.22339362	0.1579	0.9165
3	0.25041665		0.0835	1.0000

Factor Pattern	
	Factor1
Q5_1	0.91772
Q5_2	0.84843
Q5_3	0.84482

Variance Explained by Each Factor	
	Factor1
	2.2757731

Final Community Estimates: Total = 2.275773

Q5_1	Q5_2	Q5_3
0.84221916	0.71983832	0.71371560

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.838314
Standardized	0.840012

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable				
Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
Q5_1	0.791328	0.686420	0.791519	0.689604
Q5_2	0.666462	0.814725	0.664688	0.815095
Q5_3	0.655844	0.818521	0.659438	0.820058

6. Le rapport qualité/prix perçu

Pearson Correlation Coefficients, N = 327 Prob > r under H0: Rho=0			
	Q6_1	Q6_2	Q6_4
Q6_1	1.00000	0.78728 <.0001	0.69937 <.0001
Q6_2	0.78728 <.0001	1.00000	0.76034 <.0001
Q6_4	0.69937 <.0001	0.76034 <.0001	1.00000

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.74000751		
Q6_1	Q6_2	Q6_4
0.75172813	0.69351003	0.78645246

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 3 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	2.49858778	2.19569692	0.8329	0.8329
2	0.30289087	0.10436952	0.1010	0.9338
3	0.19852135		0.0662	1.0000

Factor Pattern	
	Factor1
Q6_1	0.90833
Q6_2	0.93225
Q6_4	0.89690

Variance Explained by Each Factor	
	Factor1
	2.4985878

Final Commuality Estimates: Total = 2.498588		
Q6_1	Q6_2	Q6_4
0.82506339	0.86909204	0.80443236

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.899529
Standardized	0.899518

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable				
Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
Q6_1	0.792336	0.863854	0.792313	0.863854
Q6_2	0.839380	0.823060	0.839470	0.823094
Q6_4	0.772273	0.880942	0.772067	0.880983

7. La sensibilité à la promotion

Q16_1	1.00000	0.34450 <.0001	0.49457 <.0001	0.41999 <.0001	0.30999 <.0001	0.48186 <.0001	0.37938 <.0001	0.57204 <.0001
Q16_2	0.34450 <.0001	1.00000	0.59372 <.0001	0.55231 <.0001	0.06484 0.2423	0.32699 <.0001	0.50900 <.0001	0.38771 <.0001
Q16_3	0.49457 <.0001	0.59372 <.0001	1.00000	0.63254 <.0001	0.24121 <.0001	0.36428 <.0001	0.55587 <.0001	0.44722 <.0001
Q16_4	0.41999 <.0001	0.55231 <.0001	0.63254 <.0001	1.00000	0.04105 0.4594	0.40749 <.0001	0.65098 <.0001	0.36094 <.0001
Q16_5	0.30999 <.0001	0.06484 0.2423	0.24121 <.0001	0.04105 0.4594	1.00000	0.13301 0.0161	0.14656 0.0079	0.25712 <.0001
Q16_6	0.48186 <.0001	0.32699 <.0001	0.36428 <.0001	0.40749 <.0001	0.13301 0.0161	1.00000	0.54046 <.0001	0.55411 <.0001
Q16_7	0.37938 <.0001	0.50900 <.0001	0.55587 <.0001	0.65098 <.0001	0.14656 0.0079	0.54046 <.0001	1.00000	0.44564 <.0001
Q16_8	0.57204 <.0001	0.38771 <.0001	0.44722 <.0001	0.36094 <.0001	0.25712 <.0001	0.55411 <.0001	0.44564 <.0001	1.00000

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.83947605							
Q16_1	Q16_2	Q16_3	Q16_4	Q16_5	Q16_6	Q16_7	Q16_8
0.84263196	0.88233447	0.85147772	0.82332408	0.66291749	0.83275329	0.84022882	0.85112410

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 8 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	3.94164970	2.79000895	0.4927	0.4927
2	1.15164075	0.31525088	0.1440	0.6367
3	0.83638987	0.24531775	0.1045	0.7412
4	0.59107212	0.09696849	0.0739	0.8151
5	0.49410363	0.11775386	0.0618	0.8769
6	0.37634977	0.04893031	0.0470	0.9239
7	0.32741946	0.04604474	0.0409	0.9648
8	0.28137472		0.0352	1.0000

Rotated Factor Pattern		
	Factor1	Factor2
Q16_1	0.41837	0.68354
Q16_2	0.78344	0.06733
Q16_3	0.74345	0.31044
Q16_4	0.85625	0.07210
Q16_5	-0.13468	0.79679
Q16_6	0.52285	0.47600
Q16_7	0.78461	0.22396
Q16_8	0.44895	0.65190

Variance Explained by Each Factor	
Factor1	Factor2
3.1833767	1.9099137

Final Community Estimates: Total = 5.093290							
Q16_1	Q16_2	Q16_3	Q16_4	Q16_5	Q16_6	Q16_7	Q16_8
0.64226060	0.61830649	0.64909969	0.73836797	0.65301041	0.49995434	0.66576601	0.62652493

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.843140
Standardized	0.840627

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable				
Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
Q16_2	0.625086	0.817671	0.617474	0.815697
Q16_3	0.687269	0.800451	0.679624	0.798633
Q16_4	0.723316	0.789784	0.717311	0.788037
Q16_6	0.493767	0.848314	0.494492	0.847992
Q16_7	0.718986	0.791553	0.722426	0.786585

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.597434
Standardized	0.647452

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable				
Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
Q16_1	0.516888	0.383362	0.556261	0.409063
Q16_5	0.319240	0.727428	0.319828	0.727769
Q16_8	0.463720	0.439329	0.512261	0.473265

7.1 Nouvelle analyse

Prob > r under H0: Rho=0							
	Q16_1	Q16_2	Q16_3	Q16_4	Q16_6	Q16_7	Q16_8
Q16_1	1.00000	0.34450 <.0001	0.49457 <.0001	0.41999 <.0001	0.48186 <.0001	0.37938 <.0001	0.57204 <.0001
Q16_2	0.34450 <.0001	1.00000	0.59372 <.0001	0.55231 <.0001	0.32699 <.0001	0.50900 <.0001	0.38771 <.0001
Q16_3	0.49457 <.0001	0.59372 <.0001	1.00000	0.63254 <.0001	0.36428 <.0001	0.55587 <.0001	0.44722 <.0001
Q16_4	0.41999 <.0001	0.55231 <.0001	0.63254 <.0001	1.00000	0.40749 <.0001	0.65098 <.0001	0.36094 <.0001
Q16_6	0.48186 <.0001	0.32699 <.0001	0.36428 <.0001	0.40749 <.0001	1.00000	0.54046 <.0001	0.55411 <.0001
Q16_7	0.37938 <.0001	0.50900 <.0001	0.55587 <.0001	0.65098 <.0001	0.54046 <.0001	1.00000	0.44564 <.0001
Q16_8	0.57204 <.0001	0.38771 <.0001	0.44722 <.0001	0.36094 <.0001	0.55411 <.0001	0.44564 <.0001	1.00000

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.84975474						
Q16_1	Q16_2	Q16_3	Q16_4	Q16_6	Q16_7	Q16_8
0.84188200	0.88890112	0.85796121	0.84437806	0.83541360	0.84445983	0.83742232

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 7 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	3.87316633	2.90392628	0.5533	0.5533
2	0.96924004	0.32268009	0.1385	0.6918
3	0.64655996	0.14675170	0.0924	0.7841
4	0.49980825	0.11829286	0.0714	0.8555
5	0.38151539	0.05020060	0.0545	0.9100
6	0.33131479	0.03291957	0.0473	0.9574
7	0.29839523		0.0426	1.0000

Factor Pattern	
	Factor1
Q16_1	0.70100
Q16_2	0.71502
Q16_3	0.79398
Q16_4	0.78312
Q16_6	0.69773
Q16_7	0.79250
Q16_8	0.71550

Final Community Estimates: Total = 3.873166						
Q16_1	Q16_2	Q16_3	Q16_4	Q16_6	Q16_7	Q16_8
0.49139617	0.51124722	0.63041194	0.61327473	0.48683223	0.62806007	0.51194397
Raw		0.863194				
Standardized		0.864681				

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable				
Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
Q16_1	0.579802	0.852030	0.592355	0.851475
Q16_2	0.613086	0.847209	0.597800	0.850736
Q16_3	0.703210	0.833697	0.692853	0.837586
Q16_4	0.693656	0.835435	0.676334	0.839904
Q16_6	0.573101	0.851877	0.588088	0.852054
Q16_7	0.701566	0.833844	0.691074	0.837837
Q16_8	0.593198	0.850124	0.611158	0.848915

=> Nous n'avons plus qu'une seule dimension après la nouvelle analyse.

8. L'intention d'achat

Pearson Correlation Coefficients, N = 327 Prob > r under H0: Rho=0				
	Q7_1	Q7_2	Q7_3	Q7_4
Q7_1	1.00000	0.75289 <.0001	0.77710 <.0001	0.78224 <.0001
Q7_2	0.75289 <.0001	1.00000	0.75134 <.0001	0.76857 <.0001
Q7_3	0.77710 <.0001	0.75134 <.0001	1.00000	0.85611 <.0001
Q7_4	0.78224 <.0001	0.76857 <.0001	0.85611 <.0001	1.00000

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.85273324				
	Q7_1	Q7_2	Q7_3	Q7_4
	0.88731008	0.89622894	0.82432249	0.81584666

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 4 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	3.34507130	3.07264823	0.8363	0.8363
2	0.27242307	0.03299402	0.0681	0.9044
3	0.23942905	0.09635248	0.0599	0.9642
4	0.14307658		0.0358	1.0000

Factor Pattern	
	Factor1
Q7_1	0.90491
Q7_2	0.89309
Q7_3	0.92654
Q7_4	0.93280

Variance Explained by Each Factor	
	Factor1
	3.3450713

Final Communality Estimates: Total = 3.345071				
	Q7_1	Q7_2	Q7_3	Q7_4
	0.81886876	0.79761264	0.85847486	0.87011504

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.933652
Standardized	0.934624

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable				
Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
Q7_1	0.830450	0.919119	0.830469	0.919507
Q7_2	0.811821	0.924128	0.812184	0.925354
Q7_3	0.865845	0.906201	0.864546	0.908470
Q7_4	0.875415	0.903329	0.875234	0.904971

9. L'implication dans la catégorie de produit

Pearson Correlation Coefficients, N = 327
Prob > |r| under H0: Rho=0

	Q17_1	Q17_2	Q17_3
Q17_1	1.00000	0.49151 <.0001	0.70242 <.0001
Q17_2	0.49151 <.0001	1.00000	0.69768 <.0001
Q17_3	0.70242 <.0001	0.69768 <.0001	1.00000

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy:
Overall MSA = 0.65088046

	Q17_1	Q17_2	Q17_3
	0.68881799	0.69258363	0.59931325

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 3 Average = 1

	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	2.26582920	1.75731945	0.7553	0.7553
2	0.50850975	0.28284870	0.1695	0.9248
3	0.22566105		0.0752	1.0000

	Factor1
Q17_1	0.83966
Q17_2	0.83716
Q17_3	0.92735

Variance Explained by Each Factor	
	Factor1
	2.2658292

**Final Community Estimates: Total
= 2.265829**

Q17_1	Q17_2	Q17_3
0.70502351	0.70083163	0.85997405

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.834691
Standardized	0.836600

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable

Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
Q17_1	0.644544	0.821095	0.647943	0.821925
Q17_2	0.650401	0.822318	0.644474	0.825203
Q17_3	0.809452	0.652903	0.810648	0.659079

Annexe 12 : Test d'équivalence des groupes selon les variables socio-démographiques

1. Les pommes

1.1 Le genre

Statistic	DF	Value	Prob
Chi-Square	3	3.3094	0.3463
Likelihood Ratio Chi-Square	3	3.4220	0.3310
Mantel-Haenszel Chi-Square	1	1.9479	0.1628
Phi Coefficient		0.1320	
Contingency Coefficient		0.1308	
Cramer's V		0.1320	

1.2 L'âge

Statistic	DF	Value	Prob
Chi-Square	18	17.9136	0.4614
Likelihood Ratio Chi-Square	18	20.3600	0.3129
Mantel-Haenszel Chi-Square	1	0.5429	0.4612
Phi Coefficient		0.3071	
Contingency Coefficient		0.2935	
Cramer's V		0.1773	
WARNING: 36% of the cells have expected counts less than 5. Chi-Square may not be a valid test.			

2. Les pâtes

2.1 Le genre

Statistic	DF	Value	Prob
Chi-Square	6	13.0844	0.0417
Likelihood Ratio Chi-Square	6	13.1462	0.0408
Mantel-Haenszel Chi-Square	1	0.6427	0.4227
Phi Coefficient		0.3090	
Contingency Coefficient		0.2953	
Cramer's V		0.2185	
WARNING: 33% of the cells have expected counts less than 5. Chi-Square may not be a valid test.			

2.2 L'âge

Statistic	DF	Value	Prob
Chi-Square	15	25.6587	0.0418
Likelihood Ratio Chi-Square	15	29.3657	0.0144
Mantel-Haenszel Chi-Square	1	2.8962	0.0888
Phi Coefficient		0.4328	
Contingency Coefficient		0.3972	
Cramer's V		0.2499	
WARNING: 46% of the cells have expected counts less than 5. Chi-Square may not be a valid test.			

Annexe 13 : Test d'équivalence des groupes selon les variables de contrôles

1. Les pommes

1.1 La préoccupation environnementale

Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	3	47.362276	15.787425	0.65	0.5862
Error	186	4543.879829	24.429461		
Corrected Total	189	4591.242105			

1.2 Scepticisme envers les labels

Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	3	40.070323	13.356774	0.45	0.7158
Error	186	5489.740204	29.514732		
Corrected Total	189	5529.810526			

1.3 La sensibilité à la promotion

Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	3	62.041357	20.680452	0.67	0.5686
Error	186	5701.774433	30.654701		
Corrected Total	189	5763.815789			

1.4 Implication dans la catégorie de produit

Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	3	28.082638	9.360879	1.08	0.3583
Error	186	1610.359467	8.657847		
Corrected Total	189	1638.442105			

1.5 Attitude envers les labels bio

Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	3	200.332473	66.777491	2.62	0.0522
Error	186	4739.983316	25.483781		
Corrected Total	189	4940.315789			

2. Les pâtes

2.1 La préoccupation environnementale

Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	3	118.153805	39.384602	1.46	0.2270
Error	133	3575.627217	26.884415		
Corrected Total	136	3693.781022			

2.2 Le scepticisme envers les labels

Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	3	113.354481	37.784827	1.41	0.2435
Error	133	3570.806102	26.848166		
Corrected Total	136	3684.160584			

2.3 La sensibilité à la promotion

Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	3	142.556526	47.518842	1.87	0.1381
Error	133	3383.910627	25.442937		
Corrected Total	136	3526.467153			

2.4 L'implication dans la catégorie de produit

Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	3	34.005647	11.335216	1.34	0.2637
Error	133	1123.789973	8.449549		
Corrected Total	136	1157.795620			

2.5 L'attitude envers les labels bio

Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	3	145.037790	48.345930	1.78	0.1531
Error	133	3602.641042	27.087527		
Corrected Total	136	3747.678832			

Annexe 14 : Vérification de la normalité des distributions dans les groupes expérimentaux

1. La préoccupation environnementale

1.1 Groupe 1

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	20.28205	Std Deviation	4.73480	
Median	22.00000	Variance	22.41835	
Mode	24.00000	Range	23.00000	
		Interquartile Range	7.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.944296	Pr < W	0.0529
Kolmogorov-Smirnov	D	0.154456	Pr > D	0.0196
Cramer-von Mises	W-Sq	0.137026	Pr > W-Sq	0.0355
Anderson-Darling	A-Sq	0.796845	Pr > A-Sq	0.0373

1.2 Groupe 2

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	19.25490	Std Deviation	4.93900	
Median	20.00000	Variance	24.39373	
Mode	24.00000	Range	22.00000	
		Interquartile Range	9.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.951237	Pr < W	0.0355
Kolmogorov-Smirnov	D	0.128276	Pr > D	0.0354
Cramer-von Mises	W-Sq	0.165355	Pr > W-Sq	0.0155
Anderson-Darling	A-Sq	0.970221	Pr > A-Sq	0.0146

1.3 Groupe 3

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	20.26531	Std Deviation	5.65603	
Median	20.00000	Variance	31.99065	
Mode	16.00000	Range	23.00000	
		Interquartile Range	8.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.966622	Pr < W	0.1771
Kolmogorov-Smirnov	D	0.082532	Pr > D	>0.1500
Cramer-von Mises	W-Sq	0.053471	Pr > W-Sq	>0.2500
Anderson-Darling	A-Sq	0.421058	Pr > A-Sq	>0.2500

1.4 Groupe 4

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	20.50980	Std Deviation	4.32838	
Median	20.00000	Variance	18.73490	
Mode	18.00000	Range	18.00000	
		Interquartile Range	6.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.97818	Pr < W	0.4647
Kolmogorov-Smirnov	D	0.111148	Pr > D	0.1149
Cramer-von Mises	W-Sq	0.079656	Pr > W-Sq	0.2121
Anderson-Darling	A-Sq	0.424534	Pr > A-Sq	>0.2500

1.5 Groupe 5

Location		Variability	
Mean	17.81818	Std Deviation	4.97779
Median	18.00000	Variance	24.77841
Mode	18.00000	Range	21.00000
		Interquartile Range	6.00000

: The mode displayed is the smallest of 3 modes with a count

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.975351	Pr < W	0.6402
Kolmogorov-Smirnov	D	0.093662	Pr > D	>0.1500
Cramer-von Mises	W-Sq	0.037732	Pr > W-Sq	>0.2500
Anderson-Darling	A-Sq	0.265162	Pr > A-Sq	>0.2500

1.6 Groupe 6

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	19.00000	Std Deviation	4.93288
Median	18.00000	Variance	24.33333
Mode	17.00000	Range	21.00000
		Interquartile Range	5.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.96195	Pr < W	0.3283
Kolmogorov-Smirnov	D	0.141295	Pr > D	0.1138
Cramer-von Mises	W-Sq	0.097369	Pr > W-Sq	0.1195
Anderson-Darling	A-Sq	0.536066	Pr > A-Sq	0.1618

1.7 Groupe 7

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	20.51613	Std Deviation	6.57202	
Median	23.00000	Variance	43.19140	
Mode	24.00000	Range	24.00000	
		Interquartile Range	10.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.927333	Pr < W	0.0371
Kolmogorov-Smirnov	D	0.195652	Pr > D	<0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.16015	Pr > W-Sq	0.0176
Anderson-Darling	A-Sq	0.862365	Pr > A-Sq	0.0239

1.8 Groupe 8

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	19.30952	Std Deviation	4.29684	
Median	20.00000	Variance	18.46283	
Mode	20.00000	Range	16.00000	
		Interquartile Range	5.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.960864	Pr < W	0.1586
Kolmogorov-Smirnov	D	0.111452	Pr > D	>0.1500
Cramer-von Mises	W-Sq	0.071668	Pr > W-Sq	>0.2500
Anderson-Darling	A-Sq	0.5185	Pr > A-Sq	0.1858

2. L'attitude envers les labels bio

2.1 Groupe 1

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	18.74359	Std Deviation	5.31986	
Median	19.00000	Variance	28.30094	
Mode	22.00000	Range	22.00000	
		Interquartile Range	7.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.965936	Pr < W	0.2795
Kolmogorov-Smirnov	D	0.140028	Pr > D	0.0519
Cramer-von Mises	W-Sq	0.09272	Pr > W-Sq	0.1388
Anderson-Darling	A-Sq	0.55491	Pr > A-Sq	0.1461

2.2 Groupe 2

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	17.88235	Std Deviation	4.98256	
Median	19.00000	Variance	24.82588	
Mode	21.00000	Range	22.00000	
		Interquartile Range	8.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.962212	Pr < W	0.1037
Kolmogorov-Smirnov	D	0.13687	Pr > D	0.0180
Cramer-von Mises	W-Sq	0.146027	Pr > W-Sq	0.0256
Anderson-Darling	A-Sq	0.820974	Pr > A-Sq	0.0331

2.3 Groupe 3

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	17.20408	Std Deviation	5.55270	
Median	17.00000	Variance	30.83248	
Mode	14.00000	Range	21.00000	
		Interquartile Range	8.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.97193	Pr < W	0.2885
Kolmogorov-Smirnov	D	0.105796	Pr > D	>0.1500
Cramer-von Mises	W-Sq	0.056757	Pr > W-Sq	>0.2500
Anderson-Darling	A-Sq	0.353676	Pr > A-Sq	>0.2500

2.4 Groupe 4

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	19.88235	Std Deviation	4.34349	
Median	20.00000	Variance	18.86588	
Mode	21.00000	Range	22.00000	
		Interquartile Range	5.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.961251	Pr < W	0.0943
Kolmogorov-Smirnov	D	0.135825	Pr > D	0.0194
Cramer-von Mises	W-Sq	0.097509	Pr > W-Sq	0.1213
Anderson-Darling	A-Sq	0.628522	Pr > A-Sq	0.0970

2.5 Groupe 5

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	18.48485	Std Deviation	4.00875	
Median	19.00000	Variance	16.07008	
Mode	20.00000	Range	16.00000	
		Interquartile Range	6.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.967795	Pr < W	0.4218
Kolmogorov-Smirnov	D	0.132119	Pr > D	0.1475
Cramer-von Mises	W-Sq	0.059251	Pr > W-Sq	>0.2500
Anderson-Darling	A-Sq	0.362432	Pr > A-Sq	>0.2500

2.6 Groupe 6

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	17.77419	Std Deviation	5.37097	
Median	18.00000	Variance	28.84731	
Mode	18.00000	Range	21.00000	
		Interquartile Range	9.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.967147	Pr < W	0.4442
Kolmogorov-Smirnov	D	0.097413	Pr > D	>0.1500
Cramer-von Mises	W-Sq	0.056832	Pr > W-Sq	>0.2500
Anderson-Darling	A-Sq	0.372195	Pr > A-Sq	>0.2500

2.7 Groupe 7

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	19.83871	Std Deviation	5.50816	
Median	21.00000	Variance	30.33978	
Mode	14.00000	Range	22.00000	
		Interquartile Range	10.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.962286	Pr < W	0.3349
Kolmogorov-Smirnov	D	0.145753	Pr > D	0.0912
Cramer-von Mises	W-Sq	0.089646	Pr > W-Sq	0.1496
Anderson-Darling	A-Sq	0.527677	Pr > A-Sq	0.1712

2.8 Groupe 8

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	17.07143	Std Deviation	5.65855	
Median	18.00000	Variance	32.01916	
Mode	20.00000	Range	19.00000	
		Interquartile Range	10.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.93163	Pr < W	0.0147
Kolmogorov-Smirnov	D	0.126185	Pr > D	0.0908
Cramer-von Mises	W-Sq	0.135072	Pr > W-Sq	0.0379
Anderson-Darling	A-Sq	0.925613	Pr > A-Sq	0.0185

3. Le scepticisme envers les labels

3.1 Groupe 1

Location		Variability	
Mean	24.43590	Std Deviation	5.86154
Median	24.00000	Variance	34.35762
Mode	17.00000	Range	25.00000
		Interquartile Range	9.00000

: The mode displayed is the smallest of 3 modes with a count

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.95287	Pr < W	0.1027
Kolmogorov-Smirnov	D	0.119384	Pr > D	>0.1500
Cramer-von Mises	W-Sq	0.076183	Pr > W-Sq	0.2314
Anderson-Darling	A-Sq	0.493209	Pr > A-Sq	0.2133

3.2 Groupe 2

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	25.31373	Std Deviation	5.60532
Median	24.00000	Variance	31.41961
Mode	20.00000	Range	25.00000
		Interquartile Range	9.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.944376	Pr < W	0.0185
Kolmogorov-Smirnov	D	0.154171	Pr > D	<0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.178448	Pr > W-Sq	0.0095
Anderson-Darling	A-Sq	1.059912	Pr > A-Sq	0.0083

3.3 Groupe 3

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	25.59184	Std Deviation	5.34212
Median	28.00000	Variance	28.53827
Mode	28.00000	Range	18.00000
		Interquartile Range	10.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.92318	Pr < W	0.0034
Kolmogorov-Smirnov	D	0.184133	Pr > D	<0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.26574	Pr > W-Sq	<0.0050
Anderson-Darling	A-Sq	1.447957	Pr > A-Sq	<0.0050

3.4 Groupe 4

Location		Variability	
Mean	24.66667	Std Deviation	4.98665
Median	25.00000	Variance	24.86667
Mode	25.00000	Range	18.00000
		Interquartile Range	8.00000

: The mode displayed is the smallest of 2 modes with a count

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.966869	Pr < W	0.1635
Kolmogorov-Smirnov	D	0.095275	Pr > D	>0.1500
Cramer-von Mises	W-Sq	0.059258	Pr > W-Sq	>0.2500
Anderson-Darling	A-Sq	0.410316	Pr > A-Sq	>0.2500

3.5 Groupe 5

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	26.03030	Std Deviation	4.72682	
Median	27.00000	Variance	22.34280	
Mode	27.00000	Range	17.00000	
		Interquartile Range	7.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.951051	Pr < W	0.1428
Kolmogorov-Smirnov	D	0.115698	Pr > D	>0.1500
Cramer-von Mises	W-Sq	0.077622	Pr > W-Sq	0.2218
Anderson-Darling	A-Sq	0.53804	Pr > A-Sq	0.1606

3.6 Groupe 6

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	25.16129	Std Deviation	5.35473	
Median	26.00000	Variance	28.67312	
Mode	27.00000	Range	18.00000	
		Interquartile Range	9.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.947664	Pr < W	0.1345
Kolmogorov-Smirnov	D	0.133147	Pr > D	>0.1500
Cramer-von Mises	W-Sq	0.072014	Pr > W-Sq	>0.2500
Anderson-Darling	A-Sq	0.488891	Pr > A-Sq	0.2150

3.7 Groupe 7

Location		Variability	
Mean	24.00000	Std Deviation	4.98665
Median	25.00000	Variance	24.86667
Mode	20.00000	Range	19.00000
		Interquartile Range	7.00000

: The mode displayed is the smallest of 3 modes with a count

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.960739	Pr < W	0.3052
Kolmogorov-Smirnov	D	0.113379	Pr > D	>0.1500
Cramer-von Mises	W-Sq	0.073003	Pr > W-Sq	0.2489
Anderson-Darling	A-Sq	0.436567	Pr > A-Sq	>0.2500

3.8 Groupe 8

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	26.35714	Std Deviation	5.52079
Median	27.00000	Variance	30.47909
Mode	31.00000	Range	25.00000
		Interquartile Range	9.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.958332	Pr < W	0.1287
Kolmogorov-Smirnov	D	0.126275	Pr > D	0.0904
Cramer-von Mises	W-Sq	0.103038	Pr > W-Sq	0.0994
Anderson-Darling	A-Sq	0.656165	Pr > A-Sq	0.0844

4. La qualité perçue

4.1 Groupe 1

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	11.53846	Std Deviation	1.98476	
Median	12.00000	Variance	3.93927	
Mode	12.00000	Range	10.00000	
		Interquartile Range	3.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.88842	Pr < W	0.0010
Kolmogorov-Smirnov	D	0.258608	Pr > D	<0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.333288	Pr > W-Sq	<0.0050
Anderson-Darling	A-Sq	1.737415	Pr > A-Sq	<0.0050

4.2 Groupe 2

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	11.35294	Std Deviation	2.11493	
Median	12.00000	Variance	4.47294	
Mode	12.00000	Range	10.00000	
		Interquartile Range	3.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.912831	Pr < W	0.0012
Kolmogorov-Smirnov	D	0.208413	Pr > D	<0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.263763	Pr > W-Sq	<0.0050
Anderson-Darling	A-Sq	1.459262	Pr > A-Sq	<0.0050

4.3 Groupe 3

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	10.71429	Std Deviation	2.37171
Median	11.00000	Variance	5.62500
Mode	12.00000	Range	12.00000
		Interquartile Range	3.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.929682	Pr < W	0.0060
Kolmogorov-Smirnov	D	0.175515	Pr > D	<0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.209543	Pr > W-Sq	<0.0050
Anderson-Darling	A-Sq	1.232145	Pr > A-Sq	<0.0050

4.4 Groupe 4

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	11.70588	Std Deviation	2.05226
Median	12.00000	Variance	4.21176
Mode	13.00000	Range	8.00000
		Interquartile Range	3.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.922832	Pr < W	0.0027
Kolmogorov-Smirnov	D	0.206431	Pr > D	<0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.309228	Pr > W-Sq	<0.0050
Anderson-Darling	A-Sq	1.703643	Pr > A-Sq	<0.0050

4.5 Groupe 5

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	11.48485	Std Deviation	1.83918	
Median	12.00000	Variance	3.38258	
Mode	12.00000	Range	9.00000	
		Interquartile Range	1.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.889405	Pr < W	0.0029
Kolmogorov-Smirnov	D	0.276966	Pr > D	<0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.372396	Pr > W-Sq	<0.0050
Anderson-Darling	A-Sq	1.767022	Pr > A-Sq	<0.0050

4.6 Groupe 6

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	11.09677	Std Deviation	2.58657	
Median	12.00000	Variance	6.69032	
Mode	12.00000	Range	10.00000	
		Interquartile Range	4.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.945811	Pr < W	0.1195
Kolmogorov-Smirnov	D	0.184917	Pr > D	<0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.123532	Pr > W-Sq	0.0511
Anderson-Darling	A-Sq	0.656474	Pr > A-Sq	0.0823

4.7 Groupe 7

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	10.09677	Std Deviation	2.21141	
Median	9.00000	Variance	4.89032	
Mode	9.00000	Range	8.00000	
		Interquartile Range	3.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.921623	Pr < W	0.0261
Kolmogorov-Smirnov	D	0.206168	Pr > D	<0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.206182	Pr > W-Sq	<0.0050
Anderson-Darling	A-Sq	1.104697	Pr > A-Sq	0.0060

4.8 Groupe 8

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	11.00000	Std Deviation	2.01216	
Median	11.50000	Variance	4.04878	
Mode	12.00000	Range	9.00000	
		Interquartile Range	3.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.955795	Pr < W	0.1043
Kolmogorov-Smirnov	D	0.190398	Pr > D	<0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.180443	Pr > W-Sq	0.0090
Anderson-Darling	A-Sq	0.926003	Pr > A-Sq	0.0185

5. Le prix perçu

5.1 Groupe 1

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	9.23077	Std Deviation	3.19095	
Median	11.00000	Variance	10.18219	
Mode	12.00000	Range	10.00000	
		Interquartile Range	6.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.871566	Pr < W	0.0004
Kolmogorov-Smirnov	D	0.223186	Pr > D	<0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.360829	Pr > W-Sq	<0.0050
Anderson-Darling	A-Sq	2.119129	Pr > A-Sq	<0.0050

5.2 Groupe 2

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	8.80392	Std Deviation	3.08558	
Median	9.00000	Variance	9.52078	
Mode	12.00000	Range	12.00000	
		Interquartile Range	6.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.952708	Pr < W	0.0409
Kolmogorov-Smirnov	D	0.141053	Pr > D	0.0123
Cramer-von Mises	W-Sq	0.177868	Pr > W-Sq	0.0096
Anderson-Darling	A-Sq	0.998266	Pr > A-Sq	0.0120

5.3 Groupe 3

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	10.65306	Std Deviation	2.65794	
Median	11.00000	Variance	7.06463	
Mode	11.00000	Range	12.00000	
		Interquartile Range	3.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.928951	Pr < W	0.0056
Kolmogorov-Smirnov	D	0.204987	Pr > D	<0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.234034	Pr > W-Sq	<0.0050
Anderson-Darling	A-Sq	1.247008	Pr > A-Sq	<0.0050

5.4 Groupe 4

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	10.25490	Std Deviation	2.96542	
Median	11.00000	Variance	8.79373	
Mode	12.00000	Range	11.00000	
		Interquartile Range	3.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.921604	Pr < W	0.0024
Kolmogorov-Smirnov	D	0.153268	Pr > D	<0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.234539	Pr > W-Sq	<0.0050
Anderson-Darling	A-Sq	1.437864	Pr > A-Sq	<0.0050

5.5 Groupe 5

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	10.87879	Std Deviation	2.07300	
Median	11.00000	Variance	4.29735	
Mode	11.00000	Range	9.00000	
		Interquartile Range	2.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.901023	Pr < W	0.0057
Kolmogorov-Smirnov	D	0.220283	Pr > D	<0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.231393	Pr > W-Sq	<0.0050
Anderson-Darling	A-Sq	1.346373	Pr > A-Sq	<0.0050

5.6 Groupe 6

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	10.41935	Std Deviation	2.54000	
Median	11.00000	Variance	6.45161	
Mode	11.00000	Range	10.00000	
		Interquartile Range	3.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.899839	Pr < W	0.0071
Kolmogorov-Smirnov	D	0.26783	Pr > D	<0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.306677	Pr > W-Sq	<0.0050
Anderson-Darling	A-Sq	1.534746	Pr > A-Sq	<0.0050

5.7 Groupe 7

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	10.90323	Std Deviation	1.81392	
Median	11.00000	Variance	3.29032	
Mode	11.00000	Range	8.00000	
		Interquartile Range	2.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.931328	Pr < W	0.0477
Kolmogorov-Smirnov	D	0.198693	Pr > D	<0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.140185	Pr > W-Sq	0.0313
Anderson-Darling	A-Sq	0.807444	Pr > A-Sq	0.0341

5.8 Groupe 8

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	11.14286	Std Deviation	2.00696	
Median	12.00000	Variance	4.02787	
Mode	12.00000	Range	10.00000	
		Interquartile Range	2.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.887209	Pr < W	0.0006
Kolmogorov-Smirnov	D	0.23677	Pr > D	<0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.380185	Pr > W-Sq	<0.0050
Anderson-Darling	A-Sq	2.019615	Pr > A-Sq	<0.0050

6. Le rapport qualité prix perçu

6.1 Groupe 1

Location		Variability	
Mean	8.666667	Std Deviation	3.31927
Median	8.000000	Variance	11.01754
Mode	6.000000	Range	12.00000
		Interquartile Range	6.00000

: The mode displayed is the smallest of 2 modes with a count

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.926896	Pr < W	0.0143
Kolmogorov-Smirnov	D	0.179387	Pr > D	<0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.227828	Pr > W-Sq	<0.0050
Anderson-Darling	A-Sq	1.267146	Pr > A-Sq	<0.0050

6.2 Groupe 2

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	8.56863	Std Deviation	3.62356
Median	9.00000	Variance	13.13020
Mode	12.00000	Range	12.00000
		Interquartile Range	6.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.918648	Pr < W	0.0019
Kolmogorov-Smirnov	D	0.160651	Pr > D	<0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.195703	Pr > W-Sq	0.0057
Anderson-Darling	A-Sq	1.377626	Pr > A-Sq	<0.0050

6.3 Groupe 3

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	9.22449	Std Deviation	2.74063	
Median	9.00000	Variance	7.51105	
Mode	12.00000	Range	10.00000	
		Interquartile Range	5.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.894444	Pr < W	0.0004
Kolmogorov-Smirnov	D	0.170935	Pr > D	<0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.237765	Pr > W-Sq	<0.0050
Anderson-Darling	A-Sq	1.675699	Pr > A-Sq	<0.0050

6.4 Groupe 4

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	9.450980	Std Deviation	3.26995	
Median	9.000000	Variance	10.69255	
Mode	9.000000	Range	12.00000	
		Interquartile Range	5.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.954489	Pr < W	0.0486
Kolmogorov-Smirnov	D	0.131428	Pr > D	0.0259
Cramer-von Mises	W-Sq	0.130795	Pr > W-Sq	0.0431
Anderson-Darling	A-Sq	0.767108	Pr > A-Sq	0.0444

6.5 Groupe 5

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	9.54545	Std Deviation	3.13340
Median	9.00000	Variance	9.81818
Mode	12.00000	Range	12.00000
		Interquartile Range	5.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.933055	Pr < W	0.0428
Kolmogorov-Smirnov	D	0.177228	Pr > D	<0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.181727	Pr > W-Sq	0.0086
Anderson-Darling	A-Sq	1.014972	Pr > A-Sq	0.0098

6.6 Groupe 6

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	8.83871	Std Deviation	2.72148
Median	9.00000	Variance	7.40645
Mode	11.00000	Range	11.00000
		Interquartile Range	5.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.956723	Pr < W	0.2384
Kolmogorov-Smirnov	D	0.149077	Pr > D	0.0788
Cramer-von Mises	W-Sq	0.102343	Pr > W-Sq	0.1000
Anderson-Darling	A-Sq	0.599652	Pr > A-Sq	0.1110

6.7 Groupe 7

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	8.677419	Std Deviation	2.54803	
Median	9.000000	Variance	6.49247	
Mode	9.000000	Range	11.00000	
		Interquartile Range	4.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.951303	Pr < W	0.1696
Kolmogorov-Smirnov	D	0.163275	Pr > D	0.0344
Cramer-von Mises	W-Sq	0.12794	Pr > W-Sq	0.0455
Anderson-Darling	A-Sq	0.745271	Pr > A-Sq	0.0473

6.8 Groupe 8

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	8.023810	Std Deviation	3.05629	
Median	8.000000	Variance	9.34088	
Mode	8.000000	Range	11.00000	
		Interquartile Range	4.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.962057	Pr < W	0.1749
Kolmogorov-Smirnov	D	0.09213	Pr > D	>0.1500
Cramer-von Mises	W-Sq	0.053926	Pr > W-Sq	>0.2500
Anderson-Darling	A-Sq	0.408558	Pr > A-Sq	>0.2500

7. La sensibilité à la promotion

7.1 Groupe 1

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	29.92308	Std Deviation	5.17273	
Median	31.00000	Variance	26.75709	
Mode	26.00000	Range	20.00000	
		Interquartile Range	8.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.966462	Pr < W	0.2907
Kolmogorov-Smirnov	D	0.134873	Pr > D	0.0735
Cramer-von Mises	W-Sq	0.093486	Pr > W-Sq	0.1358
Anderson-Darling	A-Sq	0.51761	Pr > A-Sq	0.1859

7.2 Groupe 2

Location		Variability		
Mean	29.33333	Std Deviation	5.33167	
Median	30.00000	Variance	28.42667	
Mode	31.00000	Range	24.00000	
		Interquartile Range	6.00000	

: The mode displayed is the smallest of 2 modes with a count

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.918125	Pr < W	0.0018
Kolmogorov-Smirnov	D	0.177205	Pr > D	<0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.258929	Pr > W-Sq	<0.0050
Anderson-Darling	A-Sq	1.577773	Pr > A-Sq	<0.0050

7.3 Groupe 3

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	29.61224	Std Deviation	5.91543	
Median	30.00000	Variance	34.99235	
Mode	34.00000	Range	24.00000	
		Interquartile Range	8.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.971156	Pr < W	0.2691
Kolmogorov-Smirnov	D	0.071028	Pr > D	>0.1500
Cramer-von Mises	W-Sq	0.048916	Pr > W-Sq	>0.2500
Anderson-Darling	A-Sq	0.381343	Pr > A-Sq	>0.2500

7.4 Groupe 4

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	30.80392	Std Deviation	5.62857	
Median	30.00000	Variance	31.68078	
Mode	30.00000	Range	20.00000	
		Interquartile Range	8.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.963892	Pr < W	0.1222
Kolmogorov-Smirnov	D	0.107082	Pr > D	0.1484
Cramer-von Mises	W-Sq	0.065741	Pr > W-Sq	>0.2500
Anderson-Darling	A-Sq	0.450275	Pr > A-Sq	>0.2500

7.5 Groupe 5

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	28.48485	Std Deviation	5.36843
Median	30.00000	Variance	28.82008
Mode	30.00000	Range	26.00000
		Interquartile Range	6.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.926533	Pr < W	0.0279
Kolmogorov-Smirnov	D	0.186875	Pr > D	<0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.167091	Pr > W-Sq	0.0142
Anderson-Darling	A-Sq	0.938012	Pr > A-Sq	0.0168

7.6 Groupe 6

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	28.48387	Std Deviation	4.48606
Median	27.00000	Variance	20.12473
Mode	25.00000	Range	16.00000
		Interquartile Range	6.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.92319	Pr < W	0.0287
Kolmogorov-Smirnov	D	0.161716	Pr > D	0.0381
Cramer-von Mises	W-Sq	0.136069	Pr > W-Sq	0.0361
Anderson-Darling	A-Sq	0.848277	Pr > A-Sq	0.0255

7.7 Groupe 7

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	27.61290	Std Deviation	6.29114	
Median	27.00000	Variance	39.57849	
Mode	36.00000	Range	26.00000	
		Interquartile Range	8.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.94294	Pr < W	0.0995
Kolmogorov-Smirnov	D	0.102675	Pr > D	>0.1500
Cramer-von Mises	W-Sq	0.055834	Pr > W-Sq	>0.2500
Anderson-Darling	A-Sq	0.435092	Pr > A-Sq	>0.2500

7.8 Groupe 8

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	30.28571	Std Deviation	4.04418	
Median	30.00000	Variance	16.35540	
Mode	33.00000	Range	19.00000	
		Interquartile Range	5.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.961537	Pr < W	0.1676
Kolmogorov-Smirnov	D	0.107769	Pr > D	>0.1500
Cramer-von Mises	W-Sq	0.0634	Pr > W-Sq	>0.2500
Anderson-Darling	A-Sq	0.51825	Pr > A-Sq	0.1861

8. L'intention d'achat

8.1 Groupe 1

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	11.35897	Std Deviation	4.13259	
Median	12.00000	Variance	17.07827	
Mode	12.00000	Range	15.00000	
		Interquartile Range	7.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.916317	Pr < W	0.0067
Kolmogorov-Smirnov	D	0.20266	Pr > D	<0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.222577	Pr > W-Sq	<0.0050
Anderson-Darling	A-Sq	1.279946	Pr > A-Sq	<0.0050

8.2 Groupe 2

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	12.05882	Std Deviation	4.40187	
Median	13.00000	Variance	19.37647	
Mode	15.00000	Range	16.00000	
		Interquartile Range	7.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.955763	Pr < W	0.0551
Kolmogorov-Smirnov	D	0.133673	Pr > D	0.0223
Cramer-von Mises	W-Sq	0.126839	Pr > W-Sq	0.0476
Anderson-Darling	A-Sq	0.740047	Pr > A-Sq	0.0502

8.3 Groupe 3

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	12.91837	Std Deviation	4.46205	
Median	13.00000	Variance	19.90986	
Mode	16.00000	Range	16.00000	
		Interquartile Range	7.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.944105	Pr < W	0.0214
Kolmogorov-Smirnov	D	0.122449	Pr > D	0.0659
Cramer-von Mises	W-Sq	0.132118	Pr > W-Sq	0.0415
Anderson-Darling	A-Sq	0.880069	Pr > A-Sq	0.0230

8.4 Groupe 4

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	13.27451	Std Deviation	4.21463	
Median	14.00000	Variance	17.76314	
Mode	16.00000	Range	16.00000	
		Interquartile Range	6.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.951432	Pr < W	0.0362
Kolmogorov-Smirnov	D	0.126271	Pr > D	0.0414
Cramer-von Mises	W-Sq	0.147887	Pr > W-Sq	0.0243
Anderson-Darling	A-Sq	0.839313	Pr > A-Sq	0.0293

8.5 Groupe 5

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	13.00000	Std Deviation	3.98434
Median	13.00000	Variance	15.87500
Mode	16.00000	Range	16.00000
		Interquartile Range	6.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.935345	Pr < W	0.0498
Kolmogorov-Smirnov	D	0.146699	Pr > D	0.0711
Cramer-von Mises	W-Sq	0.145133	Pr > W-Sq	0.0258
Anderson-Darling	A-Sq	0.857834	Pr > A-Sq	0.0244

8.6 Groupe 6

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	11.96774	Std Deviation	4.05367
Median	12.00000	Variance	16.43226
Mode	12.00000	Range	16.00000
		Interquartile Range	8.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.957177	Pr < W	0.2452
Kolmogorov-Smirnov	D	0.158742	Pr > D	0.0452
Cramer-von Mises	W-Sq	0.109652	Pr > W-Sq	0.0831
Anderson-Darling	A-Sq	0.628291	Pr > A-Sq	0.0942

8.7 Groupe 7

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	12.45161	Std Deviation	4.10560
Median	13.00000	Variance	16.85591
Mode	16.00000	Range	16.00000
		Interquartile Range	7.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.950525	Pr < W	0.1614
Kolmogorov-Smirnov	D	0.161122	Pr > D	0.0396
Cramer-von Mises	W-Sq	0.107498	Pr > W-Sq	0.0881
Anderson-Darling	A-Sq	0.661786	Pr > A-Sq	0.0800

8.8 Groupe 8

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	11.88095	Std Deviation	4.40732
Median	13.00000	Variance	19.42451
Mode	16.00000	Range	15.00000
		Interquartile Range	8.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.897972	Pr < W	0.0013
Kolmogorov-Smirnov	D	0.165195	Pr > D	<0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.227988	Pr > W-Sq	<0.0050
Anderson-Darling	A-Sq	1.524612	Pr > A-Sq	<0.0050

9. L'implication dans la catégorie de produit

9.1 Groupe 1

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	8.256410	Std Deviation	2.31378	
Median	9.000000	Variance	5.35358	
Mode	9.000000	Range	10.00000	
		Interquartile Range	3.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.969546	Pr < W	0.3636
Kolmogorov-Smirnov	D	0.138857	Pr > D	0.0568
Cramer-von Mises	W-Sq	0.092131	Pr > W-Sq	0.1411
Anderson-Darling	A-Sq	0.501415	Pr > A-Sq	0.2041

9.2 Groupe 2

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	9.13725	Std Deviation	3.42940	
Median	10.00000	Variance	11.76078	
Mode	8.00000	Range	12.00000	
		Interquartile Range	5.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.958071	Pr < W	0.0690
Kolmogorov-Smirnov	D	0.109118	Pr > D	0.1316
Cramer-von Mises	W-Sq	0.072744	Pr > W-Sq	>0.2500
Anderson-Darling	A-Sq	0.523951	Pr > A-Sq	0.1817

9.3 Groupe 3

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	9.265306	Std Deviation	2.86339
Median	9.000000	Variance	8.19898
Mode	9.000000	Range	12.00000
		Interquartile Range	3.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.958735	Pr < W	0.0840
Kolmogorov-Smirnov	D	0.136558	Pr > D	0.0220
Cramer-von Mises	W-Sq	0.126434	Pr > W-Sq	0.0480
Anderson-Darling	A-Sq	0.744974	Pr > A-Sq	0.0490

9.4 Groupe 4

Location		Variability	
Mean	8.666667	Std Deviation	2.91662
Median	9.000000	Variance	8.50667
Mode	6.000000	Range	12.00000
		Interquartile Range	4.00000

The mode displayed is the smallest of 2 modes with a count

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.95344	Pr < W	0.0439
Kolmogorov-Smirnov	D	0.127703	Pr > D	0.0371
Cramer-von Mises	W-Sq	0.127538	Pr > W-Sq	0.0468
Anderson-Darling	A-Sq	0.871931	Pr > A-Sq	0.0238

9.5 Groupe 5

Location		Variability	
Mean	8.969697	Std Deviation	2.87755
Median	9.000000	Variance	8.28030
Mode	9.000000	Range	10.00000
		Interquartile Range	4.00000

The mode displayed is the smallest of 2 modes with a count

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.934253	Pr < W	0.0463
Kolmogorov-Smirnov	D	0.170868	Pr > D	0.0156
Cramer-von Mises	W-Sq	0.128827	Pr > W-Sq	0.0446
Anderson-Darling	A-Sq	0.798623	Pr > A-Sq	0.0363

9.6 Groupe 6

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	8.000000	Std Deviation	2.97769
Median	8.000000	Variance	8.86667
Mode	6.000000	Range	11.00000
		Interquartile Range	5.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.93651	Pr < W	0.0661
Kolmogorov-Smirnov	D	0.168455	Pr > D	0.0237
Cramer-von Mises	W-Sq	0.112587	Pr > W-Sq	0.0764
Anderson-Darling	A-Sq	0.689299	Pr > A-Sq	0.0684

9.7 Groupe 7

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	9.451613	Std Deviation	2.77895	
Median	9.000000	Variance	7.72258	
Mode	9.000000	Range	12.00000	
		Interquartile Range	3.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.975992	Pr < W	0.6948
Kolmogorov-Smirnov	D	0.112936	Pr > D	>0.1500
Cramer-von Mises	W-Sq	0.060733	Pr > W-Sq	>0.2500
Anderson-Darling	A-Sq	0.344809	Pr > A-Sq	>0.2500

9.8 Groupe 8

Basic Statistical Measures				
Location		Variability		
Mean	8.857143	Std Deviation	2.96789	
Median	9.000000	Variance	8.80836	
Mode	9.000000	Range	12.00000	
		Interquartile Range	3.00000	

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.965265	Pr < W	0.2271
Kolmogorov-Smirnov	D	0.123662	Pr > D	0.1030
Cramer-von Mises	W-Sq	0.108946	Pr > W-Sq	0.0858
Anderson-Darling	A-Sq	0.587253	Pr > A-Sq	0.1232

Annexe 15 : Vérification de l'homogénéité des variances

1. Les pommes

1.1 La préoccupation environnementale

Levene's Test for Homogeneity of La_préoccupation_environmental Variance ANOVA of Absolute Deviations from Group Means					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Groupes	3	30.7227	10.2409	1.41	0.2409
Error	186	1349.7	7.2565		

1.2 L'attitude envers les labels bio

Levene's Test for Homogeneity of Attitude_envers_les_labels_bio Variance ANOVA of Absolute Deviations from Group Means					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Groupes	3	57.6684	19.2228	2.29	0.0799
Error	186	1561.7	8.3962		

1.3 Le scepticisme envers les labels

Levene's Test for Homogeneity of Scepticisme_envers_les_labels Variance ANOVA of Absolute Deviations from Group Means					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Groupes	3	16.6954	5.5651	0.68	0.5683
Error	186	1533.4	8.2438		

1.4 La qualité perçue

Levene's Test for Homogeneity of La_qualité_perçue Variance ANOVA of Absolute Deviations from Group Means					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Groupes	3	3.5870	1.1957	0.77	0.5129
Error	186	289.3	1.5555		

1.5 Le prix perçu

Levene's Test for Homogeneity of Le_prix_perçu Variance ANOVA of Absolute Deviations from Group Means					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Groupes	3	19.9092	6.6364	2.67	0.0492
Error	186	463.1	2.4897		

1.6 Le rapport qualité prix perçu

Levene's Test for Homogeneity of Le_rapport_qualité_prix_perçu Variance ANOVA of Absolute Deviations from Group Means					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Groupes	3	22.2212	7.4071	2.58	0.0548
Error	186	533.5	2.8682		

1.7 La sensibilité à la promotion

Levene's Test for Homogeneity of La_sensibilité_à_la_promotion Variance ANOVA of Absolute Deviations from Group Means					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Groupes	3	18.8219	6.2740	0.60	0.6146
Error	186	1939.2	10.4257		

1.8 L'intention d'achat

Levene's Test for Homogeneity of Intention_achat Variance ANOVA of Absolute Deviations from Group Means					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Groupes	3	3.9571	1.3190	0.23	0.8778
Error	186	1082.4	5.8192		

1.9 L'implication dans la catégorie de produit

Levene's Test for Homogeneity of Implication_dans_la_catégorie_de Variance ANOVA of Absolute Deviations from Group Means					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Groupes	3	24.6195	8.2065	2.70	0.0471
Error	186	565.6	3.0406		

2. Les pâtes

2.1 La préoccupation environnementale

Levene's Test for Homogeneity of La_préoccupation_environmental Variance ANOVA of Absolute Deviations from Group Means					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Groupes	3	77.2362	25.7454	2.91	0.0368
Error	133	1175.8	8.8404		

2.2 L'attitude envers les labels bio

Levene's Test for Homogeneity of Attitude_envers_les_labels_bio Variance ANOVA of Absolute Deviations from Group Means					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Groupes	3	42.7945	14.2648	1.75	0.1592
Error	133	1082.0	8.1357		

2.3 Le scepticisme envers les labels

Levene's Test for Homogeneity of Scepticisme_envers_les_labels Variance ANOVA of Absolute Deviations from Group Means					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Groupes	3	7.6274	2.5425	0.31	0.8169
Error	133	1085.1	8.1585		

2.4 La qualité perçue

Levene's Test for Homogeneity of La_qualité_perçue Variance ANOVA of Absolute Deviations from Group Means					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Groupes	3	9.6545	3.2182	2.05	0.1099
Error	133	208.7	1.5693		

2.5 Le prix perçu

Levene's Test for Homogeneity of Le_prix_perçu Variance ANOVA of Absolute Deviations from Group Means					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Groupes	3	6.1737	2.0579	1.09	0.3552
Error	133	250.8	1.8857		

2.6 Le rapport qualité prix perçu

Levene's Test for Homogeneity of Le_rapport_qualité_prix_perçu Variance ANOVA of Absolute Deviations from Group Means					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Groupes	3	6.5853	2.1951	0.85	0.4696
Error	133	344.0	2.5864		

2.7 La sensibilité à la promotion

Levene's Test for Homogeneity of La_sensibilité_à_la_promotion Variance ANOVA of Absolute Deviations from Group Means					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Groupes	3	66.2087	22.0696	2.45	0.0664
Error	133	1198.3	9.0101		

2.8 L'intention d'achat

Levene's Test for Homogeneity of Intention_achat Variance ANOVA of Absolute Deviations from Group Means					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Groupes	3	6.0070	2.0023	0.36	0.7787
Error	133	730.5	5.4925		

2.9 L'implication dans la catégorie de produit

Levene's Test for Homogeneity of Implication_dans_la_catégorie_de Variance ANOVA of Absolute Deviations from Group Means					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Groupes	3	1.4310	0.4770	0.15	0.9271
Error	133	412.6	3.1022		

Annexe 16 : Résultats des différents tests des hypothèses de recherche

1. Hypothèse 5

1.1 Les pommes

Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	3	109.112550	36.370850	4.12	0.0074
Error	186	1641.750608	8.826616		
Corrected Total	189	1750.863158			

R-Square	Coeff Var	Root MSE	Le_prix_perçu Mean
0.062319	30.44675	2.970962	9.757895

Source	DF	Type III SS	Mean Square	F Value	Pr > F
Promotion	1	96.82409299	96.82409299	10.97	0.0011
Label bio	1	7.98261214	7.98261214	0.90	0.3428
Promotion*Label bio	1	0.00965256	0.00965256	0.00	0.9737

Promotion	Label bio	Le_prix_perçu LSMEAN	LSMEAN Number
0	0	9.2307692	1
0	1	8.8039216	2
1	0	10.6530612	3
1	1	10.2549020	4

Least Squares Means for effect Promotion*Label bio				
Pr > t for H0: LSMean(i)=LSMean(j)				
Dependent Variable: Le_prix_perçu				
i/j	1	2	3	4
1		0.9063	0.1187	0.3696
2	0.9063		0.0115	0.0687
3	0.1187	0.0115		0.9083
4	0.3696	0.0687	0.9083	

1.2 Les pâtes

Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	3	9.4488903	3.1496301	0.70	0.5512
Error	133	594.9160732	4.4730532		
Corrected Total	136	604.3649635			

R-Square	Coeff Var	Root MSE	Le_prix_perçu Mean
0.015634	19.47241	2.114959	10.86131

Source	DF	Type III SS	Mean Square	F Value	Pr > F
Promotion	1	4.71567732	4.71567732	1.05	0.3064
Label bio	1	0.40726060	0.40726060	0.09	0.7633
Promotion*Label bio	1	4.11950120	4.11950120	0.92	0.3390

Promotion	Label bio	Le_prix_perçu LSMEAN	LSMEAN Number
0	0	10.8787879	1
0	1	10.4193548	2
1	0	10.9032258	3
1	1	11.1428571	4

Least Squares Means for effect Promotion*Label bio
Pr > |t| for H0: LSMean(i)=LSMean(j)
Dependent Variable: Le_prix_perçu

i/j	1	2	3	4
1		0.8211	1.0000	0.9499
2	0.8211		0.8044	0.4739
3	1.0000	0.8044		0.9637
4	0.9499	0.4739	0.9637	

2. Hypothèse 6

2.1 Les pommes

Dependent Variable: La_qualité_perçue

Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	3	27.4881877	9.1627292	2.00	0.1161
Error	186	853.9276018	4.5910086		
Corrected Total	189	881.4157895			

R-Square	Coeff Var	Root MSE	La_qualité_perçue Mean
0.031186	18.92637	2.142664	11.32105

Source	DF	Type III SS	Mean Square	F Value	Pr > F
Promotion	1	2.60437950	2.60437950	0.57	0.4523
Label bio	1	7.62047634	7.62047634	1.66	0.1992
Promotion*Label bio	1	16.25058889	16.25058889	3.54	0.0615

Promotion	Label bio	La_qualité_perçue LSMEAN	LSMEAN Number
0	0	11.5384615	1
0	1	11.3529412	2
1	0	10.7142857	3
1	1	11.7058824	4

Least Squares Means for effect Promotion*Label bio
Pr > |t| for H0: LSMean(i)=LSMean(j)
Dependent Variable: La_qualité_perçue

i/j	1	2	3	4
1		0.9772	0.2802	0.9830
2	0.9772		0.4456	0.8393
3	0.2802	0.4456		0.0986
4	0.9830	0.8393	0.0986	

2.2 Les pâtes

Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	3	32.7469800	10.9156600	2.34	0.0767
Error	133	621.6617791	4.6741487		
Corrected Total	136	654.4087591			

R-Square	Coeff Var	Root MSE	La_qualité_perçue Mean
0.050041	19.77243	2.161978	10.93431

Source	DF	Type III SS	Mean Square	F Value	Pr > F
Promotion	1	18.58551376	18.58551376	3.98	0.0482
Label bio	1	2.23707350	2.23707350	0.48	0.4903
Promotion*Label bio	1	14.05609418	14.05609418	3.01	0.0852

Promotion	Label bio	La_qualité_perçue LSMEAN	LSMEAN Number
0	0	11.4848485	1
0	1	11.0967742	2
1	0	10.0967742	3
1	1	11.0000000	4

Least Squares Means for effect Promotion*Label bio
Pr > |t| for H0: LSMean(i)=LSMean(j)
Dependent Variable: La_qualité_perçue

i/j	1	2	3	4
1		0.8899	0.0546	0.7701
2	0.8899		0.2681	0.9976
3	0.0546	0.2681		0.2951
4	0.7701	0.9976	0.2951	

3. Hypothèse 8

3.1 Les pommes

Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	3	99.613885	33.204628	1.78	0.1517
Error	186	3461.628221	18.610904		
Corrected Total	189	3561.242105			

R-Square	Coeff Var	Root MSE	Intention_achat Mean
0.027972	34.61431	4.314036	12.46316

Source	DF	Type III SS	Mean Square	F Value	Pr > F
Promotion	1	90.31931257	90.31931257	4.85	0.0288
Label bio	1	13.07828475	13.07828475	0.70	0.4029
Promotion*Label bio	1	1.38549789	1.38549789	0.07	0.7853

Promotion	Label bio	Intention_achat LSMEAN	LSMEAN Number
0	0	11.3589744	1
0	1	12.0588235	2
1	0	12.9183673	3
1	1	13.2745098	4

Least Squares Means for effect Promotion*Label bio
Pr > |t| for H0: LSMean(i)=LSMean(j)
Dependent Variable: Intention_achat

i/j	1	2	3	4
1		0.8711	0.3348	0.1610
2	0.8711		0.7519	0.4866
3	0.3348	0.7519		0.9762
4	0.1610	0.4866	0.9762	

3.2 Les pâtes

Dependent Variable: Intention_achat

Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	3	27.680004	9.226668	0.53	0.6605
Error	133	2303.049923	17.316165		
Corrected Total	136	2330.729927			

R-Square	Coeff Var	Root MSE	Intention_achat Mean
0.011876	33.83347	4.161270	12.29927

Source	DF	Type III SS	Mean Square	F Value	Pr > F
Promotion	1	3.40094291	3.40094291	0.20	0.6584
Label bio	1	21.65874161	21.65874161	1.25	0.2654
Promotion*Label bio	1	1.79612793	1.79612793	0.10	0.7479

Promotion	Label bio	Intention_achat LSMEAN	LSMEAN Number
0	0	13.0000000	1
0	1	11.9677419	2
1	0	12.4516129	3
1	1	11.8809524	4

Least Squares Means for effect Promotion*Label bio
Pr > |t| for H0: LSMean(i)=LSMean(j)
Dependent Variable: Intention_achat

i/j	1	2	3	4
1		0.7544	0.9524	0.6555
2	0.7544		0.9680	0.9998
3	0.9524	0.9680		0.9382
4	0.6555	0.9998	0.9382	

Annexe 17 : Analyse complémentaire

1. Les pommes

Parameter Estimates					
Variable	DF	Parameter Estimate	Standard Error	t Value	Pr > t
Intercept	1	11.46233	0.57623	19.89	<.0001
Promotion	1	1.37377	0.62627	2.19	0.0295
Label bio	1	0.51745	0.62711	0.83	0.4103

Parameter Estimates					
Variable	DF	Parameter Estimate	Standard Error	t Value	Pr > t
Intercept	1	-1.97405	1.29837	-1.52	0.1301
Promotion	1	0.42561	0.47874	0.89	0.3751
La_qualité_perçue	1	0.59345	0.11678	5.08	<.0001
Le_prix_perçu	1	0.73724	0.08502	8.67	<.0001
Label bio	1	0.56029	0.46634	1.20	0.2311

2. Les pâtes

Parameter Estimates					
Variable	DF	Parameter Estimate	Standard Error	t Value	Pr > t
Intercept	1	12.88209	0.62296	20.68	<.0001
Promotion	1	-0.30495	0.71315	-0.43	0.6696
Label bio	1	-0.78883	0.71315	-1.11	0.2707

Parameter Estimates					
Variable	DF	Parameter Estimate	Standard Error	t Value	Pr > t
Intercept	1	-3.96114	1.74789	-2.27	0.0251
Promotion	1	-0.10249	0.55577	-0.18	0.8540
La_qualité_perçue	1	0.73530	0.13368	5.50	<.0001
Le_prix_perçu	1	0.80755	0.13771	5.86	<.0001
Label bio	1	-0.93091	0.54352	-1.71	0.0891

