

# ANNEXES

## ANNEXE 1 – CHOIX DE L'ENTREPRISE

Cette annexe présente le tableau que nous avons dressé sur base de certains critères issus, en partie de la littérature, afin de déterminer le choix de la plateforme idéale à analyser. Les éléments de comparaison retenus sont les suivants :

- Durée de la co-création : la co-création représente-elle une stratégie de long terme pour l'entreprise ou de court terme ?
- Fréquence des interactions : les interactions entre l'entreprise et les consommateurs sont-elles régulières ou ne se produisent-elles que rarement ?
- Implication de la communauté : la communauté est-elle vraiment impliquée dans la conception du produit ou est-ce plutôt secondaire ?
- Accessibilité : les responsables de la plateforme sont-ils facilement joignables et ouvert à une collaboration ou non ?

Les réponses à ces critères se basent uniquement sur nos appréciations propres suite à nos investigations sur ces différents systèmes. En outre, afin de déterminer l'accessibilité (les contacts), nous avons envoyé des mails aux différents représentants et avons jugé en fonction de leurs réponses/non-réponses ou encore suivant la possibilité de les contacter directement.

Entreprise	Durée de la co-création	Fréquence des interactions	Implication de la communauté	Accessibilité (contacts)
BMW Group	Forte	Moyenne	Forte	Non
Decathlon	Forte	Forte	Forte	Oui
Dell	Forte	Faible	Moyenne	Non
Heineken	Forte	Moyenne	Moyenne	Non
Lego	Forte	Moyenne	Forte	Non
Nivea	Faible	Faible	Forte	Non
P&G	Forte	Moyenne	Faible	Non
Starbucks	Forte	Moyenne	Moyenne	Non

Unilever (Axe Twist)	Faible	Faible	Moyenne	Non
Unilever (Sunsilk)	Forte	Moyenne	Forte	Non
Walmart	Forte	Moyenne	Forte	Non

#### Descriptions :

- BMW Group : plateforme de co-création avec concours d'idées, votes (<https://www.bmwgroup-cocreationlab.com/>) ;
- Decathlon : plateforme de co-création avec proposition d'idées de produits, votes, suivi de l'avancement des projets, concours d'idées (<https://fr.decathloncreation.com/>) ;
- Dell : plateforme de co-création avec proposition d'idées de produits, feedbacks de l'entreprise pour l'avancée des projets mais développement des idées en interne (<http://www.ideastorm.com>) ;
- Heineken : plateforme de co-création avec proposition d'idées (<http://www.theheinekencompany.com/about-us/innovation/innovators-brewhouse>) ;
- Lego : plateforme de co-création avec proposition d'idées de produits, votes (<https://ideas.lego.com/>) ;
- Nivea : netnographie et sondages sur forums ;
- P&G : plateforme de co-création davantage pour les chercheurs et les partenaires de l'entreprise, proposition d'idées (<http://www.pgconnectdevelop.com>) ;
- Starbucks : plateforme de co-création avec proposition d'idées, suivi des projets mais développement interne (<http://mystarbucksidea.force.com>) ;
- Unilever (Axe Twist) : focus groupes et vote d'une communauté ;
- Unilever (Sunsilk) : plateforme de co-création avec conversations sur produits de beautés et cheveux, votes (<https://www.sunsilk.in/>) ;
- Walmart : plateforme de co-création avec proposition d'idées de produits, votes, concours d'idées (<https://getontheshelf.walmart.com/>).

A noter que d'autres plateformes de co-création ont été développées par d'autres entreprises. Il n'est pas question ici d'effectuer un recensement de ces dernières, mais plutôt d'établir un choix quant au cas à analyser et ce, parmi les entreprises les plus connues afin que cela parle à tout le monde.

## ANNEXE 2 – SITE DECATHLON CREATION

### Captures d'écran du site Internet de Decathlon Création <https://fr.decathloncreation.com>

DECATHLON creation DÉCOUVRIR CONTRIBUER COMMUNAUTÉ PROPOSER Inscription Connexion

CRÉE LES PRODUITS DE DEMAIN EN COLLABORATION AVEC LES ÉQUIPES DECATHLON

Et si on créait... DÉMARRER

**IDÉE DE LA SEMAINE**

Les fibres sont courbées par le ballon qui roule dessus sans rebondir puis elles retrouvent leur position d'origine.

Utilité    
 Rend    
 Innovation

**ET SI ON RÉINVENTAIT LE PLOT D'ENTRAÎNEMENT?**

Par hugo, France

**LISTE DES SPORTS**

FITNESS (5)  
 AUTRE (4)  
 CYCLISME (3)  
 RANDONNÉE (3)  
 NATATION (2)  
 COURSE A PIED (2)  
 TROTINETTE (2)  
 SPORTS DE VAGUES (2)

DECATHLON creation DÉCOUVRIR CONTRIBUER COMMUNAUTÉ PROPOSER Inscription Connexion

**DÉCOUVRIR**

Découvre toutes les idées soumises par la communauté, partage ton avis, vote et qualifie les meilleures propositions.

**PROPOSE TON IDÉE**

Les idées sont partout. Et si on les concrétisait ?

Et si on créait DÉMARRER

**RÉSULTATS CONCERNANT TOUS TRIÉS PAR NOUVEAUTÉ**

**AILERON DE JAMBE PROPULSIF**

**RUNNING BELT**

**FIT & DRY - REDONNER DE LA MOBILITÉ**

**DECATHLON creation** DÉCOUVRIR CONTRIBUTEUR COMMUNAUTÉ PROPOSER

Inscription Connexion

**CONTRIBUER**  
*Propose des solutions, partage ton opinion, influence les décisions et améliore le projet à chaque étape de sa création.*

**PROPOSE TON IDÉE**  
 Les idées sont partout. Et si on les concrétisait ?

Et si on créait **DÉMARRER**

**RÉSULTATS CONCERNANT TOUS TRIÉS PAR NOUVEAUTÉ**

**SAC À DOS DE RANDONNÉE CONNECTÉ**

**PRATIQUER SANS CRAINDRE LES**

**JOUER N'IMPORTE OÙ, N'IMPORTE QUAND**

**DECATHLON creation** DÉCOUVRIR CONTRIBUTEUR COMMUNAUTÉ PROPOSER

Inscription Connexion

**COMMUNAUTÉ**  
*Bienvenue dans l'espace dédié à la communauté Decathlon Creation. Découvre toutes les actualités du site, celles de nos membres, leurs contributions et les projets que nous développons ensemble.*

**PROPOSE TON IDÉE**  
 Les idées sont partout. Et si on les concrétisait ?

Et si on créait **DÉMARRER**

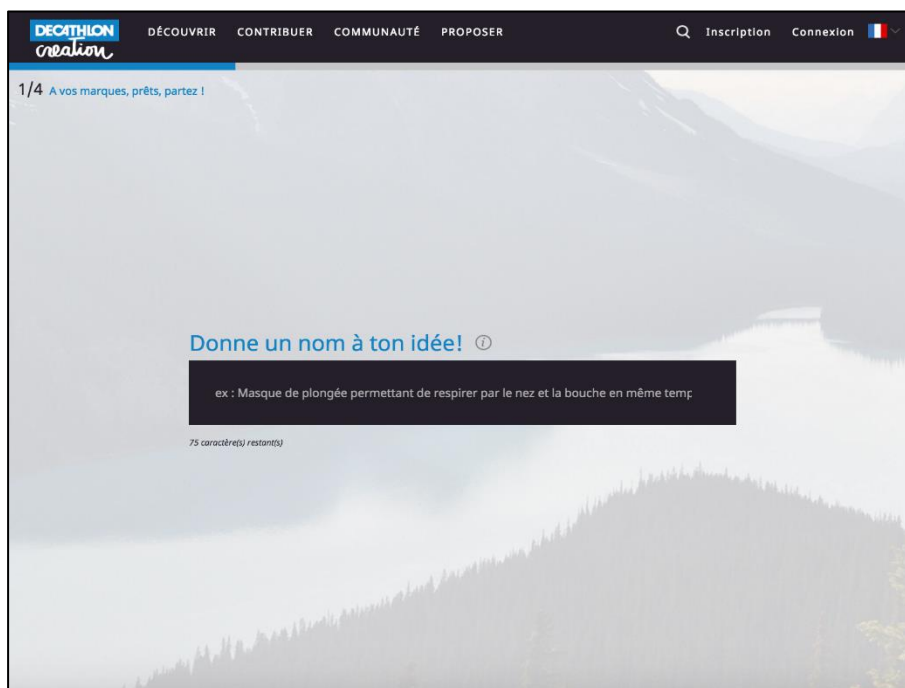
**ACTUALITÉS DU BLOG**

**LES PETITS NOUVEAUX**

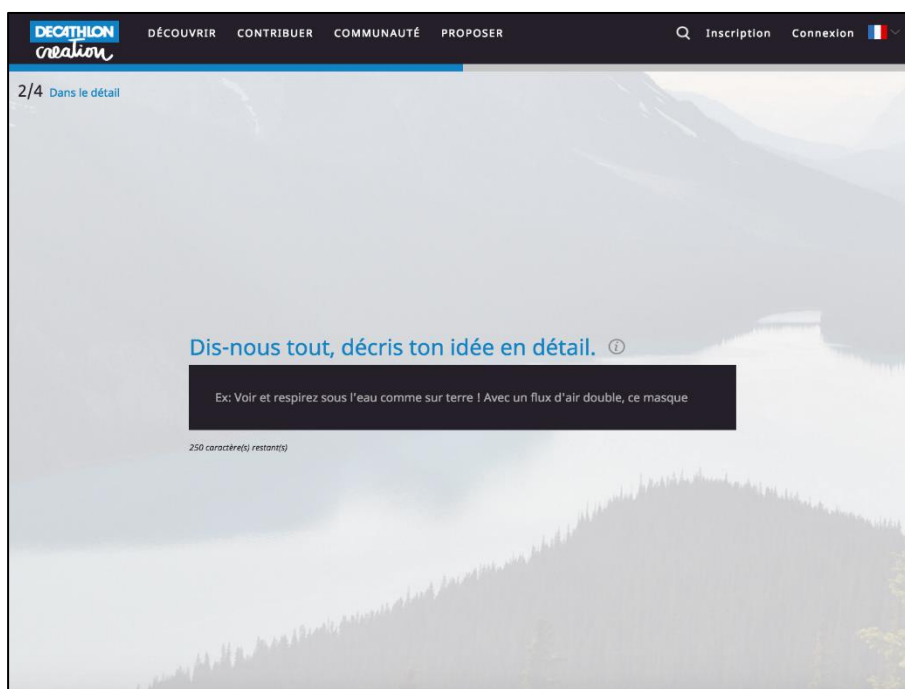
- Marion, Sarah, Paola, Maeva France
- Nadège France
- Monica France
- Hugo France
- Betânia Portugal

## ANNEXE 3 – PROCESSUS DE SOUMISSION D’UNE IDEE

### Captures d’écran du site Internet de Decathlon Création <https://fr.decathloncreation.com>



#### Donner un nom à l’idée



#### Décrire l’idée

DECATHLON  
création

DÉCOUVRIR CONTRIBUER COMMUNAUTÉ PROPOSER

Q Inscription Connexion

3/4 Choisis ton camp

Quel est le sport concerné ?

Saisis le sport correspondant et choisis dans la liste déroulante

### Déterminer le sport concerné par l'idée

DECATHLON  
création

DÉCOUVRIR CONTRIBUER COMMUNAUTÉ PROPOSER

Q Inscription Connexion

4/4 Dernière ligne droite

Ajoute une image ⓘ

Télécharge une photo, un croquis... (JPEG et PNG - 8 Mo max. - format paysage conseillé)

Passer

### Ajouter une image explicative de l'idée

Une fois ces étapes terminées, l'inventeur est invité à valider le questionnaire qu'il vient de remplir afin que son idée soit prise en compte et postée sur la plateforme Decathlon Création.

## ANNEXE 4 – EVALUATION PAR LA COMMUNAUTE

### Captures d'écran du site Internet de Decathlon Création <https://fr.decathloncreation.com>

**DECATHLON creation** DÉCOUVRIR CONTRIBUER COMMUNAUTÉ PROPOSER

SPORTS DE VAGUES

### ET HOP BOX : PRATIQUE ET TRANSPORTABLE POUR SE CHANGER PARTOUT

Par Vivien

Système pliable et dépliable pour se changer à volonté et sans être vu, pour tous enfant comme adulte. Omnispport!

TRANSPORTAI ET DÉPLIABLE ET PLIABLE

LES URS

ENFANT CERCEAU

ADULTE

LOQUET

60

LÉGER

18 JOURS RESTANTS

21 OPINIONS

QU'EN PENSES-TU ? PARTAGE TON AVIS!

DESCRIPTION DE L'IDÉE Modifié 22/06/18  
Système pliable et dépliable pour se changer à volonté et sans être vu, pour tous enfant comme adulte. Omnispport!

Une idée proposée par

VIVIEN

1 idée - projet

2 participations - point

18 JOURS RESTANTS

21 OPINIONS

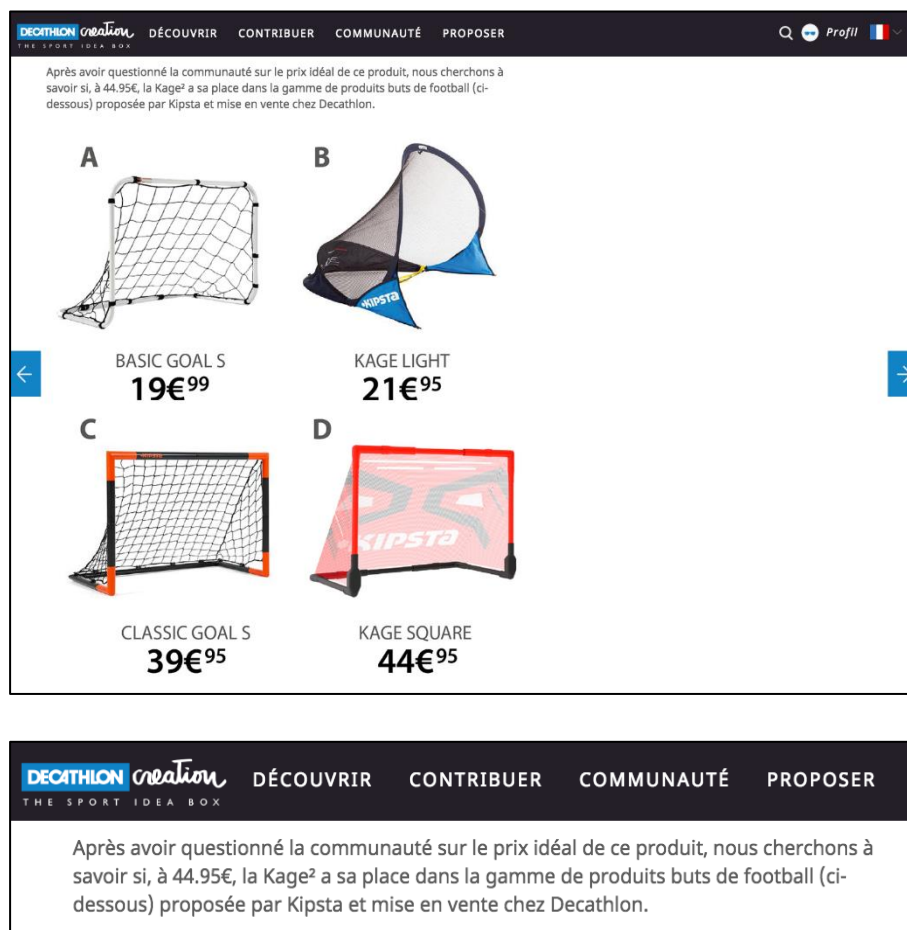
QU'EN PENSES-TU ? PARTAGE TON AVIS!

Reportez un contenu abusif

Comme il est possible de voir sur les deux images qui précèdent, les participants à la co-création ont la possibilité d'évaluer les idées proposées par les autres membres de la communauté. Par ailleurs, Decathlon Création indique également le nombre d'opinions déjà reçues et le nombre de jours restant afin d'obtenir les votes nécessaires.

## ANNEXE 5 – CONTRIBUTION A LA CONCEPTION

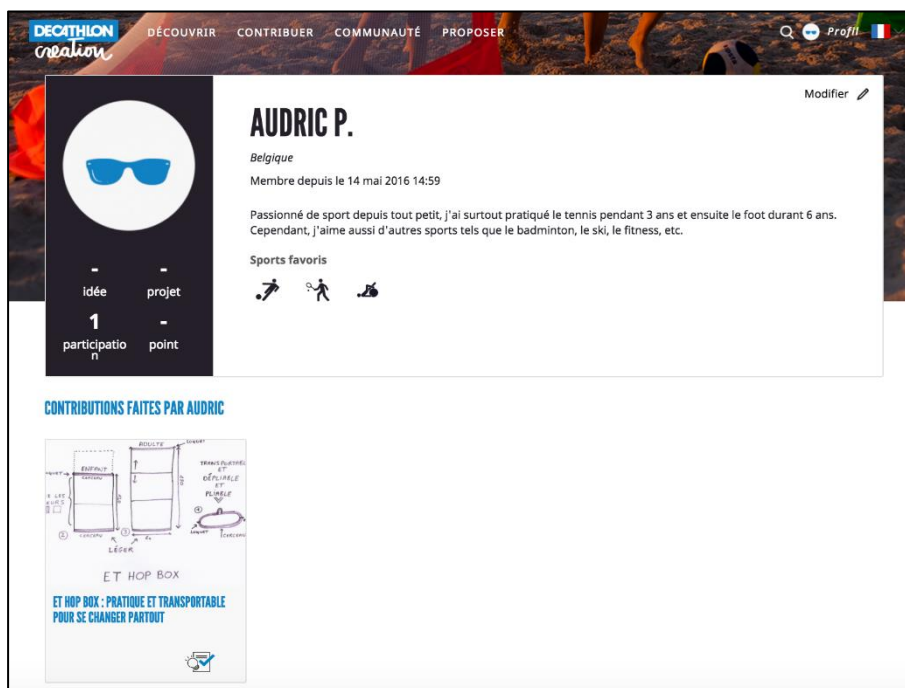
### Captures d'écran du site Internet de Decathlon Création <https://fr.decathloncreation.com>



Après avoir développé les différents aspects techniques du goal, Decathlon Création retourne une fois de plus vers ses membres afin de savoir si le prix fixé pour la Kage Square permet à se dernier d'avoir sa place dans leur offre de produits.

## ANNEXE 6 – RECOMPENSE FINANCIERE

### Captures d'écran du site Internet de Decathlon Création <https://fr.decathloncreation.com>



Les deux images ci-dessus montrent une page correspondant au profil des utilisateurs. Sur cette page se trouve une multitude d'informations dont les points récoltés pour les interventions pertinentes effectuées sur le site Decathlon Création. Ces points seront ensuite échangés contre de l'argent.

## ANNEXE 7 – QUESTIONNAIRE DECATHLON

Dans le cadre de notre mémoire à la Louvain School of Management (Université Catholique de Louvain), nous réalisons une étude de marché sur le concept de « co-crédation » et ce, en collaboration avec l'entreprise Decathlon. Nous avons besoin de votre aide afin de répondre à nos quelques questions, ce qui ne devrait pas prendre plus de 5 minutes.

Plusieurs éléments importants sont à noter avant de débiter le questionnaire :

- Les réponses sont anonymes ;
- Il n'y a ni bonne ni mauvaise réponse ;
- Il est important de bien tout lire ;
- Il est impératif de répondre à toutes les questions posées.

Nous vous remercions d'avance pour votre participation.

Q1 : Aimez-vous le sport ? Que ce soit un sport en particulier ou le sport en général, que vous soyez amateur ou professionnel et que vous le pratiquiez de manière régulière ou non ?

- a)  Oui
- b)  Non

Si vous avez coché la réponse a, passez à la question 2.  
Si vous avez coché la réponse b, passez à la question 17.

Q2 : Connaissez-vous le concept de co-crédation ?

- a)  Oui
- b)  Non

Si vous avez coché la réponse a, veuillez lire l'explication au point Q2a.  
Si vous avez coché la réponse b, veuillez lire l'explication au point Q2b.

Q2a. Explication

Bien que vous connaissiez le concept de co-crédation, nous vous demandons de bien vouloir lire notre définition ci-dessous afin de se mettre d'accord sur le concept :

"La co-crédation est une nouvelle technique de management, par laquelle les consommateurs et producteurs agissent conjointement dans le but de créer des produits et expériences.

Concrètement, le concept consiste à ce que vous, les consommateurs, collaboriez étroitement avec l'entreprise pour créer de nouveaux produits. Il peut s'agir de donner simplement son avis sur divers aspects du produit ou encore d'avoir un rôle actif en proposant des designs, des solutions à des problèmes, etc. La co-crédation offre des possibilités quasi illimitées pour permettre à l'entreprise de faire naître de nouveaux produits".

## Q2b. Explication

Comme il semblerait que vous ne connaissez pas le concept de co-création, nous vous demandons de bien vouloir lire notre définition ci-dessous afin d'en prendre connaissance :

"La co-création est une nouvelle technique de management, par laquelle les consommateurs et producteurs agissent conjointement dans le but de créer des produits et expériences.

Concr ement, le concept consiste à ce que vous, les consommateurs, collaboriez étroitement avec l'entreprise pour créer de nouveaux produits. Il peut s'agir de donner simplement son avis sur divers aspects du produit ou encore d'avoir un rôle actif en proposant des designs, des solutions à des problèmes, etc. La co-création offre des possibilités quasi illimit es pour permettre à l'entreprise de faire naître de nouveaux produits".

Q3 : Connaissez-vous la plateforme Decathlon Création (decathloncreation.com), anciennement appelée Open Oxyane ?

- a)  Oui  
b)  Non

Si vous avez coch e la réponse a, veuillez lire l'explication au point Q3a.

Si vous avez coch e la réponse b, veuillez lire l'explication au point Q3b.

## Q3a. Explication

Bien que vous connaissiez la plateforme Decathlon Création, nous vous demandons de bien vouloir lire notre explication ci-dessous afin de bien visualiser les différents aspects :

"Decathlon Création est une plateforme en ligne qui permet à n'importe qui de proposer une idée de nouveau produit ou de participer à l'élaboration de projets de nouveaux produits (via des conseils, des votes, etc.). L'objectif de DECATHLON CREATION est donc de développer de nouveaux articles en collaboration avec ses consommateurs.

Un tel processus se compose de plusieurs étapes :

- La proposition de l'idée : le consommateur donne une idée de produit originale, li e au sport et facilitant la vie des sportifs ;
- L'évaluation par la communauté : une fois l'idée post e sur la plateforme, vous disposez de 30 jours pour convaincre les autres membres présents sur DECATHLON CREATION de voter pour votre projet ;
- Le staff review : les idées recueillant plus de 100 votes sont analys es par le staff de DECATHLON CREATION. Concr ement, vous devez discuter de votre idée avec l'équipe de conception sur plusieurs points relatifs au produit ainsi que répondre à certaines questions de la communauté ;
- La contribution à la conception : lorsque le staff review est fini, la communauté entre à nouveau en action pour donner son avis et décider de plusieurs points cruciaux (le design, le prix, certaines caractéristiques, etc.) ;
- La récompense : DECATHLON CREATION récompense ses membres pour chacune de leurs actions pertinentes (que ce soit un simple commentaire, une nouvelle idée, un vote, etc.) grâce à un système de points. A partir de 8 000 points, il est possible d'échanger ces derniers contre de l'argent (Euro).

A noter que la propriété intellectuelle est ici collective car de nombreux membres de la communauté ont participé à la conception du produit. C'est pourquoi toute action pertinente sur la plateforme Decathlon Création est récompensée par des points.

Les produits co-créés sont ensuite commercialisés dans les magasins Decathlon comme tout autre produit !"

### Q3b. Explication

Comme il semblerait que vous ne connaissez pas la plateforme Decathlon Création, nous vous demandons de bien vouloir lire notre explication ci-dessous afin de bien visualiser les différents aspects :

"Decathlon Création est une plateforme en ligne qui permet à n'importe qui de proposer une idée de nouveau produit ou de participer à l'élaboration de projets de nouveaux produits (via des conseils, des votes, etc.). L'objectif de DECATHLON CREATION est donc de développer de nouveaux articles en collaboration avec ses consommateurs.

Un tel processus se compose de plusieurs étapes :

- La proposition de l'idée : le consommateur donne une idée de produit originale, liée au sport et facilitant la vie des sportifs ;
- L'évaluation par la communauté : une fois l'idée postée sur la plateforme, vous disposez de 30 jours pour convaincre les autres membres présents sur DECATHLON CREATION de voter pour votre projet ;
- Le staff review : les idées recueillant plus de 100 votes sont analysées par le staff de DECATHLON CREATION. Concrètement, vous devez discuter de votre idée avec l'équipe de conception sur plusieurs points relatifs au produit ainsi que répondre à certaines questions de la communauté ;
- La contribution à la conception : lorsque le staff review est fini, la communauté entre à nouveau en action pour donner son avis et décider de plusieurs points cruciaux (le design, le prix, certaines caractéristiques, etc.) ;
- La récompense : DECATHLON CREATION récompense ses membres pour chacune de leurs actions pertinentes (que ce soit un simple commentaire, une nouvelle idée, un vote, etc.) grâce à un système de points. A partir de 8 000 points, il est possible d'échanger ces derniers contre de l'argent (Euro).

A noter que la propriété intellectuelle est ici collective car de nombreux membres de la communauté ont participé à la conception du produit. C'est pourquoi toute action pertinente sur la plateforme Decathlon Création est récompensée par des points.

Les produits co-créés sont ensuite commercialisés dans les magasins Decathlon comme tout autre produit !"

Q4 : Avez-vous déjà participé à un projet sur la plateforme DECATHLON CREATION ?

- a)  Oui  
b)  Non

Si vous avez coché la réponse a, passez à la question 4.

Si vous avez coché la réponse b, passez à la question 10.

Q5 : Laquelle de ces deux affirmations vous correspond le mieux ?

- a)  J'ai posté une idée de produit  
 b)  J'ai donné mon avis sur le développement d'un produit

Q6 : Dans quelle mesure avez-vous aimé participer à un tel processus ?

Pas du tout apprécié	1	2	3	4	5	Fortement apprécié
----------------------	---	---	---	---	---	--------------------

Q7 : Vous trouverez ci-dessous une série d'affirmations concernant les motivations qui vous ont poussés à participer au processus de co-création. Veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec celles-ci.

a) Je voulais que l'entreprise prenne en compte mon avis

Pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	Tout à fait d'accord
----------------------	---	---	---	---	---	----------------------

b) Je voulais passer un moment agréable durant ma participation au processus

Pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	Tout à fait d'accord
----------------------	---	---	---	---	---	----------------------

c) Je voulais bénéficier de la récompense financière

Pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	Tout à fait d'accord
----------------------	---	---	---	---	---	----------------------

Q8 : Vous trouverez ci-dessous une série d'affirmations concernant ce que vous avez retenu de votre participation au processus de co-création. Veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec celles-ci.

a) J'ai l'impression que l'entreprise a pris mon avis en compte

Pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	Tout à fait d'accord
----------------------	---	---	---	---	---	----------------------

b) Je me suis amusé durant ma participation au processus

Pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	Tout à fait d'accord
----------------------	---	---	---	---	---	----------------------

c) J'ai apprécié de pouvoir bénéficier de la récompense financière

Pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	Tout à fait d'accord
----------------------	---	---	---	---	---	----------------------

Q9 : Dans quelle mesure participeriez-vous à nouveau à un processus de co-création ?

Pas du tout probable	1	2	3	4	5	Tout à fait probable
----------------------	---	---	---	---	---	----------------------

Passez maintenant à la Q12.

Q10 : Dans quelle mesure aimeriez-vous participer à un tel processus ?

Pas du tout intéressé	1	2	3	4	5	Tout à fait intéressé
-----------------------	---	---	---	---	---	-----------------------

Q11 : Vous trouverez ci-dessous une série d'affirmations concernant les motivations qui pourraient vous pousser à participer au processus de co-création. Veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec celles-ci.

a) Je voudrais que l'entreprise prenne en compte mon avis

Pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	Tout à fait d'accord
----------------------	---	---	---	---	---	----------------------



b) Je voudrais passer un moment agréable durant ma participation au processus

Pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	Tout à fait d'accord
----------------------	---	---	---	---	---	----------------------



c) Je voudrais bénéficier de la récompense financière

Pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	Tout à fait d'accord
----------------------	---	---	---	---	---	----------------------

Q12 : Voici une liste comparant à chaque fois un produit non co-créé (celui à gauche) avec un produit co-créé (celui à droite). Veuillez à bien comprendre les différences entre les deux types de produits.

Produit 1	
Siège vélo traditionnel	Siège vélo poussette
	
Ceci est siège vélo pour bébé classique.	Ceci est un siège vélo pour bébé mais qui peut être détaché et utilisé comme poussette.



<b>Produit 2</b>	
Sac à dos traditionnel de randonnée	Sac à dos de randonnée connecté
	
Ceci est un sac à dos de randonnée classique.	Ceci est un sac à dos qui permet d'être connecté à Internet, de suivre son temps de parcours, de prévenir les randonneurs aux alentours de notre présence, etc.
<b>Produit 3</b>	
Caisse de transport traditionnelle pour chien	Caisse de transport pliable pour chien
	
Ceci est une caisse classique de transport pour chien.	Ceci est une caisse de transport pliable pour chien. Il s'agit d'une boîte normale sauf qu'il est possible de la plier facilement.
<b>Produit 4</b>	
Sac de couchage traditionnel	Sac de couchage de demain
	
Ceci est un sac de couchage traditionnel.	Ceci est un sac de couchage qui adapte automatiquement la température pour ne pas être réveillé si on a trop chaud ou trop froid.

Produit 5	
Tente de camping traditionnelle	Tente de camping anti humidité et saletés
	
Ceci est une tente de camping traditionnelle.	Ceci est une tente de camping qui permet de stopper l'humidité et la saleté grâce à un système inventé par un consommateur.

Sur base des exemples ci-dessus, dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec l'affirmation suivante : « Je préfère acheter un produit co-créé plutôt qu'un produit non co-créé » ?



Pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	Tout à fait d'accord
----------------------	---	---	---	---	---	----------------------

Q13 : Voici une liste comparant à chaque fois deux produits. En tenant compte du prix du produit de gauche (produit non co-créé), combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir le produit de droite (produit co-créé) ?

Produit 1	
Siège vélo traditionnel	Siège vélo poussette
	
Ceci est siège vélo pour bébé classique. Il est vendu au prix de <b>50€</b> chez DECATHLON.	Ceci est un siège vélo pour bébé mais qui peut être détaché et utilisé comme poussette.



a) Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir le siège vélo poussette ? (En sachant que le siège vélo traditionnel est vendu à 50€)

25€ ou moins	30€	35€	40€	45€	50€	55€	60€	65€	70€	75€ ou plus
--------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-------------

Produit 2	
Sac à dos traditionnel de randonnée	Sac à dos de randonnée connecté
	
Ceci est un sac à dos de randonnée classique. Il est vendu au prix de <b>100€</b> chez DECATHLON.	Ceci est un sac à dos qui permet d'être connecté à Internet, de suivre son temps de parcours, de prévenir les randonneurs aux alentours de notre présence, etc.



b) Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir le sac de randonnée connecté ? (En sachant que le sac à dos traditionnel est vendu à 100€)

50€ ou moins	60€	70€	80€	90€	100€	110€	120€	130€	140€	150€ ou plus
--------------------	-----	-----	-----	-----	------	------	------	------	------	--------------------

Produit 3	
Caisse de transport traditionnelle pour chien	Caisse de transport pliable pour chien
	
Ceci est une caisse classique de transport pour chien. Elle est vendue au prix de <b>100€</b> chez DECATHLON.	Ceci est une caisse de transport pliable pour chien. Il s'agit d'une boîte normale sauf qu'il est possible de la plier facilement.



c) Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir la caisse de transport pliable pour chien ? (En sachant que la caisse de transport traditionnelle est vendue à 100€)

50€ ou moins	60€	70€	80€	90€	100€	110€	120€	130€	140€	150€ ou plus
--------------------	-----	-----	-----	-----	------	------	------	------	------	--------------------

Produit 4	
Sac de couchage traditionnel	Sac de couchage de demain
	
Ceci est un sac de couchage traditionnel. Il est vendu au prix de <b>70€</b> chez DECATHLON.	Ceci est un sac de couchage qui adapte automatiquement la température pour ne pas être réveillé si on a trop chaud ou trop froid.

d) Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir le sac de couchage de demain ? (En sachant que le sac de couchage traditionnel est vendu à 70€)

35€ ou moins	42€	49€	56€	63€	70€	77€	84€	91€	98€	105€ ou plus
--------------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	--------------------

Produit 5	
Tente de camping traditionnelle	Tente de camping anti humidité et saletés
	
Ceci est une tente de camping traditionnelle. Elle est vendue au prix de <b>70€</b> chez DECATHLON.	Ceci est une tente de camping qui permet de stopper l'humidité et la saleté grâce à un système inventé par un consommateur.

e) Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir la tente de camping anti humidité et saletés ? (En sachant que la tente de camping traditionnelle est vendue à 70€)

35€ ou moins	42€	49€	56€	63€	70€	77€	84€	91€	98€	105€ ou plus
--------------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	--------------------

Q14 : Durant la conception d'un produit sur la plateforme, dans quelle mesure seriez-vous prêt à donner votre feedback sur le projet en cours ?

Pas du tout probable	1	2	3	4	5	Tout à fait probable
----------------------	---	---	---	---	---	----------------------

Q15 : Après avoir acheté un produit co-créé, seriez-vous plus enclin à vous plaindre que pour un produit non co-créé ?

Pas du tout probable	1	2	3	4	5	Tout à fait probable
----------------------	---	---	---	---	---	----------------------

Q16 : Vous êtes :

- a)  Un homme
- b)  Une femme

Q17 : Vous êtes :

- a)  Célibataire
- b)  Marié
- c)  En couple
- d)  Veuf
- e)  Divorcé

Q18 : Vous êtes :

- a)  Etudiant
- b)  Travailleur
- c)  Retraité

Q19 : Quelle est votre catégorie de revenus annuels (seul) :\*

- a)  0€ - 15 000€
- b)  15 001€ - 25 000€
- c)  25 001€ - 50 000€
- d)  50 000€ - ...

Q20 : Quel âge avez-vous ?

\_\_\_\_\_ ans

\*Nous nous sommes basés ici sur des questionnaires déjà effectués dans nos précédentes années académiques. Nous aurions pu également utiliser une échelle mensuelle pour cette question, afin de faciliter la spontanéité de la réponse du répondant.

## ANNEXE 8 – MATRICE HYPOTHESES/QUESTIONS

Hypothèses Questions	Nature de la question	H1	H2	H3	H4	H5	H6	H7	H8	H9
Q1	Nominale	Sélection des répondants								
Q2	Nominale	Résultats globaux								
Q3	Nominale									
Q4	Nominale									
Q5	Nominale									
Q6	Intervalle									
Q7	Intervalle	X	X	X						
Q8	Intervalle	X	X	X						
Q9	Intervalle	Résultats globaux								
Q10	Intervalle									
Q11	Intervalle	X	X	X						
Q12	Intervalle				X		X			
Q13	Intervalle					X		X		
Q14	Intervalle								X	
Q15	Intervalle									X
Q16	Nominale	Variables sociodémographiques								
Q17	Nominale									
Q18	Nominale									
Q19	Ordinale									
Q20	Ordinale									

## ANNEXE 9 – DETERMINATION DE LA TAILLE DE L'ÉCHANTILLON

Les formules suivantes données par Malhotra (2011) permettent de définir la taille de l'échantillon optimal grâce à l'estimation des proportions ou des moyennes et ce, au moyen de plusieurs données spécifiques :

Méthode des moyennes

$$n = \frac{t^2 \sigma^2}{d^2}$$

Méthode des proportions

$$n = \frac{t^2 p(1 - p)}{d^2}$$

Avec :

- n = la taille optimale de l'échantillon aléatoire ;
- t = le coefficient associé au niveau de confiance ;
- $\sigma$  = l'écart standard de la population ;
- d = le degré de précision choisis ;
- p = la proportion d'individus présentant la caractéristique à mesurer.

## ANNEXE 10 – STRUCTURE DETAILLEE DE L'ECHANTILLON

### 1. SEXE

#### Fréquences

#### Statistiques

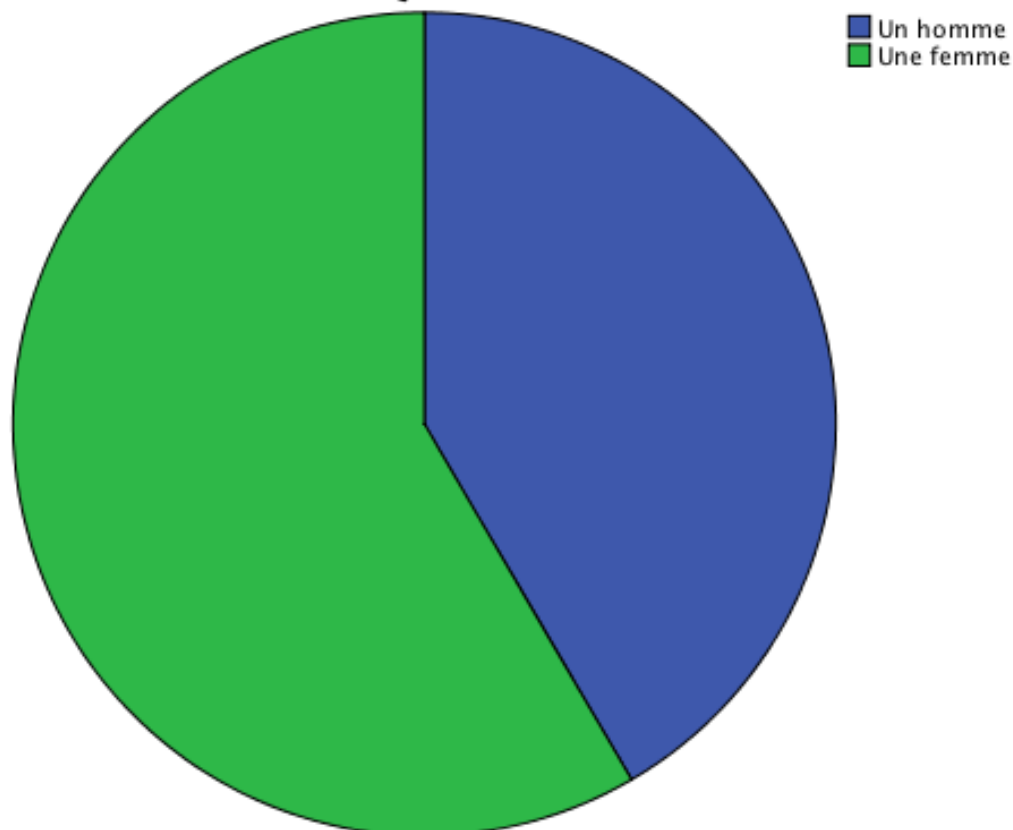
Quel est votre sexe ?

N	Valide	399
	Manquant	0

#### Quel est votre sexe ?

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Un homme	166	41,6	41,6	41,6
	Une femme	233	58,4	58,4	100,0
Total		399	100,0	100,0	

#### Quel est votre sexe ?



## 2. STATUT MATRIMONIAL

### Fréquences

#### Statistiques

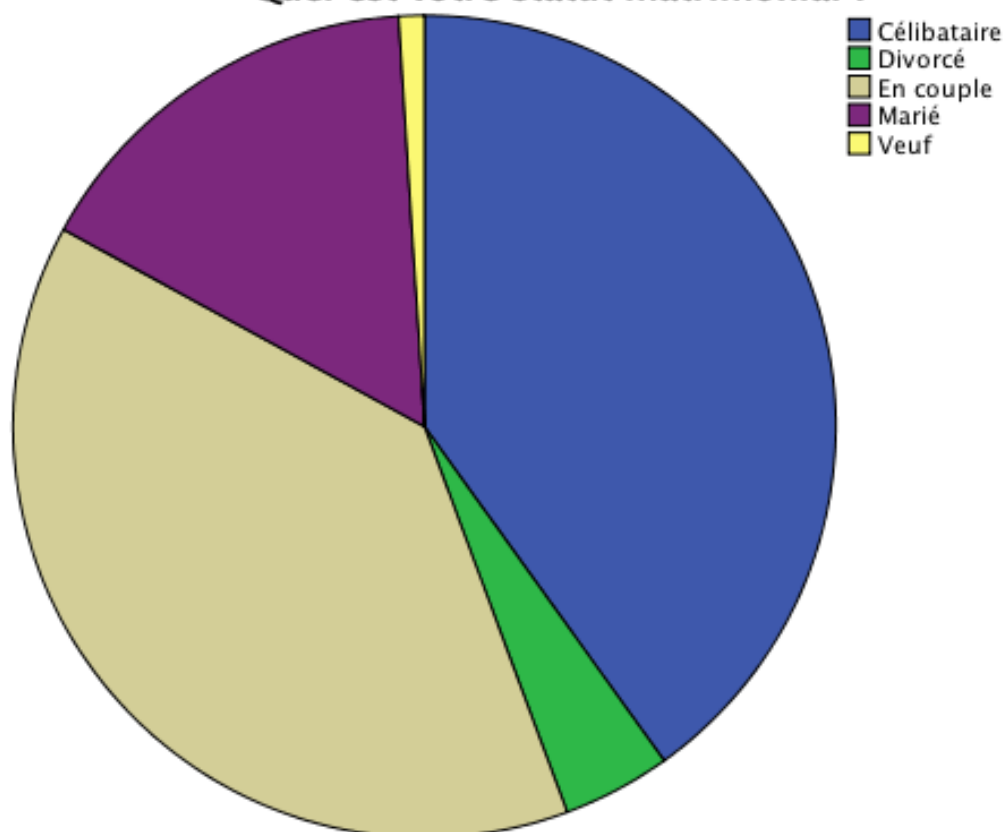
Quel est votre statut matrimonial ?

N	Valide	399
	Manquant	0

#### Quel est votre statut matrimonial ?

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Célibataire	160	40,1	40,1	40,1
	Divorcé	17	4,3	4,3	44,4
	En couple	154	38,6	38,6	83,0
	Marié	64	16,0	16,0	99,0
	Veuf	4	1,0	1,0	100,0
	Total	399	100,0	100,0	

#### Quel est votre statut matrimonial ?



### 3. EMPLOIS

#### Fréquences

#### Statistiques

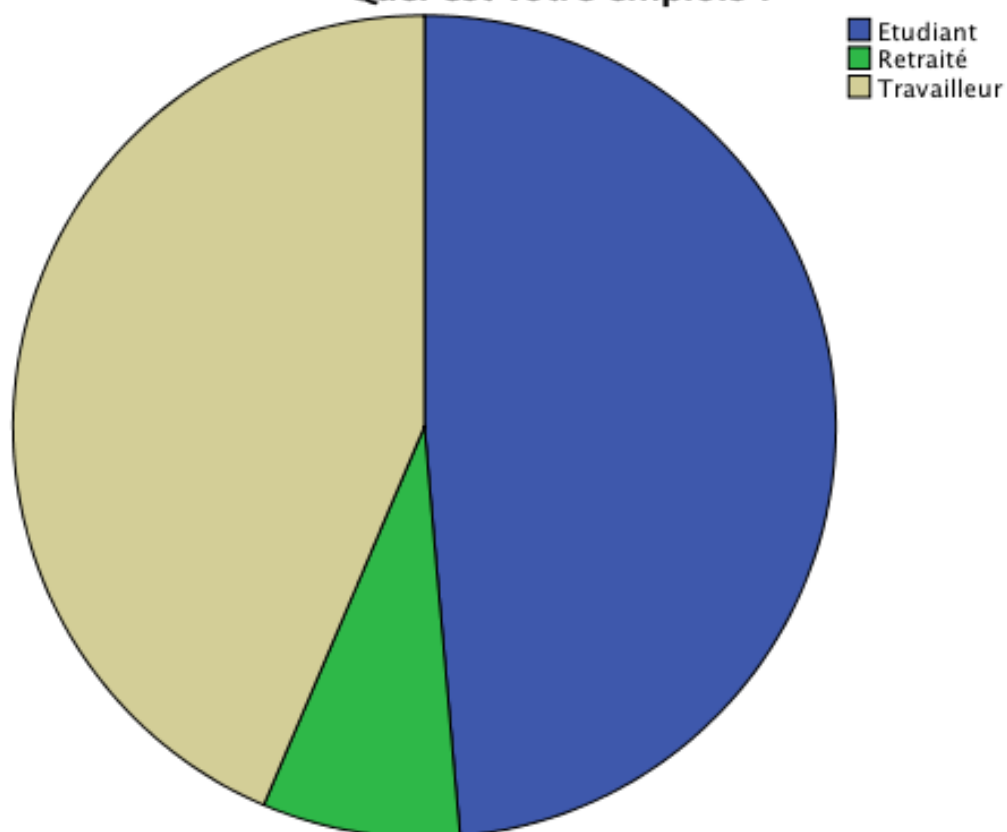
Quel est votre emploi ?

N	Valide	399
	Manquant	0

#### Quel est votre emplois ?

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Etudiant	194	48,6	48,6	48,6
	Retraité	31	7,8	7,8	56,4
	Travailleur	174	43,6	43,6	100,0
	Total	399	100,0	100,0	

#### Quel est votre emplois ?



## 4. REVENU

### Fréquences

#### Statistiques

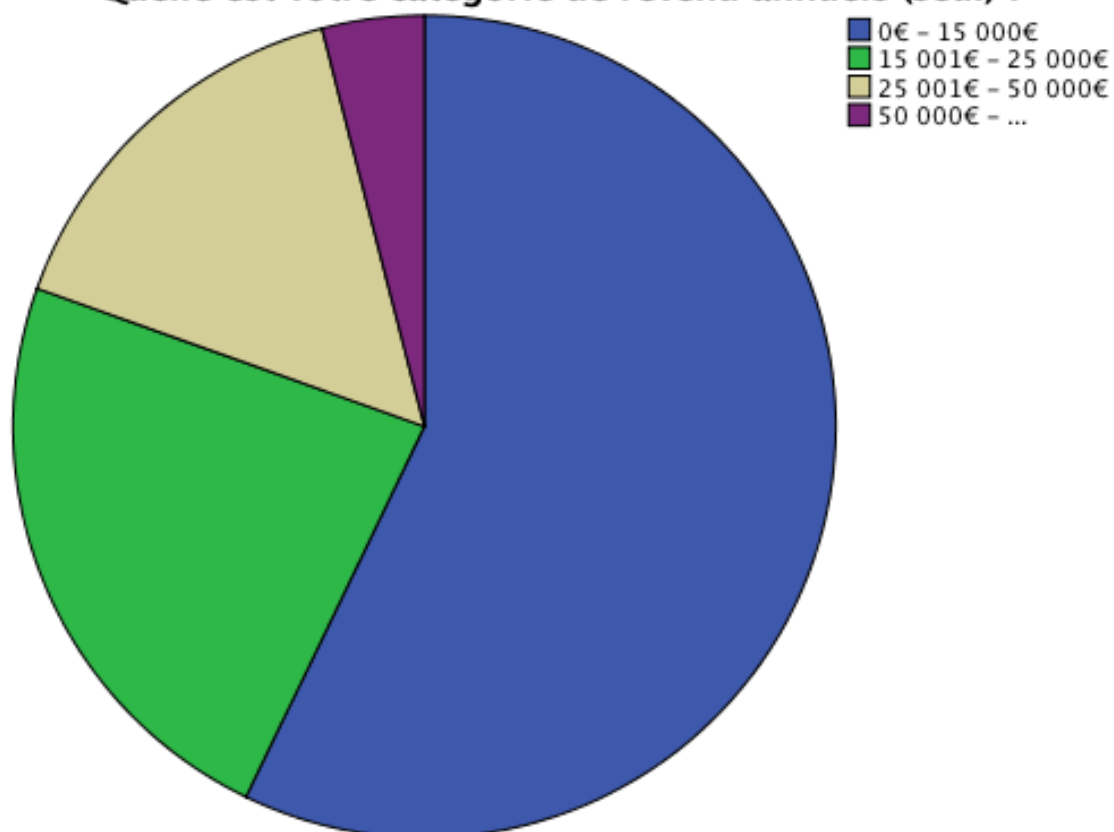
Quelle est votre catégorie de revenu annuels (seul) ?

N	Valide	399
	Manquant	0

#### Quelle est votre catégorie de revenu annuels (seul) ?

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	0€ - 15 000€	228	57,1	57,1	57,1
	15 001€ - 25 000€	93	23,3	23,3	80,5
	25 001€ - 50 000€	62	15,5	15,5	96,0
	50 000€ - ...	16	4,0	4,0	100,0
Total		399	100,0	100,0	

#### Quelle est votre catégorie de revenu annuels (seul) ?



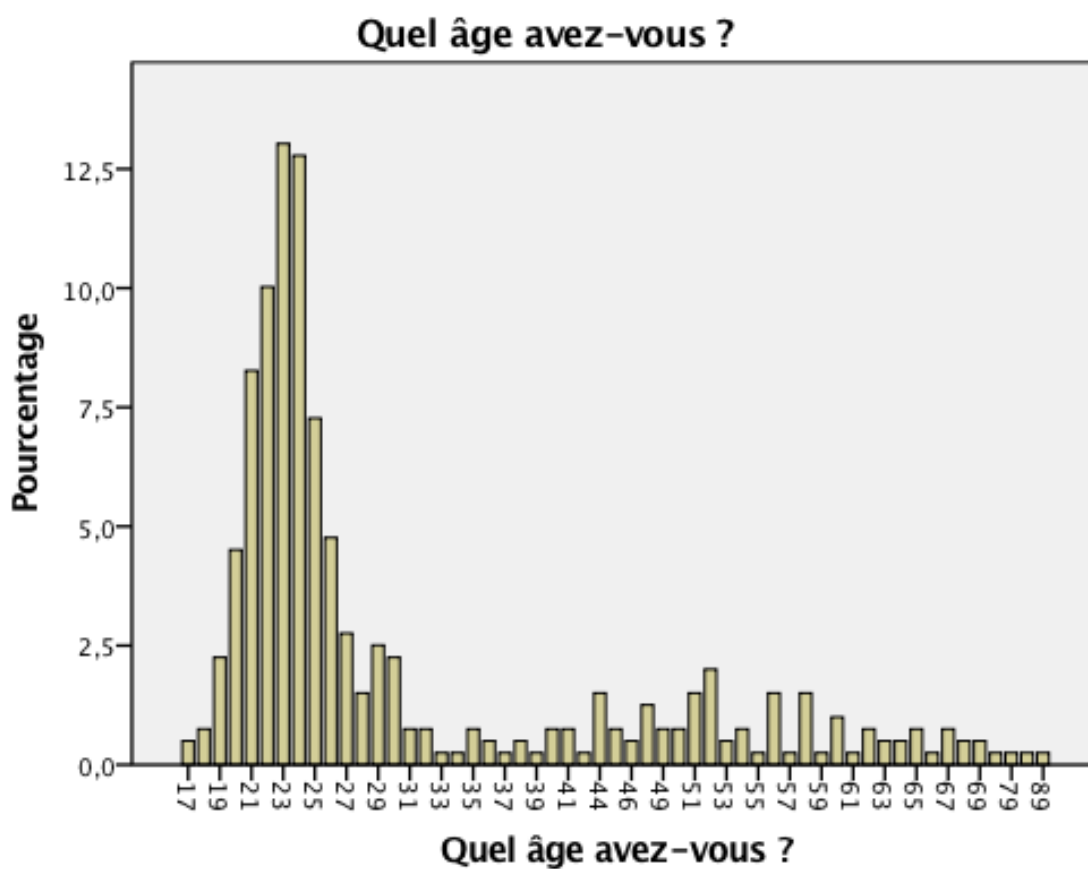
## 5. ÂGE

### Fréquences

#### Statistiques

Quel âge avez-vous ?

N	Valide	399
	Manquant	0
Moyenne		31,09
Médiane		24,00
Mode		23
Ecart type		14,144
Variance		200,043
Minimum		17
Maximum		89
Somme		12403
	Percentiles	
	25	22,00
	50	24,00
	75	34,00



### Quel âge avez-vous ?

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	17	2	,5	,5	,5
	18	3	,8	,8	1,3
	19	9	2,3	2,3	3,5
	20	18	4,5	4,5	8,0
	21	33	8,3	8,3	16,3
	22	40	10,0	10,0	26,3
	23	52	13,0	13,0	39,3
	24	51	12,8	12,8	52,1
	25	29	7,3	7,3	59,4
	26	19	4,8	4,8	64,2
	27	11	2,8	2,8	66,9
	28	6	1,5	1,5	68,4
	29	10	2,5	2,5	70,9
	30	9	2,3	2,3	73,2
	31	3	,8	,8	73,9
	32	3	,8	,8	74,7
	33	1	,3	,3	74,9
	34	1	,3	,3	75,2
	35	3	,8	,8	75,9
	36	2	,5	,5	76,4
	37	1	,3	,3	76,7
	38	2	,5	,5	77,2
	39	1	,3	,3	77,4
	40	3	,8	,8	78,2
	41	3	,8	,8	78,9
	43	1	,3	,3	79,2
	44	6	1,5	1,5	80,7
	45	3	,8	,8	81,5
	46	2	,5	,5	82,0
	48	5	1,3	1,3	83,2
	49	3	,8	,8	84,0
	50	3	,8	,8	84,7
	51	6	1,5	1,5	86,2
	52	8	2,0	2,0	88,2
	53	2	,5	,5	88,7
	54	3	,8	,8	89,5
	55	1	,3	,3	89,7
	56	6	1,5	1,5	91,2
	57	1	,3	,3	91,5
	58	6	1,5	1,5	93,0
59	1	,3	,3	93,2	
60	4	1,0	1,0	94,2	
61	1	,3	,3	94,5	
62	3	,8	,8	95,2	

63	2	,5	,5	95,7
64	2	,5	,5	96,2
65	3	,8	,8	97,0
66	1	,3	,3	97,2
67	3	,8	,8	98,0
68	2	,5	,5	98,5
69	2	,5	,5	99,0
75	1	,3	,3	99,2
79	1	,3	,3	99,5
83	1	,3	,3	99,7
89	1	,3	,3	100,0
Total	399	100,0	100,0	

## ANNEXE 11 – CONNAISSANCE DU CONCEPT DE CO-CREATION

### Fréquences

#### Statistiques

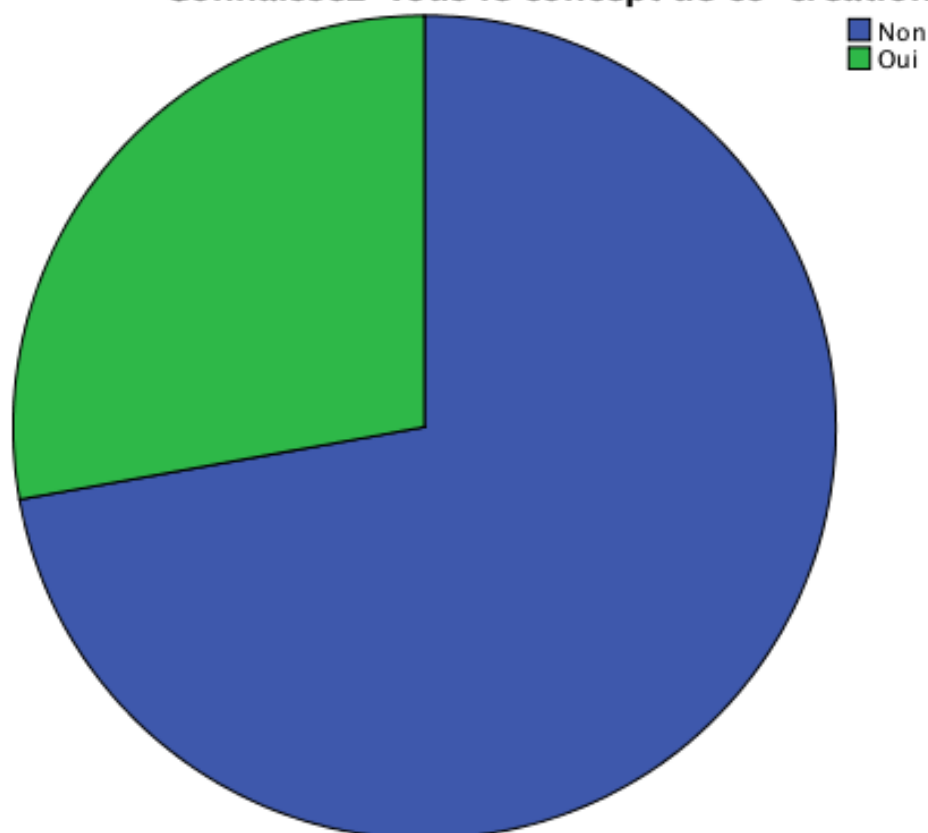
Connaissez-vous le concept de co-création ?

N	Valide	399
	Manquant	0

#### Connaissez-vous le concept de co-création ?

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Non	288	72,2	72,2	72,2
	Oui	111	27,8	27,8	100,0
	Total	399	100,0	100,0	

#### Connaissez-vous le concept de co-création ?



## ANNEXE 12 – CONNAISSANCE DE LA PLATEFORME DECATHLON CREATION

### 1. DE MANIERE GLOBALE

#### Fréquences

#### Statistiques

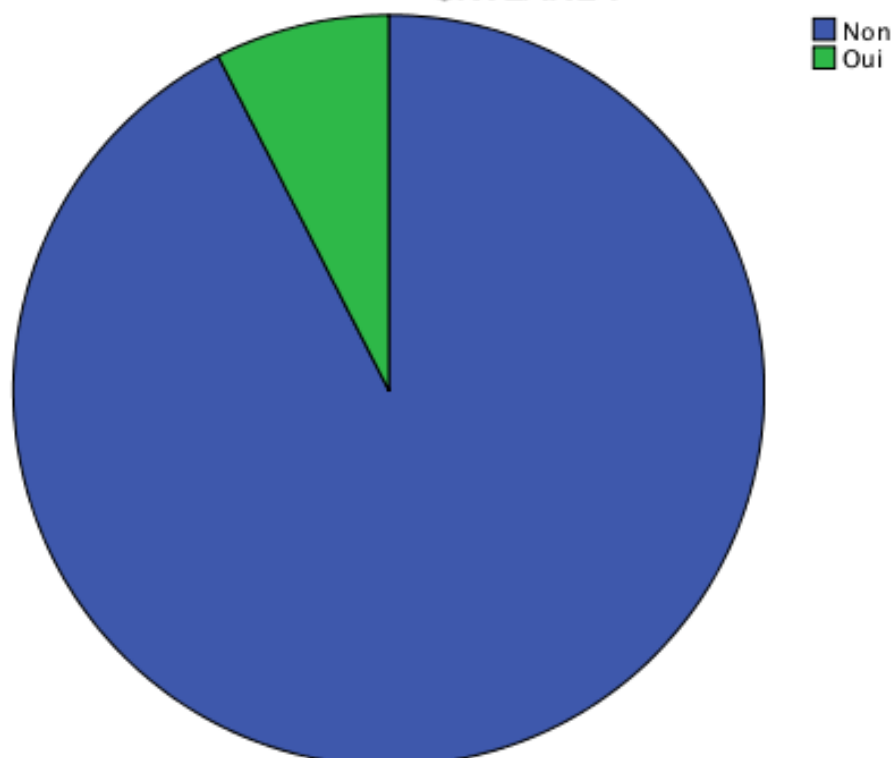
Connaissez-vous la plateforme DECATHLON CREATION (decathloncreation.com), anciennement appelée OPEN OXYLANE ?

N	Valide	399
	Manquant	0

#### Connaissez-vous la plateforme DECATHLON CREATION (decathloncreation.com), anciennement appelée OPEN OXYLANE ?

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Non	369	92,5	92,5	92,5
	Oui	30	7,5	7,5	100,0
Total		399	100,0	100,0	

#### Connaissez-vous la plateforme DECATHLON CREATION (decathloncreation.com), anciennement appelée OPEN OXYLANE ?



## 1. POUR CEUX CONNAISSANT LA CO-CREATION

### Fréquences

#### Statistiques

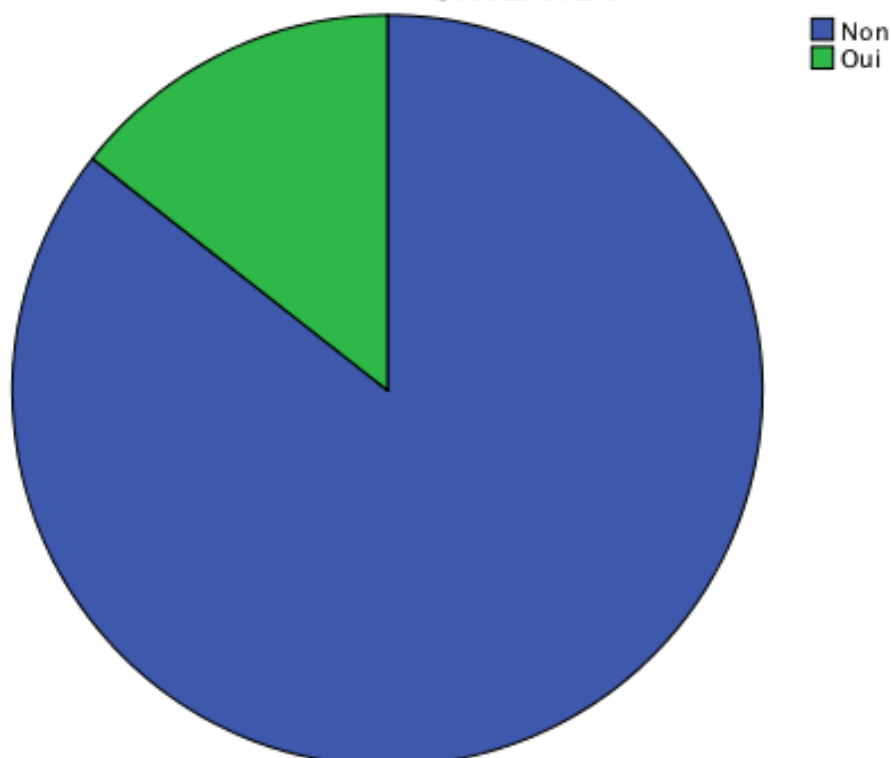
Connaissez-vous la plateforme DECATHLON CREATION (decathloncreation.com), anciennement appelée OPEN OXYLANE ?

N	Valide	111
	Manquant	0

#### Connaissez-vous la plateforme DECATHLON CREATION (decathloncreation.com), anciennement appelée OPEN OXYLANE ?

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Non	95	85,6	85,6	85,6
	Oui	16	14,4	14,4	100,0
Total		111	100,0	100,0	

#### Connaissez-vous la plateforme DECATHLON CREATION (decathloncreation.com), anciennement appelée OPEN OXYLANE ?



## 2. POUR CEUX NE CONNAISSANT PAS LA CO-CREATION

### Fréquences

#### Statistiques

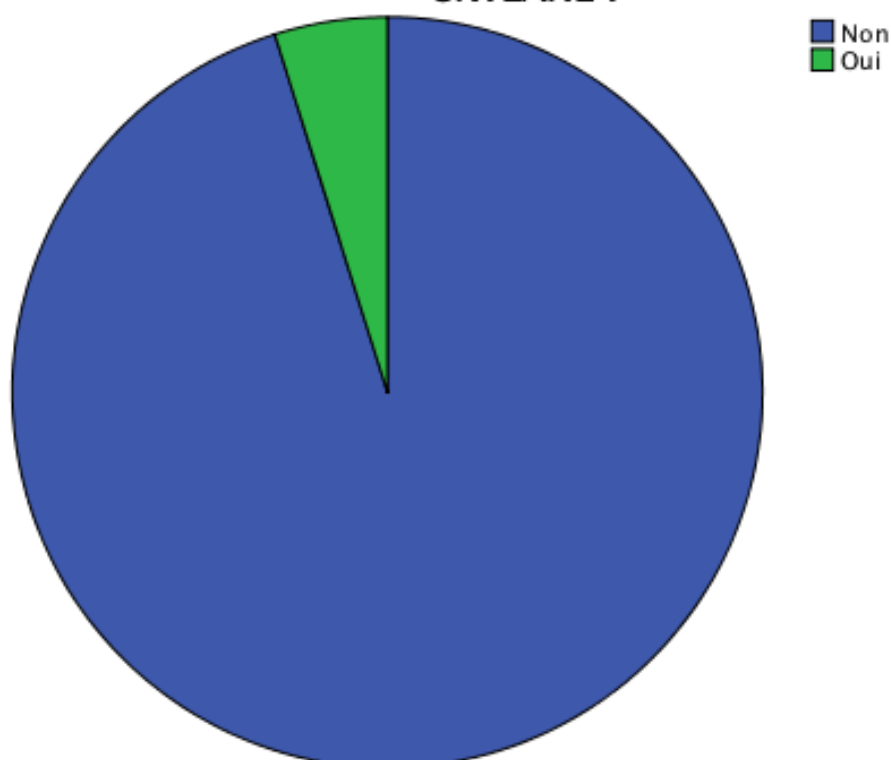
Connaissez-vous la plateforme DECATHLON CREATION (decathloncreation.com), anciennement appelée OPEN OXYLANE ?

N	Valide	288
	Manquant	0

#### Connaissez-vous la plateforme DECATHLON CREATION (decathloncreation.com), anciennement appelée OPEN OXYLANE ?

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Non	274	95,1	95,1	95,1
	Oui	14	4,9	4,9	100,0
	Total	288	100,0	100,0	

#### Connaissez-vous la plateforme DECATHLON CREATION (decathloncreation.com), anciennement appelée OPEN OXYLANE ?



## ANNEXE 13 – PARTICIPATION A UN PROJET SUR LA PLATEFORME DECATHLON CREATION

### Fréquences

#### Statistiques

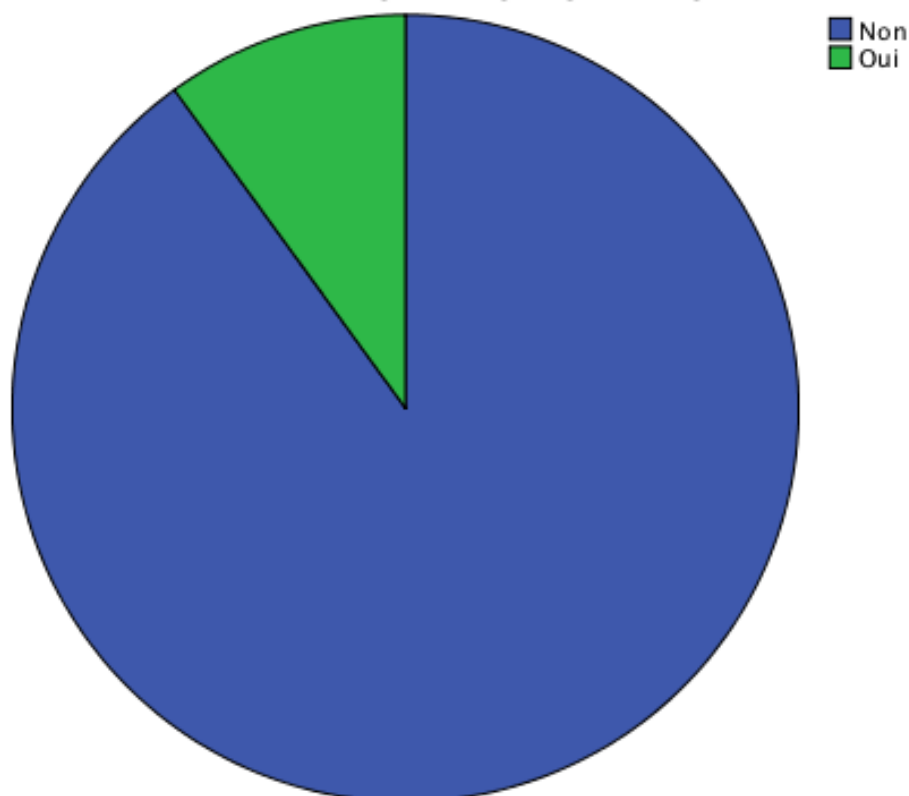
Avez-vous déjà participé à un projet sur la plateforme DECATHLON CREATION ?

N	Valide	30
	Manquant	0

**Avez-vous déjà participé à un projet sur la plateforme DECATHLON  
CREATION ?**

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Non	27	90,0	90,0	90,0
	Oui	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

**Avez-vous déjà participé à un projet sur la plateforme  
DECATHLON CREATION ?**



## ANNEXE 14 – ENVIE DE PARTICIPER A UN PROCESSUS CO-CREATIF

### 1. INDIVIDUS N'AYANT JAMAIS PARTICIPE A UN PROJET CO-CREATIF

#### Description du test effectué

Tout d'abord, afin de déterminer la mesure dans laquelle les individus n'ayant jamais participé à la co-création d'un produit aimeraient prendre part à un tel projet, nous avons calculé les statistiques descriptives étant donné qu'il est question d'échelle numérique. Ceci nous a permis d'obtenir la moyenne de 3,12 sur 5.

Ensuite, dans le but de déterminer si cette moyenne est significativement supérieure à 3, à savoir le point stipulant que les répondants sont « indifférents » quant à participer à un processus de co-création, nous avons réalisé un test de Student avec les hypothèses suivantes :

- $H_0 : \mu \leq 3$  ;
- $H_1 : \mu > 3$ .

Où  $\mu$  représente la moyenne de la population. Cette hypothèse pose donc la question suivante : « la mesure moyenne accordée par la population quant à leur envie de participer à un projet co-créatif est-elle inférieure ou égale à 3 ? ».

En appliquant la règle de décision décrite ci-dessous, nous sommes parvenus à la conclusion que 3,12 est significativement supérieur à 3 :

- Règle de décision : Rejet de  $H_0$  si  $H_1$  est de type  $>$ , et la statistique est positive (t), et  $p\text{-value}/2 < \text{signification}$  ;
- Application de la règle de décision :  $0,045/2 < 0,05 \rightarrow$  Rejet de  $H_0 \rightarrow \mu$  est significativement supérieur à 3.

#### Caractéristiques

	Statistiques descriptives						
	N	Minimum	Maximum	Somme	Moyenne	Ecart type	Variance
Dans quelle mesure aimeriez-vous participer à un processus de co-création ?	396	1	5	1234	3,12	1,148	1,318

N valide (liste)	396					
------------------	-----	--	--	--	--	--

## Test T (Valeur de test = 3)

### Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
Dans quelle mesure aimeriez-vous participer à un processus de co-création ?	396	3,12	1,148	,058

### Test sur échantillon unique

Valeur de test = 3

	T	Ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
Dans quelle mesure aimeriez-vous participer à un processus de co-création ?	2,013	395	,045	,116	,00	,23

## Fréquences

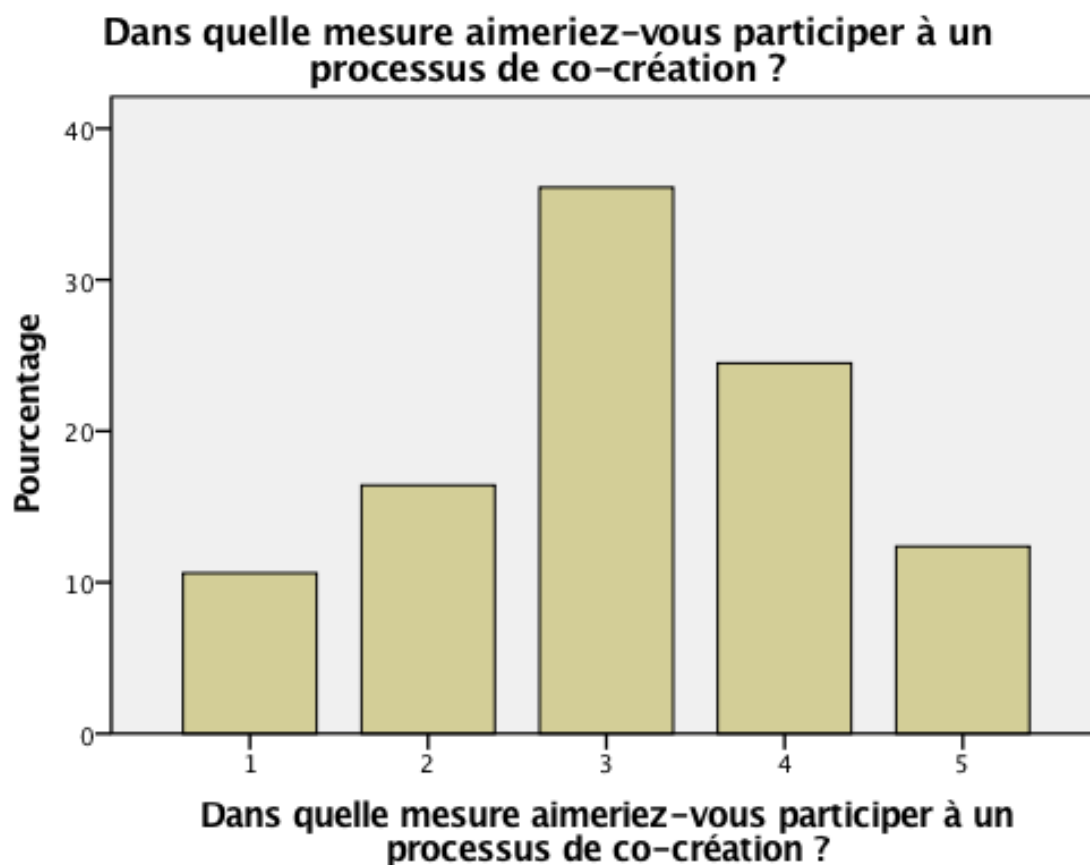
### Statistiques

Dans quelle mesure aimeriez-vous participer à un processus de co-création ?

N	Valide	396
	Manquant	0
Moyenne		3,12
Médiane		3,00
Mode		3
Ecart type		1,148
Variance		1,318
Minimum		1
Maximum		5
Somme		1234
Percentiles	25	2,00
	50	3,00
	75	4,00

**Dans quelle mesure aimeriez-vous participer à un processus de co-création ?**

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1	42	10,6	10,6	10,6
	2	65	16,4	16,4	27,0
	3	143	36,1	36,1	63,1
	4	97	24,5	24,5	87,6
	5	49	12,4	12,4	100,0
	Total	396	100,0	100,0	



## 2. INDIVIDUS AYANT DEJA PARTICIPE A UN PROJET CO-CREATIF

### Caractéristiques

	Statistiques descriptives						
	N	Minimum	Maximum	Somme	Moyenne	Ecart type	Variance
Dans quelle mesure participeriez-vous à nouveau à un processus de co-création ?	3	4	5	13	4,33	,577	,333
N valide (liste)	3						

## ANNEXE 15 – ANALYSE DE CORRELATION (QR1)

### Description du test effectué

Avant de pouvoir répondre à notre première question de recherche, nous devons d'abord vérifier si les variables statistiques permettant de répondre aux trois hypothèses ne sont pas corrélées entre elles. Dans le cas présent, nous avons opté pour une analyse de corrélation étant que « *généralement on ne fait pas une analyse factorielle sur moins de 5 à 6 variables* ». Dès lors, cette corrélation nous permet de savoir s'il est préférable, dans notre cas, de simplifier certaines variables (U.L.B., n.d.).

Afin de tester l'existence de corrélation entre les différentes variables, nous avons posté comme hypothèses :

- $H_0 : \rho = 0$  ;
- $H_1 : \rho \neq 0$ .

Où  $\rho$  représente le niveau de corrélation. Cette hypothèse pose donc la question suivante : « la corrélation entre les variables est-elle égale à 0 ? ».

En appliquant la règle de décision « Rejet de  $H_0$  si la p-valeur < signification », le tableau ci-dessous met en évidence que nous devons rejeter  $H_0$  pour toutes les combinaisons possibles étant donné que la p-valeur est systématiquement inférieure à 0,05. Ceci signifie donc que la corrélation est significative pour tous les cas possibles.

Cependant, tous les coefficients de Pearson sont inférieurs à 0,8, qui se trouve être la valeur au-dessus de laquelle il peut être préférable de synthétiser deux items en un seul, engendrant toutefois la perte d'une partie des informations. En d'autres termes, étant donné que les coefficients de corrélation sont inférieurs à 0,8, nous pouvons poursuivre l'analyse en conservant nos variables (U.L.B., n.d. ; Duccaroz & Sinigaglia, 2015).

## Corrélations

### Corrélations

		Je voudrais que l'entreprise prenne en compte mon avis	Je voudrais passer un bon moment durant ma participation au processus	Je voudrais bénéficier de la récompense financière
Je voudrais que l'entreprise prenne en compte mon avis	Corrélation de Pearson	1	,634**	,537**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000
	N	399	399	399
Je voudrais passer un bon moment durant ma participation au processus	Corrélation de Pearson	,634**	1	,448**
	Sig. (bilatérale)	,000		,000
	N	399	399	399
Je voudrais bénéficier de la récompense financière	Corrélation de Pearson	,537**	,448**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	
	N	399	399	399

\*\* . La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).

## ANNEXE 16 – PRISE EN COMPTE DE L’AVIS DES CONSOMMATEURS (H1)

### Description du test effectué

Tout d’abord, afin de déterminer si la prise en compte de l’avis des répondants par l’entreprise est importante pour les personnes sondées, nous avons calculé les statistiques descriptives étant donné qu’il est question d’échelle numérique. Ceci nous a permis d’obtenir la moyenne de 3,64 sur 5.

Ensuite, dans le but de déterminer si cette moyenne est significativement supérieure à 3, à savoir, que les consommateurs sont « indifférents » quant à la prise en compte de leur avis, nous avons réalisé un test de Student avec les hypothèses suivantes :

- $H_0 : \mu \leq 3$  ;
- $H_1 : \mu > 3$ .

Où  $\mu$  représente la moyenne de la population. Cette hypothèse pose donc la question suivante : « L’importance moyenne accordée à la prise en compte de l’avis des consommateurs est-elle inférieure ou égale à 3 ? ».

En appliquant la règle de décision décrite ci-dessous, nous sommes parvenus à la conclusion que 3,64 est significativement supérieur à 3 :

- Règle de décision : Rejet de  $H_0$  si  $H_1$  est de type  $>$ , et la statistique est positive (t), et  $p\text{-value}/2 < \text{signification}$  ;
- Application de la règle de décision :  $0,000/2 < 0,05 \rightarrow$  Rejet de  $H_0 \rightarrow \mu$  est significativement supérieur à 3.

### Descriptive

	Statistiques descriptives						
	N	Minimum	Maximum	Somme	Moyenne	Ecart type	Varianc e
Je voudrais que l'entreprise prenne en compte mon avis	399	1	5	1452	3,64	1,315	1,729
N valide (liste)	399						

**Test T (Valeur de test = 3)****Statistiques sur échantillon uniques**

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
Je voudrais que l'entreprise prenne en compte mon avis	399	3,64	1,315	,066

**Test sur échantillon unique**

Valeur de test = 3

	t	Ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
Je voudrais que l'entreprise prenne en compte mon avis	9,709	398	,000	,639	,51	,77

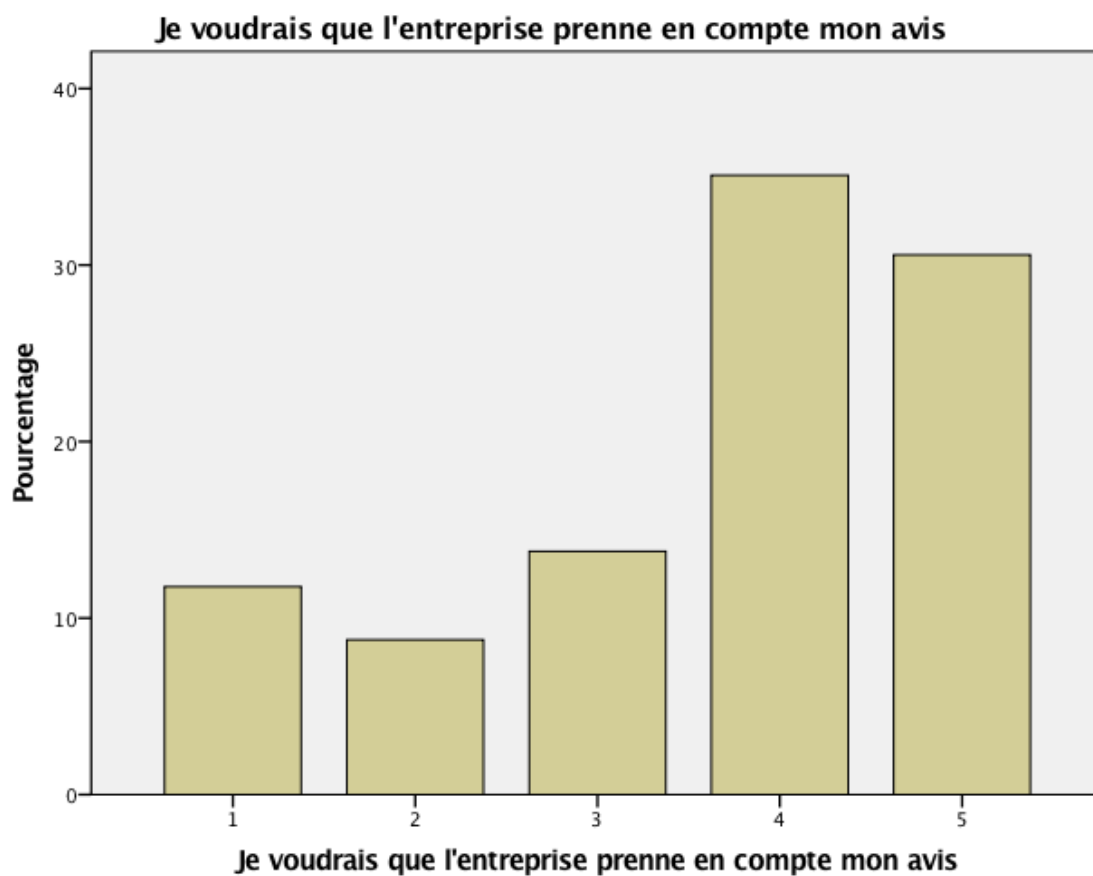
**Fréquences****Statistiques**

Je voudrais que l'entreprise prenne en compte mon avis

N	Valide		399
	Manquant		0
Moyenne			3,64
Médiane			4,00
Mode			4
Ecart type			1,315
Variance			1,729
Minimum			1
Maximum			5
Somme			1452
Percentiles	25		3,00
	50		4,00
	75		5,00

**Je voudrais que l'entreprise prenne en compte mon avis**

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1	47	11,8	11,8	11,8
	2	35	8,8	8,8	20,6
	3	55	13,8	13,8	34,3
	4	140	35,1	35,1	69,4
	5	122	30,6	30,6	100,0
Total		399	100,0	100,0	



## ANNEXE 17 – PASSER UN BON MOMENT DURANT LA PARTICIPATION A LA PLATEFORME (H2)

### Description du test effectué

Tout d'abord, afin de déterminer si le fait de passer un bon moment est important pour les personnes sondées, nous avons calculé les statistiques descriptives étant donné qu'il est question d'échelle numérique. Ceci nous a permis d'obtenir la moyenne de 3,26 sur 5.

Ensuite, dans le but de déterminer si cette moyenne est significativement supérieure à 3, à savoir, que les consommateurs sont « indifférents » quant au fait de passer un bon moment durant leur participation à la plateforme, nous avons réalisé un test de Student avec les hypothèses suivantes :

- $H_0 : \mu \leq 3$  ;
- $H_1 : \mu > 3$ .

Où  $\mu$  représente la moyenne de la population. Cette hypothèse pose donc la question suivante : « L'importance moyenne accordée au fait de passer un bon moment est-elle inférieure ou égale à 3 ? ».

En appliquant la règle de décision décrite ci-dessous, nous sommes parvenus à la conclusion que 3,26 est significativement supérieur à 3 :

- Règle de décision : Rejet de  $H_0$  si  $H_1$  est de type  $>$ , et la statistique est positive (t), et  $p\text{-value}/2 < \text{signification}$  ;
- Application de la règle de décision :  $0,000/2 < 0,05 \rightarrow$  Rejet de  $H_0 \rightarrow \mu$  est significativement supérieur à 3.

### Descriptive

	Statistiques descriptives						
	N	Minimum	Maximum	Somme	Moyenne	Ecart type	Varianc e
Je voudrais passer un bon moment durant ma participation au processus	399	1	5	1300	3,26	1,342	1,800
N valide (liste)	399						

**Test T (Valeur de test = 3)****Statistiques sur échantillon uniques**

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
Je voudrais passer un bon moment durant ma participation au processus	399	3,26	1,342	,067

**Test sur échantillon unique**

Valeur de test = 3

	t	Ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
Je voudrais passer un bon moment durant ma participation au processus	3,843	398	,000	,258	,13	,39

**Fréquences****Statistiques**

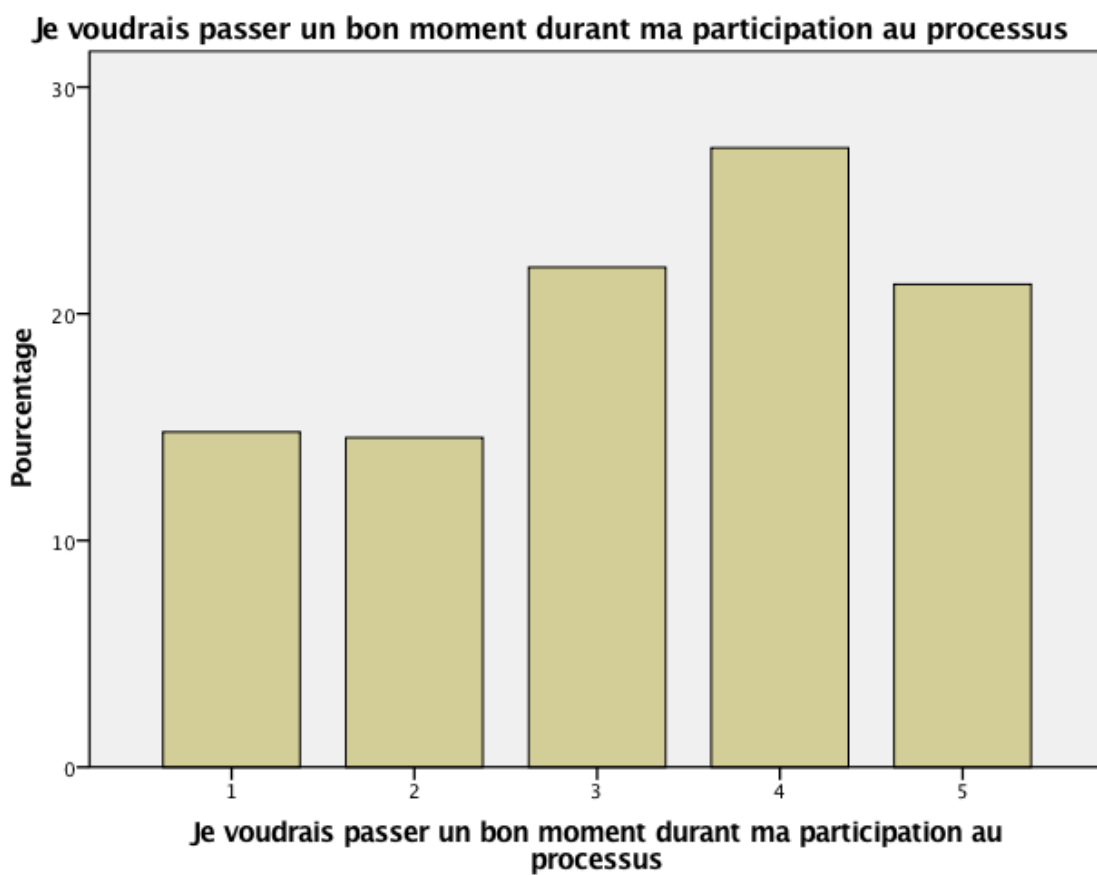
Je voudrais passer un bon moment durant ma participation au processus

N	Valide		399
	Manquant		
Moyenne			3,26
Médiane			3,00
Mode			4
Ecart type			1,342
Variance			1,800
Minimum			1
Maximum			5
Somme			1300
Percentiles	25		2,00
	50		3,00
	75		4,00

**Je voudrais passer un bon moment durant ma participation au processus**

Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
-----------	-------------	--------------------	--------------------

Valide	1	59	14,8	14,8	14,8
	2	58	14,5	14,5	29,3
	3	88	22,1	22,1	51,4
	4	109	27,3	27,3	78,7
	5	85	21,3	21,3	100,0
	Total	399	100,0	100,0	



## ANNEXE 18 – BENEFCIER DE LA RECOMPENSE FINANCIERE (H3)

### Description du test effectué

Tout d'abord, afin de déterminer si le fait de bénéficier d'une récompense financière apporte de l'utilité aux personnes sondées, nous avons calculé les statistiques descriptives étant donné qu'il est question d'échelle numérique. Ceci nous a permis d'obtenir la moyenne de 3,34 sur 5.

Ensuite, dans le but de déterminer si cette moyenne est significativement supérieure à 3 à savoir, que les consommateurs sont « indifférents » quant à bénéficier d'une récompense financière, nous avons réalisé un test de Student avec les hypothèses suivantes :

- $H_0 : \mu \leq 3$  ;
- $H_1 : \mu > 3$ .

Où  $\mu$  représente la moyenne de la population. Cette hypothèse pose donc la question suivante : « L'importance moyenne accordée au fait de bénéficier d'une récompense financière est-elle inférieure ou égale à 3 ? ».

En appliquant la règle de décision décrite ci-dessous, nous sommes parvenus à la conclusion que 3,34 est significativement supérieur à 3 :

- Règle de décision : Rejet de  $H_0$  si  $H_1$  est de type  $>$ , et la statistique est positive (t), et  $p\text{-value}/2 < \text{signification}$  ;
- Application de la règle de décision :  $0,000/2 < 0,05 \rightarrow$  Rejet de  $H_0 \rightarrow \mu$  est significativement supérieur à 3.

### Descriptive

#### Statistiques descriptives

	N	Minimu m	Maximu m	Somm e	Moyen ne	Ecart type	Varianc e
Je voudrais bénéficier de la récompense financière	399	1	5	1334	3,34	1,414	2,000
N valide (liste)	399						

**Test T (Valeur de test = 3)****Statistiques sur échantillon uniques**

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
Je voudrais bénéficier de la récompense financière	399	3,34	1,414	,071

**Test sur échantillon unique**

Valeur de test = 3

	t	Ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
Je voudrais bénéficier de la récompense financière	4,850	398	,000	,343	,20	,48

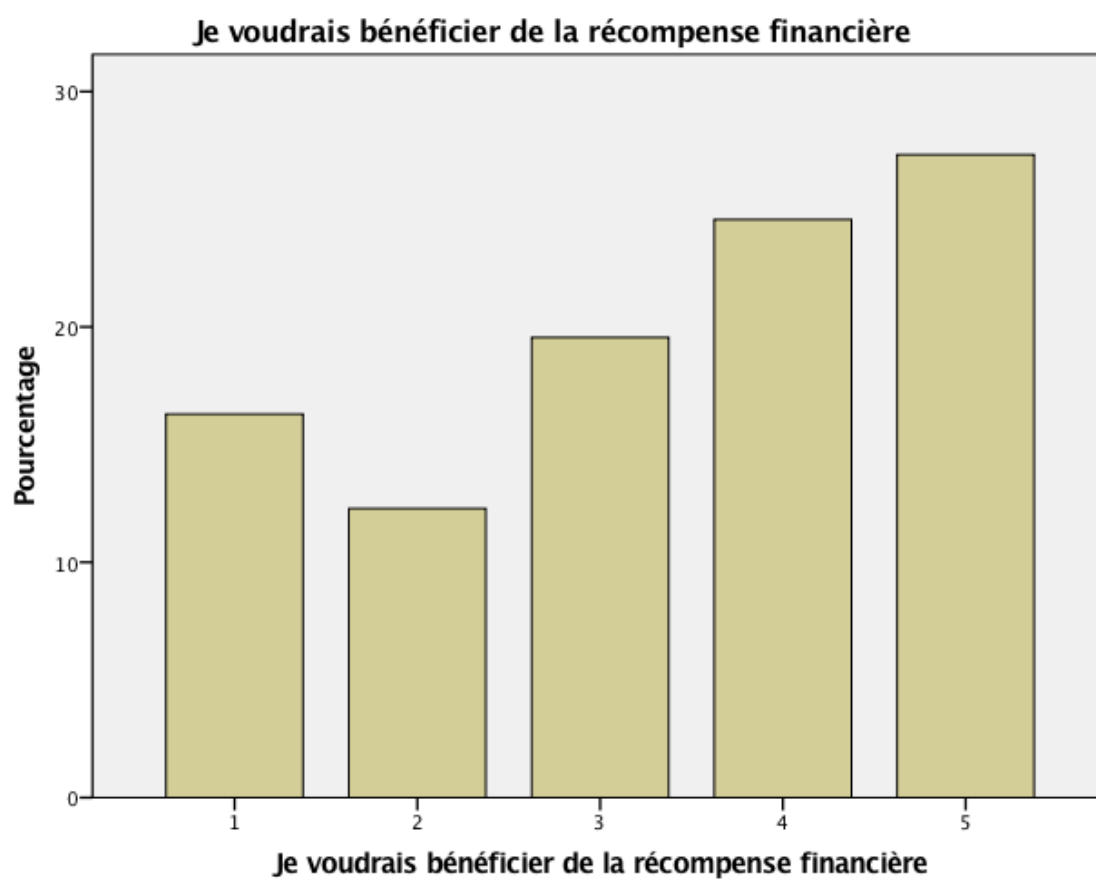
**Fréquences****Statistiques**

Je voudrais bénéficier de la récompense financière

N	Valide	399
	Manquant	0
Moyenne		3,34
Médiane		4,00
Mode		5
Ecart type		1,414
Variance		2,000
Minimum		1
Maximum		5
Somme		1334
Percentiles	25	2,00
	50	4,00
	75	5,00

**Je voudrais bénéficier de la récompense financière**

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1	65	16,3	16,3	16,3
	2	49	12,3	12,3	28,6
	3	78	19,5	19,5	48,1
	4	98	24,6	24,6	72,7
	5	109	27,3	27,3	100,0
Total		399	100,0	100,0	



## ANNEXE 19 – CLASSEMENT DES HYPOTHESES (QR1)

### Description du test effectué

Afin de déterminer quelle hypothèse a la plus de poids dans l'utilité des consommateurs, nous avons tenté d'établir un classement entre ces hypothèses au moyen de t-tests. Pour rappel, les moyennes obtenues sont les suivantes :

- Je voudrais que l'entreprise prenne en compte mon avis : 3,64/5 ;
- Je voudrais passer un bon moment durant ma participation au processus : 3,26/5 ;
- Je voudrais bénéficier de la récompense financière : 3,34/5.

Dans un premier temps, nous nous sommes arrêtés sur la corrélation entre les différentes hypothèses. Bien qu'il semblerait que toutes les hypothèses soient corrélées entre elles étant donné que la p-valeur pour chaque association est inférieure à 0,05, aucun coefficient de corrélation n'est supérieur à 0,8. Autrement dit, étant donné que tous les coefficients de corrélation sont inférieurs à 0,8, c'est-à-dire le seuil au dessus duquel il peut être préférable de synthétiser deux items en un seul, nous pouvons poursuivre l'analyse en conservant nos variables (Duccaroz & Sinigaglia, 2015).

Dans un second temps, nous avons réalisé les tests sur les moyennes afin de pouvoir établir un classement d'importance entre ces dernières. Pour ce faire, nous avons eu recours à trois tests d'hypothèses posant la question de savoir si chaque variable est significativement supérieure à l'autre ou non et avons appliqué les règles de décision comme décrit ci-dessous. Nous posons dès lors :

$\mu_1 = 3,64 =$  Je voudrais que l'entreprise prenne en compte mon avis

$\mu_2 = 3,26 =$  Je voudrais passer un bon moment durant ma participation au processus

$\mu_3 = 3,34 =$  Je voudrais bénéficier de la récompense financière

Les tests d'hypothèses donnent donc :

1. Je voudrais que l'entreprise prenne en compte mon avis vs. Je voudrais passer un bon moment durant ma participation au processus :

- $H_0 : \mu_1 \leq \mu_2$  ;
- $H_1 : \mu_1 > \mu_2$ .

- Règle de décision : Rejet de  $H_0$  si  $H_1$  est de type  $>$ , et la statistique est positive (t), et  $p\text{-value}/2 < \text{signification}$  ;
- Application de la règle de décision :  $0,000/2 < 0,05 \rightarrow$  Rejet de  $H_0 \rightarrow \mu_1$  est significativement supérieur à  $\mu_2$ .

2. Je voudrais que l'entreprise prenne en compte mon avis vs. Je voudrais bénéficier de la récompense financière :

- $H_0 : \mu_1 \leq \mu_3$  ;
- $H_1 : \mu_1 > \mu_3$ .
- Règle de décision : Rejet de  $H_0$  si  $H_1$  est de type  $>$ , et la statistique est positive (t), et  $p\text{-value}/2 < \text{signification}$  ;
- Application de la règle de décision :  $0,000/2 < 0,05 \rightarrow$  Rejet de  $H_0 \rightarrow \mu_1$  est significativement supérieur à  $\mu_3$ .

3. Je voudrais passer un bon moment durant ma participation au processus vs. Je voudrais bénéficier de la récompense financière :

- $H_0 : \mu_2 \geq \mu_3$  ;
- $H_1 : \mu_2 < \mu_3$ .
- Règle de décision : Rejet de  $H_0$  si  $H_1$  est de type  $<$ , et la statistique est négative (t), et  $p\text{-value}/2 < \text{signification}$  ;
- Application de la règle de décision :  $0,241/2 > 0,05 \rightarrow$  Non rejet de  $H_0 \rightarrow \mu_2$  n'est significativement supérieur à  $\mu_3$ .

En conséquence, étant donné que  $\mu_1$  est significativement supérieur à  $\mu_3$  et à  $\mu_2$ , nous pouvons affirmer qu'il s'agit de la principale source d'utilité pour les consommateurs. Cependant, étant donné que  $\mu_3$  n'est pas significativement supérieur à  $\mu_2$ , nous ne pouvons établir de classement entre ces deux hypothèses.

## Test T

### Statistiques des échantillons appariés

Moyenne	N	Ecart type	Moyenne erreur standard
---------	---	------------	-------------------------

Paire 1	Je voudrais que l'entreprise prenne en compte mon avis	3,64	399	1,315	,066
	Je voudrais passer un bon moment durant ma participation au processus	3,26	399	1,342	,067
Paire 2	Je voudrais que l'entreprise prenne en compte mon avis	3,64	399	1,315	,066
	Je voudrais bénéficier de la récompense financière	3,34	399	1,414	,071
Paire 3	Je voudrais passer un bon moment durant ma participation au processus	3,26	399	1,342	,067
	Je voudrais bénéficier de la récompense financière	3,34	399	1,414	,071

### Corrélations des échantillons appariés

		N	Corrélation	Sig.
Paire 1	Je voudrais que l'entreprise prenne en compte mon avis & Je voudrais passer un bon moment durant ma participation au processus	399	,634	,000
Paire 2	Je voudrais que l'entreprise prenne en compte mon avis & Je voudrais bénéficier de la récompense financière	399	,537	,000
Paire 3	Je voudrais passer un bon moment durant ma participation au processus & Je voudrais bénéficier de la récompense financière	399	,448	,000

### Test des échantillons appariés

Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard	Différences appariées		t
			Intervalle de confiance de la différence à 95 % Inférieur	Supérieur	

Paire 1	Je voudrais que l'entreprise prenne en compte mon avis - Je voudrais passer un bon moment durant ma participation au processus	,381	1,137	,057	,269	,493	6,695
Paire 2	Je voudrais que l'entreprise prenne en compte mon avis - Je voudrais bénéficier de la récompense financière	,296	1,316	,066	,166	,425	4,489
Paire 3	Je voudrais passer un bon moment durant ma participation au processus - Je voudrais bénéficier de la récompense financière	-,085	1,449	,073	-,228	,057	-1,175

### Test des échantillons appariés (suite)

		ddl	Sig. (bilatéral)
Paire 1	Je voudrais que l'entreprise prenne en compte mon avis - Je voudrais passer un bon moment durant ma participation au processus	398	,000
Paire 2	Je voudrais que l'entreprise prenne en compte mon avis - Je voudrais bénéficier de la récompense financière	398	,000
Paire 3	Je voudrais passer un bon moment durant ma participation au processus - Je voudrais bénéficier de la récompense financière	398	,241

## ANNEXE 20 – ANALYSE DE CORRELATION (QR2)

### Description du test effectué

Avant de pouvoir répondre à notre première question de recherche, nous devons d'abord vérifier si les variables statistiques permettant de répondre aux trois hypothèses ne sont pas corrélées entre elles. Dans le cas présent, nous avons opté pour une analyse de corrélation étant que « *généralement on ne fait pas une analyse factorielle sur moins de 5 à 6 variables* ». Dès lors, cette corrélation nous permet de savoir s'il est préférable, dans notre cas, de simplifier certaines variables (U.L.B., n.d.).

Afin de tester l'existence de corrélation entre les différentes variables, nous avons posté comme hypothèses :

- $H_0 : \rho = 0$  ;
- $H_1 : \rho \neq 0$ .

Où  $\rho$  représente le niveau de corrélation. Cette hypothèse pose donc la question suivante : « la corrélation entre les variables est-elle égale à 0 ? ».

En appliquant la règle de décision « Rejet de  $H_0$  si la p-valeur < signification », le tableau ci-dessous met en évidence que nous devons rejeter  $H_0$  pour toutes les combinaisons possibles étant donné que la p-valeur est systématiquement inférieure à 0,05. Ceci signifie donc que la corrélation est significative pour tous les cas possibles.

Cependant, tous les coefficients de Pearson sont inférieurs à 0,8, qui se trouve être la valeur au-dessus de laquelle il peut être préférable de synthétiser deux items en un seul, engendrant toutefois la perte d'une partie des informations. En d'autres termes, étant donné que les coefficients de corrélation sont inférieurs à 0,8, nous pouvons poursuivre l'analyse en conservant nos variables (U.L.B., n.d. ; Duccaroz & Sinigaglia, 2015).

## Corrélations

### Corrélations

		Dans quelle mesure préférez-vous acheter un produit co-créé plutôt qu'un produit non co-créé ?	Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir le siège vélo poussette ?	Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir le sac de randonnée connecté ?	Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir le sac de couchage de demain ?
Dans quelle mesure préférez-vous acheter un produit co-créé plutôt qu'un produit non co-créé ?	Corrélation de Pearson	1	,312**	,266**	,353**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000
	N	399	399	399	399
Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir le siège vélo poussette ?	Corrélation de Pearson	,312**	1	,611**	,643**
	Sig. (bilatérale)	,000		,000	,000
	N	399	399	399	399
Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir le sac de randonnée connecté ?	Corrélation de Pearson	,266**	,611**	1	,615**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000		,000
	N	399	399	399	399
Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir le sac de couchage de demain ?	Corrélation de Pearson	,353**	,643**	,615**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	
	N	399	399	399	399
Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir la caisse de transport pliable pour chien ?	Corrélation de Pearson	,236**	,571**	,599**	,522**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000
	N	399	399	399	399
Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir	Corrélation de Pearson	,269**	,650**	,611**	,679**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000

la tente de camping anti humidité et saletés ?	N	399	399	399	399
--	---	-----	-----	-----	-----

## Corrélations

		Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir la caisse de transport pliable pour chien ?	Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir la tente de camping anti humidité et saletés ?
Dans quelle mesure préférez-vous acheter un produit co-créé plutôt qu'un produit non co-créé ?	Corrélation de Pearson	,236**	,269**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000
	N	399	399
Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir le siège vélo poussette ?	Corrélation de Pearson	,571**	,650**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000
	N	399	399
Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir le sac de randonnée connecté ?	Corrélation de Pearson	,599**	,611**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000
	N	399	399
Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir le sac de couchage de demain ?	Corrélation de Pearson	,522**	,679**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000
	N	399	399
Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir la caisse de transport pliable pour chien ?	Corrélation de Pearson	1	,578**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	399	399
Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir la tente de camping anti humidité et saletés ?	Corrélation de Pearson	,578**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	399	399

\*\* . La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).

## ANNEXE 21 – PREFERENCE POUR LES PRODUITS CO-CREES (H4)

### Description du test effectué

Tout d'abord, afin de déterminer dans quelle mesure les répondants préfèrent acheter des produits co-crés aux produits non co-crés, nous avons calculé les statistiques descriptives étant donné qu'il est question d'échelle numérique. Ceci nous a permis d'obtenir la moyenne de 4,13 sur 5.

Ensuite, dans le but de déterminer si cette moyenne est significativement supérieure à 3, à savoir, que les consommateurs sont « indifférents » quant au fait de préférer un produit co-crés plutôt qu'un produit non co-crés, nous avons réalisé un test de Student avec les hypothèses suivantes :

- $H_0 : \mu \leq 3$  ;
- $H_1 : \mu > 3$ .

Où  $\mu$  représente la moyenne de la population. Cette hypothèse pose donc la question suivante : « La préférence moyenne pour les produits co-crés par rapport aux produits non co-crés est-elle inférieure ou égale à 3 ? ».

En appliquant la règle de décision décrite ci-dessous, nous sommes parvenus à la conclusion que 4,13 est significativement supérieur à 3 :

- Règle de décision : Rejet de  $H_0$  si  $H_1$  est de type  $>$ , et la statistique est positive (t), et  $p\text{-value}/2 < \text{signification}$  ;
- Application de la règle de décision :  $0,000/2 < 0,05 \rightarrow$  Rejet de  $H_0 \rightarrow \mu$  est significativement supérieur à 3.

### Caractéristiques

#### Statistiques descriptives

N	Minimu m	Maximu m	Somm e	Moyen ne	Ecart type	Varianc e
---	-------------	-------------	-----------	-------------	---------------	--------------

Dans quelle mesure préférez-vous acheter un produit co-créé plutôt qu'un produit non co-créé ?	399	1	5	1648	4,13	,939	,882
N valide (liste)	399						

### Test T (Valeur de test = 3)

#### Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
Dans quelle mesure préférez-vous acheter un produit co-créé plutôt qu'un produit non co-créé ?	399	4,13	,939	,047

#### Test sur échantillon unique

Valeur de test = 3

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
Dans quelle mesure préférez-vous acheter un produit co-créé plutôt qu'un produit non co-créé ?	24,035	398	,000	1,130	1,04	1,22

### Fréquences

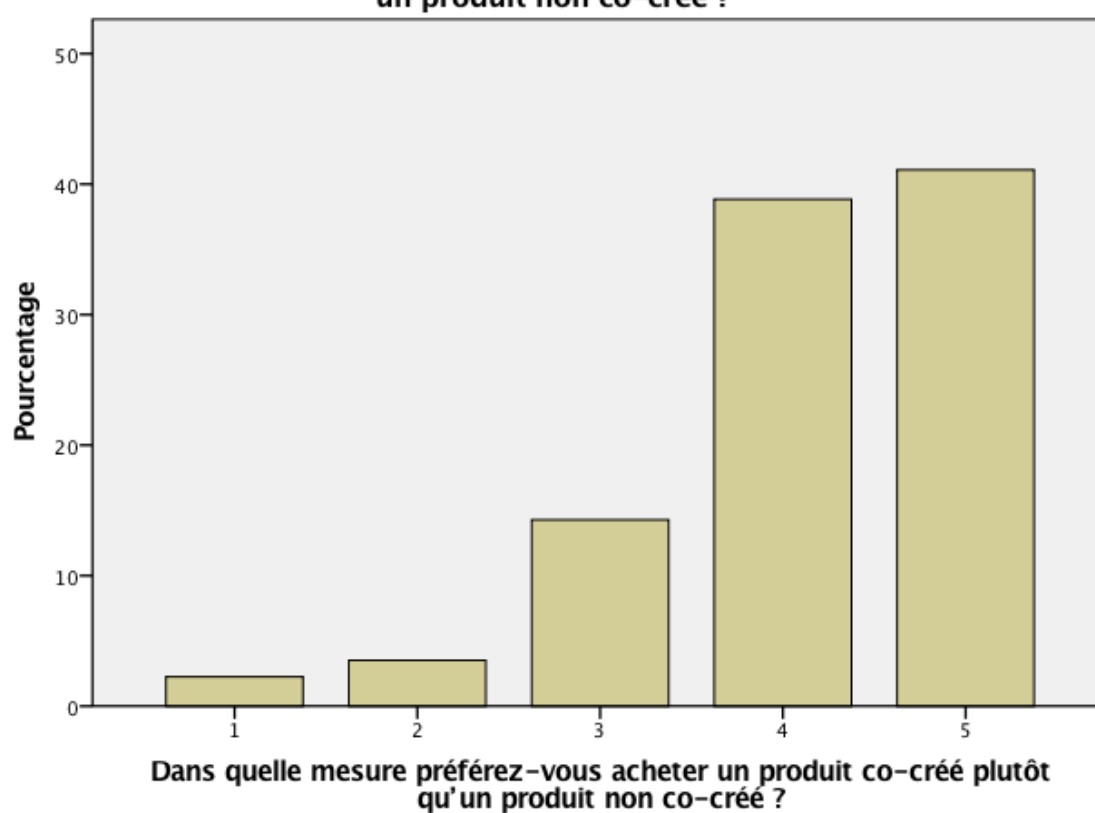
#### Statistiques

Dans quelle mesure préférez-vous acheter un produit co-créé plutôt qu'un produit non co-créé ?

N	Valide	399
	Manquant	0
Moyenne		4,13
Médiane		4,00
Mode		5

Ecart type		,939
Variance		,882
Minimum		1
Maximum		5
Somme		1648
Percentiles	25	4,00
	50	4,00
	75	5,00

**Dans quelle mesure préférez-vous acheter un produit co-créé plutôt qu'un produit non co-créé ?**



**Dans quelle mesure préférez-vous acheter un produit co-créé plutôt qu'un produit non co-créé ?**

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1	9	2,3	2,3	2,3
	2	14	3,5	3,5	5,8
	3	57	14,3	14,3	20,1
	4	155	38,8	38,8	58,9
	5	164	41,1	41,1	100,0
	Total	399	100,0	100,0	



## ANNEXE 22 – PRIX POUR LES PRODUITS CO-CREES (H5)

### 1. SIEGE VELO POUSSETTE

#### Description du test effectué

Tout d'abord, afin de déterminer le prix que les répondants sont prêts à mettre pour acheter le siège vélo poussette, nous avons calculé les statistiques descriptives étant donné qu'il est question d'échelle numérique. Ceci nous a permis d'obtenir la moyenne de 59,17€.

Ensuite, dans le but de déterminer si ce prix moyen est significativement supérieur à 50€, à savoir, le prix moyen pour les produits similaires vendus chez Decathlon, nous avons réalisé un test de Student avec les hypothèses suivantes :

- $H_0 : \mu \leq 50$  ;
- $H_1 : \mu > 50$ .

Où  $\mu$  représente le prix moyen de la population. Cette hypothèse pose donc la question suivante : « Le prix moyen proposé par la population est-il inférieur ou égale à 50€ ? ».

En appliquant la règle de décision décrite ci-dessous, nous sommes parvenus à la conclusion que 59,17€ est significativement supérieur à 50€ :

- Règle de décision : Rejet de  $H_0$  si  $H_1$  est de type  $>$ , et la statistique est positive (t), et  $p\text{-value}/2 < \text{signification}$  ;
- Application de la règle de décision :  $0,000/2 < 0,05 \rightarrow$  Rejet de  $H_0 \rightarrow \mu$  est significativement supérieur à 50€.

#### Caractéristiques

	Statistiques descriptives						
	N	Minimum	Maximum	Somme	Moyenne	Ecart type	Varianc
Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir le siège vélo poussette ?	399	25	75	23610	59,17	13,798	190,395
N valide (liste)	399						

**Test T (Valeur de test = 50)****Statistiques sur échantillon uniques**

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir le siège vélo poussette ?	399	59,17	13,798	,691

**Test sur échantillon unique**

Valeur de test = 50

	t	Ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir le siège vélo poussette ?	13,279	398	,000	9,173	7,81	10,53

**Fréquences****Statistiques**

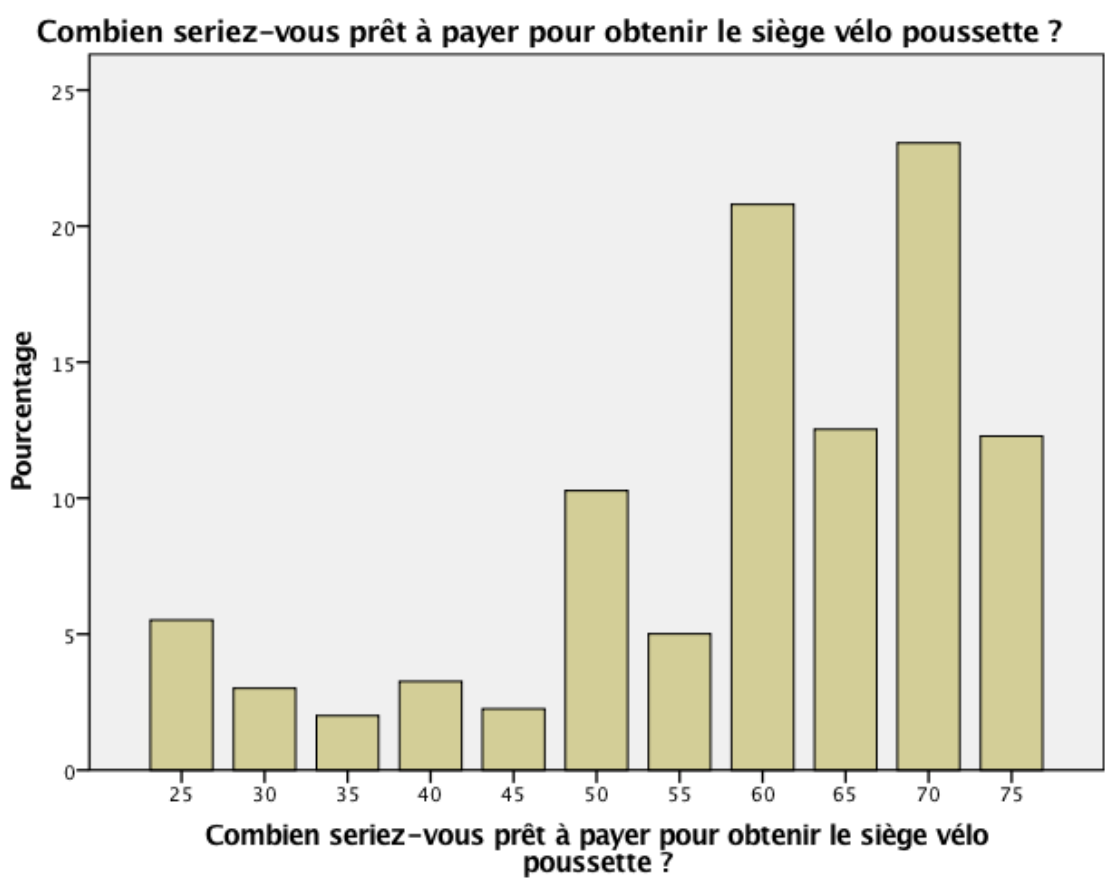
Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir le siège vélo poussette ?

N	Valide	399
	Manquant	0
Moyenne		59,17
Médiane		60,00
Mode		70
Ecart type		13,798
Variance		190,395
Minimum		25
Maximum		75
Somme		23610
Percentiles	25	50,00
	50	60,00
	75	70,00

**Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir le siège vélo poussette ?**

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide 25	22	5,5	5,5	5,5
30	12	3,0	3,0	8,5

35	8	2,0	2,0	10,5
40	13	3,3	3,3	13,8
45	9	2,3	2,3	16,0
50	41	10,3	10,3	26,3
55	20	5,0	5,0	31,3
60	83	20,8	20,8	52,1
65	50	12,5	12,5	64,7
70	92	23,1	23,1	87,7
75	49	12,3	12,3	100,0
Total	399	100,0	100,0	



## 2. SAC A DOS DE RANDONNEE CONNECTE

### Description du test effectué

Tout d'abord, afin de déterminer le prix que les répondants sont prêts à mettre pour acheter le sac à dos de randonnée connecté, nous avons calculé les statistiques descriptives étant donné qu'il est question d'échelle numérique. Ceci nous a permis d'obtenir la moyenne de 107,79€.

Ensuite, dans le but de déterminer si ce prix moyen est significativement supérieur à 100€, à savoir, le prix moyen pour les produits similaires vendus chez Decathlon, nous avons réalisé un test de Student avec les hypothèses suivantes :

- $H_0 : \mu \leq 100$  ;
- $H_1 : \mu > 100$ .

Où  $\mu$  représente le prix moyen de la population. Cette hypothèse pose donc la question suivante : « Le prix moyen proposé par la population est-il inférieur ou égale à 100€ ? ».

En appliquant la règle de décision décrite ci-dessous, nous sommes parvenus à la conclusion que 107,79€ est significativement supérieur à 100€ :

- Règle de décision : Rejet de  $H_0$  si  $H_1$  est de type  $>$ , et la statistique est positive (t), et  $p\text{-value}/2 < \text{signification}$  ;
- Application de la règle de décision :  $0,000/2 < 0,05 \rightarrow$  Rejet de  $H_0 \rightarrow \mu$  est significativement supérieur à 100€.

### Caractéristiques

	Statistiques descriptives						
	N	Minimu m	Maximu m	Somm e	Moyen ne	Ecart type	Varianc e
Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir le sac de randonnée connecté ?	399	50	150	43010	107,79	27,357	748,390
N valide (liste)	399						

### Test T (Valeur de test = 100)

### Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir le sac de randonnée connecté ?	399	107,79	27,357	1,370

### Test sur échantillon unique

Valeur de test = 100

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir le sac de randonnée connecté ?	5,691	398	,000	7,794	5,10	10,49

### Fréquences

#### Statistiques

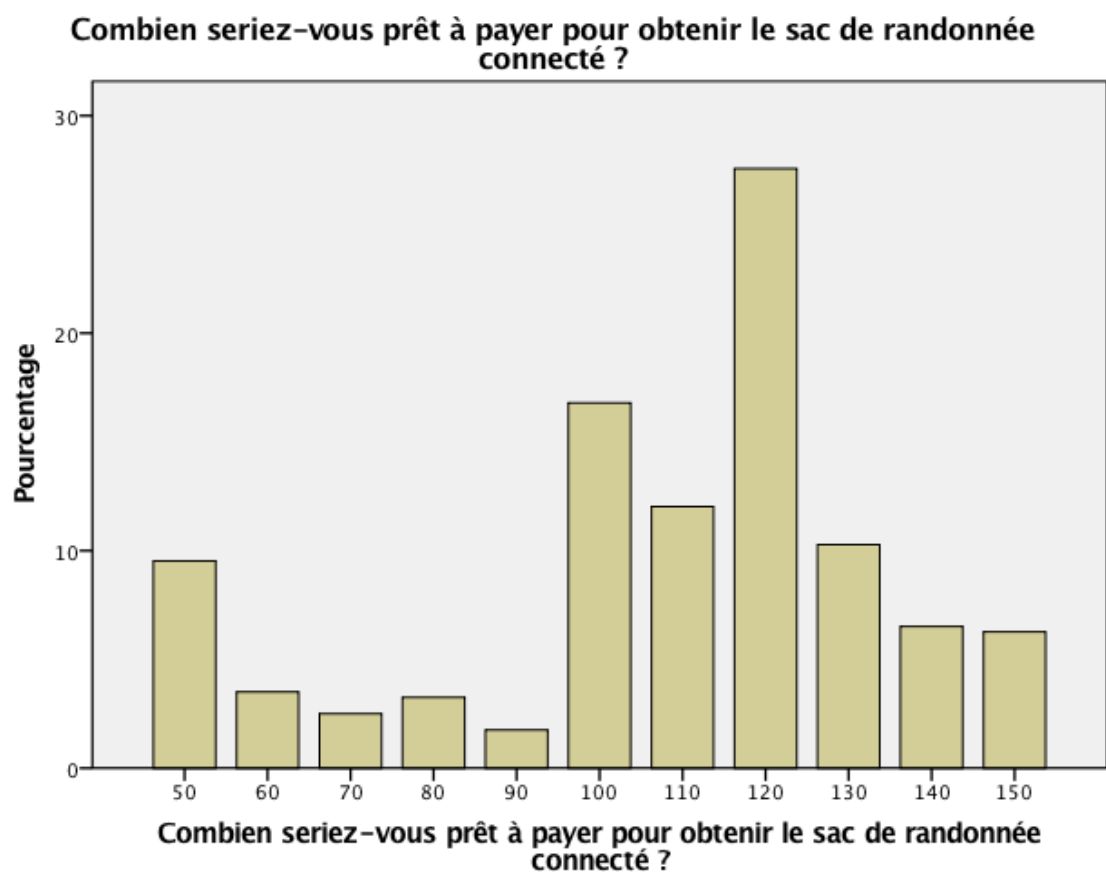
Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir le sac de randonnée connecté ?

N	Valide	399
	Manquant	0
Moyenne		107,79
Médiane		120,00
Mode		120
Ecart type		27,357
Variance		748,390
Minimum		50
Maximum		150
Somme		43010
Percentiles	25	100,00
	50	120,00
	75	120,00

#### Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir le sac de randonnée connecté ?

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	50	38	9,5	9,5
	60	14	3,5	13,0
	70	10	2,5	15,5
	80	13	3,3	18,8
	90	7	1,8	20,6
	100	67	16,8	16,8

110	48	12,0	12,0	49,4
120	110	27,6	27,6	76,9
130	41	10,3	10,3	87,2
140	26	6,5	6,5	93,7
150	25	6,3	6,3	100,0
Total	399	100,0	100,0	



### 3. CAISSE DE TRANSPORT PLIABLE POUR CHIEN

#### Description du test effectué

Tout d'abord, afin de déterminer le prix que les répondants sont prêts à mettre pour acheter la caisse de transport pliable pour chien, nous avons calculé les statistiques descriptives étant donné qu'il est question d'échelle numérique. Ceci nous a permis d'obtenir la moyenne de 95,19€.

Ensuite, dans le but de déterminer si ce prix moyen est significativement inférieur à 100€, à savoir, le prix moyen pour les produits similaires vendus chez Decathlon, nous avons réalisé un test de Student avec les hypothèses suivantes :

- $H_0 : \mu \geq 100$  ;
- $H_1 : \mu < 100$ .

Où  $\mu$  représente le prix moyen de la population. Cette hypothèse pose donc la question suivante : « Le prix moyen proposé par la population est-il supérieur ou égale à 100€ ? ».

En appliquant la règle de décision décrite ci-dessous, nous sommes parvenus à la conclusion que 95,19€ est significativement inférieur à 100€ :

- Règle de décision : Rejet de  $H_0$  si  $H_1$  est de type  $<$ , et la statistique est négative (t), et  $p\text{-value}/2 < \text{signification}$  ;
- Application de la règle de décision :  $0,000/2 < 0,05 \rightarrow$  Rejet de  $H_0 \rightarrow \mu$  est significativement inférieur à 100€.

#### Caractéristiques

	Statistiques descriptives						
	N	Minimum	Maximum	Somme	Moyenne	Ecart type	Varianc
Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir la caisse de transport pliable pour chien ?	399	50	150	37980	95,19	26,112	681,811
N valide (liste)	399						

#### Test T (Valeur de test = 100)

### Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir la caisse de transport pliable pour chien ?	399	95,19	26,112	1,307

### Test sur échantillon unique

Valeur de test = 100

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir la caisse de transport pliable pour chien ?	-3,681	398	,000	-4,812	-7,38	-2,24

### Fréquences

#### Statistiques

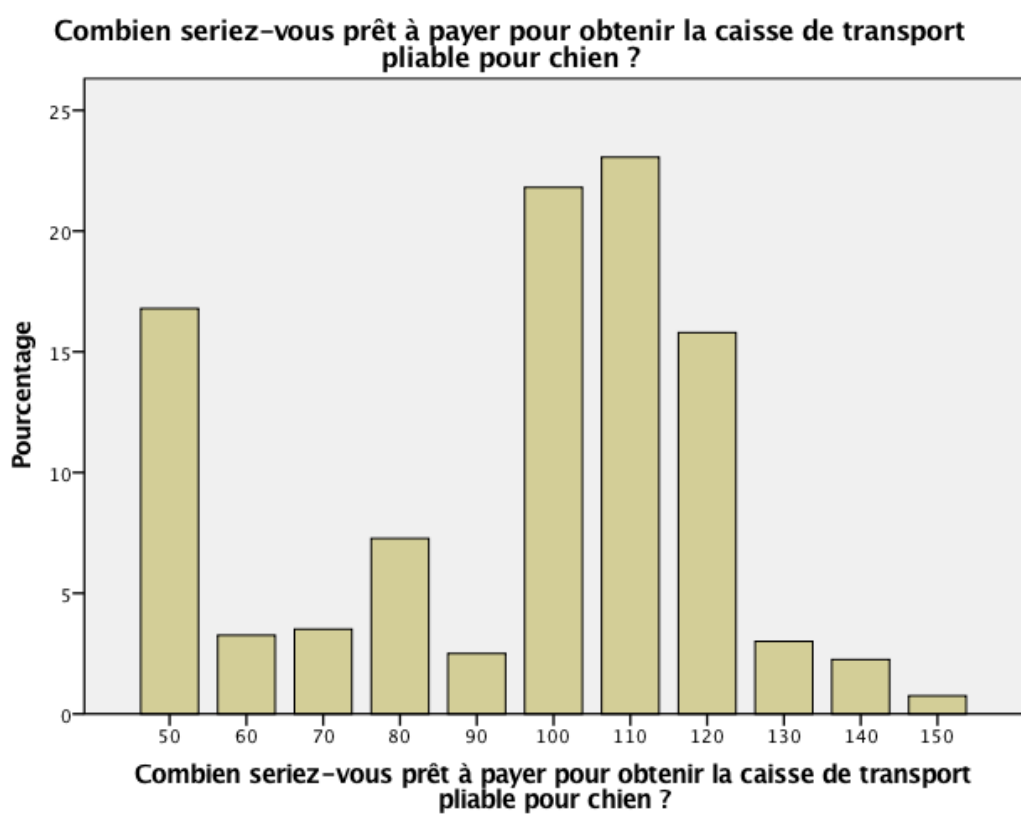
Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir la caisse de transport pliable pour chien ?

N	Valide	399
	Manquant	0
Moyenne		95,19
Médiane		100,00
Mode		110
Ecart type		26,112
Variance		681,811
Kurtosis		-,741
Erreur standard de Kurtosis		,244
Minimum		50
Maximum		150
Somme		37980
Percentiles	25	80,00
	50	100,00
	75	110,00

#### Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir la caisse de transport pliable pour chien ?

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide 50	67	16,8	16,8	16,8
60	13	3,3	3,3	20,1

70	14	3,5	3,5	23,6
80	29	7,3	7,3	30,8
90	10	2,5	2,5	33,3
100	87	21,8	21,8	55,1
110	92	23,1	23,1	78,2
120	63	15,8	15,8	94,0
130	12	3,0	3,0	97,0
140	9	2,3	2,3	99,2
150	3	,8	,8	100,0
Total	399	100,0	100,0	



## 4. SAC DE COUCHAGE DE DEMAIN

### Description du test effectué

Tout d'abord, afin de déterminer le prix que les répondants sont prêts à mettre pour acheter le sac de couchage de demain nous avons calculé les statistiques descriptives étant donné qu'il est question d'échelle numérique. Ceci nous a permis d'obtenir la moyenne de 80,79€.

Ensuite, dans le but de déterminer si ce prix moyen est significativement supérieur à 70€, à savoir, le prix moyen pour les produits similaires vendus chez Decathlon, nous avons réalisé un test de Student avec les hypothèses suivantes :

- $H_0 : \mu \leq 70$ ;
- $H_1 : \mu > 70$ .

Où  $\mu$  représente le prix moyen de la population. Cette hypothèse pose donc la question suivante : « Le prix moyen proposé par la population est-il inférieur ou égale à 70€ ? ».

En appliquant la règle de décision décrite ci-dessous, nous sommes parvenus à la conclusion que 80,79€ est significativement supérieur à 70€ :

- Règle de décision : Rejet de  $H_0$  si  $H_1$  est de type  $>$ , et la statistique est positive (t), et  $p\text{-value}/2 < \text{signification}$  ;
- Application de la règle de décision :  $0,000/2 < 0,05 \rightarrow$  Rejet de  $H_0 \rightarrow \mu$  est significativement supérieur à 70€.

### Caractéristiques

	Statistiques descriptives						
	N	Minimum	Maximum	Somme	Moyenne	Ecart type	Varianc e
Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir le sac de couchage de demain ?	399	35	105	32235	80,79	18,537	343,624
N valide (liste)	399						

### Test T (Valeur de test = 70)

#### Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir le sac de couchage de demain ?	399	80,79	18,537	,928

### Test sur échantillon unique

Valeur de test = 70

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir le sac de couchage de demain ?	11,626	398	,000	10,789	8,97	12,61

### Fréquences

#### Statistiques

Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir le sac de couchage de demain ?

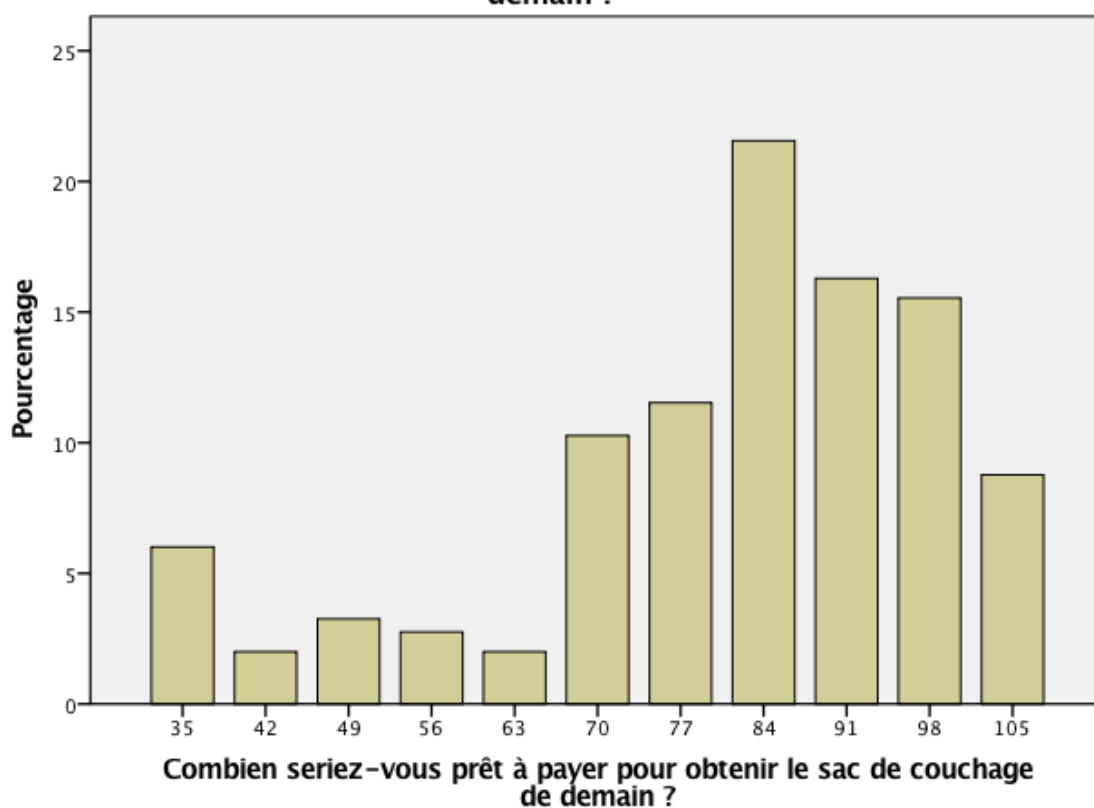
N	Valide	399
	Manquant	0
Moyenne		80,79
Médiane		84,00
Mode		84
Ecart type		18,537
Variance		343,624
Kurtosis		,446
Erreur standard de Kurtosis		,244
Minimum		35
Maximum		105
Somme		32235
Percentiles	25	70,00
	50	84,00
	75	91,00

### Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir le sac de couchage de demain ?

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	35	24	6,0	6,0
	42	8	2,0	8,0
	49	13	3,3	11,3
	56	11	2,8	14,0
	63	8	2,0	16,0

70	41	10,3	10,3	26,3
77	46	11,5	11,5	37,8
84	86	21,6	21,6	59,4
91	65	16,3	16,3	75,7
98	62	15,5	15,5	91,2
105	35	8,8	8,8	100,0
Total	399	100,0	100,0	

**Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir le sac de couchage de demain ?**



## 5. TENTE DE CAMPING ANTI HUMIDITE ET SALETES

### Description du test effectué

Tout d'abord, afin de déterminer le prix que les répondants sont prêts à mettre pour acheter la tente de camping anti humidité et saletés, nous avons calculé les statistiques descriptives étant donné qu'il est question d'échelle numérique. Ceci nous a permis d'obtenir la moyenne de 80,25€.

Ensuite, dans le but de déterminer si ce prix moyen est significativement supérieur à 70€, à savoir, le prix moyen pour les produits similaires vendus chez Decathlon, nous avons réalisé un test de Student avec les hypothèses suivantes :

- $H_0 : \mu \leq 70$ ;
- $H_1 : \mu > 70$ .

Où  $\mu$  représente le prix moyen de la population. Cette hypothèse pose donc la question suivante : « Le prix moyen proposé par la population est-il inférieur ou égale à 70€ ? ».

En appliquant la règle de décision décrite ci-dessous, nous sommes parvenus à la conclusion que 80,25€ est significativement supérieur à 70€ :

- Règle de décision : Rejet de  $H_0$  si  $H_1$  est de type  $>$ , et la statistique est positive (t), et  $p\text{-value}/2 < \text{signification}$  ;
- Application de la règle de décision :  $0,000/2 < 0,05 \rightarrow$  Rejet de  $H_0 \rightarrow \mu$  est significativement supérieur à 70€.

### Caractéristiques

	Statistiques descriptives						
	N	Minimum	Maximum	Somme	Moyenne	Ecart type	Variance
Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir la tente de camping anti humidité et saletés ?	399	35	105	32018	80,25	17,086	291,934
N valide (liste)	399						

### Test T (Valeur de test = 70)

**Statistiques sur échantillon uniques**

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir la tente de camping anti humidité et saletés ?	399	80,25	17,086	,855

**Test sur échantillon unique**

Valeur de test = 70

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir la tente de camping anti humidité et saletés ?	11,978	398	,000	10,246	8,56	11,93

**Fréquences****Statistiques**

Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir la tente de camping anti humidité et saletés ?

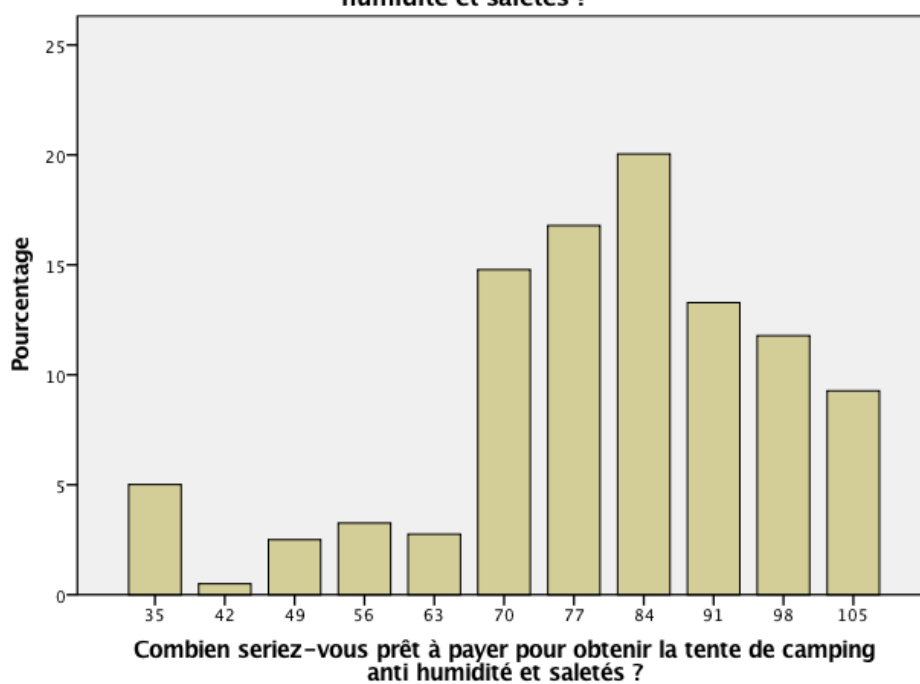
N	Valide	399
	Manquant	0
Moyenne		80,25
Médiane		84,00
Mode		84
Ecart type		17,086
Variance		291,934
Kurtosis		,660
Erreur standard de Kurtosis		,244
Minimum		35
Maximum		105
Somme		32018
Percentiles	25	70,00
	50	84,00
	75	91,00

**Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir la tente de camping anti humidité et saletés ?**

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	35	20	5,0	5,0

42	2	,5	,5	5,5
49	10	2,5	2,5	8,0
56	13	3,3	3,3	11,3
63	11	2,8	2,8	14,0
70	59	14,8	14,8	28,8
77	67	16,8	16,8	45,6
84	80	20,1	20,1	65,7
91	53	13,3	13,3	78,9
98	47	11,8	11,8	90,7
105	37	9,3	9,3	100,0
Total	399	100,0	100,0	

**Combien seriez-vous prêt à payer pour obtenir la tente de camping anti humidité et saletés ?**



## 6. MOYENNE DES PRIX

### Description du test effectué

Afin de déterminer si de manière globale les consommateurs sont prêts à payer plus cher un produit co-créé qu'un produit non co-créé, nous avons réalisé les calculs suivants :

- Nous avons calculé la moyenne des produits non co-crées, ce qui équivaut à 78€ ;
- Nous avons calculé la moyenne des produits co-crées, ce qui équivaut à 84,6€.

Dans le but de vérifier si cette différence de 8,5% est significative, nous avons réalisé un test de Student dont les hypothèses se présentent comme suit :

- $H_0 : \mu \leq 78$  ;
- $H_1 : \mu > 78$ .

Où  $\mu$  représente la moyenne des prix observés. Cette hypothèse pose donc la question suivante : « La moyenne des prix observés est-elle inférieure ou égale à 78€ ? ».

En appliquant la règle de décision décrite ci-dessous, nous sommes parvenus à la conclusion que 89,6€ n'est pas significativement supérieur à 78€ :

- Règle de décision : Rejet de  $H_0$  si  $H_1$  est de type  $>$ , et la statistique est positive (t), et  $p\text{-value}/2 < \text{signification}$  ;
- Application de la règle de décision :  $0,308/2 > 0,05 \rightarrow$  Non rejet de  $H_0 \rightarrow \mu$  n'est pas significativement supérieur à 78€.

Toutefois cette affirmation semble quelque peu déroutante. La raison possible de ce résultat est débattue dans la section « discussion ».

### Test T (Valeur de test = 78)

Statistiques sur échantillon uniques				
	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
Moyenne des prix	5	89,6000	22,19910	9,92774

**Test sur échantillon unique**

Valeur de test = 78

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
Moyenne des prix	1,168	4	,308	11,60000	-15,9638	39,1638

## ANNEXE 23 – ANALYSE DE CORRELATION (QR4)

### Description du test effectué

Avant de pouvoir répondre à notre première question de recherche, nous devons d'abord vérifier si les variables statistiques permettant de répondre aux trois hypothèses ne sont pas corrélées entre elles. Dans le cas présent, nous avons opté pour une analyse de corrélation étant que « *généralement on ne fait pas une analyse factorielle sur moins de 5 à 6 variables* ». Dès lors, cette corrélation nous permet de savoir s'il est préférable, dans notre cas, de simplifier certaines variables (U.L.B., n.d.).

Afin de tester l'existence de corrélation entre les différentes variables, nous avons posté comme hypothèses :

- $H_0 : \rho = 0$  ;
- $H_1 : \rho \neq 0$ .

Où  $\rho$  représente le niveau de corrélation. Cette hypothèse pose donc la question suivante : « la corrélation entre les variables est-elle égale à 0 ? ».

En appliquant la règle de décision « Rejet de  $H_0$  si la p-valeur < signification », le tableau ci-dessous met en évidence que nous devons rejeter  $H_0$  pour toutes les combinaisons possibles étant donné que la p-valeur est systématiquement inférieure à 0,05. Ceci signifie donc que la corrélation est significative pour tous les cas possibles.

Cependant, tous les coefficients de Pearson sont inférieurs à 0,8, qui se trouve être la valeur au-dessus de laquelle il peut être préférable de synthétiser deux items en un seul, engendrant toutefois la perte d'une partie des informations. En d'autres termes, étant donné que les coefficients de corrélation sont inférieurs à 0,8, nous pouvons poursuivre l'analyse en conservant nos variables (U.L.B., n.d. ; Duccaroz & Sinigaglia, 2015).

## Corrélations

### Corrélations

		Durant la conception d'un produit sur la plateforme, dans quelle mesure seriez-vous prêt à donner votre feedback sur le projet en cours ?	Après avoir acheté un produit co-créé, dans quelle mesure seriez-vous plus enclin à vous plaindre que pour un produit non co-créé ?
Durant la conception d'un produit sur la plateforme, dans quelle mesure seriez-vous prêt à donner votre feedback sur le projet en cours ?	Corrélation de Pearson	1	,291**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	399	399
Après avoir acheté un produit co-créé, dans quelle mesure seriez-vous plus enclin à vous plaindre que pour un produit non co-créé ?	Corrélation de Pearson	,291**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	399	399

\*\* . La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).

## ANNEXE 24 – DONNER DES FEEDBACKS (H8)

### Description du test effectué

Tout d'abord, afin de déterminer dans quelle mesure les répondants sont prêts à donner des feedbacks durant la conception des produits sur la plateforme, nous avons calculé les statistiques descriptives étant donné qu'il est question d'échelle numérique. Ceci nous a permis d'obtenir la moyenne de 3,48 sur 5.

Ensuite, dans le but de déterminer si cette moyenne est significativement supérieure à 3 à savoir, que les consommateurs sont « indifférents » quant à donner un feedback lors de la conception des produits sur la plateforme, nous avons réalisé un test de Student avec les hypothèses suivantes :

- $H_0 : \mu \leq 3$  ;
- $H_1 : \mu > 3$ .

Où  $\mu$  représente la moyenne de la population. Cette hypothèse pose donc la question suivante : « La mesure moyenne dans laquelle la population est prête à donner des feedbacks durant la conception des produits sur la plateforme est-elle inférieure ou égale à 3 ? ».

En appliquant la règle de décision décrite ci-dessous, nous sommes parvenus à la conclusion que 3,48 est significativement supérieur à 3 :

- Règle de décision : Rejet de  $H_0$  si  $H_1$  est de type  $>$ , et la statistique est positive (t), et  $p\text{-value}/2 < \text{signification}$  ;
- Application de la règle de décision :  $0,000/2 < 0,05 \rightarrow$  Rejet de  $H_0 \rightarrow \mu$  est significativement supérieur à 3.

### Descriptive

	<b>Statistiques descriptives</b>						
	N	Minimum	Maximum	Somme	Moyenne	Ecart type	Varianc
Dans quelle mesure seriez-vous prêt à donner votre feedback sur le projet en cours ?	399	1	5	1387	3,48	1,127	1,270
N valide (liste)	399						

## Test T (Valeur de test = 3)

### Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
Dans quelle mesure seriez-vous prêt à donner votre feedback sur le projet en cours ?	399	3,48	1,127	,056

### Test sur échantillon unique

Valeur de test = 3

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
Dans quelle mesure seriez-vous prêt à donner votre feedback sur le projet en cours ?	8,440	398	,000	,476	,37	,59

## Fréquences

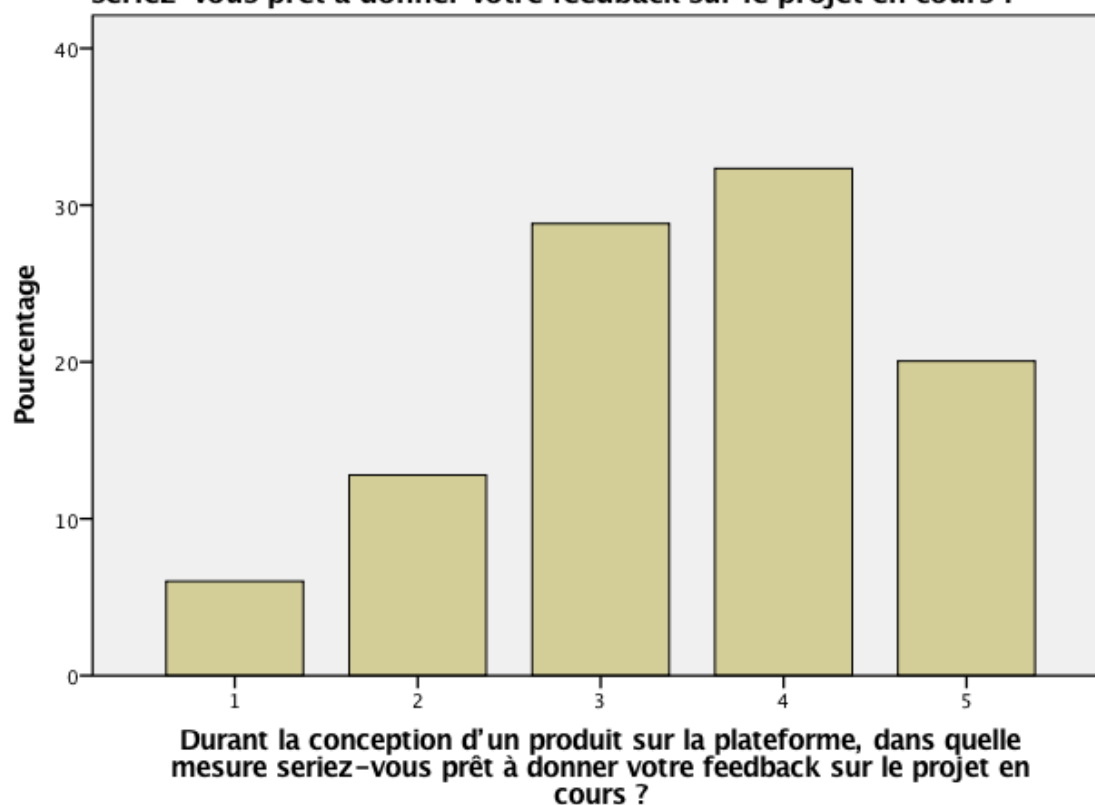
### Statistiques

Durant la conception d'un produit sur la plateforme, dans quelle mesure seriez-vous prêt à donner votre feedback sur le projet en cours ?

N	Valide	399
	Manquant	0
Moyenne		3,48
Médiane		4,00
Mode		4
Ecart type		1,127
Variance		1,270
Minimum		1
Maximum		5
Somme		1387
Percentiles	25	3,00

50	4,00
75	4,00

**Durant la conception d'un produit sur la plateforme, dans quelle mesure seriez-vous prêt à donner votre feedback sur le projet en cours ?**



**Durant la conception d'un produit sur la plateforme, dans quelle mesure seriez-vous prêt à donner votre feedback sur le projet en cours ?**

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1	24	6,0	6,0	6,0
	2	51	12,8	12,8	18,8
	3	115	28,8	28,8	47,6
	4	129	32,3	32,3	79,9
	5	80	20,1	20,1	100,0
	Total	399	100,0	100,0	

## ANNEXE 25 – SE PLAINDRE (H9)

### Description du test effectué

Tout d'abord, afin de déterminer dans quelle mesure les répondants sont davantage enclin à se plaindre d'un défaut du produit si celui-ci est co-créé, nous avons calculé les statistiques descriptives étant donné qu'il est question d'échelle numérique. Ceci nous a permis d'obtenir la moyenne de 2,92 sur 5.

Ensuite, dans le but de déterminer si cette moyenne est significativement inférieure à 3 à savoir, que les consommateurs seraient indifférents quant au fait de se plaindre davantage si le produit est co-créé, nous avons réalisé un test de Student avec les hypothèses suivantes :

- $H_0 : \mu \geq 3$  ;
- $H_1 : \mu < 3$ .

Où  $\mu$  représente la moyenne de la population. Cette hypothèse pose donc la question suivante : « La mesure moyenne dans laquelle de la population est prête à se plaindre davantage si le produit est co-créé est-elle supérieure ou égale à 3 ? ».

En appliquant la règle de décision décrite ci-dessous, nous sommes parvenus à la conclusion que 2,92 n'est pas significativement inférieur à 3 :

- Règle de décision : Rejet de  $H_0$  si  $H_1$  est de type  $<$ , et la statistique est négative (t), et  $p\text{-value}/2 < \text{signification}$  ;
- Application de la règle de décision :  $0,155/2 > 0,05 \rightarrow$  Non rejet de  $H_0 \rightarrow \mu$  n'est pas significativement inférieur à 3.

## Descriptive

Statistiques descriptives							
	N	Minimum	Maximum	Somme	Moyenne	Ecart type	Variance
Dans quelle mesure seriez-vous plus enclin à vous plaindre que pour un produit non co-créé ?	399	1	5	1164	2,92	1,161	1,347
N valide (liste)	399						

## Test T (Valeur de test = 3)

Statistiques sur échantillon uniques				
	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
Dans quelle mesure seriez-vous plus enclin à vous plaindre que pour un produit non co-créé ?	399	2,92	1,161	,058

Test sur échantillon unique						
Valeur de test = 3						
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
Dans quelle mesure seriez-vous plus enclin à vous plaindre que pour un produit non co-créé ?	-1,423	398	,155	-,083	-,20	,03

## Fréquences

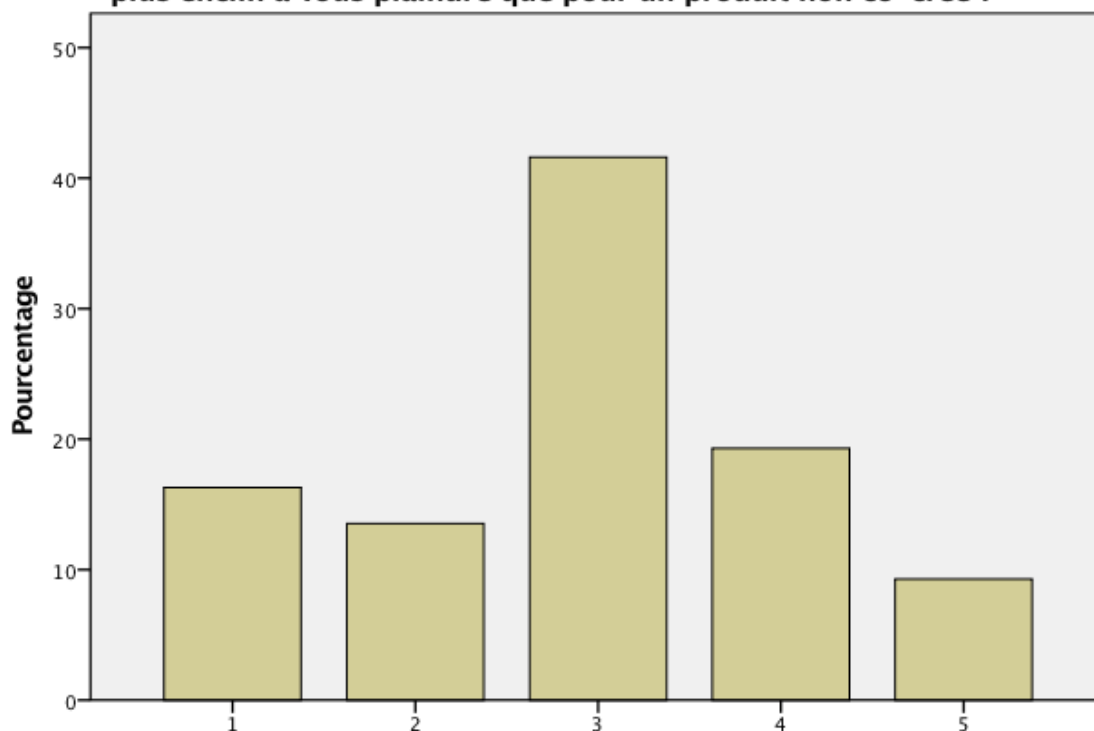
Statistiques		
Après avoir acheté un produit co-créé, dans quelle mesure seriez-vous plus enclin à vous plaindre que pour un produit non co-créé ?		
N	Valide	399
	Manquant	0
Moyenne		2,92
Médiane		3,00

Mode		3
Ecart type		1,161
Variance		1,347
Minimum		1
Maximum		5
Somme		1164
Percentiles	25	2,00
	50	3,00
	75	4,00

**Après avoir acheté un produit co-créé, dans quelle mesure seriez-vous plus enclin à vous plaindre que pour un produit non co-créé ?**

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1	65	16,3	16,3	16,3
	2	54	13,5	13,5	29,8
	3	166	41,6	41,6	71,4
	4	77	19,3	19,3	90,7
	5	37	9,3	9,3	100,0
	Total	399	100,0	100,0	

**Après avoir acheté un produit co-créé, dans quelle mesure seriez-vous plus enclin à vous plaindre que pour un produit non co-créé ?**



**Après avoir acheté un produit co-créé, dans quelle mesure seriez-vous plus enclin à vous plaindre que pour un produit non co-créé ?**