

Compréhension de l'adoption d'un nouveau canal d'achat :

Le cas du Drive Intermarché

Annexes Enquête qualitative : Retranscriptions des entretiens

Mémoire réalisé par
Joël Linh Van Leuven

Promoteur
Ingrid Poncin

Lecteur
Thomas Leclercq

Année académique 2017-2018
Master en Ingénieur de gestion

Table des matières

1. Consommateurs	1
1.1. Non-Drive Non-Intermarché	1
1.1.1. Consommateur 1.....	1
1.1.2. Consommateur 2.....	10
1.2. Non-Drive Intermarché	27
1.2.1. Consommateur 3.....	27
1.2.2. Consommateur 4.....	43
1.2.3. Consommateur 5.....	58
1.2.4. Consommateur 6.....	75
1.3. Drive Non-Intermarché	85
1.3.1. Consommateur 7.....	85
1.3.2. Consommateur 8.....	96
1.3.3. Consommateur 9.....	112
1.3.4. Consommateur 10.....	138
2. Adhérents.....	149
2.1. Non-Drive.....	149
2.1.1. Adhérent 1	149
2.2. Drive.....	180
2.2.1. Adhérent 2	180
2.2.2. Adhérent 3	213

1. Consommateurs

1.1. Non-Drive Non-Intermarché

1.1.1. Consommateur 1

A. D. / Femme / 26ans

J: Alors, comme première question, est-ce que tu peux me raconter la dernière fois que tu as fait les courses ?

A: La dernière fois que j'ai fait les courses... c'était avant-hier, j'ai été chez Match pour acheter des nouilles et autre chose pour ma mère, parce que voilà c'était sur le passage.

J: Ok, d'accord. Est-ce que ça se passe toujours comme ça tes courses, souvent tu n'achètes que des petites choses...tu vas au supermarché ?

A: Non, je fais des grosses courses mais quand j'ai oublié quelque chose ou par exemple quand on passe devant et je me fais « ah j'ai besoin de ça », bah voilà je m'arrête.

J: Et les choses que tu achètes, tu les décides toute seule sur le moment ou... enfin comment ça se passe en fait, comment tu décides ce que tu achètes ?

A: Ben je décide de tout ce que j'ai envie le jour précédent.

J: Le jour précédent. Donc ce n'est pas impulsivement ?

A: Non non non je dois réfléchir quand même, je réfléchis durant la semaine ce que je voudrais manger la semaine prochaine. C'est pour acheter en une fois.

J: Et tu achètes seulement pour toi ou bien tu en parles avec tes parents avant ?

A: J'achète avec mes parents, enfin avec ma mère.

J: Maintenant, une question un peu plus précise sur justement cette partie de l'achat, est-ce que tu y vas avec une liste ?

A: Oui.

J: Grande, petite, ça dépend de choses différentes ?

A: Ça dépend.

J: Ça dépend ?

A: Ça dépend de si j'ai besoin de beaucoup d'ingrédients ou pas.

J: Ok... Et est-ce que tu fais tes courses dans une contrainte de temps ?

A: Non.

J: Donc tu y vas comme ça, tranquille...

A: Tranquille. Je ne supporte pas avec le temps.

J: Du coup, quand il y a une contrainte de temps... Est-ce que c'est déjà arrivé en fait à un moment où tu as dû aller faire tes courses dans une période de temps définie ?

A: Oui j'ai déjà fait ça mais je ne supporte pas car j'oublie les trois quarts de ce que j'ai besoin.

J: Donc ça tu ne fais plus, enfin presque plus jamais ?

A: Non.

J: Ok, as-tu des cartes de fidélité de magasins ?

A: Oui !

J: Lesquelles ?

A: Match, Delhaize et Carrefour.

J: Trois, et tu les utilises souvent ?

A: Celles de Delhaize et Match oui, Carrefour non car je n'y vais presque jamais.

J: Hm, ok très bien... Et qu'est-ce qui déclenche chez toi l'envie d'aller faire des courses ou le besoin d'aller faire les courses ?

A: Quand il n'y a plus rien.

J: Quand il n'y a plus rien à la maison... Quand le frigo est vide ?

A: Pas nécessairement mais par exemple quand j'ai envie de faire un certain plat et que je n'ai pas tous les ingrédients alors j'achète. C'est surtout comme ça mais je prévois souvent à l'avance. Comme les denrées non périssables, j'ai un stock.

J: Et comment tu fais pour prévoir à l'avance, tu notes, tu... ?

A: Bah je réfléchis à ce que je veux et je note.

J: Et c'est comme ça que tu fais ta liste en fait ?

A: Oui.

J: Ok, alors plus à propos des magasins. Comment tu choisis le magasin où tu vas faire les courses ?

A: *rire* c'est le premier qui passe sous la main.

J: Le plus proche alors ? Tout le temps ?

A: Le plus proche ou alors si j'ai besoin par exemple d'une certaine eau, ben je sais dans quel magasin j'ai envie d'aller ou ça dépend des produits, parce qu'il y a certains produits que je préfère dans un magasin et d'autres dans un autre, pas nécessairement au prix mais parfois c'est au goût.

J: Et quel est ton magasin préféré ? Est-ce que tu en as déjà ? Un, plusieurs ?

A: Hm, j'aime bien Match et Delhaize.

J: Ok et pourquoi ?

A: Le Match c'est parce qu'il a été rénové à Grez-Doiceau et il est pas mal. Il est petit mais il y a beaucoup et le Delhaize car j'ai travaillé chez Delhaize et que je suis habitué depuis que je suis petite et qu'ils ont des bons produits.

J: Mais du coup, est-ce que tu pourrais décrire un des magasins où tu as l'habitude d'aller ?

A: Décrire de quelle façon ?

J: Décrire par exemple, ce que tu aimes, ce que tu n'aimes pas, les points positifs et négatifs du magasin. Tu peux en choisir un ou les deux, si tu veux

A: J'aime bien quand déjà il y a des écriteaux dessus qui permettent de savoir dans quels rayons on se trouve, et je préfère celui qui est pour moi le plus classe c'est le Delhaize à Wavre.

J: Qu'est-ce qu'il a de spécial ?

A: Vu que j'y ai travaillé, je sais très bien où tout se trouve, et je trouve ça un peu plus logique.

J: Donc pour toi c'est très important la disposition des rayons ?

A: Ben oui, sinon quand tu ne trouves pas ton produit et que tu cherches pendant une demi-heure ce n'est pas agréable. J'aime bien savoir où les produits se trouvent et tout ça. C'est pour ça que je n'aime pas tellement changer de magasin.

J: Ok et par rapport au personnel ? Tu fais attention aussi ou...

A: Oui oui oui oui ben s'ils ont la gueule jusque par terre *rire* donc voilà je préfère quand ils sont souriants et gentils.

J: Dans ton magasin préféré qui est Delhaize, c'est bien ça, ils sont gentils ?

A: Oui !

J: Ok donc c'est aussi une raison pour laquelle tu y vas, d'accord très bien. Est-ce que tu penses qu'il y a des changements, améliorations, innovations que Delhaize, dans ce cas-ci du coup, pourrait faire pour encore améliorer plus ton expérience dans le magasin ?

A: Je ne sais pas mais de temps en temps rénover un magasin ça ne peut pas faire de mal.

J: Rénover dans quel sens ?

A: Hm parfois quand le sol est parfois très abîmé et que c'est vraiment dégueulasse et que ça me donne pas envie d'aller acheter.

J: Surtout sur l'esthétique alors ?

A: Ben si l'esthétique n'est pas bien, bah ça ne donne pas envie, pour moi personnellement, si je vois un produit qui n'a pas l'air beau déjà ...

J: Bon maintenant on va parler des canaux digitaux, est-ce que tu es au courant que Delhaize a un site web, est-ce que tu as déjà été dessus ?

A: Non je n'ai jamais été dessus.

J: Ok mais pourquoi ?

A: Parce que ça ne m'intéresse pas de faire mes courses en ligne, parce que je ne peux pas choisir mes produits et donc la date de péremption et l'esthétique de ma pomme par exemple.

J: Donc pour toi, le site internet il n'y a que la partie commerce en ligne ou tu ne penses pas qu'il y ait autre chose aussi ? Qu'est-ce que tu penserais pouvoir y trouver en général ? Que la partie commande en fait ?

A: Je suppose qu'il y a aussi la partie réclamation mais...

J: Mais du coup, tu n'as jamais commandé en ligne alors ?

A: Non, je sais que GB a ça mais, enfin, carrefour.

J: Oui ils ont un peu tous leur côté e-commerce maintenant. Rappelle-moi encore pourquoi tu ne serais pas intéressée de commander en ligne ?

A: Pour la date de péremption des produits.

J: C'est ça la raison principale ?

A: Oui car je déteste quand le produit arrive proche de la date de péremption, et que si par exemple, un produit, ils ont décidé de me donner les yoghourts et qu'ils ont que le date jusqu'au 6 décembre et qu'on est le 4 décembre ça ne m'intéresse pas.

J: D'accord.

A: Je ne peux pas gérer les dates, et comme j'aime bien avoir pour une longue durée, comme ça je sais que je ne tombe pas à court direct.

J: Hm et c'est la seule crainte que tu as par rapport à la commande en ligne ?

A: Ça principalement, par exemple aussi pour les fruits. Tu ne peux pas choisir le fruit qui te plaît et donc si tu aimes bien les bonnes pommes rouges et qu'ils n'ont que de pommes à moitié rouge.

J: Ça ne le fait pas trop ?

A: Bah... Oui

J: Et s'ils corrigeaient par exemple d'une certaine méthode, je ne sais pas encore comment mais imaginons qu'ils corrigent ce problème et que tu peux choisir avec les dates de péremption, donc tu peux les voir. Est-ce que du coup ça te suffirait de commander en ligne ?

A: Non

J: Qu'est-ce qu'il faudrait d'autre en plus ?

A: Bah ce que je n'aime pas non plus, le fait que c'est en ligne c'est que tu ne te laisses pas tenter. Donc ça peut être bien et ça peut ne pas être bien puisque parfois tu peux être « Oh pourquoi est-ce que je ne ferai pas ça à la place » ou « Pourquoi je ne ferai pas ce dessert » ou tu n'as pas envie de dessert quand tu fais ta liste de course mais quand tu les vois tu te fais « ah mais ça j'ai envie en fait ».

J: Ok.

A: Et que quand tu fais tes courses en ligne, tu ne vois pas les rayons, tu ne vois pas les produits en eux-mêmes, tu vois une image par exemple, enfin moi je me laisse tenter avec la vue dans le magasin.

J: Donc il te faut plus de sensation pour pouvoir. Enfin ça doit jouer plus sur tes sens.

A: Oui, et ça les magasins savent très bien le faire, avec les odeurs ! *rire*

J: Mais du coup est-ce que tu as déjà commandé quelque chose d'autre sur internet ?

A: Oui

J: Et quoi ça ? La dernière fois que tu as commandé sur internet quelque chose c'était quoi ?

A: Des produits cosmétiques.

J: Ok, et sur un site de revente ou sur le site du commerçant directement ?

A: Sur un site de revente.

J: Genre Amazon, eBay ou autre chose ?

A: non non c'est encore un autre style enfin, ce sont des cosmétiques coréens donc on ne sait pas en trouver partout et les sites mêmes... enfin si par exemple je veux un produit d'une certaine marque et je pourrais aller sur le site même de la marque mais parfois j'ai envie d'avoir plusieurs marques et j'ai pas envie de faire envoyer 5 colis alors que je peux en faire envoyer qu'un , avec des prix moins chers.

J: Ok et ça tu commandes, ce genre de cosmétique souvent ?

A: Hm tous les deux mois.

J: Ok c'est pas mal, enfin je ne sais pas en fait je n'ai pas l'habitude donc je ne sais pas. Et ça ne t'est jamais arrivé de commander des produits alimentaires ?

A: Non.

J: C'est toujours du cosmétique ou autre ?

A: Cosmétique, vêtements, perruque.

J: Ok et qu'est-ce que tu penses des commandes en ligne ? C'est l'e-commerce en fait en général.

A: C'est bien parce que c'est rapide, on ne doit pas se déplacer, c'est livré, donc ça c'est très bien. Mais on n'a pas de contact ain et ça c'est moins bien.

J: Mais t'as tout ce que tu veux, grâce à ça.

A: Oui.

J: Le défaut principal c'est l'absence de contact ain, mais les avantages principaux c'est quoi selon toi ?

A: Tu peux choisir ce que tu veux, tu te laisses ne pas tenter par les odeurs, par exemple donc ça c'est bien, les odeurs dans les magasins, dans les supermarchés quand ils font cuire le pain, donc tu as une odeur et ça attire.

J: Mais ça c'est ce que tu veux non ?

A: Moi j'aime bien mais c'est un des défauts aussi parce que souvent si tu as faim, tu te laisses tenter par encore plus de chose, donc si tu as un but précis et que tu veux pas dépenser plus qu'une certaine dépense, par exemple si tu te mets un but de 40€, c'est mieux le e-commerce.

J: Ok c'est bien pour contrôler le budget du coup.

A: Tout à fait, pour éviter de se laisser tenter par d'autres choses !

J: Ok très bien. Hm reconcentrons nous un tout petit peu sur Delhaize et Match. A part l'e-commerce, qu'est-ce qui te pousserait à aller sur leur site ?

A: Rien.

J: Rien d'autre ?

A: Alors pour voir leur promotions mais on les a aussi par papier. Mais je préfère par papier car je n'aime pas tellement aller sur le site.

J: Ok et à part les promotions et l'e-commerce, est-ce que tu aimerais y trouver quelque chose d'autre en plus ?

A: Non pas nécessairement, les heures d'ouverture mais ça normalement ils y sont, et les supermarchés qui sont les plus proches.

J: Ok, on va se concentrer sur un thème un peu plus différent qui est les campagnes publicitaires. Alors est-ce que tu as déjà vu beaucoup de campagnes publicitaires de Delhaize et de Match ?

A: Match non Delhaize oui, Delhaize ils en passent tout le temps en période de fête pour leur gibier, leur faisan, tout ça.

J: Hm et surtout pour les fêtes ?

A: Pour les fêtes principalement.

J: Pas les autres fêtes ? Ça ne t'a pas tant marqué que ça ?

A: Non parce que je suis plus souvent sur la TV française, du coup je vois des pubs françaises, principalement.

J: Ok et donc en parlant de ça, comment es-tu au courant, c'est surtout par TV ou il y a d'autres biais, ou moyen ?

A: Principalement par folder, qu'on reçoit par courrier, c'est tout.

J: Hm en magasin ou sur internet aussi ?

A: Oui les magasins aussi puisqu'ils annoncent toujours, enfin souvent il y a des panneaux promo et tout ça donc, ça donne des informations mais principalement par folder.

J: Puisque tu as leur carte de fidélité tu n'as jamais été intéressée par leur promotion via Facebook ou newsletter ?

A: Non.

J: Non jamais ?

A: Non jamais.

J: Pas intéressant ?

A: Non, ça fait plus de spam dans la boîte mail.

J: Et qu'est-ce que tu penses de ces campagnes publicitaires, qui sont du coup, par folder ou autre même qui sont sur les spots TV ?

A: Les spots TV, je n'apprécie pas tellement parce que c'est toujours de la pub et quand on regarde un film ce n'est pas agréable d'avoir une pub. Par folder c'est pas mal car ça passe le temps, quand on est en train de manger, sa tartine le matin et qu'on prend le folder, voilà.

J: Et , qu'est-ce que tu aimerais pour que ça t'attire plus le regard, qu'est-ce qui te pousserait en fait en voyant une publicité de passer à acheter quelque chose ?

A: Le prix.

J: Le prix surtout, principalement ?

A: Ben oui, quand tu veux un certain produit et qu'il est vraiment moins cher en promotion dans un autre magasin, ben, voilà.

J: Ok mais tu compares avec quoi alors, comment tu fais pour comparer ?

A: Mais parce qu'on reçoit des folders de tous les magasins presque. Et puis quand t'achètes souvent la même chose tu connais les prix, tu sais comparer aussi.

J: Et du coup, tu sais qu'il y a une différence de prix entre par exemple.

A: Delhaize Lidl, Aldi... oui.

J: Voilà Lidl et Delhaize on va dire.

A: Oui une grosse différence oui.

J: Mais tu m'avais dit un moment que tu allais au Delhaize quand même pour acheter, enfin que un de tes magasins préférée c'était Delhaize parce que c'était le plus proche.

A: Oui parce qu'ils ont des bons produits, par exemple quand je veux un certain produit. Par exemple le saucisson de jambon, je préfère celui de Delhaize parce que j'ai déjà testé ceux d'un peu partout et c'est le seul qui me plaît, parce qu'il est très fin.

J: Une dernière question à propos des promotions, est-ce qu'il y en a qui t'intéressent plus que d'autres, promotions ou campagnes publicitaires quelque chose qui t'a marqué plus, ça change pas ?

A: Non.

J: Pas trop d'impact ?

A: Je ne pense pas, mais il y a toujours de la pub mais principalement pour des produits et pas nécessairement pour la marque. Par exemple Danone fait souvent des spots publicitaires pour leur Danette ce n'est pas nécessairement lié à un magasin, malheureusement parfois.

J: Est-ce que tu as déjà été chez Intermarché ?

A: Oui.

J: Comment t'es arrivée chez Intermarché ?

A: Parce que c'est sur le passage.

J: Oui ?

A: Ben par exemple, quand on va à un certain magasin, bah sur le passage il y a un Intermarché, quand t'as oublié quelque chose dans un autre magasin, ben je m'arrête, qu'importe le magasin.

J: Du coup c'est pour...

A: Pour les oublis.

J: Pour les oublis. Et c'est impulsif, c'est au moment hop, tu penses, tu passes à côté, tu te dis « ah c'est vrai que je devrais acheter ça » et tu t'arrêtes directement, il n'y a aucun autre moment où tu prévois d'aller à Intermarché ?

A: Non.

J: Donc c'est purement impulsion ?

A: Oui.

J: Et, juste pour être sûr, c'est vraiment au moment où tu vois Intermarché que tu te dis que tu dois acheter quelque chose. Pas avant.

A: Ben parce que c'est le seul magasin sur le passage.

J: Ah oui ok, et comment ça se fait que tu passes par-là ?

A: Parce que je vais dans un certain magasin, et que sur le passage... ah non il y a un autre Delhaize aussi sur le passage mais je n'aime pas ce Delhaize-là, le parking est trop exigu, et je n'aime pas le magasin en lui-même.

J: Et est-ce que tu as connu Intermarché avant ?

A: Oui.

J: Et comment tu es arrivée chez Intermarché la première fois ?

A: Ben la première fois, je me suis rappelé qu'il y avait un Intermarché près de mon école quand j'étais petite en primaire.

J: Hm tu allais souvent.

A: Ben ma mère passait par là puisque c'était à 100m de mon école donc oui.

J: Un peu plus à propos de la marque Intermarché, qu'est-ce que tu sais sur Intermarché ?

A: Pas grand-chose.

J: Oui tu n'as pas de... Est-ce que tu connais un peu son mode de fonctionnement qui est différent des autres ?

A: Pour moi c'est un magasin.

J: Tout simplement ? Ok alors je vais te révéler un peu quelque chose, mais en fait, comment tu penses que la hiérarchie à Intermarché est faite ? Qu'est-ce que tu penses des directeurs des points de vente d'Intermarché, tu penses que ce sont plus des indépendants, des employés ?

A: Je ne sais pas, il y a deux par exemple chez Delhaize, il y a des indépendants et des employés, enfin les indépendants sont plus Louis Delhaize donc ça c'est encore différent.

J: En fait ici, chaque directeur du point de vente d'Intermarché est un indépendant et un franchisé, donc il a reçu une licence et il doit avoir une rentabilité pour tenir son magasin. Et il rend des comptes à la centrale, et ce n'est pas le contraire comme dans d'autres magasins comme Carrefour où il y a la maison mère qui décide voilà on va construire un Carrefour là et on assigne une personne qui sera au poste de directeur.

A: Ok.

J: En sachant ça est-ce que ça change la façon dont tu vois Intermarché ?

A: Non.

J: Ça ne change rien ? Peu importe ?

A: Non c'est un magasin.

J: *rire* Ok très bien très bien, voilà ce sera tout alors, parfait !

1.1.2. Consommateur 2

C. V. / Femme / 59ans

J: Alors est-ce que vous pouvez d'abord me parler un peu de vous ? Racontez un peu qui vous êtes, quel est votre métier...

C: Ben voilà, j'ai 59 ans, je suis infirmière, j'ai deux enfants, je travaille à mi-temps.

J: Ok. Donc alors la première question c'est est-ce que vous pouvez me raconter la dernière fois que vous avez fait les courses ?

C: Et ben avant les fêtes.

J: Comment ça s'est passé ?

C: Ben j'ai été dans deux-trois magasins où j'ai l'habitude d'aller pour aller au mieux au meilleur rapport/qualité prix.

J: Ok et vous avez été dans quels magasins ?

C: Alors au Colruyt chez Aldi et chez Delhaize.

J: Les trois le même jour ?

C: Oui à intervalles.

J: Enfin pour les fêtes je veux dire.

C: Oui dans le même jour.

J: Ok waouh. Et est-ce que c'était des grosses courses chaque fois ? Ou bien c'était des choses qui manquaient chez d'autres ?

C: Ben c'est-à-dire les grosses courses c'était surtout chez Colruyt. Après Delhaize c'est un peu moins et Aldi c'est encore un peu moins.

J: D'accord. Et c'est toujours comme ça d'habitude ?

C: Oui Oui.

J: Même pas en période de fêtes ?

C: Voilà je fais toujours les trois magasins. Quand je suis pressée je vais chez Delhaize parce qu'ils ont self-scan et que ce ça va quand même bien vite.

J: Ok très bien et est-ce que vous pouvez me parler un peu de...me dire un peu votre panier moyen en prix ou en quantité ?

C: Une centaine d'euros.

J: Ça c'est pour les grosses courses ?

C: Les grosses courses Oui oui.

J: Et quand vous faites des petites courses plus ou moins ?

C: Trente.

J: Ça c'est dans les autres magasins ?

C: Oui.

J: Et ça se passe toujours comme ça c'est toujours en même temps grosses et petites ou bien il y a parfois...

C: Sur la semaine oui.

J: Sur la semaine, Ok. Et vous allez faire les courses combien de fois par semaine ou par mois ?

C: Oui ben tout dépend si je reçois si je travaille beaucoup comme je n'ai pas une vie très régulière, les courses ce n'est pas très régulier non plus.

J: Ok et une idée quand même de la fréquence ?

C: Deux trois fois par semaine.

J: Ok. Il y a un jour que vous préférez ?

C: Non.

J: C'est n'importe quand ?

C: Oui oui puisque je travaille n'importe quand c'est pareil pour les courses.

J: D'accord et j'allais dire est que vous prévoyez de faire les courses comment vous prévoyez de faire vos courses en fait ?

C: Bah ça dépend de ce qui me reste dans le frigo.

J: Ok, vous allez faire des courses directement après ou bien vous attendez le lendemain ?

C: Ben je ne sais pas moi quand il y a eu comme maintenant deux trois jours fermés alors oui après je vais faire des courses quoi. Là maintenant j'irais mardi parce que demain je travaille.

J: Ok alors une autre question aussi sur les courses, est-ce que vous faites une liste ?

C: Oui.

J: Comment vous la faites ?

C: Ben suivant ce qu'il manque j'indique ce qu'il faut et comme avant je perdais toujours ma liste maintenant je le mets sur mon iPhone.

J: Ok très bien. Et elle est grande la liste ou...

C: Ça dépend des fois.

J: C'est plus ou moins combien ?

C: Une quinzaine d'articles.

J: Ok et vous notez chaque fois exactement l'article ou bien Comment ça se passe ce que vous noté dessus ? C'est précis à quel point je veux dire.

C: Non ce n'est pas très précis je sais bien ce il manque.

J: Par exemple est-ce que vous marquez viande ou viande de quelque chose ?

C: Pour la viande je n'indique pas parce que je regarde un petit peu ce qu'il y a les promotions etc... Mais par exemple je marque courgettes je marque café je sais s'il me faut du café pour le percolateur ou pour la machine à expresso.

J: Et c'est chaque fois dans un but précis par exemple quand vous dites courgette c'est pour faire un certain plat ? Ou bien c'est pour remplir ?

C: Ben c'est souvent pour faire du potage. Parce que mes enfants passent souvent pour manger du potage.

J: Toujours à propos de la liste est-ce que vous la suivez à la lettre ? Ou il y a parfois des impulsions que vous faites en magasin vous achetez des petites choses en plus ?

C: Oui mais pas beaucoup.

J: Ok c'est à quel point et sur quoi surtout ?

C: Boh je ne sais pas parfois une envie ou parfois une promo.

J: Ok y a des c'est une catégorie particulière ou ça peut être n'importe quoi ?

C: Ça peut être n'importe quoi. Par exemple je ne vais jamais ce carrefour parce qu'il y a trop de choses je passe trop de temps dans le magasin pour acheter des trucs qu'on n'a pas besoin.

J: Ok qu'est-ce qui déclenche l'envie chez vous ou le besoin d'aller faire vos courses est-ce que c'est seulement le frigo ?

C: Oui.

J: Quand il est vide Ok c'est le plus important c'est ça qui fait...

C: Qui me motive pour aller faire des courses. Je n'aime pas faire les courses.

J: Ok très bien ça je note et donc en vous prévoyez de faire est-ce que vous comment ça se passe au sein de votre ménages Je veux dire vous en discuter avec votre mari avant ou...

C: Tu rigoles ou quoi ? *rires* Lui va acheter des bonbons et moi l'essentiel.

J: Donc y a jamais par exemple une liste oui rajoute quelque chose quoi ?

C: Non non.

J: Demander un plat ou ce qu'il voudrait ?

C: Bah non non non.

J: Un truc comme ça, ça serait...

C: Bien.

J: Oui ça serait bien s'il rajoutait des trucs...

C: S'il me disait un peu qu'est-ce qui ce qui voulait manger ou quoi ce serait plus simple quoi.

J: C'est déjà arrivé pas encore rarement ?

C: Très rarement.

J: Ok et vous pensez par exemple que s'il avait le droit d'accès à votre liste il pourrait rajouter des trucs n'importe quand ? Vous pensez que ça l'intéresserait ?

C: Ça ne l'intéresse pas. Parce qu'avant j'avais une liste papier que j'arrêtais parce que je la perdais et elle est affichée dans la cuisine et chacun pouvait ajouter ce qu'il voulait mais y avait pas grand-chose de leur part.

J: Ok quand vous faites les courses est-ce que c'est dans une contrainte de temps souvent par exemple avant qu'un magasin ferme ou bien entre deux choses que vous avez prévus ou au contraire c'est plus : là j'ai toute mon après-midi je vais faire les courses j'ai tout mon temps.

C: Comme je travaille à mi-temps normalement je vais je n'ai pas trop de contraintes mais ça arrive quoi.

J: Ok et quand ça arrive c'est ça vous dérange ou pas du tout ?

C: Pff.

J: Ça se passe différemment peut-être ?

C: Oui de toute façon moi je suis toujours assez rapide donc.

J: Ok et comment vous faites pour être rapide ? Est-ce que vous connaissez les rayons et tout ça ? Vous connaissez...

C: Oui c'est ça je connais et je fais la liste en fonction des rayons je sais comment ça se situent je marque déjà ma liste dans l'ordre dans lesquels je rentre dans les rayons.

J: Ah Ok. Alors avez-vous des cartes de fidélité ?

C: Oui.

J: Lesquelles ?

C: Oh ben j'ai une application sur mon Gsm avec toutes les cartes de fidélité.

J: Oh Ok.

C: Ça s'appelle Fidme. Tu connais ?

J: Non pas du tout. Vous pouvez me parler un peu plus comment ça marche ?

C: Ben je vais te la montrer.

J: Ok c'est intéressant ça.

C: C'est Nicolas qui m'a donné ça parce que les cartes de fidélité c'est bien mais ça...

J: Et il y a toutes les cartes fidélité ?

C: Oui mais ça dépend y a des magasins qui ne les prennent pas voilà tu vois ?

J: Ok et quand vous cliquez sur Delhaize par exemple ça...

C: Voilà et on scanne.

J: Oh c'est chouette.

C: Oui c'est bien.

J: Ok et vous les utilisez tous ? Toutes ?

C: Oui.

J: Tout le temps sans...

C: Oui quand je vais dans les magasins avec les cartes fidélité oui.

J: Ok et pourquoi vous avez avoir vous avez pris une carte de fidélité c'était facile de le prendre ou...

C: Oui parce que souvent il le propose quoi.

J: Ce n'est pas il n'y avait pas beaucoup de paperasse et tout ça à remplir ?

C: Non.

J: Peu importe ? Ce n'est pas important ?

C: Non il n'y avait pas beaucoup de paperasse.

J: Ok c'est chouette je ne savais pas que ça existait.

C: Tu vois tu vas apprendre des trucs hein ?

J: Ah oui bien sûr c'est bien. Et vous n'avez pas la carte de fidélité...

C: Oui ben les magasins ou je vais rarement en plus je ne sais pas souvent les endroits où les magasins ferme puis l'accumulation des trucs n'ont servi à rien quoi.

J: Ok oui comment vous choisissez les magasins que vous où vous allez faire les faux les courses ?

C: Parce que j'ai déjà fait j'ai déjà fait un peu mon enquête donc voilà par exemple chez Colruyt c'est connu que c'est quand même qu'ils adaptent leur prix déjà et puis chez Delhaize parce que c'est petit c'est rapide y a self-scan et chez Aldi parce qu'il y a des trucs certaines choses qui sont vraiment un bon rapport qualité/prix.

J: Ok est-ce que vous avez un magasin préféré parmi ces trois-là ?

C: J'aime mieux le Delhaize mais c'est plus cher que Colruyt.

J: Mais pourquoi du coup le Delhaize ?

C: Parce que c'est un magasin plus beau plus ça a l'air propre c'est net, c'est petit, c'est bien. Il y a beaucoup de produits plus que le Colruyt.

J: Vous allez dans un grand Delhaize en fait ou celui de Louvain-la-Neuve.

C: Non de Wavre.

J: Ok.

C: Tu vois où c'est ?

J: Je vois le Colruyt le Carrefour.

C: En fait c'est quand tu tournes vers Basse-Wavre quand tu descends tu vois Brentano ? Le magasin de chaussures quand si tu continues tout droit en venant d'ici si tu continues tout droit tu vas au Colruyt si tournes à droite tu vas au Delhaize.

J: À côté de l'Aldi ou enfin avant après ?

C: Avant l'Aldi.

J: Ok d'accord je vois on n'y va jamais à celui-là parce qu'il y a celui Louvain-la-Neuve.

C: Bah oui.

J: Il est plus grand que celui de Louvain-la-Neuve ?

C: Je dirais.

J: Ok.

C: Mais bon je ne vais pas assez souvent à Louvain-la-Neuve pour savoir si il y a les mêmes produits tu vois ou c'est peut-être similaire je ne sais pas franchement.

J: Ok et si je veux dire ce n'est pas une question de proximité ?

C: Si je ne vais quand même pas parce que y a un Lidl à Perwez je ne vais jamais à Perwez pour faire les courses Si C'est pour tout dépenser en essence ce n'est même pas la peine.

J: S'il y avait un Lidl par exemple plus proche d'ici ça vous intéresserait ?

C: Oui Lidl je crois que ce n'est pas mal je ne connais pas bien mais on y va en Espagne quand on chez Lidl.

J: À ce qu'il paraît ce n'est pas cher.

C: Oui ben c'est vrai qu'il n'y en a pas ici à proximité. Ils avaient dit qu'ils en feraient un à côté de chez Séraphine à l'ancien je ne sais plus comment ça s'appelle... Il y a un truc qui permet...ils avaient dit qu'ils feraient un supermarché mais il y a rien qui se fait. Donc voilà mais c'est vrai que la proximité c'est quand même bien quoi.

J: Je ne sais pas peut-être qu'il y a des produits spécifiques ou les promos je ne sais pas ce qui c'est qui vous intéresse c'est quoi pour vous le critère principal au final ?

C: Ben trouver un maximum de choses pas loin vite fait parce que ce n'est pas ma mon passe-temps préféré du coup. Je ne suis pas une grande shoppeuse.

J: Ok très bien est-ce que vous pouvez décrire du coup un des magasins ou vous avez l'habitude d'aller ? Par exemple le Delhaize c'est ça que vous préférez le plus ?

C: Oui. Ben donc c'est un magasin où il y a beaucoup de produits, c'est bien rangé, le personnel est gentil. Oui c'est ça on trouve un petit peu de tout et les courses sont vites faites voilà.

J: Et qu'est-ce que vous avez ses points positifs et est-ce que vous avez des points négatifs par exemple ?

C: Ben ils avaient beaucoup plus avant ils restreignent il y a bah voilà je suppose que c'est comme ça.

J: Ils restreignent dans quel sens ?

C: Ben qu'ils mettent moins de produits avant ils avaient plus. Plus d'articles différents.

J: Il y a enfin y a pas de des articles de la même catégorie c'est bien ça ?

C: Ben je ne sais pas par exemple admettons qu'avant il y avait 10 confitures, maintenant, il y en a huit.

J: Ah Ok, c'est ça d'accord.

C: Plus de marques plus de choix là ils ont un petit peu diminués.

J: Et ça vous manque du coup ?

C: Bah c'était sympa d'avoir plus de choix quoi.

J: Ok. Et est-ce que vous avez déjà tout essayé ?

C: Non

J: On ne sait jamais peut être que...

C: Oui mais toi t'es du genre à tout essayé *rires*.

J: Ok. Et est-ce que vous pensez que du coup il y a des changements ou innovations que Delhaize par exemple pourrait faire pour améliorer votre expérience de client ?

C: Oh d'un s'ils avaient encore plus de choix ce seraient bien.

J: Ok d'accord Et à part ce changement là il y a pas un truc que vous vous dites « ah ça me donnerait l'envie d'aller qu'au Delhaize » par exemple ?

C: Ah ben oui s'ils faisaient leur prix plus attractif évidemment.

J: Ok Ok parfait alors un autre thème maintenant c'est plus le site web du coup est-ce que vous avez déjà été sur le site Web de Delhaize ?

C: Non.

J: Ok et qu'est-ce que si jamais non plutôt qu'est-ce que vous pensez pouvoir trouver dessus ? Si jamais vous vouliez y aller.

C: Bah j'ai l'impression que ne connaissant pas ça va me prendre plus de temps quoi mais il y a des gens qui font leurs courses comme ça après moi j'aime bien voir les fruits que j'achète de déterminer leur maturité par exemple si j'achète une mangue je n'achète pas pareil si je dois la manger le lendemain que quand je dois la manger quatre jours après quoi. Donc voilà ça c'est pourquoi je ne vais pas sur les sites Internet pour les courses alimentaires en tout cas.

J: Mais à part la partie on va dire e-commerce est-ce que vous ne pensez pas qu'il pourrait y avoir autre chose qui pourrait vous intéresser ?

C: Ben peut-être qu'ils font des recettes peut-être un peu comme le folder peut-être qu'il met ça sur leur site web mais franchement je n'ai jamais été voir.

J: Et ça ne vous intéresse pas d'y aller ?

C: Pff non non.

J: Non pas du tout ? Est-ce que il y aurait quelque chose non attends attendez je vais parce que je dois mélanger le truc un peu différemment du coup les folders que vous recevez en à la maison par exemple ça vous suffit pour avoir les infos ?

C: Oui.

J: Sur Delhaize pas besoin de plus d'info on va dire...

C: D'un support Internet non.

J: Ok, ou d'autres informations par exemple ?

C: Non ben si j'ai besoin je vais chercher mais non c'est déjà bien quoi.

J: Et qu'est-ce que vous vous ah oui est-ce que vous faites souvent attention d'ailleurs aux campagnes publicitaires ?

C: Pas spécialement Mais à part ça quand on est revenu d'Argentine on avait bu des vins des vins là-bas qui étaient pas mal Je ne sais pas si tu as déjà eu l'occasion de les essayer.

J: Non je les ai toujours conservés.

C: Du coup j'ai quand même regardé s'ils en vendaient au Delhaize donc là j'ai été voir sur leur site quoi ils n'ont pas grand-chose voilà.

J: Ok et il y a une différence enfin est-ce que vous avez remarqué ou pas peut-être qu'il n'y en a pas il y avait une différence entre ce qu'ils proposaient sur Internet et ce qu'il y avait sur place ?

C: Ah non ça j'ai je n'ai jamais pensé à regarder.

J: Parce que parfois c'est le cas mais...

C: Ils ont plus sur le Web qu'en magasin ?

J: Je ne sais pas parfois c'est plus sur le web parfois c'est plus en magasin.

C: Ah oui Non je n'ai pas je n'ai pas été.

J: Par exemple Cora il y a une grande enfin je sais qu'il y a une grande cave à vin avec plein plein de vins et sur le site il y a moins.

C: Ah Oui.

J: Quelque chose comme ça Ou bien même parfois il y a une sorte de foire aux vins.

C: Mais alors ils ont c'est pour la promo donc je suppose qu'ils ont plus d'articles.

J: Donc à propos des campagnes publicitaires vous ne faites pas trop attention ?

C: Non de moins en moins en fait.

J: Et vous les voyez comment en fait ? Enfin lesquelles ?

C: Bah parfois il y a l'Italie ou le nouvel an chinois.

J: Il n'y en a pas qui vous ont marqué ?

C: Non.

J: Ou même en achat peut-être pas seulement la pub mais la partie achat que vous aimez bien ?

C: Oui peut-être je ne sais pas moi oui quand c'est oui les trucs italiens parce que j'aime bien ça alors je me dis « ah oui c'est vrai on pourrait manger italien ».

J: Mais ce qui est marqué dessus ce n'est pas intéressant ou ça ne vous intéresse pas ?

C: Ca dépend Par exemple dernièrement chez Aldi ils avaient fait une semaine espagnole Donc j'avais essayé de trouver des produits que j'achète en Espagne, ce n'était pas bon
rires.

J: Ok. Est-ce que vous êtes souvent au courant de ses campagnes ?

C: Bah comme on reçoit les pubs oui.

J: Surtout les folders du coup ?

C: Les folders oui.

J: Et il n'y a pas par d'autres moyens ou vous êtes au courant des campagnes publicitaires par exemple sur la TV peut-être ?

C: Il ne me semble pas qu'ils fassent tellement encore à la TV.

J: Je ne sais pas Je ne regarde pas vraiment la TV.

C: Parce que je l'année passée il me semble ils ont fait les tables de Noël Delhaize mais non ça non.

J: Ou à la radio peut-être ?

C: Non non.

J: Non non plus ? Je vais en citer encore un peu comme ça par exemple Facebook ça ne vous est jamais arrivé ?

C: Si si bah on les voit.

J: Ah Ok Ok je ne sais pas.

C: On les voit mais je ne cherche pas.

J: Ce n'est pas intéressant ?

C: Je ne fouille pas.

J: Mais du coup vous faites attention quand même ou juste vous balayer comme ça ?

C: Non je zappe.

J: Ok Newsletter par mail ?

C: Ça m'agace.

J: Ok très bien en magasin peut-être simplement ? Les panneaux ?

C: Oui en magasins voilà oui ou quand ils font des dégustations oui ça peut donner des idées quoi.

J: Ok c'est chouette, et les sites Internet comme vous n'y allez pas...

C: Oui c'est ça.

J: Ok parfait Je fouille un peu désolé.

C: Fais à ton aise.

J: Ah oui donc juste pour être sûr par quels moyens préférez-vous être prévenu des campagnes c'est surtout en magasin plutôt ou des promotions vous préférez par folders ou peu importe c'est en magasin que ça vous ?

C: Par folder ou en magasin.

J: Ok et folders c'est ça ne vous dérange pas de recevoir dans votre boîte aux lettres tout le temps ?

C: Ça commence à m'embêter plus maintenant qu'avant mais non quand même c'est bien de voir non ça ne me dérange pas.

J: Et vous en recevez beaucoup ?

C: Une fois par semaine.

J: Non mais je veux dire...

C: Ah différentes. Oui oui on en reçoit beaucoup oui.

J: Et ça c'est bien ou ce n'est pas bien ? Enfin je veux dire ça vous intéresse d'avoir...

C: Ça allume le feu *Rires*.

J: Et vous regardez une fois avant ?

C: Bah ça dépend desquels quoi de temps en temps je regarde il y a des trucs que je regarde jamais Donc ça va directement dans le feu.

J: Ok à propos à nouveau du site Internet est-ce que maintenant à propos de toutes les campagnes publicitaires vous pensez qu'il y a quelque chose est-ce que vous avez une allez qu'est-ce qu'il pourrait pousser à aller faire un tour sur le site Internet ? Est-ce que vous aimeriez y faire un tour ? Pour une promo enfin pour chercher quelque chose.

C: Bah non parce que je ne sais pas tellement on a vite fait de s'y perdre quoique ce ne soit pas assez convivial. Mais bon comme je ne vais pas voir très souvent peut-être que c'est ça s'est amélioré mais Oui je trouve que c'est quand même plus compliqué que ce que je pensais J'ai une fois été voir pour faire shop comment ça s'appelle Shop&Go pour Colruyt pour finir j'ai encore aussi vite fait de prendre la voiture et d'y aller.

J: Oui c'est vrai que c'est long à faire. Et du coup c'est...

C: Et puis faut tout voir aussi tu vois par exemple je ne sais pas moi tu vas voir les courgettes mais combien sont les courgettes tu vois le temps de chercher le prix la catégorie etc. ça prend trop de temps je trouve.

J: Mais qu'est-ce qui vous a poussé à quand même essayer ?

C: Bah parce qu'il y avait ils offraient un truc gratuit pour être livré à domicile. Parce que je n'aime pas faire les courses.

J: Ok. Comme vous n'aimez pas faire les courses vous vouliez essayer pour voir si...

C: Je voulais essayer pour voir mais ça prenait vraiment trop de temps.

J: Oui ? Ce n'est pas c'était enfin je veux dire ce qui prenait le plus de temps c'était quelle partie c'était d'encoder chaque fois le truc ?

C: Oui.

J: Ou de le trouver ?

C: De le trouver puis de l'encoder ...

J: La totalité quoi.

C: Voilà.

J: Ok mais vous avez quand même essayé une fois.

C: Oui une fois.

J: Et comment ça s'est passé comment s'est passé vous avez commandé quoi plus ou moins ?

C: Je n'ai rien commandé du tout ça m'a agacé.

J: Ah oui d'accord. Pas de problème alors et donc vous avez annulé à un moment.

C: Oui.

J: Si jamais Delhaize on va dire trouve un moyen de de changer ce défaut de de prendre du temps à commander ?

C: Ah Oui pourquoi pas.

J: Ça vous donnerait envie de réessayer ?

C: Peut-être Oui. Parce que je vais dire par exemple le self-scan j'ai adhéré tout de suite Il y a beaucoup de gens «ah non je n'aime pas trop Je trouve ça génial parce que ça va hyper vite. Et on voit directement si le prix est le bon et tout ça.

J: Ok est-ce que vous avez déjà commandé sur Internet autre chose que des produits alimentaires ?

C: Oui.

J: Quel genre de produit ?

C: Parapharmacie. Des vêtements des brots *rires*.

J: D'accord et sur quels sites plus ou moins genre EBay Amazon la revente ou alors plus de ou la marque directement ?

C: Amazon, Groupon, New Pharma.

J: Ce n'est jamais de la marque en elle-même c'est chaque fois une sorte de...

C: Que je réfléchisse non ce n'est jamais de la marque en elle-même.

J: Ok Et Groupon ça se passe bien ?

C: Oui en gros c'est bien.

J: Ce n'est pas trop difficile de chercher tout ça aussi ?

C: Non surtout que c'est Guy qui le fait. Non mais même je pense que c'est facile.

J: Et c'est souvent que vous faites ça ? Fin que vous commandez en général sur Internet ?

C: Deux trois fois par mois.

J: Ok, et vous êtes satisfaite chaque fois ?

C: En gros oui.

J: Il n'y a pas d'arnaque ou quoi de problème tout simplement ?

C: Bah de temps en temps ce n'est pas tout à fait ça sur Groupon mais par exemple en parapharmacie c'est les mêmes produits qu'il y a qu'il y a dans les magasins donc non on n'est pas déçu c'est beaucoup moins cher quoi.

J: Ok vous savez ce que vous voulez commander dans ce cas-là ?

C: Voilà puis si on va sur des sites français par exemple c'est beaucoup moins cher.

J: Ok. Et vous avez déjà commandé des choses en plus par impulsion on va dire vous voulez chercher quelque chose par exemple un vêtement en particulier ?

C: Oui. Oui non. Je ne suis pas une grande shoppeuse ni très touchée par la pub.

J: Ok très bien. Et du coup vous pensez quoi de l'e-commerce en Belgique ? Est-ce qu'il y a beaucoup de gens qui utilisent ça aussi ?

C: Oui je pense hein ça monte hein.

J: Il y a des développements partout plus ou moins ça monte partout autour de vous ?

C: Oui.

J: Les enfants, les parents, la famille, les amis ?

C: Oui oui quand même c'est un peu dommage pour les commerces pour les commerçants mais voilà.

J: Ok alors je vais vous montrer deux petites vidéos qui je ne vous dis rien à propos.

C: Non non ça va, montre.

J: Dites-moi ce que vous en pensez. Voilà pour le premier.

C: C'est ça aussi hein c'est sûr que si c'est rapide c'est bien. Oh c'est encore mieux que le self-scan, ça existe ?

J: Oui en Californie il y en a deux ou trois je crois.

C: A mon avis tout le monde doit s'y retrouver parce que le magasin du coup tu sais rien voler.

J: Enfin il est toujours possible de sauter et de voler en partant. Qu'est-ce que vous en pensez du coup ?

C: Oh vivement que ça arrive hein.

J: Si ça arriverait vous seriez partante d'essayer.

C: Oui oui.

J: Ou Ça deviendra un de vos magasins préférés directement ?

C: Bah ça dépend des articles qu'ils ont hein. Donc voilà si c'est toujours une histoire de de rapport qualité-prix mais oui ça serait je trouve ça assez génial parce que bon faire la queue ben c'est vrai que parfois je vais j'ai le temps mais je préfère faire autre chose que faire la queue dans un magasin ça à mon avis c'est tout le monde.

J: En fait le principe de comment ça marche c'est qu'il y a une puce sur...

C: Et après c'est déduit de ta carte de fidélité de ta carte de crédit oui.

J: C'est ça exactement. Et Il suffit juste de sortir ici.

C: Ce qui m'étonne un petit peu c'est que si t'as une dame à côté qui prend un article, pourquoi est que ça va sur le tien et pas sur le sien.

J: Je ne sais pas les détails mais je sais que ce n'est pas impossible. Imaginons maintenant que ce n'est pas Amazon et que Delhaize le faisait et ben il pourrait mettre des capteurs sur eux sur le caddy. Du coup quand tous les articles sont sur le caddy on peut voir sur l'App. Que ce qu'il y a dedans et pour le Self scanning on va dire il suffit juste d'aller dans la zone de paiement et c'est scanné quoi.

C: Oui Oui

J: Par exemple ici j'ai l'impression que c'est en effet lié à la proximité du téléphone mais je ne sais pas exactement

C: Maintenant si tu veux payer avec autre avec du liquide ça ne va pas

J: Oui c'est ça. Par carte de crédit peut-être.

C: Oui ça mais je veux dire les gens qui ont du liquide et qui veulent payer en liquide ça ne va pas quoi.

J: Hm tout à fait mais et qu'est-ce que vous pensez du nan je vais vous montrer la deuxième vidéo comme ça je pourrais directement.

C: Cela dit pour l'emploi ce n'est pas si bien.

J: J'allais dire justement c'est ça.

C: Mais bon ça quelque part ce n'est pas non plus mon secteur mais .

J: Après il y a une partie qui va on va dire il y aura moins de parties d'employés à la caisse.

C: Oui.

J: D'un autre côté y aura des gens qui vont travailler pour l'algorithmique.

C: Beaucoup moins j'imagine non.

J: J'imagine aussi.

C: Ça c'est quand même un peu...

J: Aussi niveau contact du coup y a plus y aura plus de gens à la caisse à qui parler.

C: Voilà Oui des fois.

J: Oui j'allais dire.

C: Est-ce qu'on parle beaucoup à un caissier mais cela dit toi tu ne vas pas souvent chez Colruyt. Au Colruyt ils sont quand même assez aimable ils ont en fait et je trouve ça une bonne chose un pourcentage ils ont une participation aux bénéfices ce qui fait qu'ils ça les rend quand même aimable quoi Par exemple moi un magasin que je déteste c'est Carrefour dit les employés ils doivent être malheureux ils font tous la gueule quoi Ou c'est une ambiance qui a été en fait souvent je me rends compte qu'une ambiance ce c'est contagieux quoi : un magasin où il y a une mauvaise ambiance dès le départ mêmes les nouveaux arrivés vont se mettre au diapason ça c'est un peu dommage.

J: Oui je sens ça déjà dans mon environnement à moi.

C: C'est vrai ?

J: Donc ...

C: Tu vois hein par exemple bon dans mon service tout à fait autre chose c'est à l'hôpital ça a toujours été un très bon service au point de vue ambiance point de vue qualité aussi mais je veux dire au point de vue ambiance depuis que je travaille depuis 36 ans c'est génial quoi. Le service des urgences depuis le début de l'hôpital.

J: Comment ?

C: Ils ne sont pas chouettes avec les gens ça n'a pas bonne réputation et ça c'est contagieux. Et ça je trouve que quand même on est aussi sensible à l'ambiance d'un magasin si les gens ce n'est pas agréable quand les gens quand on sent qui y a une tension quoi.

J: Tout à fait.

C: Avant on allait à la pharmacie près de la pompe Texaco en face là et je pense que les patrons doivent pas être très sympas parce que franchement on sentait que c'était que ce n'était pas une bonne ambiance bon on ne reste pas des heures dans à la pharmacie mais ça se ressent quand même.

J: Ok et du coup c'est ça vous donnait envie de partir au plus vite ou vu que ce n'était pas agréable ?

C: Pas spécialement ben j'ai changé de pharmacie quand même.

J: Ok Moi j'ai ça au Aldi un peu.

C: Oui ?

J: J'ai l'impression que je ne sais pas les gens sont un peu.

C: Pas très sympa ?

J: Oui.

C: À Louvain-la-Neuve ?

J: Oui à Louvain-la-Neuve.

C: Ils ne sont pas sympas ?

J: Bah les gens qui passent entre les rayons pour nettoyer ou ramasser. Ils demandent de juste de bouger et...

C: Mais peut-être parce que le c'est des étudiants tu vois alors.

J: Non non c'est vraiment...peut-être à la caisse oui mais pas en rayon

C: Ils ne se gênent pas parce que le public est beaucoup estudiantin. Tu vois ils n'ont qu'à se bouger de là c'est des gamins quoi. Peut-être c'est ça mais ça ce n'est pas agréable quoi hein.

J: Ok alors je vais vous passer la deuxième vidéo.

C: Pour faire sa liste. Ca par exemple peut être une bonne idée pour faire justement la liste. Mais visiblement il y a une application GSM aussi.

J: Oui ça c'était il y a quelques années déjà

C: Ah oui ?

J: Maintenant ils l'ont fait en en application évidemment. Donc ça permet de faire les courses. Par exemple ça passe votre problème de de construire quelque chose une liste. Chercher il suffit de scanner. Ils ont fait ça d'ailleurs pour eux ils ont fait ça pour tout et n'importe quoi en fait de zéro point de vente tous les points de vente du monde sont devenus leurs points de vente en quelque sorte puisqu'on peut scanner n'importe quoi. Et le code-barres fait qu'on trouve quelque chose. Ça par exemple, vous seriez intéressé si jamais ça arrivait ici ?

C: Ah oui ben quelque part c'est déjà ce que je fais puisque je fais ma liste sauf que je dois écrire les mots sur ma sur mon GSM quoi.

J: Ça réglerait un peu le problème de ce côté où il faut chercher sur Internet.

C: Ah oui puisque je n'y vais jamais ah oui évidemment Oui à ce niveau ce serait vraiment bien oui.

J: Et qu'est-ce que vous pensez de ce gain de temps on va dire que vous pourrez avoir par exemple que ce soit avec le magasin en point de vente ? Ou que ce soit avec eux ici ?

C: Bah c'est toujours chouette de faire autre chose. Bon il y en a qui aime bien faire les courses hein.

J: Oui c'est ça j'allais dire.

C: Donc si c'est sûr que peut-être qui vont les magasins vont y perdre sur les sur les achats impulsifs parce que t'as fait ta liste de ce que t'as besoin tu ne vas pas acheter des trucs en plus.

J: Ça ils peuvent encore peut-être qu'ils peuvent faire des suggestions des choses comme ça mais après ça dépend si...

C: Tu vois si il y a un truc je ne sais pas moi qui font une dégustation, moi je ne suis pas spécialement sensible à ça mais ils font une dégustation, je ne sais pas moi, d'un plat surgelé, il y a des gens qui vont acheter mais si tu n'as pas ce truc-là, tu ne vas pas acheter quoi.

J: Mais si vous ils vous font un échantillon gratuit en plus.

C: Pff ce n'est pas la même chose quand même.

J: Non ce n'est pas la même chose du tout.

C: Et puis il y a des gens qui aiment qui aiment bien aller au magasin de regarder un petit peu mais moi ça m'irait tout à fait bien.

J: Et vous ne regrettez pas par exemple le contact avec les gens parce qu'au final imaginons que Amazon prend le contrôle de tout ce qui est supermarché en Belgique on imagine et du coup il y aura plus jamais de contact.

C: Oui ah bah à mon avis il ne pourrait pas faire que un seul système hein donc t'as toujours l'opportunité d'encore aller dans un magasin si tu veux mais comme ça de prime abord moi j'ai des contacts partout ailleurs assez je n'ai pas besoin d'aller au supermarché. Mais je peux bien comprendre que pour une personne âgée qui vit seule c'est oui c'est de voir des gens de de se balader dans les rayons. Ça peut les amuser quoi mais moi je perso je m'en passe.

J: Ok très bien et ça ne vous fait pas peur de de on va dire ?

C: Être fiché ?

J: Oui on peut dire si ça par exemple.

C: C'est vrai que t'es un peu ciblé quand même après on voit ce que tu achètes mais bon moi je me dis toujours l'info trop d'info tue l'info donc j'en ai rien à cirer qui qui savent que j'aime les courgettes ou tu vois *rires*.

J: Mais après du coup vous avez peut-être par exemple quand vous avez fait votre liste. Est-ce que vous êtes du genre à acheter plus ou moins les mêmes choses ?

C: Oui quand même. Pour y avoir une liste automatiquement déjà. Ou la courgette et ce que vous avez aimé. Et que vous rachetez une deuxième fois ben du coup vous l'aurez toujours celle-là.

J: C'est en quelque sorte une aide.

C: Tout à fait Oui Oui.

J: Et ça c'est ça vous arrange ?

C: Ben oui ça serait bien.

J: Ok et si par exemple un magasin en Belgique adopte une ou plusieurs des technologies vous serez intéressée ?

C: Oui oui oui.

J: Ce serait intéressant ?

C: Oui.

J: Ça deviendrait plus votre magasin préféré ou il y a des chances que ça deviendrait plus un de vos magasins préférés ?

C: Tout dépend du prix.

J: Ok le prix reste toujours...

C: Ben quand même je ne sais pas si y a beaucoup de gens qui peuvent oui non il y a des gens qui comptent pas mais moi je suis une ancienne pauvre donc je crois que je compterais toujours *rires*.

J: Mais du coup imaginons que je ne sais pas comment compter ça mais que le prix le petit prix en supplément pour vous équivalait le temps gagné. Est-ce que vous seriez prêts à aller là ?

C: Ben tout dépend aussi de la différence de prix quoi. Et puis bon maintenant faut voir les pommes à mon avis tout le monde qui achète sur le net veut des belles pommes et dans les rayons de temps en temps il y a des pommes moins belles. Hein ou dans un sac d'orange de temps en temps il y a une qui est gâtée.

J: Mais il y a y a certains magasins certain shopping en ligne ou vous pouvez choisir la date de péremption ça c'est pour les produits avec des dates de péremption mais par exemple tout

ce qui est fruit et tout ça que normalement on choisit.

C: Oui j'ai déjà vu ça.

J: Mais dans le cas du Delhaize si dans votre achat il y a par exemple une pomme pourrie ou un demi ou la moitié d'un melon. Je ne sais pas qui est pourri ou cassé et ben il vous le rembourse directement. Et là dans ce cas-ci qu'est-ce que vous en pensez c'est bon quand même ?

C: Oui oui c'est bien.

J: Mais du coup ils ne peuvent pas vous rembourser enfin ils ne peuvent pas vous ramener directement mais vous avez le la compensation qui va avec.

C: Oui mais il y a aussi le la maturité quoi des fruits des légumes mais bon maintenant cela dit peut-être que pour moi perso c'est si j'envoie Guy chercher des pommes il me revient avec des pêches *rires* ou vice versa l'inverse non mais c'est arrivé en vrai hein. Donc c'est sûr que si je vais je n'ai pas le temps j'irais via ça plutôt que d'envoyer Guy *rires*.

J: C'est marrant parce que vous me dites que je me dis que ça serait intéressant pour vous puisque vous n'aimez pas faire les courses.

C: Non.

J: Et du coup la bah vous...

C: Oui mais ce qu'il y a c'est que sans doute ce serait plus cher quoi mais le truc là la zapette là c'est bien.

J: Hm mais c'est vrai que si on livre à la maison y a y a un coût supplémentaire mais parfois y a ben on peut aller chercher par exemple.

C: Oui.

J: Là c'est ça revient moins cher.

C: Oui.

J: Ou parfois pas le prix selon le panier.

C: Hm.

J: Quelque chose comme ça mais comme vous achetez c'était le panier moyen c'était une centaine d'euros.

C: Oui c'est ça.

J: Ok très bien.

C: Voilà c'est fini ?

J: Oui. Merci en tout cas beaucoup pour le temps que vous avez passé.

1.2. Non-Drive Intermarché

1.2.1. Consommateur 3

C. G. / Femme / 25ans

J: On va commencer l'entretien du coup, ça va être très simple hein, est-ce que avant de commencer tu pourrais me parler un peu de toi ? Genre, qu'est-ce que tu fais, qui tu es, et tout ça quoi.

C: Alors je m'appelle Célia Grêde, j'habite à Perwez dans le brabant wallon, je suis à l'IFAPME en boulangerie pâtisserie et là pour je travaille à la boulangerie Toussaint à Jambes, voilà.

J: Parfait, est-ce que tu peux me raconter la dernière fois que tu as fait tes courses ?

C: La dernière fois que j'ai été faire mes courses, c'était mardi, j'étais avec mon papa et on y va souvent en voiture pour aller faire les courses et ça nous met environ une heure pour faire nos courses.

J: Ok et tu vas toujours avec ton père faire tes courses ?

C: Oui, en fait je fais les courses pour la maison donc pour moi et lui et lui il fait les courses pour sa maman, donc ma grand-mère parce qu'elle ne sait pas se déplacer. Donc on a deux caddies, en tout.

J: Donc ce sont des courses séparées quand même c'est ça hein ?

C: Oui.

J: Et donc c'est quel type de course que tu fais ? C'est souvent des grosses courses que vous faites en même temps ?

C: Oui, toujours des grosses courses. On va là-bas une fois par semaine, souvent le mardi quand je suis là-bas et on fait les grosses courses pour toute la semaine, oui.

J: Une fois par semaine.

C: Oui.

J: Rappelle moi c'est tout le temps un jour précis que vous faites les courses ?

C: Ben en fait, avant on le faisait le lundi mais sauf qu'on a remarqué que les promos ne fonctionnaient qu'à partir de mardi ou alors que la moitié d'entre elles fonctionnent le lundi alors on a décidé d'y aller le mardi matin souvent. Mais maintenant ça va peut-être changer l'année prochaine suivant mes cours ce sera peut-être un autre jour et tout ça.

J: D'accord, parfait, et donc, le panier moyen il est de combien en quantité ou en prix ?

C: Je dirais minimum on fait 50 euros mais souvent je demande à papa des petits trucs en plus et c'est maximum grand maximum 85 euros.

J: Et ça tient une semaine ?

C: Oui, mais c'est juste pour notre caddie à nous.

J: Donc c'est pour toi et Ly pendant une semaine c'est ça ?

C: Non non c'est pour moi et papa. Ly il ne fait pas les courses à l'Intermarché.

J: Ah non pas seulement Intermarché, en général en fait.

C: Ah en général....

J: Du coup, en général tu fais comment en fait, tes courses ?

C: Ben avec papa ça je te l'ai dit mais avec Ly, c'est jusque au Colruyt, donc là on y va à pied et on revient à pied sauf quand je suis seule là je prends le bus. Et pour nos courses à nous pour la semaine on fait 50 euros environ.

J: Ok en plus de ce que tu fais avec ton père c'est ça ?

C: Oui.

J: Donc ça fait genre plus ou moins 100 euros par semaine que tu fais en deux fois c'est ça hein.

C: Oui.

J: Et quand tu vas au Colruyt avec Ly c'est aussi un jour précis, une fois par semaine ?

C: Non ce n'est pas un jour précis, c'est quand Ly il a le temps et c'est quand nous on pense « oh tiens il faut aller faire des grosses courses parce qu'on a vraiment plus rien à manger » Là ça fait un bout de temps que j'ai plus été faire les courses au Colruyt en fait. Pour l'instant on arrive à tenir parce que on va au match mais ce n'est pas des grosses courses qu'on fait là-bas c'est plutôt des petites courses pour prendre ce qu'on a besoin.

J: J'allais justement demander si tu faisais des petites courses sur le côté.

C: Oui, j'en fais mais seulement au match avec Ly, quand on a la flemme d'aller jusqu'au Colruyt.

J: Du coup, si jamais on résume le tout, tu fais tes courses combien de fois par semaine, par mois plus ou moins ?

C: Par semaine, je fais les courses avec Ly, normalement c'est....

J: Enfin Ly et ton père hein, enfin pour toi et pour Ly.

C: Pour nous deux ben ça dépend des semaines des fois on y va tous les jours, des fois j'y vais toute seule. En fait, j'y vais quasi tous les jours, c'est souvent pour des petites courses parce que pour l'instant on va au match mais sinon si on va au carrefour là, on y va qu'une ou deux fois faire nos courses.

J: Quand tu fais les courses, est-ce que tu as une liste ?

C: Oui on fait toujours une liste. Sauf pour les petites courses.

J: Et là c'est par impulsion ?

C: Oui.

J: Ok, j'y reviendrai, mais avant ça pour la liste, quand tu fais une grande course est-ce que tu as une grande liste ? Elle est grande, elle est petite ? C'est juste ce qui manque ?

C: Oui elle est assez grande, j'utilise mon Gsm, une application et il y a environ une vingtaine de produits à acheter plus ou moins on va dire.

J: Et est-ce que tu la suis à la lettre ? C'est précis à quel point la liste ?

C: Ben, quand il me demande par exemple de prendre des carbonnades de bœuf et tout ça, je choisis plus ou moins le gramme pour nous deux ou pour la semaine mais si jamais il n'y a pas certaine chose qu'on veut, et ben on n'achète pas. C'est tout et des fois il achète des petits trucs en plus au cas où et tout ça.

J: Donc tu disais que tu achetais des choses en dehors de la liste c'est ça ? Genre par impulsion ?

C: Oui, pour un truc.... « Ah on a oublié de noter ça sur la liste » on va aller l'acheter ou quelque chose comme ça.

J: C'est souvent que des oublis ou des trucs supplémentaires aussi ? Où sur le moment tu te dis que ça t'intéresse ?

C: Oh des fois c'est des trucs supplémentaires.

J: Genre c'est quoi plus ou moins ?

C: Par exemple, je marque plus mais souvent Ly aime bien avoir du sirop pour mettre dans l'eau et tout et il veut simplement acheter ça que quand c'est en promotion donc on le note pas sur la liste mais on sait qu'on a envie de l'acheter si jamais c'est en promo ou quoi.

J: Alors une autre question, c'est qu'est-ce qui déclenche chez toi l'envie ou le besoin d'aller faire tes courses ?

C: Oh punaise, je trouve ça chiant d'aller faire les courses mais il faut bien les faire sinon on n'a plus rien à manger.

J: Ok donc c'est plus au niveau du besoin alors.

C: Oui.

J: Et c'est quand il n'y a plus rien à manger ?

C: Oui, ben par exemple les chats n'ont plus de croquettes là et j'ai vraiment la flemme d'aller leur chercher des croquettes mais je sais qu'après ils vont mourir de faim et je n'ai pas envie qu'ils meurent de faim donc je vais aller leur acheter des croquettes mais je ne sais pas quand.

J: Et par rapport à toi par exemple, c'est programmé c'est ça où....

C: Pas programmé mais quand on voit qu'il n'y a vraiment plus rien dans le frigo on se dit qu'on va aller faire les courses.

J: Quand est-ce que tu prévois de faire tes courses ? Tu avais dit....

C: Avec mon papa c'est le mardi mais avec Ly ça peut être n'importe quel jour tant que il n'est pas trop fatigué après le travail ou encore moi qui y vais toute seule quand il veut j'aille faire vraiment des grosses courses, le carrefour c'est pour les grosses courses et le match c'est pour des petites courses où là on va soit à deux soit j'y vais toute seule parce qu'il a trop de travail.

J: Est-ce que tu fais ça souvent dans une contrainte de temps ? Par exemple vous le faites après le travail, vous êtes fatigués ou quoi ou alors avant la fermeture, du coup vous n'avez plus beaucoup de temps...

C: Oui on fait souvent ça. Souvent quand on a oublié quelque chose d'important dans un

souper, par exemple j'ai oublié du céleri pour la soupe qui était importante alors je me dépêche vite d'aller acheter du céleri pendant que Ly s'occupe déjà de la soupe tu vois.

J: Et c'est souvent comme ça ou en général, tu as le temps ?

C: En général j'ai le temps, mais quand Ly revient du travail, il dit « qu'est-ce que tu veux manger pour ce soir » pour voir si je vais aller vite faire des courses s'il n'y a plus rien dans le frigo ou alors... voilà je crois, c'est tout.

J: Et à ce moment-là vous achetez juste pour le soir ou bien t'achètes en même temps pour les jours qui suivent ?

C: Ben des fois il achète « oh tiens, je vais acheter ça pour demain comme je sais quoi manger »

J: Est-ce que tu peux parler un peu plus précisément de comment ça se passe quand vous prévoyez de faire les courses entre vous deux, genre qui choisit quoi, comment vous vous organisez en fait ?

C: Alors c'est moi qui tient la liste, c'est moi qui lui demande qu'est-ce qu'il faut pour le souper, enfin ce qu'on veut manger pour la semaine et tout ça. Des fois c'est moi qui note moi-même ce qu'il faut parce que j'ai un aide-mémoire pour ce qu'il faut. Souvent on achète des produits qu'on prend comme d'habitude comme du citron pour faire une vinaigrette, des tomates cerises parce qu'il a dore ça, toujours de la laitue pour faire une salade et tout ça et des pâtes... et ensuite pour aller faire nos courses c'est moi qui tient le caddie et c'est lui qui prend les ingrédients et j'en prends quelques-uns sur mon passage aussi mais c'est moi qui tire le caddie, c'est moi qui porte les courses mais c'est lui qui paie.

J: Mais donc vous y allez tout le temps à deux alors... Enfin pas quand tu vas avec ton père...

C: Oui et quasi tout le temps à deux avec Ly, des fois c'est moi qui fait les courses toute seule, enfin c'est au carrefour et quand il a la flemme d'y aller.

J: Alors est-ce que tu as des cartes de fidélité ?

C: Oui.

J: Alors lesquelles ?

C: J'ai des cartes de fidélité du match, de l'Intermarché, du Colruyt, du carrefour, pas du Delhaize par contre parce qu'on y va quasi jamais à part si c'est vraiment pour trouver quelque chose de spécifique qu'on ne trouve pas au match ou quoi... Mais oui c'est tout.

J: Et tu les utilises tout le temps ?

C: Pas tout le temps pour le match parce que des fois j'ai la flemme de la sortir mais plus pour le carrefour, dès qu'on rentre au carrefour on l'utilise directement pour avoir l'appareil pour scanner directement les achats et ensuite on va à la caisse spéciale qui va beaucoup plus vite que les autres.

J: Et le truc pour scanner tu aimes bien ça ou...

C: Oui j'aime bien, c'est super pratique parce que comme ça dès qu'on arrive à la caisse c'est super rapide par contre, «quand on a envie que ça soit un petit moins cher on scan pas certains

trucs mais quand il y a un contrôle là... mais il faut espérer qu'il ne scan pas les trucs qu'on n'a pas scanné. Parce qu'ils doivent scanner cinq objets en tout donc ... Mais des fois on oublie de scanner certaines choses donc ça on n'y peut rien mais ça nous permet de gagner un petit peu d'argent.

J: C'est marrant, et ce n'est pas chiant... je veux dire... Pour toi c'est que des points positifs ? Tu as des points négatifs que tu veux relever de cette technologie ?

C: Ah non moi je trouve ça très bien en fait, c'est super rapide. Juste l'oubli quoi ... pour scanner.

J: Donc à propos de tous les magasins que tu choisis, pourquoi tu vas à tous ces magasins différents ?

C: Ben le carrefour avec Ly c'est juste pour faire les grosses courses pour toute la semaine, le match c'est quand on a besoin de faire des courses mais qu'on a trop la flemme d'aller jusqu'au carrefour ou alors c'est juste pour des petites courses et avec mon papa c'est pour toute la semaine, on est un peu obligé de le faire même si on a des fois plein de choses dans le frigo, mais on y va quand même au cas où si on a des oublis ou quoi.

J: Ok, et ça avec ton père ça change tout le temps ou c'est au même magasin ?

C: C'est toujours au même magasin.

J: C'est lequel encore ?

C: L'Intermarché.

J: Alors est-ce que tu as un magasin préféré parmi tous ceux que tu as cités ? Genre une enseigne, Oui lequel tu préfères ? Ou plusieurs...

C: Je préfère l'Intermarché.

J: Et pourquoi du coup ?

C: En fait, c'est l'Intermarché qui se trouve tout près de chez moi, j'y vais en voiture avec papa. Mais là-bas on nous connaît bien, je dis bonjour au patron, ils me disent bonjour aussi, mon papa connaît le patron, il connaît les femmes à la caisse, ils nous tutoient et on les tutoie en fait c'est convivial à l'Intermarché.

J: Et c'est lequel ?

C: L'Intermarché de Perwez. Dans le brabant wallon.

J: Est-ce que tu peux me décrire du coup cet Intermarché ?

C: Décrire comment ?

J: Le magasin, le point de vente, les points positifs, négatifs...

C: Points positifs c'est que les personnes qui y travaillent sont très amicales, il y a des bons à l'entrée du magasin, il y a la rayon pâtisserie que j'aime bien aussi, et le rayon avec les bonbons et le chocolat, il y a aussi même un petit endroit où ils vendent des vêtements qui m'intéresse aussi et je m'arrête souvent aussi côté shampoing, gel douche et tout ça.

J: Les produits ça t'intéresse, tu les trouve comment ?

C: Moi j'aime bien les produits à l'Intermarché, en fait c'est quasi les mêmes que le match, ils font presque les mêmes promotions, voilà.

J: Et pour la disposition du magasin ?

C: Ça commence toujours avec les fruits qui sont juste en face de l'entrée, après ça on a la boucherie et tout ce qui est viande juste en face et après sur les côtés du magasin, il y a tout plein de rayon pour chaque truc, il y a d'abord le rayon bio et céréales, le rayon pain, le rayon des bonbons, des chocolats, le rayon des pâtes, des sauces, des bières...

J: Tu connais bien ! Et la disposition tu l'aimes bien ? Tu t'y retrouves facilement ?

C: Oui je m'y retrouve très facilement, je peux même dire où se trouve les objets que mon papa cherche alors qu'on les a jamais acheté parce que souvent je passais devant, donc oui je connais assez bien l'Intermarché.

J: Donc la question que je te pose vraiment maintenant c'est de savoir si elle te plaît en fait la disposition du magasin ?

C: Oui elle me plaît.

J: Ok, parfait. Est-ce que tu penses qu'il y a des changements ou des innovations qu'Intermarché pourrait faire pour améliorer ton expérience de client ? Est-ce que tu penses à quelque chose que t'as envie de te changer, d'améliorer ?

C: Peut-être vendre un peu plus de choses au niveau de vêtements par ce qu'ils n'en n'ont vraiment pas beaucoup. C'est surtout des vêtements pour enfant et des vêtements pour adulte taille large mais il y a d'autres choses encore par exemple le rayon papeterie, ustensiles de cuisine il y en a vraiment vraiment très peu et j'aimerais qu'il y en a un peu plus quand même.

J: Ok. Allez donc, j'imagine est ce que tu savais qu'Intermarché avait un site web ? Ca j'imagine que oui ?

C: Oui

J: Et est-ce que tu as déjà été dessus ?

C: Jamais

J: Jamais ?

C: Non jamais.

J: Et pourquoi pas ?

C: Bah je ne vois pas l'intérêt d'aller dessus parce ce que dans la boîte aux lettres on reçoit toujours l'Intermarché le...

J: Oui le folder oui

C: ... donc on utilise que ça en fait pour savoir les promotions et tout, mais ça ne m'intéresse pas trop d'aller sur leur site en fait.

J: Il y a pas quelque chose que t'aimerais pouvoir retrouver dessus ?

C: Je ne vois pas à part...non je ne vois pas.

J: Ok pas de problème donc ok. Et du coup donc pour le folder, enfin..., déjà avant est ce que déjà tu fais attention souvent aux campagnes publicitaires d'Intermarché ?

C: Campagnes publicitaires ?

J: Oui, genre n'importe quoi, une pub, n'importe quelle façon d'Intermarché...

C: Si.

J: Tu fais attention ?

C: La dernière fois je cherchais des Oréos goût fraises j'en voyais pleins de pub de l'Intermarché qu'ils avaient des Oréos goût fraise et à chaque fois que j'allais dans le rayon pendant deux semaines il y'en avait pas. Parce ce que tout le monde se les arrachaient alors *rires*. Quand j'étais en acheter c'était dégoûtant

J: Oh c'est trop triste ! Et c'était où que tu as vu cette pub ?

C: C'était à l'Intermarché

J: Dans le magasin ?

C: Oui. En fait il y a des grosses vitrines et sur les vitrines ils mettent toutes les promotions qu'il y a ainsi que les nouveautés.

J: Ok ok. Il y en a d'autres qui t'ont marqué comme ça ?

C: Pas quelque chose dont je me rappelle en tout cas.

J: D'accord, humm. Sinon ... est-ce que t'as des campagnes je veux dire.... attends deux secondes parce que c'est un peu compliqué, je réalise que j'ai... Ok. Est que t'es souvent au courant des campagnes publicitaires d'Intermarché ?

C: Non à part avec le folder.

J: C'est tout ?

C: Des fois j'entends à la radio Intermarché les prix les moins chers pour les fêtes, tout ça. Mais c'est tout.

J: Ça t'intéresse tout ça ou... tu fais attention, tu ne fais pas attention ?

C: Bah je fais attention quand ils parlent de l'Intermarché car j'aime bien l'Intermarché et que Ly n'a jamais été la bas donc j'ai envie qu'il découvre un peu l'Intermarché tout ça

J: D'accord. Mais je veux dire les promos en eux-mêmes quand en, enfin..., quand t'entends à la radio ou quand tu vois sur le folders est que ça te donne envie d'aller acheter en fait ?

C: Ça dépend quoi par exemple s'il y avait six bouteilles, six grandes bouteilles de coca et Plus un paquet de six gratuits ça c'est intéressant mais ... par contre j'ai arrêté le coca donc ça c'est plus intéressant que.... Il y a d'autres choses encore comme par exemple les viandes deux plus deux gratuits tout ça. Ça dépend aussi de mes goûts quoi...

J: Ok attends. Et du coup y a y a des campagnes qui des campagnes ou promos justement dans ce cas-là de folders qui t'intéresse plus que d'autres ?

C: Oui par exemple la promo de boissons, les promos des... peut-être... de chocolats, de pâtisserie.

J: C'est surtout par rapport au produit du coup ?

C: Oui .

J: C'est quand il y a un produit qui t'intéresse ?

C: Oui voilà.

J: Et ... genre tu.... quand y a une quand c'est une question de fête , enfin..., tu vois quand c'est une promotion à cause d'une fête ou de la saison est-ce que ça t'intéresse pas plus ou au contraire ?

C: Si ça m'intéresse mais ça dépend selon mes goûts si j'aime par exemple les tout c'est un plus un gratuit de la boîte ... bah... ça m'intéresserait mais ça dépendrait aussi des goûts qu'il y aurait à l'intérieur mais si ils présentent souvent un produit mais ils disent un produit au choix parmi cette gamme donc souvent j'y pense et je regarde tous les autres produits qu' y a et j'essaye de voir ce qui m'intéresse même si le produit en question qu'ils montrent exactement n'est pas celui que j'ai pris quoi.

J: Ok. Et est-ce que pour revenir sur les produits de fêtes ou de saisons est-ce que ça t'intéresse plus que d'habitude ou pas ? Est-ce que tu regardes plus les folders quand...

C: Pour les produits de fête ?

J: Oui.

C: Non.

J: Ça ne change rien ?

C: Non je ne fais pas plus attention.

J: Est-ce que donc tu avais dit que t'étais au courant des campagnes par folders, par radio et est qu'il a un autre moyen, par un autre moyen où t'es au courant des campagnes ?

C: Par les vendeuses des fois elles le disent.... elles nous disent oh qu'est-ce qui serait en promotion la semaine prochaine mais pas directement on va dire. Elles le disent indirectement à leurs collègues alors on entend c'est tout.

J: Ok, c'est marrant. Je vais te citer plusieurs moyens différents et tu me dis si par hasard ça t'évoque quelque chose. Genre par la TV ?

C: Oui par la TV.

J: Ça t'en voit souvent ou tu regardes souvent la télé ?

C: Seulement quand je suis chez mon papa.

J: Ok. Et là c'est TF1 ou c'est un truc belge ?

C: Ça je ne sais pas dire. Je vois ça quasi sur toutes les chaînes quasi il me semble quasi hein.

J: Par la radio, ça tu l'entends ?

C: Oui, oui je l'entends des fois par la radio dans la voiture de mon papa, des fois c'est dans des... je ne crois pas que c'est dans les magasins, enfin..., je l'entends à l'Intermarché à la radio de l'Intermarché quoi, mais sinon c'est tout.

J: Et c'est quand plus ou moins que tu l'entends ? Est-ce que tu t'en souviens ? Genre c'est en allant à l'Intermarché le matin ou le soir ?

C: Non ça je ne saurais pas dire, du tout.

J: Ce n'est pas grave.

C: C'est peut-être vers le temps de midi

J: Mais dans la voiture c'est ça que tu l'entends ?

C: Oui, dans la voiture.

J: Est-ce que tu vois des campagnes d'Intermarché sur Facebook ?

C: Non.

J: Par mail ?

C: Non.

J: Non plus ? Genre tu as une carte de fidélité d'Intermarché et tu ne reçois pas de newsletter ?

C: Non parce ce que j'ai demandé de ne pas en recevoir.

J: Très bien. Et donc parmi tout ce que je viens de dire par quel moyen tu préférerais être prévenue des campagnes ? Folders c'est ton préféré toujours le classique ?

C: Oui le folder c'est très bien pour moi, on ne voit tout pas comme dans la télé ou ils montrent qu'un seul produit des fois ou alors ils disent oh l'Intermarché en gros et tout mais ils ne disent pas toutes les promos qu'ils peuvent y avoir tout ça.

J: Et Facebook ou mail ?

C: Non.

J: Ca tu préfères....

C: Ca je ne préfère pas trop.

J: D'accord. Alors un autre thème. Est-ce que tu sais qu'il est possible de commander en ligne à l'Intermarché ?

C: Surement que oui mais sauf que je ne le fais pas parce ce que papa n'aime pas acheter par internet parce qu'il trouve ça dangereux.*rires*

J: D'accord. Mais toi tu serais intéressée de commander en ligne ou pas ?

C: Ça serait bien si j'ai la flemme de me déplacer seulement et si je ne sais pas me déplacer.... mais si j'ai une voiture là ça me dérangerait pas de me déplacer jusqu'à là-bas. Mais je n'ai pas de voiture. Si j'ai un permis de conduire je me déplacerais parce ce que ça serait plus facile que les transports en commun.

J: Et t'accepterais du coup.... non je veux dire le fait que t'as pas de voiture qui t'empêche de commander en ligne ou bien t'as d'autres craintes on va dire ou pas par rapport aux commandes en ligne ?

C: Disons que si je commande en ligne mon papa va m'engueuler et il a juste peur qu'on vole l'argent sur mon compte et tout ça. C'est surtout ça dont qu'il a peur. Il ne voudra jamais acheter en ligne, jamais.

J: Du coup je parle plus par rapport à toi et Ly et même peut-être pas que Intermarché ou tu vas en général.

C: Avec Ly on n'a jamais pensé à commander en ligne en fait. Parce qu'il je crois qu'il a peur si jamais on apporte les produits ici, ce soient pas les bons produits, que ça coûte plus cher que prévu, que la livraison coûte assez cher et tout ça. Donc il préfère y aller à pied.

J: Et si jamais par exemple.... donc on imagine que tu as une voiture et qu'on va dire qu'il trouve un moyen de...que t'as une voiture le paiement est censé être sécurisé parce que c'est une compagnie officielle et tout ça, grande compagnie officielle et que t'avais un moyen de contrôler la qualité de ce que commandes. C'est à dire par exemple si c'est un produit avec une date de péremption, tu peux le voir par exemple ou bien si c'est un fruit tu pourrais être remboursé. Est que ça te donnerais envie ?

C: Oui.

J: C'est suffisant pour commander en ligne ?

C: Si ils me proposent aussi toutes les marques qu'il a de certaines choses qu'ils me mettent pas juste les marques de l'Intermarché dans mon caddie, tant que je peux choisir mes marques, oui.

J: Y a pas... je veux dire t'as pas d'autres choses dont tu aurais envie une fois que tu commences à commander en ligne ?

C: Si voir l'image exacte de ce que je veux acheter. Par exemple il y a un fromage Chaumes que je trouve super bon avec une baguette, cuit au four tout ça bref, avec du fromage fondu. Eh bah souvent quand je le vois dans le rayon il y a le fromage qui est tout coulant à l'intérieur de la boîte parce qu'on voit un peu le fromage à travers le plastique et il y a certaines boîtes où le fromage est bien droit et tout ça. Donc je voudrais que avoir le fromage bien droit plutôt que celui qui à tout couler et qui en a moins dedans en fait.

J: Attends, attends. J'ai pas tout à fait compris en fait. Donc tu veux dire que....

C: Il y a un fromage Chaumes, tu vois il y a un plastique transparent dessus et tu vois le fromage.

J: Oui.

C: Et en fait il est souvent mis à la verticale ce fromage, donc vu que c'est un fromage coulant, enfin pas coulant mais fondant on va dire ça, il y a le fromage qui tombe un peu avec la gravité. Mais dans certains, certaines boîtes on voit que le fromage est resté bien droit et qu'il est bien gonflé et tout ça. Donc souvent je prends ceux-là à la place de ceux qui ont un peu coulé sur... vers le bas tout ça.

J: Ok, d'accord. Il faut que ça soit en bon état quoi. Du coup si c'est en bon état c'est bien comme ça tu peux le prendre.

C: Oui.

J: Est que, par exemple si jamais tu commençais à commander en ligne, est que tu serais intéressé, enfin..., est que tu commandais tout le temps la même chose ou tu changerais ?

C: Je crois que je continuerais à commander toujours la même chose parce que je suis

habituée et parce que j'aime bien ces goûts là, mais si jamais il y a une nouveauté qui m'intéresse, peut-être que j'ai envie de goûter ou quoi je voudrais essayer oui.

J: Ok, donc genre on pousse encore la prévision encore plus loin. Donc imagine qu'Intermarché prévois, enfin..., quand tu commences à commander deux ou trois fois la même chose mais du coup t'as une sorte de recommandation automatique d'une liste qu'ils te proposent. Est que ça te plairait ?

C: Oui ou alors ils retiennent alors tout ce que j'achète et qu'ils fassent une liste d'aide-mémoire, d'historique.

J: Oui c'est ça c'est comme une liste, aide-mémoire si jamais tu... voilà. Ça te dérange pas de justement voir que c'est on te propose les mêmes produits tu ne préférerais pas justement qu'on te donne des suggestions de produits différents ?

C: Si ça m'intéresserait aussi quand même des suggestions de produits différents mais j'aimerais aussi voir les produits que je prends d'habitude au lieu de tout le temps les chercher sur le site à chaque fois. C'est bien par exemple d'aller dans un historique, reprendre, cocher tous les produits que je veux reprendre ensuite après aller dans coin nouveautés du site et voir les produits qu'il y a. Ca ce serait bien.

J: S'il y avait une différence entre les assortiments en magasin et sur internet, qu'est que t'en penserais ? Genre par exemple il y a moins sur internet il y a moins de choix ? Mais tu le sais parce que tu.... est-ce que ça t'empêcherait de l'utiliser ou pas ?

C: Oui ça m'en empêcherait oui.

J: Oui c'est plutôt... ce n'est pas bien quoi.

C: Non ce n'est pas bien. *rires* Pas bien du tout.

J: Ok, est-ce que tu as déjà commandé sur internet d'ailleurs ?

C: Moi, non. Ly, oui.

J: Donc t'as déjà commandé via Ly ?

C: Oui, je lui ai déjà demandé d'acheter des petits trucs pour moi.

J: Et quel genre de produits plus ou moins ?

C: Euh qu'est-ce que j'ai demandé ? Je sais plus. Ah oui il y avait un jeu de PlayStation 2 que je voulais et il me l'a commandé sur Amazon.

J: Il n'y a pas d'autres types de produits que tu commandes en ligne ?

C: Non.

J: Et tu te souviens sur quel site tu as acheté ?

C: Enfin c'est lui qui a acheté, sur Amazon il me semble.

J: Ok, d'accord. A propos de l'e-commerce en Belgique justement à propos de tout ce qui est achat en ligne, pas seulement dans l'alimentaire mais en général. Qu'est-ce que t'en penses ?

C: Les sites sur internet de commerce là ?

J: Oui genre par exemple eBay, Amazon ou tout simplement Intermarché qui va en vente en ligne. Tout commence un peu à se vendre en ligne, qu'est-ce que t'en penses de tout ça ?

C: Je ne suis pas très fan. Si tout le monde fait ça, autant que les magasins n'existent plus. Ça ferait perdre des emplois et tout ça.

J: Et toi tu n'aimerais pas du coup ?

C: Que tout se commande en ligne, non...

J: Pas tout mais une partie en ligne quoi, qu'est-ce que t'en penses de ça ?

C: S'il y a une partie en ligne, ça c'est mieux parce que on trouve plus de choses en magasin alors ça inciterait les gens à venir au magasin.

J: Et si c'est la même chose ? Si maintenant le magasin vend des choses en vrai et propose la même chose en ligne également ?

C: Je me demanderai à quoi sert le magasin ou à quoi sert le truc en ligne alors. Enfin pour les gens fainéants ou pour les gens qui habitent tout près... En fait ça dépend des gens. Moi je ne suis pas du genre à acheter en ligne en fait. Surtout Ly, mais pour faire les courses il préfère voir le produit quoi.

J: Ça dépend très fort du domaine d'activité. Par exemple si c'est IKEA tu as envie de commander le truc comme ça t'as déjà. Alors qu'en alimentaire peut-être tu ne préfères pas au contraire, tu préfères aller sur place et acheter.

C: Par exemple Ly a acheté il y a pas longtemps sa batterie pour son ordinateur portable. Il a commencé à stresser car elle n'arrivait pas et avait peur qu'il se soit fait arnaqué mais elle a finalement arrivé. C'est surtout le stress d'avoir ce qu'on veut en retard, qui n'arrive pas à temps ou alors qu'on le reçoive jamais et là on l'a payé pour rien.

J: Donc surtout la partie sécurité du paiement en ligne alors ?

C: Oui.

J: Genre si jamais les banques étaient plus claires sur les paiements en ligne, est-ce que ça te ferait moins peur ? Qu'est-ce qu'il faudrait pour passer cette peur du paiement en ligne ?

C: Je ne sais pas du tout, je ne vois vraiment pas.

J: Tu me dis ce que t'en penses hein, mais disons que le magasin a le certificat d'une banque, qu'est-ce que t'en penses ?

C: Non ça ne m'aidera pas. De peur qu'ils ne reçoivent pas mon argent, qu'il y ait une erreur sur le site ou quoi et que je n'ai plus l'argent sur mon compte mais sur le site, ils ne voient pas que j'ai payé... donc des trucs comme ça aussi.

J: Donc c'est plus au niveau du virement en lui-même.

C: Oui, j'ai fait déjà ce test-là mais c'est pour un jeu où fallait juste activer le code et je l'ai fait il y a pas longtemps, environ deux semaines et j'ai activé le code pour 10€ sur mon Gsm et je n'ai jamais reçu le jeu.

J: Ok d'accord. Je retiens ça. Ok alors une dernière partie, après ça sera bonne. Je vais t'envoyer deux vidéos de deux minutes plus ou moins et j'aimerais savoir ce que tu en penses.

J: Donc je vais t'envoyer ça sur Skype. Donc là je t'ai envoyé la première.

C: Par contre j'ai quelques soucis au niveau de mon anglais hein.

J: Ce n'est pas grave, c'est surtout pour avoir une idée de ce que c'est.

C: Hm pour la première vidéo, je ne suis pas d'accord.

J: C'est vrai ? Ça ne te plairait pas ?

C: Non, je préfère quand même passer par des bornes, des gens. Parce que il se peut toujours qu'il y ait un génie de l'informatique qui puisse buger en quelque sorte le système bref, je ne suis pas fan des technologies comme ça. Ça m'a l'air vraiment pas sûr du tout.

J: Ok d'accord. Et si c'était sûr, imaginons que les gens essaient et que ça marche super bien quoi. C'est déjà lancé en Californie, il y en a deux, trois et il n'y a pas de problème pour l'instant.

C: Ben à chaque fois que je sortirai du magasin je me dirais « mince j'ai l'impression d'avoir volé plein de trucs ». J'ai l'impression après que la police va venir pour voir si j'ai bien acheté tous mes produits ou quoi. J'ai peur en fait de sonner mais sans faire exprès.

J: Aujourd'hui on pourrait faire un truc plus simple, tu as les capteurs sur le packaging et puis tu as des capteurs sur ton caddie, tu peux voir une liste qui est updatée chaque moment avec ton Gsm et puis indépendamment même si tu n'avais pas de capteur sur le caddie. Imaginons que tu mettes tous les produits dans ton sac et que tu vas dans la zone de paiement, ben tout est scanné d'un coup, quand tu traverses une porte quand tu appuies sur le bouton scanner. T'as tous les ingrédients qui sont scannés et tout ce que t'as à faire c'est payer et ici même pas besoin de payer immédiatement sur place parce que c'est avec carte de crédit et du coup, tu prends ton sac et tu t'en vas. Pas besoin de transvaser quoi que ce soit. C'est rapide et efficace.

C: Oui mais pour payer, ça je ne sais pas vraiment comment ça se passe. Est-ce je prends tout dans le magasin et après je paie chez moi ou alors dès que je passe la borne ils me retirent directement tout l'argent que j'ai utilisé pour avoir mes produits ?

J: Ici c'est un peu le cas extrême d'Amazon où comme t'as une carte de crédit, ils t'envoient directement la facture sur ta carte de crédit et avant de traverser la porte tu peux voir s'i c'est bien bon tout ce qui est marqué dessus mais si jamais un magasin plus simple fait le truc, on imagine que tu paies sur place. Donc du coup, il te scan tout d'un coup et tu dois encore faire comme d'habitude, mettre ta carte ou ton argent dans un self-scan en quelque sorte. Est-ce que ça, ça te plairait plus ?

C: Oui ça je préférerais. Je trouverais ça plus sécurisé en fait. J'aurai peur qu'ils me prennent plus d'argent mais ça ne me dérangerait pas s'ils me prennent moins d'argent par contre.

J: Ok donc toi tu préférerais plus que c'est une nouvelle méthode que le magasin propose que le magasin devienne à 100% comme ça. C'est ça hein ?

C: Oui.

J: Et donc si jamais c'est une nouvelle méthode que le magasin propose. Genre on va dire la partie selfscan maintenant, t'as même plus besoin de pointer, tu dois juste arriver sur place puis tu scans tout d'un coup et tu vois la liste en face de toi quoi, sur le tableau de bord. Est-ce

que ça te plairait ?

C: Oui.

J: C'est plus rapide et tout, c'est bien ?

C: Ce n'est pas nécessairement plus rapide mais je me sentirais plus sécurisé en fait.

J: Dans quelle situation ?

C: Bah si jamais je vois les produits que je peux payer moi-même avec ma carte. Mais j'ai juste peur qu'il me retire d'un coup l'argent comme ça.

J: Oui c'est un peu extrême donc si Amazon venait, ce ne serait pas ton magasin préféré si ?

C: Non ça sera pas mon magasin préféré mais je voudrais bien tester une fois quoi mais des petits trucs seulement, pas pour faire des grosses courses.

J: Ok d'accord et par contre si un magasin en Belgique propose une technologie comme je viens de te l'expliquer, est-ce que ça te passerait directement à ton magasin préféré ou pas ?

C: Non je ne crois pas.

J: Et pourquoi ? Ce n'est pas suffisant ? Ce n'est pas le plus grand problème des magasins ou...

C: Ben disons que je ne suis pas fan des nouvelles technologies en fait. Je ne suis juste pas fan de ça.

J: Je te passe la deuxième vidéo et la dernière. Après ça, c'est fini, hop.

C: La vidéo m'a déjà l'air plus intéressant. Moi ce qui m'intéresserait d'avoir ce petit appareil là si jamais on a un oubli ou quoi. Ça ne me dérangerait pas.

J: Alors il faut que tu saches déjà que en Amérique, c'est une vidéo qui date de quelques années, et ils ont mis cet appareil sur le Smartphone en fait du coup. Donc c'est une application maintenant. Et tu peux scanner n'importe quel code barre, n'importe où. Donc par exemple si tu te déplaces et que tu es dans un magasin de chaussure et ben tu scans la boîte de chaussures et tu obtiens le code barre de référence. Tous les magasins du monde sont en quelque sorte partenaire d'Amazon. Parce que tu peux scanner n'importe quel code barre. Du coup qu'est-ce que t'en penses, c'est intéressant pour toi ?

C: Oui pour moi c'est intéressant.

J: Pour utiliser ça il faut commander en ligne. Est-ce que ça ne te fait pas peur à nouveau, toutes les craintes par rapport aux commandes en ligne ?

C: J'aurais préféré que dès que le livreur arrive, je paie par lui quoi, au lieu de payer en ligne. De peur qu'il me livre une mauvaise chose ou quoi, même si on peut vérifier mais c'est toujours au cas où.

J: Mais il y a toujours une politique de remboursement au cas où si ça ne va pas.

C: Oui je préfère ça.

J: T'as déjà utilisé, tu as déjà demandé un remboursement ?

C: Dans les magasins mais pas sur internet encore.

J: Et ça marche bien ?

C: Ça fonctionne mais des fois ils me disent « oui on vous rembourse mais vous devez acheter quelque chose au même prix » quoi.

J: Oui il te rembourse en bon quoi c'est ça ?

C: Oui.

J: Et ça, ça va ?

C: En bon du magasin pas tellement parce que si j'ai plus envie d'acheter dans ce magasin là et que je n'ai vraiment pas aimé le produit qu'ils m'ont envoyé. Je n'aurai pas envie de retourner dans ce magasin là et j'aurai quand même perdu mon argent.

J: Genre si c'est Intermarché, Carrefour ou Colruyt même... Ces trois-là par exemple, tu y vas souvent donc imaginons que t'as acheté quelque chose de périmé, de cassé et tu demandes un remboursement et ils te donnent par bon. Est-ce que c'est dérangeant ?

C: Bah si c'est quelque chose de périmé ou de cassé, je reprends exactement la même chose quoi.

J: Ok mais je veux dire qu'ils te le donnent par bon plutôt que de l'argent pur, est-ce que ça te dérange ?

C: Ça me dérange un peu je préfère avoir de l'argent pur si jamais j'hésite à le racheter ou quoi.

J: Oui donc imaginons ici le système que je t'ai montré dans la vidéo mais la livraison coûte un peu plus cher par exemple est-ce que tu paierais en plus la livraison ou pas ?

C: Non, je ne voudrais pas payer la livraison parce que je n'aime pas payer la livraison surtout s'ils savent venir en minimum, enfin après un jour mais même. Non ça me plait pas de payer la livraison sauf si elle n'est vraiment pas chère, maximum 5 euros quoi.

J: Donc tu préfères aller sur place ? Si jamais c'était possible.

C: Oui.

J: Par exemple Intermarché a commencé à utiliser ce système. Est-ce que ça te pousserait à utiliser le Drive d'Intermarché ? Où ce n'est pas suffisant par rapport à tes craintes précédentes qui étaient la sécurité de paiement ?

C: Bah si je peux toujours payer au vendeur directement, enfin au livreur directement, ça ne me dérangerait pas mais le coût de livraison me dérange aussi. Donc même si c'est Intermarché, ce serait pareil.

J: Pour revenir sur le Drive d'Intermarché, d'aller commander en ligne puis d'aller sur place pour le truc. Normalement il y a un coût sauf si tu dépasses un panier moyen. D'habitude les Drives font ça comme ça. Est-ce que cette restriction ou pas ? Genre si tu devrais payer 5 euros de plus si ton panier n'atteint pas les 100 euros.

C: Ça me dérangerait énormément parce que jamais j'arriverais à 100 euros.

J: Ok d'accord et ça, ça te bloque complètement ? Ou pas ?

C: Oui.

J: Ok parfait parfait mais alors voilà ça sera tout. Merci pour le temps que t'as passé.
C: Bah de rien.

1.2.2. Consommateur 4

A. L. / Femme / 54ans

J: Pouvez-vous me raconter un peu qui vous êtes ?

A: Je m'appelle Ariane, j'ai 54 ans, j'ai quatre enfants, un mari, le même depuis le début. Plus des enfants souvent qui passent d'un foyer, donc j'ai l'habitude, effectivement d'avoir énormément de provision pour beaucoup de monde. J'ai fait également pas mal d'intendance, de camp, de week-end. Je suis professeur dans une école technique et professionnelle où je donne cours de psychologie et religion.

J: Où cela exactement ?

A: À St-Vincent à Ixelles. Sinon, j'habite dans un petit village du Hainaut, je fais beaucoup de route en voiture, mais je reste deux fois dormir chez mes parents pour qui je fais parfois des courses.

J: Est-ce que vous pouvez me raconter la dernière fois que vous avez fait vos courses ?

A: Je suis allée à l'Intermarché de Franne et je suis allée chercher deux baguettes, de la salade et thon, de l'Américain, et de la salade de poulet curry. C'était pour manger à Midi.

J: Est-ce que vous faites souvent des petites courses comme ça pour manger le midi ?

A: C'est rare, en générale, je fais des grosses courses une fois par semaine. Mais je sais aller rapidement dans un magasin si je dois faire l'appoint. Ou si j'ai besoin de quelque chose.

J: À propos de la fréquence, vous allez seulement une fois par semaine ?

A: Oui, je vais une fois par semaine faire des grosses courses, au Colruyt, mon mari fait des courses au Auchan, parce qu'il travaille en France près de Auchan. Donc je lui envoie la liste des courses par mail. Et donc, de temps en temps, une fois par moi, je vais moi-même à l'Auchan pour choisir moi-même. J'accompagne également mes belles-sœurs qui sont handicapées, je les accompagne au Match, parfois chez Delhaize. Moi, mes grosses courses, je les fais chez Colruyt, et mes grosses courses, se sont à l'Intermarché. C'est rare que j'aille à L'Aldi, sauf pour des choses très précises, comme récemment, 20 galettes des rois pour mon école.

J: Pour la fréquence toujours, y allez-vous un jour précis ?

A: Oui, je fais mes courses le samedi, ou le mercredi.

J: Pourquoi ?

A: Parce que c'est les jours où je ne travaille pas. Exceptionnellement le Vendredi soir quand il y a beaucoup de jeune qui reviennent à la maison et que je veux leur faire quelque chose qu'ils aiment bien.

J: Vous ne faites jamais des courses les jours où vous travailler ?

A: C'est vraiment rare, lorsque j'ai besoin ou lorsque je sais que j'ai quelque chose le lendemain. Je fais aussi parfois des courses pour mon école lorsqu'il y a des activités. Ou pour mes parents.

J: Est-ce que vous faites vos courses parfois sous la contrainte du temps ?

A: Oui, pas souvent mais ça arrive.

J: Car généralement vous profitez de vos congés pour les faire ?

A: Non, car généralement je prends le temps qu'il faut car je n'aime pas courir. Je fais mes courses en générale assez rapidement sauf quand je vais dans des magasins comme Auchan où là je fais du shopping. Sinon, dans un magasin comme Colruyt, je sais où sont les choses et j'y vais.

J: Pouvez-vous me parler de vos grosses courses ? De votre panier moyen en quantité et en prix ?

A: En prix, ça varie entre 150€ et 200€, par semaine, pour toute la famille. À peu près 600€ par mois en générale.

J: Pouvez-vous me décrire comment vous faites votre liste de course ?

A: Je fais rarement une liste. Je fais uniquement une liste quand je ne dois absolument pas oublier quelque chose ou que je dois envoyer mon mari, et je fais ma liste dans l'ordre des rayons. Sinon, pour moi, je vais seulement mettre sur un petit papier les choses que je ne dois pas oublier. Sinon, au Colruyt, je fais mes courses en fonction des promotions. Avec la carte Extra, il y a des promotions quand on achète trois fois le produit, et donc, je les achèterai quand ils seront en promotions. C'est le cas par exemple des lessives, savon, shampoing, etc.

J: Vous achetez, aussi, impulsivement ?

A: Oui.

J: Et comment cela se passe vis-à-vis de la partie planifiée ?

A: Je passe devant, ça me tente, je le mets dans mon cadis.

J: Puis-je demander quel type de produit c'est en générale ?

A: Du vin, des chips, des bonbons, des biscuits, parfois des promotions comme des torchons, des seaux, etc. Je vois des choses intéressantes, je les prends. Je suis assez routinière chez Colruyt, je ne varie pas trop donc je sais que je n'achète qu'une certaine quantité du produit. Il y a des choses que je n'achète que chez Auchan : Café, céréales, boisson car c'est moins chère.

J: Qu'est-ce qui déclenche chez vous l'envie ou le besoin de faire vos courses ?

A: C'est plutôt un besoin. Je n'aime pas particulièrement faire mes courses. Par contre, j'aime bien avoir mes armoires pleines, je n'aime pas manquer de quelque chose, et j'aime bien faire plaisir à l'enfant quand il rentre le week-end pour qu'ils aient chacun quelque chose qu'ils aiment bien. J'aime bien de nourrir les gens, j'aime bien d'avoir les armoires pleines, mais le fait même de faire les courses m'ennuie. Pour le shopping, au-delà de trois magasins, ou dans un tout grand magasin comme Auchan, à la fin, j'en ai ras-le-bol.

J: Comment ça se passe dans votre ménage pour qui va faire les courses ?

A: Moi, je gère l'intendance, et je sais ce qu'il y a d'intéressant à Auchan, donc j'envoie la liste de ce qu'il faut à mon mari par mail et il fait les courses en complément. Il prend aussi

parfois des choses qu'ils lui plaisent, bien sûr, mais disons que je gère 90% des choses qui entre dans la maison.

J: Donc vous, vous faites les courses seul au Colruyt ?

A: En générale, je fais les courses seule, parfois avec un enfant, surtout quand ils ont besoin de quelque chose.

J: Ça fait beaucoup non par semaine ? Il doit y avoir beaucoup dans le caddy.

A: Ah oui, mais à la maison, ils déchargent. Moi j'amène, je rentre et j'appelle le monde, et tout le monde se précipite pour vider le coffre. Nous commandons aussi chaque semaine des produits à un groupe d'achat local, la viande, les légumes, des produit Oxfam aussi. Tout ce qui peut venir du commerce équitable, on prend là.

J: C'est une association dont vous faites partie ?

A: C'est une association dont nous sommes partenaire, mon mari fait le site internet par lequel on peut commander. On compte 98 membre et chaque semaine, des bénévoles vont récolter les produits dans les fermes en fonction de ce qu'on a commandé et payé, puis, entre 9h30 et 10h, le samedi, on va chercher la commande.

J: Comment êtes-vous devenu membre/partenaire ?

A: Mon mari est engagé chez écolo, qui est pour les circuits court, et moi je suis engagé dans les paroisses, qui eux aussi soutiennent les projets d'aide aux agriculteurs. Et donc les deux ensembles fait que nous avons été très rapide à réagir quand cette association fut lancée. Mais je ne suis pas totalement écolo, j'achète aussi mes tomates en hivers.

J: Comment faites-vous vos commandes ?

A: Par internet ! Les producteurs ont jusqu'au lundi 20h30 pour donner leur liste, leur étalage, et de là jusqu'au mercredi minuit, on peut commander. Mais certaines préparations elle, ce n'est que jusqu'au mardi 22h. Puis les bénévoles vont chercher les achats et de 8h à 9h30, vont répartir les achats dans les bacs. Par exemples, les œufs, le beurre, les légumes de saison, je les achète tous là-bas. Donc par semaine, on arrive à un budget de 50-60€ à ajouter au 150€

J: Est-ce que vous avez des cartes de fidélité ?

A: Oui, j'ai les cartes de fidélités électroniques, avec un self. Il y a la carte extra, qui est génial car on a tout de suite la réduction, on a pas à y penser. C'est au Colruyt. Chez Intermarché, c'est une carte qu'on passe pour gagner des points qui se transforme en argent, et donc on peut à un moment décider de s'en servir pour payer. Pareil chez Auchan et Delhaize. Par contre, les cartes papier, non. Je les perds généralement. Le système timbre ou pochette, je le laisse au suivant.

J: Comment choisissez-vous les différents magasins où vous allez faire les courses ?

A: Je fais le plus gros de mes courses chez Colruyt. Il y a une série de chose récurrente que j'achète chez Auchan comme l'eau pétillante, soda, café, etc... Je vais chez Intermarché pour les produits que je ne trouve pas chez Colruyt. La chaine étant français, elle dispose de produit différent. L'Intermarché étant également petit, je le privilégie si je n'ai pas besoin de grand-chose, car ça va plus vite.

J: Et pourquoi est-ce que le Colruyt est votre magasin préféré ?

A: Parce que c'est les meilleurs prix. Parce que il y a les -33% quand on achète trois produits, ça en fait un gratuit, et que lorsque l'on est une grande famille, on a vite 10 machines à faire assez souvent. Forcément, il y a une économie d'échelle sûre. Je n'ai jamais été déçue de la qualité des viandes. Par exemple, j'achète toujours mon steak au Colruyt. Au Colruyt, on peut faire ses courses avec confiance. Ce qui veut dire, par exemple, à l'Intermarché, ils vont avoir des produits d'appel, peu chère, mais le reste est plus chère. Donc il faut bien connaître les prix. Mais chez Colruyt, s'ils me disent que c'est un prix rouge, je sais que c'est un prix rouge. Et je sais que globalement, c'est moins cher. Quand on achète en quantité, évidemment, quand on a la possibilité de le faire, on gagne beaucoup d'argent au Colruyt. Il m'est arrivé sur des courses de 250 € d'avoir une réduction de 25€, donc ce n'est pas négligeable. L'envers de cela est que j'ai parfois à la maison trop de stock. Mais alors je distribue aux enfants quand ils passent.

J: Pouvez-vous me décrire un des magasins Colruyt où vous avez l'habitude d'aller ?

A: À l'entrée, les charrettes sont gratuites, ce qui est pratique. En rentrant, à droite, les vins. J'aime bien le pinot gris et les vins alsacien, donc systématiquement, je regarde s'il y en a en promotion. S'il y a, j'en prends. Je continue vers les chips, je sais qui aime quoi et je prends en conséquence. Puis j'arrive à la viande, j'essaie de me souvenir combien de personnes viennent manger, j'envoie parfois un sms pour être sûr. Puis je tourne à gauche dans l'allée des craquottes, des biscuits, et je prends donc parfois là. Je regarde les promotions et prends des biscuits si jamais il y a -33% sur les biscuits préférés d'Antoine pour lui donner. Ensuite, rangée café, où je ne prends rien puisque je le prends soit chez Oxfam, soit à l'Auchan. Ensuite, rangée suivante, la rangée des boissons. Là, je prends en fonction de qui vient à la maison, pour prendre leur boisson préférée : 7Up, Arizona, jus d'orange, etc. Donc, je continue, j'arrive sur les eaux pétillantes. Plus loin, le lait. Là, je prends le lait Fairbel, soit entier, soit demi-écrémé. Puis le rayon papier toilette, mouchoir. Là, je prends quand c'est en promotions, j'en ai toujours à la maison. Puis à droite, la grande allée de bien d'alimentation non périssable. Là, je regarde ce que il y a d'intéressant, ce qu'il me manque où ce que je crois qu'il me manque, parfois je me trompe et je prends ce que j'ai déjà. Ensuite, soit je m'arrête là et vais au produit frais car je n'ai plus le temps de regarder, soit je vais à la ranger des shampoings, puis les produits d'entretiens, puis rangé fruit et légume, et le pain que je prends chez Colruyt depuis qu'ils ont une boulangerie fraîche ! Avant, j'allais systématiquement à l'Intermarché pour mon Pain. Puis, je rentre dans le frais. À droite, les légumes, à gauche, les fruits. Je prends ce qui me fait envie, du fromage aussi parfois, je prends ce que mon mari aime. Voilà pour le rayon du frais. Je ressors, rayon surgelé, je prends les surgelés et je vais à la caisse. Je connais bien mon magasin !

J: C'est intéressant. Je vais aussi au Colruyt de Wavre, donc je vois un peu comment c'est fait.

A: Je peux aussi décrire l'Intermarché si vous voulez !

J: Oui, effectivement.

A: Donc là, il faut prendre une charrette payante, ou si je suis pressé, un des paniers à roulette dans le magasin. On arrive tout de suite dans les fruits et légumes. C'est rare que je les prenne ici car je les trouve de moins bonne qualité qu'au Colruyt. Il y a ensuite la viande. Je prends

par exemple toujours mon Américain frais là. L'agneau aussi, mais c'est rare d'autre viande. Sur le côté à droite, il y a le pain, je prends parfois un pain, des baguettes, parfois un petit gâteau, parfois seulement. Ensuite, il y a le comptoir de découpe, je regarde s'ils font des promotions, souvent sur le fromage à raclette et là j'achète une demi-roue. Ensuite, rangée shampoing que je ne fais que rarement, idem pour la seconde rangée, la rangée journaux. Puis la rangée vin puis la rangée boisson où je ne passe jamais. Ensuite la rangée charcuterie que je regarde, puis les fromages que je regarde car je trouve des fromages qui ne sont pas au Colruyt. Ensuite, rayon surgelé, où il faut faire attention car on y trouve parfois des choses intéressantes qui ne sont pas au Colruyt, comme des pizzas que mes enfants aiment. Puis, je vais à la caisse.

J: Au final, qu'est-ce que vous aimez ou pas dans le magasin ?

A: Je n'aime pas trop au Colruyt que tous les produits soient emballés dans du plastique. Je sais que ça pousse les gens à acheter plus, mais je ne prendrai jamais que ce que j'ai besoin. Puis écologiquement, ce n'est pas terrible. Par contre, ce qui me plaît au Colruyt, que je sais, c'est que les étudiants sont très bien traités, le personnel aussi, ce qui n'est pas le cas à L'Intermarché, où je sais qu'ils n'ont pas beaucoup de considération pour les étudiants, et j'ai un exemple concret : Un jour où un étudiant avait un examen le lendemain de son jour de travail, la direction n'a même pas voulu qu'il échange ses horaires avec quelqu'un d'autre. Au Colruyt, il y a un véritable esprit d'entreprise, là où à l'Intermarché, ils sont très souvent changés et mal payés par rapport au Colruyt. C'est ce que j'aime au Colruyt, c'est le sourire du personnel.

J: Et vous avez souvent des contacts avec le personnel ?

A: Oui, au Colruyt. Faut pas oublier que je vis dans un village, donc on se tutoie et on s'appelle par nos prénoms. En caisse, on blague beaucoup et il y en a toujours l'un ou l'autre qu'on connaît.

J: Au deux magasins ?

A: Seulement au Colruyt. À l'Intermarché je ne connais pas les gens. Tant ça change, je ne les connais pas, alors qu'au Colruyt, c'est beaucoup plus stable. Je vais aussi parfois dans des Colruyt d'autres villes, soit Leuzen soit Hatten car à Franne, c'est un petit Colruyt, et là, on retrouve parfois des gens qu'on connaît aussi.

J: Et par rapport à la disposition des magasins, qu'en pensez-vous ?

A: J'aime bien chez Colruyt car ça reste très stable. Je ne vais plus chez Carrefour pour cette raison, l'étiquetage est très mal fait, et les choses changent, or j'ai horreur de chercher après quelque chose. Chez Intermarché, les choses restent en place, mais il faut faire attention aux prix, car ils pensent changer énormément d'une semaine à l'autre.

J: Pensez-vous qu'il y a des innovations que Colruyt pourrait faire pour améliorer votre expérience de client ?

A: Moins d'emballage plastique chez Colruyt, pas pour des petits paquets, sinon, je ne vois rien d'autre. Pour l'Intermarché, c'est le traitement du personnel. Il y a aussi un distributeur de billets à l'Intermarché. Il m'arrive aussi d'aller à L'Intermarché car je vais retirer de l'argent en même temps.

J: Y a-t-il aussi des quicks scan ?

A: Par principe, que ce soit n'importe où, je refuse de prendre ce truc en main. Car cela tue du personnel. Si vous pointez vos articles vous-même, il n'y a plus de caissière, et je trouve qu'il le faut. Je refuse car si tout devient automatique, il y a moins d'emploi, or il en faut.

J: Allez-vous aussi sur le site de Colruyt ou Intermarché ?

A: Non, mais Auchan oui. Pour l'alimentaire, je ne vais pas voir, mais pour les biens non-alimentaire, je consulte les sites internet. Les seules fois que je le fait en alimentaire, c'est pour donner une précision à mon mari. Pour être sûr de ne pas se tromper.

J: Et vous allez dessus seulement pour cette raison-là ?

A: Oui.

J: Il n'y a pas d'autre raison pour lesquelles vous iriez dessus ? Ou que vous aimeriez ?

A: Je ne vais pas aller sur le site, c'est deux fois le travail. Je fais les rayons systématiquement et je vois directement. Même la pub papier qu'ils envoient, c'est inutile, je ne la regarde plus.

J: Le folder ?

A: Je ne regarde pas ça. Car quand je regarde, je ne vais pas toujours faire mes courses après. Je vais oublier ! Moi j'aime bien voir, et prendre.

J: Vous recevez beaucoup de folders ?

A: Oui, beaucoup.

J: Et vous feuilleter ?

A: Oui, mais je ne pense pas que ça m'influence. C'est rare que j'aille dans un magasin parce que j'ai vu quelque chose dans le folder.

J: Est-ce que parfois, même sans feuilleter, voire la première page ne vous fait pas penser à faire vos courses ?

A: Non. Mais Aldi parfois fait des choses très spécifiques en non alimentaire qui sont intéressante. Carrefour parfois aussi. Colruyt je vais d'office y aller, donc je verrai sur place. Intermarché aussi.

J: Est-ce que vous faites attentions à la campagne publicitaire de Colruyt et Intermarché ? Ou juste Colruyt.

A: Oui, Colruyt, c'est les meilleur prix, c'est les prix rouge. La publicité reflète ce qu'on vit dans le magasin.

J: Mais tout ce qui est prix rouge, c'est au magasin que vous êtes au courant ou ailleurs ?

A: Non, c'est au magasin. Je sais que les prix rouge existent, j'y regarde. Je sais que je vis avoir besoin de cette chose en prix rouge, tiens, je la prends. Pour Intermarché, non. Je m'efforce d'être très critique par rapport à la publicité qui me vient.

J: Il n'y a aucune autre campagne que les prix rouge qui vous a marqué, comme ça, de tête ?

A: Non, juste les campagnes Colruyt.

J: Est-ce qu'il y aurait d'autre campagne publicitaire qui vous plairait plus ?

A: Non, je suis contre la publicité, je trouve que ça nous pollue l'esprit.

J: Il n'y a pas une manière dont vous aimeriez apercevoir ou entendre une réclame pour des produit de saison ou quoi ?

A: Non. Ça m'énerve, on nous prend pour des idiots. Je serais pour ne plus entendre de pub à la radio, plus entendre de pub à la TV. La pub, je la trouve agressive, c'est pour moi une raison de ne pas acheter. Pour moi, ce n'est pas de l'information, mais de l'agression. Les folders par exemple, on est libre de les regarder où de ne pas les regarder. Mais la publicité à la radio et la TV, ça m'agresse, car je n'ai pas choisi de la regarder.

J: Je vais prendre un exemple concret, vos 20 galettes des rois, comment vous vous êtes dit que c'était le moment de les acheter, et comment avez-vous choisit le magasin ?

A: J'ai fait une étude de marché. Je connais les galettes de Colruyt qui sont assez chère et pas très bonne. Chez Auchan, il y avait des bonnes galettes mais qu'il fallait passer au four, donc, pas pratique. Et donc, finalement, la meilleure galette au meilleur prix, c'est l'Aldi. Donc, j'ai téléphoné à L'Aldi de Franne pour réserver 20 galettes, je suis rentré, j'ai pris la commande, j'ai payé et je suis sortie. J'ai aussi l'habitude de faire des courses pour d'autres personnes, donc j'ai l'habitude de faire pour plusieurs comptes. Là, j'achète selon leurs critères.

J: Et quand vous dites compte séparé, ils vous remboursent ?

A: Oui c'est ça.

J: Malgré que vous n'aimez pas les campagnes, par quel biais êtes-vous attaqué par les campagnes ? Vous m'avez déjà dit pour les campagnes en magasins, y en a-t-il d'autre ? Dégustations ?

A: Oui, les dégustations, je suis plus sensible. Ou quand il y a un représentant qui fait quelque chose. Je suis plus sensible au gens.

J: Je vais citer des exemples. Est-ce que vous êtes sensible à des publicités à l'affichage dans la rue, devant le magasin ?

A: Non, je ne suis pas visuel, je ne fais attention à rien.

J: Site internet ?

A: Pour l'alimentaire, non. Sauf si je dois acheter en grande quantité, là, je vais comparer.

J: Mais donc là, c'est vous qui faites la démarche.

A: Oui. Je n'aime pas qu'on vienne me chercher, je préfère faire la démarche.

J: Et le porte à porte ?

A: Là il ne faut même pas essayer, ils se font très mal recevoir.

J: La Télévision ?

A: Non, déjà je regarde peu la télévision, donc les spots publicitaire me font rire. Je les analyses d'un point de vue psy. Les stéréotypes me font bondir, comme les féminins et masculins. Je me dis donc que la pub prends les gens pour des idiots et essaye de lever les archaïques besoins de la pyramide machos ou bien donne raison à Freud.

J: Si une publicité vous fait rire ou se tourne en ridicule, cela réduit-il votre envie d'aller dans ce magasin ?

A: Oui, ça réduit mon envie.

J: Même si vous avez passé un bon moment à rire ?

A: Oui, cas je ris souvent car c'est ridicule. S'ils ont besoin de temps faire pour un produit c'est qu'il n'est pas terrible. Un bon produit n'as pas besoin de pub. On se parle entre personne. Par exemple, les poudre à lessiver peuvent faire autant de pub qu'elles veulent, moi je n'utilise que ce que l'on me recommande. Par exemple ma mère, l'agent d'entretiens de l'école.

J: Et comment êtes-vous au courant de ce qu'ils utilisent ?

A: Parce qu'on parle.

J: En face à face ?

A: Oui, en face à face.

J: Est-ce que vous allez sur Facebook aussi par exemple ?

A: Non, je n'ai pas Facebook. Facebook c'est le mal.

J: Par mail alors ?

A: Non, par mail, je vais demander des choses précises à mes collègues. Par exemple, ma fille avait besoin de colorants pour une fête, alors j'ai demandé à un collègue dans un centre de coiffure qui m'a conseillé. Je vais demander à des gens que je reconnais expert dans le domaine.

J: Donc c'est une recherche active que vous faites, c'est quand vous avez besoin ? Il n'y a pas un affichage de ce qu'ils ont essayé. Facebook permet de faire ça.

A: Il ne faut pas être naïf, je vais demander à des gens que je connais, pas des inconnus, des gens que j'estime expert comme par exemple, demander pour un détachant à du personnel d'entretiens. Pareil pour les recettes, on se parle. Beaucoup de bouche à oreille.

J: Recevez-vous des Newsletter ?

A: Je jette. Directement.

J: Vous n'ouvrez pas ? Même si il y a une recette intéressante ou une promotion ?

A: Si j'ai besoin, je vais chercher. Je jette.

J: Et à la radio ?

A: À la radio je ne supporte pas non plus donc je diminue le son quand c'est la pub. Sauf quand c'est les petits sketches Carrefour Market.

J: Et c'est systématique ?

A: Oui, à la TV par exemple, quand c'est la pub, je me lève, je vais boire, vider une machine, etc., mais je ne reste jamais regarder la pub. Et comme souvent on regarde la TV en différé, généralement, on zappe la pub.

J: Est-ce que vous savez qu'il est possible de commander en ligne ?

A: Bien sûr.

J: Et avez-vous déjà commandé en ligne ?

A: Non, pas pour moi. Mon frère le fait donc je sais comment ça se passe. Il coche en ligne et passe le chercher au Drive. Mais non, moi ça ne me tente pas, sauf quand je serai plus vieille. Ça ne deviens intéressant pour moi que si on vient me le déposer et que ça ne me coûte pas plus chère. Mais moi je préfère voir mon produit, et le mettre dans mon cadi.

J: La raison pour laquelle vous ne seriez pas intéressé serait parce que ?

A: Parce que je veux le voir. Techniquement, quand je fais un mail à mon mari, je commande par internet, je connais le bras qui va chercher mon produit, même si il se trompe parfois.

J: Si votre mari était malade, et que des produits chez Auchan vous intéressent, est-ce que vous seriez intéressé par ce système de commande ? Qu'est-ce qui vous bloquerait ?

A: Recevoir un mauvais produit et devoir me déplacer pour le changer. Je trouve que c'est très bien l'e-commerce pour des gens comme mes parents, ou mon frère qui a peu de temps. Mais moi j'habite dans un village, aller faire mes courses, c'est rencontrer des gens.

J: Mais vous aviez dit ne pas aimer faire vos courses ?

A: Non, mais rencontrer des gens, ça j'aime bien, c'est la partie expérience. L'e-commerce serait intéressant dans la mesure où je ne peux pas faire mes courses moi-même, ou pour des personnes comme mes parents, ne pouvant plus rien porter.

J: Pour du non alimentaire, avez-vous déjà commandé sur internet ?

A: Oui, un pyjama pour mon père, des sandales. J'en ai pris deux car les magasins où je les avais achetés avaient fermé et il m'en refilaient une paire. J'ai cherché la firme sur internet et j'ai commandé. Mais là, je connaissais le produit et la taille. Tous mes vêtements aussi. Car comme je fais une taille 60, je ne trouve rien en magasin.

J: Vous commandé sur site de marque ou sur site de revendeur ?

A: Je pense que c'est des marques. Le pyjama sur Zallendo. Ma firme de vêtement c'est Meilleure Mode. Ils ont quelque marque et donc je sais comment les tailles correspondent.

J: Et comment faites-vous alors pour être sûr que c'est bon ?

A: N'ayant pas trouvé ailleurs, j'ai dû m'y faire. Je connais ma taille de vêtement, et c'est toujours bon. J'ai été deux trois fois déçue, alors on remballé et on renvoie par la poste. Disons que le temps que ça me prends de faire cela par internet plutôt que de chercher dans les magasins qui n'ont pratiquement pas ma taille rends la chose beaucoup plus rentable. J'ai les catalogues, il y a le site internet, et les articles sont présentés sur des mannequins qui ne sont pas filiformes, donc on a une bonne idée de ce que ça va donner.

J: Vous avez toujours été satisfaite ou avez-vous eu des surprises ?

A: Oui, j'ai déjà eu des surprises. Une fois, la matière d'un vêtement que je n'avais pas compris ce que c'était, je n'aimais pas, remballé. Des chaussures qui ne m'ont pas plus, remballé.

J: Remballé ? Vous avez fait une démarche ou quelque chose ?

A: Et bien, si le produit ne plaît pas, on le remet dans le paquet, on colle l'étiquette du produit dessus en cochant pourquoi vous renvoyez le produit et vous le ramener à la poste, sans frais.

J: Zallendo ça ?

A: Non, Meilleure Mode. Pour tout le reste des commandes internet, c'est mon mari qui s'en charge. Pour tout le reste, il s'en charge pour moi.

J: Que pensez-vous de l'E-commerce en Belgique ?

A: Je sais que c'est en plein développement, vu qu'il n'est pas mal monté rien qu'en novembre et décembre.

J: Par rapport à votre entourage ?

A: Par rapport à mon entourage ? Mes enfants sont évidemment de la génération e-commerce avec les listes de mariage virtuels et des trucs comme ça.

J: Ils commandent beaucoup de choses ?

A: Oui je pense que eux ils commandent beaucoup de choses, des cadeaux, internet, ou de sites, ils commandent des choses très spéciales comme des trucs d'Harry Potter ou bien le docteur Who et donc ils vont commander voilà. Bon j'ai un fils qui commande beaucoup sur internet, enfin beaucoup, oui quand même. Jusqu'à des chaînes Hi-fi même, jusqu'à des choses comme ça. Voilà comme moi je n'ai pas beaucoup de temps, je vais demander de commander sur internet par manque de temps. Mais sinon philosophiquement, j'aimerais m'adresser à des gens parce que ça me gêne quelque part que si je commande Amazon par exemple. Je sais que dans certains entrepôts ce sont des drones qui vont chercher les paquets. Alors là je me dis où l'on va. Alors moi je suis quand même fort sensible à l'aspect social des entreprises et donc si je commande par internet c'est parce que je ne vais pas le trouver ou que je n'ai pas le temps de chercher après dans plusieurs magasins. Mais sinon philosophiquement, je préfère avoir, voilà avoir à faire avec des vrais vendeurs quoi. Des gens qui défendent leurs produits euh...

J: Ok, euh j'ai donc les deux petites vidéos à vous montrer. Je m'attends déjà un peu à votre réaction parce que ça va suivre mais je ne vais pas vous spoiler, juste laissez-moi un peu le temps de les retrouver... Voilà donc je vais vous passer deux petites vidéos de deux minutes et j'aimerais que vous me disiez simplement après ce que vous en pensez. Voilà, qu'est-ce que vous en pensez ?

A: Effrayant.

J: Ouais ? A ce point ?

A: Effrayant, euh. Donc la question de la perte de l'emploi, la question de la traçabilité de tout ce qu'on achète. C'est incroyable, moi quand j'ouvre un truc j'ai une pub de...

J: *rires* ça c'est mon job, on a tous les cookies...

A: Ouais donc ça, ça me gêne énormément et donc je continue de commander à meilleur mode par nécessité parce que je ne trouve pas ailleurs mais moi ça me gêne énormément qu'on m'ouvre des publicités ciblées parce que j'ai regardé quelque chose etc. On a

l'impression d'être espionné. Alors moi avant, que j'achète un smartphone sans touche il me faudra longtemps. Mon mari m'en a offert une fois mais je n'aime pas du tout. Moi je veux un téléphone comme ça donc je n'aime pas le fait qu'il n'y a pas de sensation de toucher, moi je suis maladroite avec ces trucs-là. Et je ne m'en sors pas. Charger ces trucs quand on en a besoin. Donc ces choses-là je ne pense pas que je vais encore jamais en acheter. Donc déjà moi je ne saurai pas faire ça et alors j'aime bien vérifier. Parce que je ne sais pas le nombre de fois où il y a des erreurs de tickets. Colruyt ça n'est jamais arrivé, mais Carrefour, Auchan, ben il faut vérifier son ticket hein parce que l'affichage ne correspond pas à l'étiquetage. Et donc je vais retenir...

J: Ici c'est la partie extrême, il y a déjà quelques magasins d'Amazon qui sont comme ça mais c'est poussé à l'extrême de ce qu'on a maintenant. Sur votre smartphone vous avez la liste qui se met à jour chaque fois que vous prenez un produit...

A: Ça ne me tente pas du tout ça.

J: Pas du tout ? Même pas d'essayer, de tenter une expérience nouvelle ?

A: Non, pas du tout. Au contraire, il n'y a pas de gens, je veux rencontrer des gens.

J: Mais il y a des gens en quelque sorte, les employés qui mettent en magasin, les experts qui produisent certains... le boucher, le boulanger et tout ça. Imaginons que ...

A: Qu'on puisse me démontrer qu'il n'y ait pas de perte d'emplois ?

J: Non, non, non, ça c'est... Enfin je n'ai pas encore l'omniscience de pouvoir prouver quelque chose mais je pense qu'il y a par exemple une partie des caissiers qui va travailler en datamining... Peut-être que ça rehausse le niveau je ne sais pas, je ne sais pas du tout ce que ça peut faire comme impact.

A: Enfin moi ça m'effraie de tout l'électronique comme ça et alors le jour où c'est en panne et le jour où...

J: Et si ça se faisait petit à petit ? Par exemple imaginons que Colruyt, propose qu'il y ait une caisse comme ça.

A: Je n'irai pas.

J: Vous n'iriez pas du tout ?

A: Je n'irai pas du tout et je vais les critiquer, je vais leur dire « qu'est-ce que c'est que ça ? »,

J: Même si ce n'est pas poussé à l'extrême ? Par exemple simplement que...

A: La seule chose que je veux bien c'est peser mes fruits et mes légumes moi-même et mettre l'étiquette sur le sachet. Ca je veux bien faire dans un magasin, c'est tout.

J: Ok je vais vous montrer la deuxième vidéo pour compléter justement celle-ci. Vous allez voir, c'est peut-être moins extrême, ça devrait aller.

A: Il ne faut pas dire ça parce que ça influence.

J: Ne vous inquiétez pas, ce n'est pas aussi fort.

A: Quand je serai très vieille et que je ne sais plus bouger, ça m'intéressera. Mais j'aurais ça maintenant, je ne l'utiliserais pas. Je pense que mon mari oui. Ça l'intéresserait bien mais...

J: Si ce n'était pas appliqué au réseau de distribution classique comme Colruyt, carrefour et tout ça mais à l'association dont vous êtes partenaire. Par exemple. Est-ce que ça vous intéresserait que eux utilisent cette technologie.

A: Ben le principe même que ce sont des fermes qui sont tout autour de nous. Dit que pour nous on est déjà allé pas mal dans l'électrification parce qu'ils mettent leurs produits sur internet et on les... En fait on les pointe, on les paie et puis on va les chercher mais c'est à chaque fois quatre bénévoles qui font la collecte des produits, certains producteurs qui apportent eux-mêmes.

J: Ah oui, oui, oui, je ne parlais pas de la partie livraison mais de la partie du client qui fait sa liste comme ça.

A: Non c'est l'inverse. Parce que dans notre cas, les producteurs ont des choses à proposer et donc nous choisissons dans ce qu'ils proposent et ce qu'ils proposent dans l'agriculture écologique ben ça dépend, du temps qu'il a fait, il peut très bien y avoir des tomates pendant un mois et puis plus de tomates mais une année, ça commence plus tôt, une année ça commence plus tard. Donc c'est juste l'effet inverse. C'est ce qu'ils ont en disposition, parmi ce qu'ils ont à disposition, nous on choisit. Donc par rapport à dire ce qu'il nous manque. Euh, je pense que c'est intéressant si on ne sait pas bouger de chez soi. Mais je pense que c'est vraiment très dangereux à long terme de ne faire que cela. Aller faire des courses, c'est aussi un lieu de socialisation et il y a des gens qui sont seuls et qui ont comme sortie d'aller au marché. Aller au magasin, faire les courses c'est une des seules occasions de sortir. Donc je n'aimerais pas que tous ces commerces de proximité disparaissent alors que voilà. Alors les gens sont complètement isolés. Ça je pense que c'est très dommageable pour l'être humain.

J: Mais est-ce que vous ne serez pas intéressé du temps gagné pour l'utiliser pour d'autres choses ?

A: Mais en fait non, ça ne me tente pas parce que je sais que là-dedans il y a tout un enjeu sociétal et que une société où chacun se sert comme ça sans contact humain, ce n'est pas ça que je veux comme type de société. Donc dans la mesure du possible, je ne vais pas encourager ce genre de chose donc je n'y recourrai pas. L'e-commerce c'est bien de façon raisonnable pour certains produits qu'on mettrait beaucoup de temps à trouver etc. mais rien ne remplace quand même les contacts humains, les vendeurs, les conseils qu'on peut avoir d'un vendeur professionnel. Donc je donne cours à des vendeurs hein. On traite ça en section professionnel vente. Voilà qu'ils apprennent les connaissances de leurs produits. J'aime bien rencontrer dans un magasin des experts auxquels je peux demander « qu'est-ce que vous me conseillez pour ceci... ». Donc il faut garder ça.

J: Une dernière question du coup parmi toutes ces assemblages de technologie, il n'y en a pas une ou plusieurs qui vous intéressent quand même ? Que vous aimeriez bien que Colruyt applique, une idée technologique... Enfin est-ce que vous pensez qu'il y aurait une technologie intéressante que Colruyt pourrait appliquer ? Une façon un peu innovante de

changer et qui vous arrive évidemment.

A: Ben peut-être ce serait d'avoir électroniquement ce qui reste dans les freezers. Quand ce n'est pas visible, ce serait intéressant de pouvoir cliquer sur le produit et savoir s'il y a encore par exemple du saumon.

J: La façon dont ça marchait dans la première vidéo c'est parce qu'il y a une petite puce dans le packaging d'article qui coûte 3 cents à produire quelque chose comme ça et la liste est tout le temps mise à jour c'est grâce aux capteurs autour du sac, du caddie et la paiement automatique c'est qu'il y a des capteurs autour de la zone de paiement, de sortie. Donc c'est possible d'avoir tous les rayons toujours mis à jour, grâce à un capteur qui se trouve dans le packaging et un écran de sortie. Même pour les employés de savoir « ah il y a un produit périmé, etc. »

A: Oui donc ça je pense que la gestion électronique du stock, ça peut être une bonne chose. Par exemple dans ce qui est annoncé dans le freezer, ce qui reste encore, réellement. J'aime ne pas ouvrir un truc et chercher.

J: Ça ne vous intéresserait pas de savoir, enfin ce n'est pas extrême mais c'est difficile. Ça c'est quelque chose de très intéressant pour les gens qui commandent en ligne parce que parfois ils veulent commander quelque chose et peuvent en fait ils vont sur place ou alors ils veulent acheter quelque chose, ils voient sur la liste « oh cette chose m'intéresse » par exemple au Aldi, ils y vont sur place et puis il y a plus rien.

A: Par exemple, pour notre site internet que mon fils a réalisé avec mon mari. Et bien, par exemple s'il y a 10 kg de carottes qui sont disponibles, une fois que les 10 kg sont partis, il n'y a plus moyen de commander des carottes.

J: Il y a quelqu'un derrière qui met à jour...

A: Non, c'est le producteur qui dit, j'ai 10 trucs et voilà... parfois ça arrive que on en a plus entre temps et alors on met sur le papier et on rembourse pour une autre fois mais là on a quand même, euh oui savoir ce qui reste, ça peut être intéressant mais ce que je crains c'est qu'on ne peut pas le croire. Parce que je pense que par exemple lorsque quand on recherche justement certains produits, on voit reste 2, reste 3, je ne le crois pas. Ce n'est pas juste donc ce n'est pas juste que ce soit pour les chambres à commander, pour les réservations.

J: D'ailleurs si vous voulez une astuce pour les réservations parce que comme je travaille dedans, je sais comment ça marche plus ou moins pour les vols, ça devient de plus en plus cher quand vous revenez. Vous savez que vous pouvez revenir au prix de base hein.

A: Comment on fait ?

J: Alors il y a trois moyens. Il y a un enregistreur sur votre navigateur internet qui s'appelle les cookies et donc on sait que vous êtes passé sur le site quand vous êtes passés dessus ben vous avez déjà passé une fois donc le prix augmente en fonction de plein de paramètres donc soit vous changez de navigateur. Soit vous effacez les cookies, du coup vous revenez à une interface clean et enfin troisième méthode, vous passez en navigation privée. C'est comme si il crée une nouvelle session.

A: Oui je sais ça pour les avions. Plus on a visité, plus ça augmente. Et donc les... Disons que

moi ce que je n'aime pas, c'est de ne pas avoir la capacité de contrôle par moi-même. Plus c'est électronique, si je ne sais pas contrôler, je ne vais pas être contente. Donc je veux pouvoir contrôler moi-même ce que ... Je déteste me faire avoir et donc je vais contrôler le ticket de caisse, je vais contrôler les promotions que j'ai vu sont bien passées à ce prix-là.

J: Mais si ça permettait d'être plus transparent mais des deux côtés. En quelque sorte vous vous sentez traqué car il y a le tracking justement mais si c'était dans l'autre sens aussi, qu'il y a plus de transparence par rapport à l'enseigne. Par exemple vous voyez leur compte à eux, et vous savez ce qu'ils proposent, comment ils font la démarche et tout ça.

A: Le problème fondamental c'est aussi à la place de l'informatique dans la société, globale. Donc euh, est-ce que tout le monde a accès à toutes ces technologies. Et donc si une partie de la population n'a pas accès à cette technologie et que parce que la grande majorité les utilise, le service minimum à ces personnes plus démunies diminue, ça me gêne souverainement. Donc j'essaie parfois d'adopter des comportements de type solidaire, de ne pas... voilà. Tout le monde ne va pas pouvoir se promener avec ce smartphone. Et même intellectuellement aussi manier tout cela hein, il n'y a pas que les ressources et donc je ne veux pas non plus qu'on aille vers une société où il faut un certain niveau intellectuel pour pouvoir survivre donc là c'est vraiment en revenir à Darwin très basique. Donc je veux que... Bon ce que j'aime aussi beaucoup parce que j'en ai pas parlé non plus mais j'aime beaucoup aussi ce qui est ressourceries. Donc c'est-à-dire les « deuxième main ». Donc je vais parfois dans des ressourceries où je vais acheter des choses en deuxième main pour différentes raisons parce que c'est aussi souvent des gens qui sont mis au travail etc. par ce biais-là, on parvient à acheter des choses beaucoup moins chères. Donc je vais donner des choses aux ressourceries comme les vestiaires de la croix rouge etc., et donc je vais acheter aussi en seconde main. Je trouve que ça c'est aussi une façon d'être solidaire. Mais aller faire une société comme ça, aseptisée où tout passe par les clics etc., je pense qu'à terme l'être humain va perdre beaucoup. Donc il faut faire vraiment un équilibre entre ce que l'électronique et l'informatique peut nous apporter et puis comment l'électronique, l'informatique va nous enchaîner. Il faut un équilibre

J: Qu'est-ce que vous pensez du fait qu'il y a différents types de personne, par exemple des gens qui détestent l'électronique, des gens qui sont intéressés mais sans plus et des gens qui ne vivent que par ça parce qu'ils n'ont pas le temps pour autre chose. Si jamais on faisait un peu de tout. Qu'on laissait la possibilité à tout le monde d'agir de la façon dont il voulait est-ce que ce serait intéressant ?

A: Malgré tout c'est intéressant, oui mais pratiquement c'est difficile à faire pour que les choses soient rentables et on voit bien que... En tout cas je suis pour des systèmes coopératifs donc comme par exemple, je suis très attentive à ce que font les patrons de ces grandes chaînes de magasin. Il y a deux magasins que j'estime peut-être à tort parce que peut-être que je ne connais pas qui ont des pratiques éthiques notamment vers le personnel, c'est Auchan et Colruyt. Voilà et donc je suis tout à fait contre le système capitaliste où certaines personnes peuvent empocher de l'argent sans rien faire. Pour moi l'argent doit être le fruit du travail et je suis pour les systèmes les plus coopératifs possibles. Mais que les gens qui travaillent perçoivent le travail et pas d'un système où un gros bonhomme qui va s'enrichir avec toutes les chaînes qu'il met et donc ça, ça me gêne énormément. Le système capitaliste ne me...

voilà on est vraiment actuellement dans un... Il y a eu un moment où dans l'histoire où ce sont les guerres en Europe qui ont fait le malheur des gens. Bon ça arrive encore dans d'autres parties du monde mais je pense qu'ici, ce qui est en train de faire le malheur des gens, c'est l'argent, la finance. Donc j'estime qu'il faut contrôler la finance, j'estime qu'on ne peut pas être actionnaire. Oui il faut un certain capital mais le fait par exemple que dans une entreprise comme carrefour que on annonce autant de licenciement et que l'action carrefour remonte, moi ça je trouve ça vraiment grave cette société-là. Alors il faut voir à qui profite cette informatique. Qui va gagner de l'argent avec ce système et il faut que tout le monde puisse gagner de l'argent, il faut que tout le monde puisse avoir un emploi, il faut que tout le monde puisse avoir une place dans la société et donc il faut évaluer chaque technologie suivant ce critère-là parce que ça va permettre au plus grand nombre d'avoir une place ou bien est-ce que ça va encore davantage dualisme la société avec ceux qui maîtriseront la technologie et ceux qui ne la maîtrisent pas. Là je pense que là on est mal barré.

J: C'est possible, je sais pas *rire* je verrai bien au fil du temps, j'imagine. Et bien merci beaucoup pour le temps que vous avez consacré pour mon interview.

1.2.3. Consommateur 5

F. L. et A. M. / Couple / 28ans et 22ans

J: Bonjour, est-ce que vous pouvez me parler un peu de vous, me dire qui vous êtes, tout ça ?

F: Moi c'est Florian, maitre-nageur de profession, habitant Louvain-la-Neuve. J'ai des passions comme le baseball, les mangas, les films, les jeux-vidéos, et ma copine.

A: Moi c'est Alice, j'ai 22 ans, je suis étudiante en dernière année pour être sage-femme, je vis encore chez mes parents mais quand je peux je vais chez Flo. On essaye de faire les courses correctement !

J: D'accord. Est-ce que vous pouvez du coup me raconter la dernière fois que vous avez fait vos courses ?

F: Tu t'en souviens toi ?

A: La dernière fois... Bah on avait été chercher un truc vite fait à l'Inter.

F: Ouais on était passés vite fait, j'avais acheté quelques trucs.

A: On a été chercher un dessert ou un truc comme ça je pense.

F: Ouais c'est ça, je crois que c'est ça... et une boisson.

J: D'accord. C'est une petite course du coup ?

F: Oui !

J: Et vous faites souvent des petites courses ?

A: *rires* Très souvent des petites courses.

J: C'est jamais des grosses courses ?

F: Si, si.

A: On essaye mais y'a toujours un petit oubli ou un truc qui nous fait envie, souvent des desserts ou des boissons qu'on va chercher comme ça.

F: Ouais c'est souvent les craquages qui nous font y aller.

A: Ouais voilà.

J: Ok. Et c'est quoi plus ou moins la fréquence, par exemple grosses courses et petites courses ?

F: Grosses courses je dirais 3 fois au moins tous les 2 mois. C'est ça hein ?

J: Ouais.

F: 3/4 fois, ouais... Entre 1.5 fois et 2 fois par mois.

A: Et les craquages c'est facilement 1 fois par semaine, hein.

F: Au moins !

A: Ouais !

J: Ok, et est-ce que vous pouvez me décrire le panier moyen en quantité ou en prix ? Pour les grosses courses et les petites courses ?

A: Ah ça je te laisse dire, Flo, tu connais mieux que moi.

F: Grosses courses c'est une centaine d'euros et c'est un bon gros caddie quoi. Pour au moins 3 semaines je dirais, ou au minimum 3 semaines.

J: D'accord. Pour 2 personnes ça ?

F: Oui.

J: Ok. Et les petites courses du coup ?

F: Oh ça peut aller de 2/3 euros à une petite dizaine d'euros, tout dépend de ce qu'on achète.

J: Ok. Est-ce qu'il y a un jour précis où vous allez faire les courses ? Ou un moment précis peut-être ? Par exemple les grosses courses est-ce que c'est pendant le week-end ou début de la semaine, est-ce qu'il y a un jour précis ?

F: Non, pas vraiment. C'est un peu quand on est libres.

A: *rires* Oui !

J: Ok. Et les petites courses ?

F: Quand l'estomac réclame et la bouche demande !

A: C'est souvent quand on se retrouve à deux !

F: Ouais c'est ça, quand on se regarde et qu'on fait « Oh, on mangerait bien ça ! Oh mais non ce n'est pas bien... Oh mais si allez ! » et hop, boum on va chercher.

A: Voilà.

J: Ok, c'est vraiment impulsif alors. *rires*

A: Ouais !

J: Est-ce que vous utilisez une liste, par hasard, une liste de courses ?

A: Quand on est nous deux, non, quand je suis avec mes parents, enfin plutôt avec ma maman, là oui on fait une liste. Mais avec Florian c'est vrai qu'on n'en fait pas et qu'on devrait.

F: On fait une liste mais à moitié, on va dire.

J: Oui justement j'allais dire, dans un autre terme alors, c'est quoi la proportion d'articles que vous avez déjà pensés à l'avance, et la proportion que vous achetez sur place ?

F: Ben en tout cas, ce qu'on achète est toujours supérieur à ce qui était écrit sur la liste. C'est clair qu'on oublie toujours un truc ou deux, ou finalement on prend un peu plus que ce qu'on avait prévu.

A: Ouais, parce qu'il y a des petits trucs qui te font envie et tu prends et qui étaient pas...

F: ... prévus de base.

J: Justement, par rapport à la catégorie d'articles que vous aviez déjà planifiés et les articles que vous achetez sur place, c'est quoi, c'est les mêmes ou rien à voir, c'est totalement différent ?

F: Mm, des fois c'est les mêmes et des fois c'est un truc différent. Ça dépend de si je fais les courses avec l'estomac plein ou pas, c'est ça la vraie différence.

J: Ok. *rires* Ca se ressent comment ? Je veux dire, il y a plus de courses, moins de courses, ou c'est dans les catégories que ça change ?

F: Quand j'ai l'estomac vide, généralement c'est les deux : y'a plus, et y'a plus de catégories également. C'est psychologique hein, t'as faim, donc tu te dis « ah je mangerais bien ça »

parce que sur le moment t'as faim et une fois que t'es chez toi et que t'as mangé, tu te dis « Rah mais qu'est-ce que j'ai encore acheté ».

J: Et y'a pas quelque chose, des trucs que vous prévoyez d'office d'acheter ?

F: Ah ben si, les trucs généraux, genre la viande, ...

A: Les essentiels : le lait, les fruits, ...

F: Les fruits, les pâtes, les pommes de terre, tout ce qui est féculent, ...

A: On achète ça à chaque fois.

F: Oui voilà, c'est ça.

J: La viande aussi, c'est prévu à l'avance ?

F: Oui oui, ça oui quand même.

J: Et c'est précis ?

F: Non, non.

A: Flo il fonctionne en fonction des promos, en général.

F: Oui c'est ça, si le poulet est en promo, c'est le poulet, si c'est la viande qui est en promo, c'est la viande, si c'est le poisson, c'est le poisson... Je ne suis pas trop porc... Mais voilà.

J: Ok. Et niveau impulsif, c'est plutôt quoi comme produits ?

F: Ouh là, que de la merde ! *rires*

J: *rires* Genre quelle merde ?

F: Chips, bonbons, biscuits, desserts, ...

A: Ouais...

F: Et les produits dont on peut se passer aisément mais qui font plaisir à la bouche quoi.

J: Ok. Quand est-ce que vous prévoyez de faire vos courses, exactement ? Donc par exemple, quand c'est par impulsion vous dites « ouais je vais acheter les petites courses », est-ce que vous le faites directement ou vous prévoyez pour un certain moment ?

A: Hm, ça dépend de la situation... C'est un peu compliqué...

F: Ouais, c'est vrai, ça dépend vraiment quoi.

J: Peut-être pour les grosses courses, c'est plus simple à décrire, peut-être ?

F: Oui ça oui, parce qu'en fonction du paiement du boulot, de la carte chèque-repas, parce que j'en ai une donc généralement j'essaye de coïncider l'achat des courses avec la carte chèque-repas. Sinon, oui, on planifie, mais c'est jamais genre « voilà dans 2 semaines à 4h30 de l'après-midi, on va faire nos courses ».

J: C'est plus un jour en particulier, vous planifiez un jour comme ça.

F: Oui voilà, genre on est jeudi, je fais « ah ben tiens vendredi, demain, on est libres ».

J: Est-ce que vous faites vos courses dans une contrainte de temps, quelle qu'elle soit ?

A: Non.

J: Par exemple, avant la fermeture, ah il reste plus beaucoup de temps, ou vous avez encore le temps de faire un tour du magasin ?

A: On prend le temps en général.

F: Ouais, on prend le temps.

J: Ok, d'accord ! Pourquoi, d'ailleurs, vous aimez bien faire les courses ?

A: Ah ouais moi j'aime bien, en plus l'Intermarché tout près de chez moi j'y ai travaillé longtemps donc j'y croise toujours des collègues, j'aime bien y aller.

J: Ok. Je regarde un peu le guide pour voir comment je peux tourner les sujets... Ok ! Alors un autre thème du coup, est-ce que vous avez des cartes de fidélité ?

F: Oui.

A: Oui.

J: Ok, lesquelles ? Genre beaucoup ?

F: Delhaize, Carrefour... Je crois que c'est tout.

A: A l'Inter t'en as pas ?

F: Bah non, y'a celle de ta mère !

A: Ah oui c'est vrai on prend celle-là.

J: Ok. Et du coup, vous allez à tous ces magasins-là ?

F: Carrefour j'y vais plus souvent, Delhaize j'y vais pour certains produits qui, je sais, sont très bons, et que dans certains magasins ils n'ont pas. Sinon, voilà quoi.

J: Ok. Du coup, comment vous choisissez l'endroit où vous allez faire vos courses ?

F: Ca dépend des produits qu'ils ont.

A: En général on essaye d'aller le plus souvent maintenant au Lidl parce que c'est quand même moins cher, mais on ne peut pas s'empêcher d'aller dans certains autres magasins parce qu'ils y a des produits qu'on ne retrouve pas, certaines marques...

J: Ok. Et vous avez un ou plusieurs magasins préférés ?

F: Moi j'aime bien Lidl maintenant !

A: Oui moi aussi, Lidl et l'Inter.

F: L'Inter, j'aime bien les produits qui sont propres à l'Intermarché.

A: Oui genre les produits français.

F: Oui voilà, les produits genre Chabrior, et toutes les espèces de produits de marque Intermarché.

J: Donc ça c'est pour Intermarché, et pourquoi Lidl du coup ?

A: C'est moins cher !

F: Le prix, oui.

J: Ok. Est-ce que vous pourriez décrire les magasins dans lesquels vous avez l'habitude d'aller ? Par exemple, un de Lidl et un d'Intermarché.

F: Les décrire avec quoi ?

J: Genre ce que vous aimez, ce que vous n'aimez pas, les points positifs, les points négatifs, ...

F: Oh !

A: On va commencer par le Lidl. Ce que j'aime bien maintenant c'est la boulangerie qu'ils ont, ils ont beaucoup de trucs cuits sur place et qui sont super bons. J'aime bien les fruits aussi qu'ils ont, mais c'est vrai qu'il y a pas tout non plus. J'aime bien la viande aussi, c'est moins cher et je l'aime autant que celle de l'Intermarché.

J: C'est surtout par rapport aux produits alors ?

A: Ben en fait je ne sais pas si c'est par habitude, parce que chez moi on a toujours été au Lidl et j'ai toujours été habituée à ces produits-là, mais moi j'aime bien les produits et ce n'est pas cher... Enfin c'est moins cher donc voilà.

J: Ok. Donc ça c'est les points positifs, et y'a des points négatifs au Lidl ?

A: Hm...

F: Moi personnellement, je trouve que ça ressemble fort, au niveau de l'agencement, à un Aldi.

A: *rires* C'est quoi le problème ?

F: Bah... C'est moins accueillant qu'un Delhaize. Ça ne me dérange pas vraiment mais, ça me fait penser parfois au Aldi et je n'aime pas trop l'agencement du Aldi en fait.

J: Ok. Et pour quelles raisons, tu sais décrire exactement ?

F: Je ne sais pas, des fois c'est un peu trop, on va dire, jeté dans les rayons, sans même déballer des cartons, etc...

A: Tu trouves ?

F: Ce qu'il n'y a pas au Lidl hein, mais l'agencement me fait penser à ça, donc c'est pour ça que je dis que ce n'est pas comme un Aldi mais euh...

A: Moi ça me dérange pas je connais les rayons par cœur. *rires*

F: Ouais donc voilà.

J: D'accord. Donc vous avez parlé des produits, de la disposition du magasin, et par rapport au personnel du Lidl ? Est-ce que vous y faites attention, ou peu importe ?

A: Moi j'y vais depuis tellement longtemps que je connais bien le personnel, donc moi je leur parle de ma vie de tous les jours parce que je les connais bien, donc je ne suis pas très objective là-dedans.

J: Ah non, justement c'est très bien ! Enfin, toutes les informations sont utiles donc voilà !

F: Moi je n'ai encore eu aucune mauvaise expérience avec le Lidl. Ils sont normaux, ils ne sont pas ténébreux ou avec une tête renfrognée, ni en train de sourire comme s'ils avaient pris 10kg de drogues, ils sont normaux quoi !

J: Ok, et du coup par rapport à Intermarché alors ? Les points positifs et négatifs ?

F: Intermarché y'a une boucherie.

A: Ouais, boucherie, charcuterie, fromage.

J: Ok ! La disposition du magasin, ça ne vous choque pas ?

F: Non il est chouette !

A: Il faut quand même devoir faire tout le tour du magasin pour aller chercher ce dont t'as besoin. Enfin chez moi en tout cas, les boissons sont mises tout au fond du magasin, ce qui est

normal hein, parce que comme ça tu passes devant tous les rayons et comme ça tu achètes plus, mais voilà quand t'es habitué tu sais que tu vas dans le fond et tu fais plus trop attention à ce qu'il y a entre, mais ouais.

J: Ok, et le personnel ? Est-ce que tu les connais bien là aussi, ou est-ce que vous les connaissez bien ?

A: Moi oui parce que j'y ai travaillé du coup je m'arrête toujours pour parler avec des gens, oui.

J: Ok, du coup c'est un peu biaisé, mais c'est bien. Et Florian, de ton côté, qu'est-ce que t'en penses ? Enfin, est-ce que tu fais attention au personnel ou peu importe ?

F: Non pas vraiment, à moins que vraiment le personnel soit vraiment désagréable ou que je le vois ranger quelque chose en mode bat les steaks, ou que je vois que le gars n'est pas tout juste, non je ne fais pas attention.

A: C'est un personnel qui est assez jeune aussi, je ne sais pas si ça change quelque chose mais ils sont un peu plus dynamiques, moi j'apprécie.

J: Ok ! Est-ce que vous pensez qu'il y a des innovations, des changements qu'Intermarché ou Lidl pourraient faire pour améliorer votre expérience du client ?

F: Des majordomes à l'entrée, des portiers, des voituriers... *rires*

J: *rires* On sait pas hein, peut-être que tu veux du flashy ou quoi !

F: Non pas du tout, pas du tout, j'aime qu'on me laisse tranquille ! Enfin quoique, est-ce qu'il y a, le vendredi, des dégustations à l'Intermarché, comme il y a ou Delhaize ou quoi ?

A: A l'Intermarché, y'a pas que le vendredi, y'a un peu tous les jours, mais c'est parce que toi t'y vas jamais aux heures...

F: Oui c'est ça, c'est ce que je disais, ok.

A: Mais y'en a toujours, en boucherie, charcuterie, fromages.

J: Il a quoi exactement ? J'ai pas tout compris.

F: Des trucs de dégustations.

F: Et au Lidl ça y'a pas, donc ça pourrait être amélioré.

A: Ouais, c'est vrai. Et Inter comme ils font viandes, charcuterie, fromages à la découpe, ils pourraient peut-être faire poissons mais bon, est-ce que ça marcherait ou pas ? Moi j'aime bien, mais...

J: *rires* Ah ils pourraient faire des sushis par exemple.

A: Ouais !

J: Mais d'ailleurs est-ce que vous faites attention à toutes ces campagnes publicitaires ?

F: Des fois oui, des fois non !

A: Ouais, moi je n'y fais pas attention.

F: Bah, j'y fais attention si c'est des produits que je prends d'habitude, maintenant voilà, si c'est une promotion d'un produit que je n'irai jamais acheter malgré la promotion, bof quoi.

Par exemple, si c'est des tartelettes à la fraise, je vais jamais acheter des tartelettes à la fraise malgré la promotion, même si c'est 2+1 gratuite ou 3+1 gratuite quoi. Ca dépend vraiment du

produit.

A: Bah, chez nous on reçoit à chaque fois les pubs et on les regarde tout le temps, on essaye de faire les promotions, c'est en fonction.

J: Ok. Ça vous intéresse de recevoir des pubs, dans le folders par exemple il y a des pubs qui vous intéressent vraiment ou c'est le folders en lui-même qu'il est intéressant de recevoir ?

A: C'est intéressant mais par exemple au Lidl pendant les fêtes y'a des produits qui ne sont là qu'à ces moments-là et c'est intéressant de pouvoir voir ce qu'il y a de nouveau à ces moments-là. Puis ils font, je crois tous les mois, y'a des produits spécifiques, par exemple c'est le mois Italie et t'as des produits un peu italiens et je trouve que c'est intéressant de le savoir.

F: Ouais c'est ça, les produits exports genre chinois, espagnols, italiens, ... Ça c'est vrai que c'est cool, par rapport au Lidl qui n'a pas ça. Je l'avais oublié ça !

J: J'allais dire, justement est-ce qu'il y a des campagnes qui vous intéressent plus que d'autres ? Par exemple, la saison des fêtes, tout ça ?

F: Pour les fêtes, Lidl avait vraiment des très bons produits promo, notamment les produits de luxe, tout ça. C'était chouette. A L'Intermarché, ils ont eu des trucs mais c'était du même gabarit qu'au Delhaize, au Carrefour, ... Je trouvais que Lidl avait fait un peu différemment.

J: Vous sentez une différence ?

A: Oui, Inter sort moins de produits spécifiques pour certaines périodes, que le Lidl essaye de changer plus régulièrement.

F: C'est un tir groupé oui.

A: L'Inter reste sur sa catégorie de produits et t'as de temps en temps, en boucherie par exemple, un truc en plus, mais...

F: Ouais. Bah, ils avaient les colis pour les fondues etc., mais comme c'est un magasin plus important, avec plus de choix que le Lidl, d'office pendant les fêtes ils ne vont pas sortir autant de produits que le Lidl, alors que le Lidl peut se permettre pendant un mois de cibler sa clientèle avec un produit de fêtes ou spécifique, par rapport à d'autres grandes surfaces qui elles ont déjà une quantité plus élevée de choix. Et ça c'est bien, c'est ça qui est bien.

A: Tout en sachant que si tu veux une viande spécifique à l'Inter, tu peux la faire commander par la boucherie et l'avoir le lendemain.

F: Ouais, ça c'est bien. Au Lidl ça tu n'as pas.

J: Pour revenir sur les campagnes publicitaires, est-ce qu'il y en a qui vous donnent plus envie d'acheter que d'autres ?

F: Oui clairement !

J: Lesquelles du coup ?

F: Période de fêtes de fin d'année, généralement, comme c'est Noël, St Nicolas, Nouvel An, c'est généralement le mois de craquage, puis c'est la période où il est censé neiger, on s'offre des cadeaux, donc c'est la période qui fait que, maintenant je ne pense pas que ça aurait le même impact si ça sortait au mois de mars.

J: Pour l'alimentaire hein ?

F: Oui voilà, je ne pense pas que ça aurait le même impact. Pareil pour juillet-août, la promotion barbecue, tout ça. Donc je pense qu'à part la promotion hiver, de Noël donc, et la promotion barbecues, viandes etc. qu'il y a pendant les grandes vacances, c'est genre Pâques etc., bof quoi.

J: Ok. Est-ce que vous êtes souvent au courant des campagnes ?

A: Chez nous on reçoit tout le temps le folder, toutes les semaines, donc on est au courant.

F: Si on ne l'a pas reçu dans la boîte aux lettres, on a l'information en voyant tous les magazines à l'entrée.

A: Oui, y'a des affiches aussi.

F: Oui c'est ça, dans les magazines et autres.

J: Ok. Et justement plus en précision par rapport aux folders, qu'est-ce que vous en pensez, de ce moyen de communication ? Ça ne vous dérange pas, vous aimez bien ?

A: Moi ça me dérange pas, tant que j'en reçois pas 15 000, parce que je vais toujours me focaliser sur les mêmes de toute façon vu que je vais principalement au Lidl et à l'Intermarché donc les autres je les regarde même pas, mais c'est une question d'habitude, puisque l'Intermarché et le Lidl sont les plus proches de chez moi.

J: Je vais en citer plusieurs comme ça, dites-moi juste ce que vous en pensez comme ça. Donc on va dire par exemple en magasin : affichage, dégustations, tout ça ?

F: Oui, ça c'est bien, c'est chouette.

A: Oui, c'est bien.

J: Ok. Vous faites attention, ça ne passe pas inaperçu ?

A: Ah non, pas du tout ! *rires*

J: *rires* Ok. Par la TV ?

F: Moi non, parce que je n'ai pas la TV.

A: Et moi je ne regarde pas les pubs en général donc voilà.

J: Par la radio ?

A: Y'a pas des masses de pubs à la radio.

F: Disons que voilà, c'est ça, ce n'est pas des pubs détaillées comme on peut trouver dans un folder, i on entend des annonces c'est « profitez des promotions exceptionnelles qu'il y a dans votre Delhaize/Intermarché/Carrefour, ... ».

A: Mais même de façon générale, y'en a pas tant que ça. Si t'es à l'Inter, t'entends la radio de l'Inter, mais t'y es déjà donc voilà.

F: Voilà c'est ça on est déjà sur place.

J: En dehors du magasin même, peut-être que vous ne faites pas attention au contenu, mais est-ce que vous entendez des pubs radio ?

F: Ben pas tellement, comme disait Alice.

A: Peut-être de temps en temps mais ça me dérange pas plus que ça.

F: Oui voilà c'est ça, si on dit qu'il n'y en a pas tellement c'est que ça nous dérange pas donc voilà.

J: Mais est-ce que vous faites attention au contenu quand même ou pas ?

A: Non, je suis plus visuelle. *rires*

F: Tant que le jingle n'est pas énervant, ça va.

J: Par rapport aux mails et newsletters maintenant ?

A: Ah j'en n'ai pas.

J: Pas du tout ?

A: Non.

F: Moi j'en ai uniquement de Carrefour, et je les lis une fois sur... Maintenant je les lis plus, mais avant je les lisais une fois sur deux, une fois sur trois.

A: Ça se cumule dans ta boîte et tu ne regardes pas.

J: Tu les ouvres même plus, maintenant, c'est ça ?

F: Non je n'ouvre même plus, vu que j'y vais plus chez Carrefour.

J: D'accord. Alors, Intermarché vous n'avez pas de pubs vu que c'est celle de votre mère, chez Lidl non plus, c'est ça ?

A: Ils n'en n'ont pas.

F: Ça n'existe pas non.

J: Ah non ?

F: Non, ils veulent qu'on soit infidèles !

J: Bah c'est pas mal, hein, je crois. J'imagine que s'ils réussissent quand même, c'est que ce n'est pas grave. Par Facebook ?

F: Euh ça ne m'est jamais arrivé. Ou alors je ne fais vraiment pas attention, mais ça ne m'est jamais arrivé.

A: Je ne suis pas amie avec. *rires*

J: Vous avez jamais eu de pub annoncée, tout ça ?

F: Non, je n'en ai jamais vue sur Facebook même.

A: Non, je ne pense pas.

F: Sur d'autres sites oui, mais sur Facebook je ne pense pas.

A: Oui mais des pubs Lidl et ce genre de choses ?

F: Oui.

A: Ah, je ne sais pas.

F: Souvent c'est Delhaize et des trucs comme ça.

A: Bah alors moi je les zappe parce que j'en vois jamais. Après y'a tellement de pubs sur Facebook que bon, voilà.

F: Oui voilà c'est ça. Y'a tellement de pubs sur internet qu'on ne fait même plus attention.

A: Ce n'est pas le plus spécifique où ils sont censés dépenser de l'argent pour faire de la pub je pense.

F: Enfin maintenant avec l'achat en ligne peut-être que ça change pour beaucoup de gens, mais moi je n'achète pas en ligne je préfère être dans le magasin même.

A: De toute façon y'a pas vraiment moyen d'acheter en ligne chez Lidl ou à l'Inter, y'a pas encore de Drive ou de truc comme ça.

J: Il y a des Drives à Intermarché, il y en a 3 je pense.

A: Oui mais pas celui où on va, donc voilà.

J: Oui non il n'y en a pas beaucoup.

A: Je crois que même s'il y en avait un je ne l'utiliserais pas, j'aime bien me promener et craquer sur des trucs que j'avais pas prévu d'acheter.

J: *rires* Ok. Une dernière méthode de campagne publicitaire : par leur site internet. Est-ce que vous allez, d'ailleurs, sur le site internet des enseignes ?

F: C'est déjà arrivé, ouais.

J: Ah oui ? Du coup, Alice, pourquoi tu n'y vas pas ? Il n'y a pas quelque chose que tu aimerais y retrouver ou quoi ?

A: Non, je ne sais pas, je préfère l'aspect plus humain, on va dire. J'y vais de toute façon chaque semaine, donc je n'ai pas vraiment besoin d'aller sur leur site en plus.

J: Y'a rien que t'aimerais y trouver par hasard ou qui t'intéresserait, dans ce que le magasin te communiquerait ?

A: Non.

J: Ok, d'accord. Et du coup Florian comment ça se fait que t'y es allé une fois ?

F: C'est sur leur site officiel, donc j'avais directement les promos comme si je lisais le folder mais version digitale.

A: Oui c'est peut-être parce que tu ne le reçois pas, toi, le folder.

F: Oui c'est ça.

J: Donc tu ne cherchais pas autre chose que le folder ?

F: Ah non, non, je cliquais juste pour avoir les promotions directes sous le nez.

J: Et ça c'est parce que tu voulais aller au magasin ?

F: Oui c'est ça. Les quelques fois où c'est arrivé c'est parce que je devais aller faire mes courses et que j'hésitais entre plusieurs magasins.

J: Ok. Et donc, par rapport au Drive et à l'achat en ligne, est-ce que vous avez déjà acheté en ligne ?

A: Non.

J: Jamais ? Et Florian ?

F: Négatif, jamais pour les courses en tout cas.

J: Ok, et ça vous intéresserait pas de commander en ligne ?

F: Bah, pour donner une référence ma grand-mère commande en ligne, via le magasin Thiriet. C'est en France mais une partie de la Belgique peut en profiter dans le sud, c'est que des

congelés, comme Picard. Elle, elle à un fascicule du coup elle commande mais pas en magasin et x jours plus tard on lui amène.

J: Ok. Vous-mêmes vous n'êtes pas intéressés d'essayer ?

F: Ce serait marrant à faire une fois, honnêtement. Mais moi en tout cas je répondrais, ce serait exclusivement via un magasin comme ça, donc comme Picard ou Thiriet. A mon avis je ne le ferais pas si c'était un Lidl dans lequel je peux me rendre moi-même.

J: Ok. Et Alice, dans ton cas ?

A: Moi, non. Ça ne m'intéresse pas trop. J'ai besoin de voir le produit avant de l'acheter, même si c'est emballé dans un carton ou quoi, j'ai besoin de voir l'image devant moi.

J: Ok donc c'est surtout pour la partie « toucher » et « visuel ».

A: Ouais c'est ça

F: Et le social aussi. C'est un peu cool de bouger de chez soi pour voir des gens, même si c'est pour avoir la tête dans son caddie, quoi.

J: Ok. Enfin, en soi vous pouvez toujours prendre une partie sur Internet, puis faire un tour pour compléter sur place.

A: Mais moi, ça me paraît compliqué de faire ça par Internet. Même si je suppose qu'on se tiendrait plus à notre liste en faisant comme ça, mais...

J: Et si par hasard, on va dire qu'Intermarché ou Lidl trouve un moyen de rendre plus « tactile » on va dire le choix des articles et que c'est assez facile de commander sur Internet, est-ce que ça suffirait pour vous donner envie de commander en ligne ?

F: On pourrait essayer, sûrement oui.

A: Moi non, je crois.

F: Non ? Tu ne voudrais même pas essayer comme ça, par curiosité ?

A: Non, parce que j'aime bien me rendre sur place.

F: On n'est pas obligé de faire des grosses courses.

A: 'fin, je ne sais pas. Je ne vois pas trop l'intérêt puisque chez moi les magasins sont tout près et, comme je le dis, j'aime bien les gens là-bas donc....

J: J'allais dire par rapport aux avantages de la commande en ligne comme le gain de temps et tout ça, ça ne vous intéresse pas à ce niveau-là ?

F: A part s'il y a vraiment une promotion qui influence directement les prix, comme Alice je préfère faire mes courses et me déplacer. Sauf si maintenant, effectivement, j'habitais dans un endroit perdu de nulle part, et il n'y avait pas de Lidl à 50 km à la ronde, oui. Mais ça n'arrivera pas. C'est obsolète.

J: Alors, ici c'est un peu spécial parce que toi, Alice, tu es encore étudiante, mais Florian tu travailles déjà c'est ça ? En tant que maître-nageur ?

F: Oui, tout à fait.

J: Et, si ce n'est pas indiscret, tu travailles combien de temps par jour ?

F: Je suis en temps plein.

J: 9h-17h30 ou ... ?

F: Non, c'est des journées entre 6 à 8 heures.

J: Ok, d'accord. Et toi le gain de temps tu n'en a pas besoin, vraiment ? C'est mieux de te balader sur place ?

F: Oui. Si, effectivement, le truc en ligne pourrait te faire gagner du temps, ce n'est pas...

J: Ce n'est pas qui décide que t'aie envie d'utiliser l'un ou l'autre.

F: Non, ce n'est pas comme si j'allais perdre une après-midi non plus à faire mes courses.

J: Ok.

A: En plus, quand on a l'occasion, on aime bien le faire ensemble même si je ne vis pas 24h sur 24 chez lui, je ne sais pas, on aime bien le faire à 2. Ce n'est pas une corvée quoi.

J: Ok, très bien. A part pour les courses, est-ce que vous avez déjà commandé des choses sur Internet ?

F: Oui.

A: Oui.

J: Quel genre de produits ?

A: Des vêtements, des chaussures, des cosmétiques,...

J: Et Florian ?

F: Des vêtements, des jeux, des costumes, des voyages,...

J: Ok. Sur quel site ? Plus des sites de revente comme eBay ou Amazon, ou de la marque même ?

F: Oui, eBay et Amazon. Oui, ou des fois carrément le site même. Un site de retailler quoi.

J: Et toi Alice?

A: Plutôt la marque.

J: Ok, d'accord. Par rapport à la fréquence : vous commandez combien de fois ? Par semaine ? Par mois ? 2-3 mois ? Environs.

A: Moi c'est très rare en fait.

F: Avant je commandais on va dire au moins une fois par semaine un truc sur Internet. Maintenant ça fait quand même deux tiers d'une année que j'ai plus commandé un truc sur Internet.

J: Ok.

F: 8 mois.

J: Ok. Et Alice tu commandes souvent?

A: Non. C'est vraiment s'il y a un truc que je ne peux pas acheter ailleurs en allant en ville ou un truc comme ça. Des produits bien spécifiques que je ne peux même pas avoir en Belgique par exemple. Pas de trucs interdits, hein, je vous rassure.

J: Oui, oui, ne t'inquiètes pas.

F: Bazooka, mitraillettes, ...*rires*

J: Est-ce que vous avez déjà commandé des produits alimentaires ?

A: Non.

F: Moi oui. Mais c'est des produits de compléments nutritifs pour le sport.

J: Ok. Et jamais d'autres choses ? Quelque chose que vous n'avez jamais essayé ? Ça ne vous intéresse pas ?

F: Non. J'ai déjà plus d'une fois essayé de commander des produits américains mais à chaque fois les prix étaient abusés donc ça ne valait pas la peine.

J: Ok. Qu'est-ce que vous pensez de l'e-commerce en Belgique ? Par rapport à votre entourage, est-ce que ça se passe bien ? Ça se développe ? Les gens aiment bien ? N'aiment pas ? Il y a beaucoup de gens qui consomment sur Internet ?

A: Moi, je ne connais personne qui commande sur Internet. On parle d'alimentaire là, ou... ?

J: Non, en général. Enfin, en alimentaire aussi, si vous voulez.

A: Je ne connais personne qui fait vraiment ses courses comme ça, mais sinon les commandes en ligne, c'est de plus en plus répandu mais c'est surtout pour les vêtements et les trucs comme ça qui est très développé pour l'instant.

J: Ok.

F: Mon parrain, pour vous donner un exemple, il ne jure que par Amazon.

J: Ok, d'accord. Je vais passer du coup au dernier thème. Je vais pour ça vous montrer 2 petites vidéos de 2 minutes. J'aimerais juste que vous me disiez ce que vous en pensez après les avoir vu.

F et A: Ok.

J: On fera une vidéo à la fois comme ça ce sera plus simple. Voilà pour la première. Alors qu'est-ce que vous en pensez ?

F: C'est encore un truc d'américain pour faire ses courses en réduisant le temps de passage. Pas de caisse, pas de ... Je ne sais pas si c'est un système qui existe déjà en Asie, genre au Japon, en Corée ou quelque chose comme ça.

J: Si, en Californie, ils en ont déjà 3,4.

F: Ah ok, d'accord. A première vue, comme ça, ça a l'air drôle à faire. Maintenant, je ne sais pas ce qu'il y a de si révolutionnaire là-dedans.

A: Bah, c'est parce qu'ils gagnent du temps mais moi, honnêtement, je n'aime pas trop le concept.

F: Je suis un peu réticent.

A: Parce que, je ne sais pas, je ne me sentrais pas en sécurité. Je me dis, je n'ai aucun code. Parce que, d'habitude, tu payes avec ta carte donc tu as un code ou tu payes avec de l'argent que toi tu tiens sur toi, alors que là, tu scannes ton téléphone et peuvent ils ont accès à tout, comme ça. Je ne sais pas, ça me fait un peu peur et puis, si ça bug ou qu'ils comptent des

trucs en trop, je ne serai pas rassuré.

F: T'es pas à l'abri d'un bug.

A: Et puis quand t'es dans un vrai magasin, et que t'es à la caisse, t'as encore le temps de te dire pendant que tu fais la file que « ouais ça je ne vais peut-être pas prendre parce qu'au final je vais arriver avec beaucoup d'articles et payer » alors que là, je ne sais pas, tu mets tout dans ton sac comme si tu n'allais pas payer et puis tu sors donc t'as même pas l'impression de payer et c'est qu'après que tu te rends compte donc... Je pense que je ferais plus d'excès comme ça que si je passe encore à la caisse et que... je ne sais pas.

J: Ok. Alors là j'ai deux choses que j'aimerais vous demander. La première c'est : par rapport à cette crainte sur le fait que ce soit débité sans qu'on s'en rende compte, que peut-être qu'il y a une erreur, est-ce que si jamais il y a une politique de remboursement solide derrière, est-ce que cette crainte serait enlevée ou pas ? Donc, par exemple, soit parce qu'il n'y a jamais eu de cas ou de problèmes, ou soit il y a eu quelques problèmes mais chaque fois ça a été bien répondu et que c'est visible sur le net, par exemple ?

A: Je ne sais pas, il faudrait que ça devienne une habitude et que tous les magasins me l'imposent pour que j'y aille, je pense.

F: Oui, moi il faudrait que je teste le truc.

J: Mais tester, ça vous donnerait envie d'essayer ?

F: Pourquoi pas.

A: Je ne sais pas, moi je suis plus traditionnelle.

F: Si vraiment ça s'offre devant moi, quoi. Je ne chercherais pas à aller le faire. Mais si un jour, effectivement, on se balade et qu'on voit le truc devant nous et qu'on se dit « oh bah tiens, on a faim, on irait bien voir juste par curiosité », alors oui, pourquoi pas.

J: Maintenant un cas un peu moins extrême. Donc là, évidemment, le cas d'Amazon tout est poussé au maximum, la carte bancaire est déjà lié au compte, et tout ça, mais il y a déjà des magasins en Amérique où ils ont juste le scanning qui est fait comme ça. Donc, en gros, il y a les capteurs sur le packaging, 2-3 cents le package, et il y en a autour du sac, c'est comme ça que justement quand vous mettez le produit dans le sac, c'est scanné et la liste de course est actualisée. Et en fait le paiement ne se fait pas automatiquement comme Amazon. C'est juste que vous arrivez dans une « zone de paiement » on va dire et le sac est scanné. Et donc c'est encore vous qui devez rentrer l'argent dans la machine, ou mettre votre carte bancaire, par exemple.

A: Ouais ben ça je le ferais bien.

J: Ça vous préférez ?

A: Oui. C'est un peu le même concept que quand t'es au Carrefour et que t'as le scan.

J: Oui, c'est ça.

F: Comme au Delhaize aussi.

A: C'est encore plus simple, mais t'as quand même l'esprit où tu vas payer, etc. Je ne sais pas, je trouve ça plus sécuritaire.

F: Tu te sens en contrôle, en fait.

A: C'est ça.

F: Le truc avec les machines c'est que c'est toujours « on fait tout pour vous, pour vous économiser du temps » mais tu n'es plus maître de ce que tu fais, t'as l'impression. Je pense que pour beaucoup de gens c'est ça le problème, parce qu'ils ont l'impression que « ok ça va être fait tout seul mais s'il y a un problème c'est moi qui vais payer » alors que dans l'autre cas les gens se disent « ah c'est moi qui ait pris mon paquet de riz, c'est moi qui l'ait mis dans mon caddie, c'est moi qui ait sorti ma carte, c'est moi qui ait été chez la caissière le payer et puis c'est moi qui ait repris ma voiture », quoi.

J: Donc s'il y avait la partie intermédiaire comme je viens de vous raconter, ça irait ?

F: Ça, ça va parce que finalement les gens auraient la décision finale.

J: Ouais, c'est ça. Et par rapport au quick scan actuel : est-ce que vous préférez utiliser le quick scan ou est-ce que vous préférez passer à la caisse ?

F: Le quick scan quand il n'y a personne je l'utilise. En tout cas au Delhaize.

J: Plus ? Quand vous avez le choix en fait c'est plus quick scan ou caisse ?

F: Ça dépend où il y a la file. Mais 90% du temps c'est le quick scan.

J: Ok. Alice aussi ?

A: Oui.

J: Ok. Donc c'est la file qui détermine le choix ?

F: Oui.

J: Très bien. Donc avant de passer aux autres questions je vais vous passer la deuxième vidéo. Alors ? Qu'est-ce que vous pensez de celui-ci ?

F: Bon alors la pub en elle-même elle est chiantie parce que je déteste quand ils font parler des enfants comme si c'était des adultes. Là maintenant c'est un gamin de 3 ans à qui on demande de lire un texte donc rien que ça, ça m'horripile. Mais sinon à part le gadget de scanner ton truc et de demander ce que tu veux, c'est une autre méthode que de cliquer avec ta souris sur leur site directement.

A: Non, c'est quand même plus simple.

F: Oui c'est plus simple mais... ouais...

J: Disons que maintenant ils ont l'application Smartphone donc pas besoin d'acheter le petit appareil en plus.

F: Ouais, voilà, c'est ça.

J: Tout est intégré. Et Alice, qu'est-ce que tu en as pensée ?

A: Pff, ce n'est pas un truc que moi j'utiliserais. Je ne sais pas te dire pourquoi, ça peut être très attractif, mais... Ca enlèverais tout le côté social, et comme j'aime bien mes courses...

F: Mais moi, tu vois, je ne l'utiliserais pas. Ne t'es jamais à l'abri d'une mauvaise surprise. Par exemple, on voit « apples », donc ils vendent des pommes. Mais moi j'aime bien sélectionner mes pommes parmi le pot de pommes.

J: Enfin, après, t'as le choix sur Internet.

F: Non, non, ce que je dis c'est que parmi, par exemple, les Granny Smith, t'as genre 3 caisses de Granny Smith, je sélectionne les Granny Smith que je veux dans mon panier. Parce que là elles sont amenées devant ta porte mais la pomme peut très bien ne pas te convenir, par exemple... Encore une fois, tu perds un peu ton contrôle.

J: Donc ça c'est lié à l'e-commerce en général.

F: Oui c'est ça, généralement.

J: Par exemple si t'avais le choix, enfin s'ils pouvaient régler ce problème, par exemple en te proposant de vérifier avant, ici dans le cas où tu vas chercher sur place, donc par exemple ils ont choisi des pommes pour toi et te proposent de vérifier avant, quelque chose comme ça, ou s'il y a une mauvaise surprise genre une partie qui était pourrie et qui était en-dessous, et que t'appelles et qu'il te disent « ah on vous rembourse » ou « on vous crédite pour le prochain », est-ce que ça suffirait ou pas?

F: Hm... il ne faudrait pas que ça soit répétitif si ça devait se produire.

J: Ok. Mais ça c'est plus lié à l'e-commerce. Par contre, sinon, la technologie en elle-même il n'y a aucune partie de technologie qui vous intéressait dedans ? Que ce soit l'e-commerce, la façon de faire rapidement sa liste de course ou bien la livraison sur place par exemple ?

F: Ça fait gagner du temps, oui, mais à part le gain de temps, je ne vois pas en quoi ça fait gagner plus.

J: En tout cas, le gain de temps n'est pas suffisant pour vous faire passer à cela ?

F: Non, parce que comme on dit, nous on apprécie de passer du temps dans les magasins.

Enfin, c'est comme si on allait se promener, quoi. C'est vraiment ça. Ça reste une petite activité sympathique que l'on fait à 2. Même tout seul, mais tout seul c'est moins fun. Mais voilà quoi, là se dit « ok gadget il est cool, tu le prends tu parles comme Siri tu fais du lait, des céréales, machin », effectivement c'est cool, mais nous on a le temps. On a le temps. Ok, on serait des PDG de boîte, etc., qu'on bosserait 70h/semaine...

A: On enverrait quelqu'un faire les courses pour nous dans ce cas.

F: Oui, voilà, c'est ça. Mais si on peut quand même rester en contrôle de notre truc, le gadget serait intéressant dans le sens où ça nous ferait peut-être chier d'aller faire nos courses, quoi. Moi je crois que ça dépend vraiment de si la personne aime bien passer du temps à faire ses courses ou si elle n'aime pas. Je crois que c'est ça.

A: Je crois que ça ne remplacera jamais les magasins, t'auras toujours besoin de...

F: J'espère bien que ça ne remplacera pas les magasins.

A: C'est un peu impossible.

F: Oui, et ça va coûter des emplois, déjà de 1, et c'est une perte d'humanité avec ça.

A ; Moi je me dis qu'avec ce gadget-là, y'a rien à faire, tu vas quand même devoir payer pour le service en plus, quoi.

F: Ouais, d'office.

J: Il y aura d'office un coût de préparation et un coût de livraison, répartis je ne sais pas comment entre sponsors, fournisseurs, magasins ou clients.

F: Et puis de toute façon ce sera toujours plus cher que de dépenser soi-même son essence et d'aller faire ses courses.

J: Ok. Très bien, je crois que j'ai toutes les questions et vu toutes les vidéos. Merci beaucoup pour le temps que vous avez consacré à l'interview.

1.2.4. Consommateur 6

M. V. / Femme / 43ans

J: Pourriez-vous parlez de vous, me raconter qui vous êtes ?

M: J'ai 43 ans, infographiste et ça fait 14ans que je travaille sur les folders Intermarché. J'ai un garçon de 7 ans.

J: Pourriez-vous me raconter la dernière fois que vous avez fait vos courses ?

M: En général c'est le week-end. En semaine c'est mon mari. On n'a pas forcément un magasin spécifique.

J: Est-ce que vous faites des grandes ou des petites courses ?

M: Ca dépend. Le week-end on essaye de faire plus les packs d'eaux, les orangeades, les gros trucs. Et sinon on va plus souvent faire des petites courses.

J: Vous faites du coup une fois le week-end et une fois en semaine ?

M: En semaine, comme c'est des plus petites courses ça va être un pain, ou les sandwichs ou voilà on a oublié un petit truc. Là ça peut être 2, 3, 6 fois par semaine.

J: Les courses en week-end, le panier moyen en prix ou en quantité, s'élève à combien ?

M: Plus ou moins dans les 100€.

J: Pour une famille de 3, c'est bien ça ?

M: Oui.

J: En ce qui concerne la semaine ?

M: La semaine, ça va varier entre 10 et 20€. En fonction de si on va 2 fois.

J: Vous faites des petites courses pour une certaine raison ?

M: Ça va être pour le pain, un fruit, un légume, il manque un truc qu'on n'a pas prévu le week-end.

J: Est-ce que vous suivez une liste ?

M: Non.

J: Et si parle de produits pensés à l'avance ?

M: Oui, il y a des produits dont on pense, ça peut être des boissons, des conserves ou quoi.

J: Quand vous allez faire vos courses le week-end, quelle est la proportion de courses déjà prévue et celle par impulsion ?

M: 80% en tête et 20% d'impulsions.

J: Dans quelles catégories se situent les courses que vous avez prévues ?

M: Ça va être plus la charcuterie, boissons, et quelques fruits.

J: C'est précis à quel point ? Par exemple pour la charcuterie, c'est juste de la charcuterie ou ça va jusqu'à préciser un rôti de bœuf ?

M: Non, pour le petit c'est toujours la même chose, saucisson de jambon. Mais sinon non, on essaye de changer de temps en temps quand on est sur place.

J: Pour la partie impulsion, c'est plus quel genre de produits ?

M: Ça peut-être des sauces, des mayonnaises, pour des préparations avec du poulet, des pâtes. Dans le rayon café, on changerait bien de thé...

J: Qu'est ce qui déclenche chez vous l'envie ou le besoin d'aller faire vos courses ?

M: Quand il manque des choses, parce que moi et les courses ce n'est pas mon fort.

Forcément, le début de week-end, on tombe à court de certaines choses et c'est les trucs à 80% que j'ai besoin. C'est plus une habitude que voilà...

J: Donc vous savez que vous allez tomber à court le week-end, du coup vous allez acheter vos courses, c'est bien ça ?

M: Oui voilà, surtout pour ne pas aller trop en soirée. Parce que c'est plus moi qui va aller prendre ça. Alors quand mon mari y va, c'est plus des petites choses qui manquent.

J: D'ailleurs comment ça se passe au sein de votre ménage ? Comment vous décidez qui fait les courses et comment ?

M: Le week-end on va ensemble, et en semaine c'est mon mari car il n'a pour le moment pas d'emploi. C'est plus facile pour aller chercher des petites choses mais il choisira tout aussi bien la charcuterie lui-même que moi.

J: Est-ce que vous vous concertez sur les produits qu'achète votre mari ?

M: Oui, enfin, je lui dis que j'ai besoin de charcuterie, et comme on a les mêmes goûts, en général ça va.

J: A quel moment est-ce que vous prévoyez de faire vos courses ? Le samedi, est ce qu'il y a par exemple une heure particulière... ?

M: Le samedi oui, c'est souvent début après-midi. Le petit à une activité sportive, et donc on en profite à ce moment-là. Parfois le dimanche matin, si on n'a pas pu aller samedi après-midi.

J: Est-ce que vous faites vos courses dans une contrainte de temps ?

M: Le samedi c'est plus contraint oui.

J: C'est souvent comme ça ?

M: Si c'est pendant l'activité c'est plus contraint, ce n'est pas moi qui va flâner dans les magasins.

J: Vous n'aimez pas faire les courses, c'est bien ça ?

M: Non.

J: Qu'est-ce que vous n'aimez pas dans faire les courses ?

M: C'est une perte de temps. Ça m'énerve que mon mari aime bien se trouver dans les magasins et moi non. C'est pour ça qu'il va en semaine, parce que j'oublie quelques fois des articles et ça doit aller vite. C'est plus une perte de temps, mais je pourrai faire les

Collect&Go du Colruyt mais j'aime quand même bien voir ce qu'il y a dans les rayons et pas commander comme ça. Mais je n'ai pas envie de rester une heure dans le magasin.

J: Avez-vous des cartes de fidélités ?

M: La carte Intermarché.

J: Juste Intermarché ?

M: Dans l'alimentaire oui. J'avais aussi celle de Red Market qui a fermé. Renmans oui...

J: Pourquoi juste Intermarché ?

M: De un je travaille pour Inter, mais ce que j'aime bien c'est qu'on a l'argent directement et pas des chèques comme carrefour où on a un moment ou quoi. C'est surtout cet avantage-là. Puis on sait directement "voilà on a choisi un produit parce qu'il y a une promo" et on saura d'office le montant qu'on aura sur la carte.

J: Vous oubliez jamais la carte ?

M: Non on ne l'oublie jamais.

J: Est-ce que vous profitez des offres ?

M: On essaye d'y faire attention, surtout quand c'est des chouettes promos. Maintenant je sais que quand il y a une promo, on va aller voir s'il y a plus le produit ou quoi. Mais suivant les produits. Sinon on essaye de faire attention au jeudi, mais bon, si on sait y aller. Forcément je vais aller prendre des produits...forcément...si j'ai besoin de gouda, je vais prendre celui avec la promo sur la carte qu'un autre, ça c'est sûr.

J: Est-ce que vous allez seulement à Intermarché ou à d'autres magasins ?

M: Non je vais à d'autres magasins. Ca dépend où je me trouve, le samedi, je vais au Delhaize plus la charcuterie et la boisson, il y a aussi Aldi et Inter. Inter ça sera plus aussi en semaine pour aussi bien le pain, le sandwich, ou s'il nous manque quelque chose parce que c'est tout près de la maison. Comme on habite la campagne, les autres ont plus loin. Par proximité c'est Intermarché.

J: Les samedis quand vous faites les grosses courses, c'est un autre magasin ?

M: Les 3, il n'y a pas...c'est souvent où je me trouve. Maintenant les toutes grosses courses ce n'est pas forcément chez Intermarché.

J: Comment vous faites du coup pour choisir le magasin où vous allez faire vos courses ? Les grosses courses par exemple.

M: Ça peut être l'Aldi comme le Delhaize. C'est là où je suis le plus près, comme on est à la campagne, je n'ai pas envie de faire 15km, du coup le plus près.

J: Le plus près par rapport où là vous habitez ?

M: Par rapport où j'habite ou par rapport à l'activité de mon fils. C'est Gembloux et voilà quoi...

J: Par rapport à l'activité de votre fils, est ce que c'est le plus proche en périphérie ou sur le chemin du retour ?

M: Plus proche du centre sportif.

J: Avez-vous un magasin ou une enseigne préférée ?

M: Non, je ne suis pas spécialement attaché. Je préfère le Delhaize pour le choix de charcuterie, l'Aldi pour certains produits, certains promo hors food, Intermarché pour la viande (mais forcément ça dépend où on va à Intermarché), pour les promos viande je vais plus aller vers Inter, les articles suivant la carte avantage...C'est suivant ce dont j'ai besoin qui influence mes achats. Les grandes surfaces ne m'intéressent pas non plus. Le petit est à Rhine, du coup on passe forcément devant Intermarché.

J: Est-ce que vous pouvez me décrire un des magasins dont vous avez l'habitude d'aller ?

M: L'Intermarché, c'est un magasin plus petit, ça m'arrange dans le sens où je ne perds pas non plus trop temps, on trouve de tout. Le Delhaize, c'est super grand, on a d'autres gammes de prix, d'autres produits, forcément d'autres gammes de prix on ne va pas aller dans le plus cher aussi. Delhaize, on ne peut pas toujours dire que c'est bon marché, Inter non plus, mais voilà...j'aime bien le côté Intermarché car c'est convivial et c'est plus petit et on a de tout.

J: Ça c'est les points positifs. Avez-vous des points négatifs parmi les enseignes ?

M: Par rapport à Intermarché c'est où on se situe. Il y en a des très chouettes et de vachement...on passe d'une extrémité à l'autre à ce niveau-là. Delhaize, on sait qu'ils respectent quand même...La logique d'Intermarché, depuis que je travaille dessus, ce qui est dommage c'est qu'il n'y a pas une direction derrière qui suit et qui impose aux magasins d'avoir la même chose, une propreté...

J: La disposition du magasin change en fonction du point de vente ?

M: Je ne dis pas la disposition mais plus une question de propreté

J: Personnel aussi ?

M: Je ne regarde pas plus que ça, mais j'ai déjà eu une expérience en allant à l'Intermarché de Saint-Servais, j'ai été 2 fois réitéré l'expérience en espérant qu'ils ont changé, mais je suis sorti avec rien du tout. Aussi bien en France, les Intermarché, quand on en parle à l'entourage, on nous dit que c'est dégueu, pas de bons produits. C'est justement ça qui casse l'image d'Intermarché : la gérance. Dommage.

J: Au niveau de l'assortiment, qu'en pensez-vous ? Par exemple pour la viande vous préférez aller chez Intermarché...

M: Oui, il y a des promos, une belle boucherie, quand il y a une belle boucherie et la promo colis, c'est sûr que je vais aller là.

J: Par rapport à tout ce qui est campagnes publicitaires, même si ça va être un peu biaisé puisque vous travaillez dedans, est-ce que vous y faites attention.

M: Oui, quand même.

J: Et de Delhaize ?

M: Comme on est en plein milieu de la campagne, on n'a pas forcément toutes les publicités. Et comme on est à cheval entre Namur et Gembloux, il y a certains magasins qui ne donnent pas car ils considèrent qu'on n'est plus sur Namur et inversement. Honnêtement, je ne vais pas regarder le folder Delhaize, car même s'il y a des promos, ce n'est pas le truc qui m'intéresse. Après je suis influencé dans le sens où quand je fais le folder, je vais voir les promos d'Inter, mais je n'achète pas tout le temps des marques, je vais prendre des marques propres Inter, chez Delhaize des produits à eux, mais c'est vrai que je vais être plus influencée avec le folder Inter que les autres.

J: Qu'est-ce qui vous intéresse dans le folder ?

M: Les cartes avantages et quand il y a des promos sur la viande. C'est les principaux que je regarde, après je fais un tour et je me dis "ah oui ça fait longtemps que je n'ai acheté ce produit-là". Mais c'est surtout les promos colis viandes et avantages cartes.

J: Est-ce qu'il y a d'autres campagnes publicitaires qui vous intéressent ? Les fêtes, saisons...

M: Oui les folders de fin d'année ou quand il y a des pages thématiques. Quand on fait une fête, ça tombe toujours bien avec les promos, raclettes, choucroute, du coup oui, il y a des thèmes commençant que je regarde.

J: Est-ce que vous comparez les différents folders des enseignes ?

M: Oui un peu, si Delhaize fait la raclette et Inter aussi, mais je sais qu'il y a des supers promos, ça sera plus basé sur ça.

J: Est-ce que la promo vous motive y aller ?

M: Oui.

J: Vous faites souvent attention aux promos ?

M: Oui c'est plutôt ça dans le folder qui va m'attirer.

J: Je vais vous citer plusieurs moyens d'être au courant des campagnes et vous me dites ce que vous en pensez. En magasin ? Affichage, dégustation...

M: Non, c'est plus via folder, sauf s'il y a une grande affiche.

J: TV ?

M: Non pas via la TV. J'en vois parfois mais voilà quoi, ce n'est pas ça qui va m'influencer.

J: Radio ?

M: Oui, quand j'entends le jingle d'Intermarché je vais faire plus attention. Sinon non, je ne me souviens pas d'avoir écouté une publicité radio. Carrefour oui mais je ne fais pas plus attention.

J: Mail et newsletter ?

M: Oui, je regarde comme ça mais ce n'est pas ça qui va...ce n'est pas via ça que je vais regarder les promos. C'est peut-être à cause de mon métier mais c'est surtout le papier qui reste chez moi.

J: Facebook ?

M: Oui, ça rappelle qu'il y a une telle promo, pour Inter ça rappelle, on trouve ça bien et on partage quand il y a des chouettes promos. Oui, par rapport à un mail, je préfère avoir un news Facebook.

J: Site internet ?

M: Si je vais sur le site c'est plus parce que j'ai cliqué sur le lien du mail. Pas comme ça.

J: Est-ce que vous allez souvent sur le site internet ?

M: Non, c'est vraiment via le mail.

J: Il n'y a pas quelque chose que vous aimeriez y trouver ?

M: S'il y avait des bons spécialement via le site, ça attirerait plus de monde. Maintenant c'est soit pour avoir le folder en ligne mais en général on le reçoit, donc...ici je pense à Inter mais pour Delhaize, j'ai jamais été voir. Sur Inter il y a les recettes, c'est sympa, mais après voilà...

J: Vous utilisez souvent des recettes en ligne pour cuisiner ?

M: Oui mais je ne vais pas forcément aller sur celui d'Inter, ça sera plus des sites culinaires. Mais oui je trouve que c'est des choses qui peuvent être sympa, comme Colruyt qui fait des recettes dans ses folders.

J: Vous regardez souvent ces recettes dans les folders ?

M: Oui je vais regarder, Delhaize en fait aussi. Oui ça donne des idées et en même temps ça peut influencer pour les produits.

J: Est-ce qu'il y a d'autres choses intéressent dans le folder que vous aimeriez retrouver ? Des news...

M: Non pas spécialement. Chez Inter, il manque une page avec des recettes et les produits qui lui correspondent, comme Aldi fait. Chez Inter, c'est ça qui manque. Ça peut donner des idées, et ça peut forcer pour aller acheter ces produits cette semaine.

J: Avez-vous déjà commandé en ligne dans une enseigne alimentaire ?

M: Non.

J: Est-ce que vous êtes intéressé par commander en ligne ou pas du tout ?

M: Non j'aime bien voir l'article avant de le prendre mais maintenant ça dépend...

J: Justement, pour quelle raison cela ne vous intéresse-t-il pas ? C'est surtout pour la partie voir/toucher ?

M: Oui et en même temps, peut-être que je me dis qu'en ligne je ne vais pas trouver tout ce que je veux, il y a ce temps de recherche, peut-être aussi être influencée...quoique non, en magasin on peut tout aussi être influencé. Mais peut-être prendre des choses inutiles aussi.

J: Vous pensez que vous auriez plus de chance de prendre des choses inutiles en ligne ?

M: Ou. Je ne sais pas. Je connais plein de gens qui font du Collect&Go chez Colruyt, je me dis que j'oublierai certainement des choses, et en même temps je me dis que si je dois prendre

un légume, c'est quelqu'un d'autre qui va les prendre, les choisir et voilà, est ce que je vais recevoir quelque chose de pourri ? Non ce n'est pas mon truc.

J: Si d'une certaine façon, on arrive à régler les problèmes que vous avez mentionné, comme par exemple pour les fruits ou légumes où on vous les montre à votre arrivée, est-ce que cela suffirait pour vous donner envie de commander en ligne ?

M: Peut-être oui.

J: Quel avantage vous aimeriez retrouver dans le Drive ?

M: Déjà dans mon cas, moi qui n'aime pas, ça ne sera pas moi qui fais les courses, c'est un gain de temps. Mais oui...je ne sais pas, C'est plus si on trouve bien tout sur le site. Je ne sais pas, pour les cornichons, on a peut-être mis que les petits et pas toute la variété, c'est juste ça, aussi me dire si toute la gamme y est. Si tout le répertoire du magasin y est, peut-être que oui, je le ferai.

J: Si pour votre première commande, tout se passe que vous le souhaitez, est ce que cela suffirait pour outrepasser ces barrières de craintes ?

M: Oui.

J: Est-ce que ce que vous ne seriez pas contre le fait de tenter l'expérience ?

M: Oui.

J: Est-ce que vous avez déjà commandé autre que chose que de l'alimentaire sur internet ?

M: Oui, aussi bien des livres, DVD, des vêtements.

J: Sur quels sites ?

M: Amazon, plus Amazon. Ou groupons aussi. Quand j'ai quelque chose à regarder je vais sur Amazon.

J: Vous commandez souvent ? Quelle fréquence ?

M: Peut-être une fois par deux mois.

J: Avez-vous déjà commandé des produits alimentaires ?

M: Alimentaires non.

J: Jamais essayé, pas intéressé ?

M: Non ça ne me vient pas à l'idée de commander de l'alimentaire.

J: Que pensez-vous du développement de l'e-commerce en Belgique ou autour de votre entourage ?

M: Oui je connais des gens qui le font et qui sont super content oui.

J: Pas seulement la partie alimentaire, aussi par Amazon ?

M: Oui, parfois on peut tomber sur une mauvaise expérience, mais ce n'est pas ça qui va me freiner de me dire que je commande sur internet.

J: Pour quelle raison est-ce que vous commandez sur internet ? Par rapport à aller les acheter...

M: Par rapport à aller les acheter, c'est la facilité, de ne pas descendre en ville, faire des km, trouver des places. Il y a des articles qu'on ne trouve pas partout. C'est plus par facilité.

J: On va passer au dernier thème, j'ai 2 petites vidéos à vous montrer, je vous les passe et vous me dites ce que vous en pensez, simplement. Qu'en avez-vous pensé ?

M: Ça me fait penser au Red Market, je ne sais pas si vous avez déjà été ?

J: Non je n'en ai jamais eu l'occasion.

M: C'est dans ce sens où l'on scan nous-mêmes ses courses. Après il y a encore ce passage en caisses qui ici va beaucoup plus vite. C'est vrai que c'est sympa, on prend et voilà.

J: Est-ce que cela vous plairait de tenter l'expérience si ça arrivait en Belgique ?

M: Oui

J: Si Amazon arrive en Belgique avec ce genre de magasin, est ce que ça serait votre enseigne préféré ?

M: Ça va dépendre forcément des prix et ce qu'il s'en suit. Mais c'est vrai qu'il y a un gain de temps. Oui ça peut être sympa. Après ça rejoint...hormis qu'il fallait passer à la caisse et qu'il y avait un check...le Red Market. Après il y a un côté sympa, le personnel peut s'occuper plus à remettre en rayon plutôt que d'avoir 3-4 personnes en caisse. Après ils avaient dit que les prix allaient être moins chers parce qu'il y avait moins de personnel, chose qui n'était pas très vrai, ça restait un Delhaize. Après j'aime bien cette idée de rapidité et qu'on voit directement son compte. Le fait qu'on scan le produit on voit le prix. On peut regarder son Gsm le montant. C'était ça qui était sympa au Red Market. Lorsqu'on fait les courses comme ça on gère moins et quelque fois on se dit "pilou, on va en avoir pour combien ?". Tandis que là on voit directement, ça peut influencer tant dans le positif que dans le négatif.

J: Vous, la partie gestion du budget vous intéresse vraiment ?

M: Oui, ça je trouve sympa. On voit à combien on en est. J'aime bien cette idée, c'est ça qui m'influence sur à quoi je dois m'en tenir.

J: Est-ce que vous ne pensez pas à essayer l'e-commerce pour obtenir le contrôle de votre budget ?

M: Oui mais le fait...oui on le voit, mais là on peut encore choisir...oui....c'est peut-être le toucher, le fait de le voir. Comme vous l'avez dit tantôt, je ne sais pas.

J: Je vais vous passer la 2ème vidéo. Qu'en pensez-vous ?

M: C'est pas mal c'est pas mal. Mais allez, on est plus dans du concret. Forcément, si je le ferai une fois, ça serait sympa. Le seul truc, aussi bien que ça et le Collect&Go, on se dit forcément il y a des frais. Maintenant il faudrait voir combien ça coûte. Dans mon cas peut-être que c'est intéressant parce que je viens de la campagne et ça dépend du prix qu'il demande au lieu de se taper au moins 25 km pour aller faire ses courses. Si ce n'est pas trop cher, pourquoi pas parce que ça me fait tout aussi bien économiser l'essence que l'usure de la voiture. Maintenant je sais qu'il y aurait toujours les petites courses à faire, mais ça peut être pour les grosses courses.

J: Est-ce que les frais de préparation vous bloquent ?

M: Ça dépend combien ça coûterait. On a quand même du temps à se consacrer pour le faire soi-même. Après il y a les avantages comme on ne doit plus penser à ça, j'aurai d'autres temps pour les loisirs. Ici ça influence déjà à avoir cet appareil.

J: Maintenant il y a même en application cet appareil.

M: Oui si j'y touche, j'y prendrais peut-être goût.

J: Ça vous intéresserait d'essayer ?

M: Si on me le propose, oui.

J: Il n'y a pas quelque chose qui vous ferai refuser d'essayer ?

M: Maintenant ça dépendrait du prix. Après quand on voit ça, c'est le côté un peu technologie qui...pourquoi pas, si on a cet outil qui permet de scanner, sans aller sur internet pour avoir 500 pages pour trouver le produit. Après c'est toujours le coût. Je me dis forcément il faut payer que quelque le fait, l'apporte...C'est logique.

J: S'il y avait des méthodes pour enlever ces frais, par exemple en dépassant un certain montant de panier, est-ce que vous essayerai d'atteindre ce montant pour éviter les frais ?

M: Ça va m'influencer à penser autrement.

J: Est-ce que cette façon de devoir penser autrement vous dérangerait ?

M: Non ça ne me dérange pas. Je vais prendre un exemple bête. Pour Amazon, quelques fois il pourrait manquer 5 euros. Je me dis quel événement va bientôt venir, qu'est-ce que je pourrais prendre pour...oui, ça pourrait m'influencer.

J: Une autre méthode serait par exemple d'acheter certains produits fournis par des sponsors pour avoir les frais gratuits, est-ce que vous seriez intéressé par cette méthode ?

M: Oui

J: Ça ne vous dérangerait pas ?

M: Non, ça dépend, si Coca dit que le Fanta...ça dépend quoi, de l'utilité, pas forcément prendre autre chose.

J: À part la partie coût, est-ce que vous pouvez donner votre avis sur la partie digitalisation où l'on voit de moins en moins le personnel ? Est-ce pour vous embêter ou pas si dérangerant que ça ?

M: Oui ça m'embête quand même. Il y a du personnel en moins, du travail en moins, ça m'influence.

J: La partie éthique surtout ?

M: Oui, je vois bien au départ, quand Red Market avait annoncé le fait qu'il y aurait moins de personnel à la caisse, et qui justement pourrait être plus dans les rayons et tout...oui je me dis que ce genre de magasin comme Amazon Go, il y a du personnel pour remettre dans les rayons mais ça va quand même tuer l'emploi. Ça ne m'aime pas trop.

J: Par rapport à la partie personnel, est-ce précieux pour vous d'avoir des contacts avec ?

M: Oui bien sûr, ce que j'apprécie chez Intermarché surtout, c'est le contact avec le personnel. En général on connaît tout le monde, presque, au boucher on peut lui demander un petit truc, à la caisse, à l'accueil, oui le contact avec les gens...Après ce n'est pas que je vais la pour discuter forcément, mais voilà le côté agréable...

J: Ça fait partie de votre expérience dans le magasin ?

M: Oui voilà, je trouve que...c'est vrai que comme je connaissais l'ancien boss de l'Intermarché de Rhine, tout le personnel, je vois bien qu'il est pareil avec tous les gens, il y en a qui viennent nous faire la bise, il y a des gens qui papotent 10min un quart d'heure, ce contact là est encore sympa parce que ça reste le côté humain. Oui je trouve que ça a de l'importance.

J: S'il y avait une caisse en plus de ce type qu'on a vu, est ce que ça vous intéresserait à l'Intermarché ?

M: Pas spécialement, non. Non.

J: Pour les mêmes raisons ? Contacts humain ?

M: Oui, on n'est pas des numéros, ça serait peut-être un peu con de passer à côté, ça fait plus ignorer une personne. C'est comme Décathlon qui a fait ça aussi, qui a de plus en plus de caisse. Après là on ne connaît pas le personnel. Ça devient aussi plus froid. Même dans les autres grandes surfaces c'est moins agréable, alors que là ils connaissent tous leurs clients. Le ca a un côté plus accueillant, plus agréable d'avoir quelqu'un qui sourit et qui dit bonjour.

J: Si on ajoutera cette caisse supplémentaire quand même, est ce que ça vous donnerai moins envie d'aller à l'Intermarché.

M: Non ça ne changera rien. Ça peut peut-être arranger certaines personnes.

J: Ok très bien, merci pour le temps que vous avez consacré à cette interview.

M: J'espère que ça vous a aidé.

J: Oui vraiment beaucoup.

M: Ca va alors. A une prochaine fois peut-être.

J: Oui au revoir.

1.3. Drive Non-Intermarché

1.3.1. Consommateur 7

M. I. et M. T. / Couple / 29ans et 29ans

Mi : On achète tout en ligne, on rentre plus jamais dans un magasin.

L : C'est vrai ?

Mt : Hors mis pour les soirées.

Mi : Non mes des petits trucs quoi, genre là on vient d'aller chez des traiteurs acheter un petit plat mais sinon moi je commande sur... enfin je vais répondre à tes questions.

L : Oui, enfin, comme vous voulez

Mi : oui donc sur Wink, maintenant on va même essayer un tout nouveau truc, on reçoit notre nouvelle box demain : « Hello fresh ».

L : Ça se passe comment « Hello fresh » ?

Mi : Hello fresh c'est génial, on n'a pas encore essayé mais on a commandé 6 repas. Et on vient t'apporter une box avec les 6 repas à l'intérieur, avec tout pour faire 6 recettes. Donc tu as tip top ce qu'il faut pour faire ta journée pour le nombre de personnes. Et c'est maximum une demi-heure pour la préparation. Ce sont des trucs supers bons, c'est genre...

L : C'est juste les ingrédients qu'on vous donne ?

Mi : dans une boîte quoi.

Mt : C'est comme si quelqu'un faisait les courses pour nous avec la recette avec.

Mi : J'ai découvert ça au bureau, les gens font ça et je me suis dit « trop cool » parce que moi en fait quand je fais les courses je sais jamais quoi acheter. Et donc là je me suis dit : On pense surtout pour la recette. Bon il y a des recettes qui sont meilleurs que d'autres. Genre cette semaine il y a salade de quinoa feta, petite écrevisse et tout. Mais à côté de ça il y a un stoomp chou de Bruxelles, grosse saussaie de campagne. Mais bon, au moins c'est varié. Et ça... enfin, on verra. Hello fresh, c'est génial.

L : est-ce que vous pouvez parler un peu de vous d'abord, me raconter un peu qui vous êtes, quel est votre métier ?

Mt : Moi je suis.... Je m'appelle Mathieu, J'ai 29 ans et je suis ingénieur civil en construction, stabilité. Donc c'est tout ce qui est de calculer les dimensions des structures pour les bâtiments principalement. Je suis marié avec Marie depuis un peu plus d'un an et on a un petit garçon depuis 4 mois et demi.

Mi : Moi je suis avocate depuis presque 6 ans et je suis marié avec Mathieu *rires*.

L : Pouvez-vous me raconter la dernière fois que vous avez faits vos courses ?

Mi : Dans un magasin ou en ligne ?

L : En général, ce que vous préférez.

Mt : Donc c'était Wink, il y a deux jours. Marie a fait les courses en ligne. Et le site est assez bien fait car il classe tout par prix et par promotions. Et du coup on choisit ce qu'on veut et puis après...le lendemain ? 24H plus tard.

Mi : Non, dans l'heure ! Ils s'engagent à préparer tes courses une heure après la fin de ta commande.

Mt : Nous on y avait été le lendemain du coup.

Mi : On a été le lendemain mais on a déjà commandé le samedi matin pour un samedi après-midi. Et c'est génial parce que c'est intuitif. Donc à la place de chercher dans des rayons de la levure, ce que tu ne trouves jamais. Tu tape levure, et paf on te propose toutes les levures qu'il y a. Classées par prix, date de péremption... Enfin il y a de tout, C'est vraiment génial de chez génial. Enfin moi j'adore.

L : Quand vous avez commandés vous allez chercher quelque part où ça se passe comment ?

Mt : Il y a une option pour qu'ils livrent mais qui est quand même assez payante. Mais ou sinon, ça ressemble à une pompe à essence. Il y a des bornes et on y pointe la carte et puis ils viennent tout déposer dans le coffre.

L : Et c'est où ?

Mt : C'est à Zaventem, près de l'Ikea. Vous voyez où c'est ?

L : Ah oui mais pas exactement celui-là.

Mi : Ah mais c'est comme une pompe à essence, ce qui est génial c'est que tu ne dois même pas sortir de ta voiture.

L : Est-ce que c'est affilié à quelque chose ?

Mt : Oui au groupe Delhaize, mais c'est bizarre parce que les marques, c'est Louis Delhaize mais c'est toutes les marques Cora.

L : Oui c'est parce que c'est le groupe Cora qui tend le groupe Delhaize.

Mi : Et c'est génial, on adore.

Mt : En plus ça nous paraît moins chère qu'un supermarché.

Mi : Oui ça a l'air moins chère que tous les supermarchés.

L : D'ailleurs comment avez-vous eu connaissance de Wink ? Est-ce que vous vous en souvenez ?

Mi : Quand j'ai accouché, j'ai reçu une boîte à la maternité : « débarrassez-vous des courses, faites appel à Wink, le supermarché en ligne ». Et vu que j'avais eu une césarienne et que je pouvais plus faire de courses et rien porter. Je me suis dit, bah trop bien, je vais aller faire ces courses. Et j'avais déjà vu en fait à côté d'Ikea ce truc, Wink. Et je m'étais déjà demandé c'est quoi ce truc ? Et donc j'ai fait, j'avais reçu un bon d'achat pour courses de -10 %. Et j'ai fait toutes mes courses là et je me suis rendu compte que 1 : ce n'était pas chère, 2 c'était super pratique parce que c'était près de chez nous. Quand il n'y a pas de trafic ça nous met 10 minutes/ un quart d'heure pour y aller et pour revenir et on ne passe pas une heure et demi, deux heures dans les magasins pour rien.

L : Et les magasins, du coup, vous y allez encore ?

Mt : Oui de temps en temps parce qu'il y a un Delhaize juste ici à 200 mètres. Et genre quand

il nous manque un truc on va acheter. Mais On va plus faire des courses ou des grosses courses. C'est juste quand il nous manque un petit truc, ou qu'on veut garder le bébé ce soir et qu'on a juste rien dans le frigo on a envie d'aller juste acheter vite un petit pas pré-préparé.

Mi : On est anti-magasins nous. C'est vraiment trop pratique.

Mt : Mais déjà avant de connaître Wink, on ne faisait jamais des courses d'une semaine. Je rentrais du boulot, il y avait le Delhaize à côté des maisons. J'allais juste faire deux/ trois truc pour le soir. Et en fait j'allais quasiment faire les courses tous les jours. Ce n'est pas très efficace mais l'idée de faire de la liste, c'est juste. Alors là je faisais vite, j'achetais juste ce dont j'avais besoin et hop.

L : Donc juste ce genre de courses là, tu faisais des listes parce qu'il y avait beaucoup à acheter ?

Mt : Non, justement, je n'achetais que pour un jour, j'achetais juste pour le soir.

L : et vous faisiez jamais de grandes courses ?

Mi : Maintenant on le fait.

Mt : Avec Wink on fait ça. Mais avant on allait au magasin je faisais que des petites courses.

Mi : Parce qu'on devenait fou dans ces magasins.

Mt : je précaire aller tous les jours un tout petit peux, c'est bête de penser ça mais c'est plus agréable que une fois une heure, ça me rendais fous quoi. Alors que 5 minutes, ça vas tellement vite qu'on n'a pas le temps d'être énervé dans le magasin.

L : Dans les magasins avant Wink vous ne faisiez donc que de petites courses

Mt : Oui.

Mi : Oui, enfin on achetait jamais maximum que pour 2 ou 3 jours au grand maximum.

L : et un panier moyen, en prix, c'était plus ou moins combien ?

Mt : Pour 20-25 euros je dirais.

Mi : Oui, 20-25, mais c'est vrai qu'on achetait souvent le soir un repas.

L : Souvent, toutes les soirées ?

Mt : Presque.

Mi : Mais c'est aussi parce qu'on allait très peu a la maison. Et on mangeait très peu aux maisons avant qu'on ait le petit. On mangeait que deux ou trois soirs par semaine à la maison. Du coup on ne faisait jamais les courses à l'avance car on ne savait jamais qu'on soit chez nous. Maintenant qu'on a le petit. J'vais être honnête, on sort beaucoup moins.

Mt : Mais donc du coup maintenant avec Wink on fait maintenant pour une semaine. Et ça nous coute en général dans les 100 euros.

Mi : Oui, 120 à 130 euros.

L : Et donc vous achetez que ce que vous avez prévus d'acheter ? Ou il y a des choses que vous achetez par impulsions ? Avant en faisiez-vous et maintenant en faites-vous encore ?

Mi : Avec Wink beaucoup moins.

Mt : Oui parce qu'on ne passe pas devant, sur le site on ne trouve que ce qu'on cherche, tandis que dans les magasins on voit des choses et ça doit être de la que l'impulsion vient. Tandis que sur Wink pas. Mais dans les magasins moi pas mais marie peut-être.

Mi : Oh oui, tout le temps. Parfois je me disais : « je vais vite aller acheter une quiche » et puis oh, je voyais qu'il y avait genre un petit poisson en promotion, j'achetais le petit poisson en promotion et des trucs du genre alors qu'on en avait même pas besoin. Et que des fois ça pourrissait

L : Et comment vous achetez sur Wink ? Vous commandez combien de temps à l'avance plus ou moins ?

Mi : Souvent le jour même ou la veille. Mais c'est près dans l'heure. Don si on commande à 10 heures, le temps de finir la commande et tout. Disons que c'est fait à 13h. C'est vraiment super rapide.

Mt : Et c'est vraiment que ça.

Mi : Oui ils n'ont pas de vrais magasins dans lesquels les gens peuvent rentrer.

L : Et vous commandez par quel moyen ? Genre par pc uniquement ou bien vous passez par le Smartphone, tablette ou vous changez entre les deux ?

Mi : Moi je change tout le temps.

Mt : Tu faisais sur Smartphone ?

Mi : Je faisais sur mon Smartphone. Mais c'est juste quand mon ordinateur ou mon chargeur était cassé j'utilisais l'pad. Alors que maintenant, c'est soit mon ordi soit ton [Mt] soit l'pad. Ça dépend. Mais on parle que des courses, parce qu'ou sinon, sur mon Smartphone j'achète tout ! Des livres sur Amazon, des trucs pour le petit, des biberons, des tines, tout.

L : Surtout sur des magazines de revente comme ambon et eBay ou bien aussi sur le site de la marque ?

Mi : Moi c'est principalement sur Amazon. J'achète tout sur Amazon, j'ai encore reçus aujourd'hui 3 livraisons. Et un autre super avantage, c'est que c'est moins cher. Les ci et les quoi du petit, j'achète tous sur Amazon et c'est moitié prix par apport aux grandes surfaces.

L : Grâce aux promos ou c'est de base moitié prix ?

Mi : Je ne sais pas c'est peut-être une produit français comme le chat qui vend moins chère.

L : Pour revenir aux courses sur Wink, est ce que vous vous concertez avant ? J'imagine que oui ?

Mi : Moi oui.

Mt : Oui elle me demande parfois si il y a quelque chose que j'ai envie qu'elle achète « t'as besson de quelque chose » et donc je dis parfois oui pour des choses comme le sandwich à midi je dis que j'ai envie de jambon ou de pâté mais ou sinon pas plus que j'jusqu'à ce qu'elle me demande si j'ai envie de trucs en particulier.

L : Est-ce que ça c'est bien passé la première fois que vous avez eu vos courses ? Ça vous a surpris ? Ça correspondait à votre attente ?

Mi : Sur internet ?

Mt : Oui on était même surpris.

Mi : On était tous fou.

Mt : On était content et on trouvait ça facile, on s'attendait pas à ce que le service soit si

bien. On ne s'attendait pas à ne même pas devoir bouger de la voiture.

Mi: Et en plus on a toujours une petite surprise.

Mt : Avant on allait chez collecte and go avant de connaître Wink. Et du coup c'est un peu moins facile parce qu'il faut se garer, aller dans l'espèce de salle, attendre, on reçoit tous sur un plateau et il faut tous remettre dans sa voiture. Tandis que chez Wink, hop on se gare et on ne doit même pas sortir de sa voiture et c'est fait en 3 minutes du coup on était positivement surpris et on recevait tout dans des sacs et chez Kereit on reçoit tout dans des bacs et 3/4 banques ça fait déjà 15 euros rien que pour ça.

Mi : Oui et on a encore quelques bacs qui nous ont coûtés.

L : Et chez Wink vous ne devez pas payer quelque chose en plus ?

Mt : On reçoit dans des sacs et c'est gratuit.

Mi : Et le premier mois c'est -10% sur toutes les courses. Et à chaque fois qu'on achète des produits qui vont être périmés. (Parce qu'en fait c'est ça qui est génial). Et donc je commence en allant voir ce qui est en promotion, quels sont les produits qui sont bientôt à expiration vus que je me fais toujours les courses pour une semaine. Je commence à faire mes courses là et alors je gagne des Wink et avec ces Wink je rachète des courses.

Mt : Ce qui fait qu'avec ces Wink on a chaque fois 10% de réduction sur chaque course.

Mi : Oui la dernière fois on a acheté pour 120 euros et on a eu 20 euros de réduction. Ce qui est génial.

L : Et vous n'utilisez plus que Wink du coup ?

Mi : Maintenant on va essayer une alternative supplémentaire qui est hello fresh.

Mt : A mon avis à thermes on va combiner les deux, on aura hello fresh pour tous les repas de chaque soir et Wink sera pour l'eau/les produits ménagés/ de toilette.

L : Et du coup vous n'allez plus en magasin pour ceux-là ?

Mi : C'est une corvée en moins, c'est génial. On est vraiment le couple parfaits, on fait tous sur internet.

Mt : Donc non on va plus au magasin appart pour (comme je l'ai dit précédemment) quand on a plus de fromage pour les spaghettis je vais vite aller en acheter mais on va plus faire de vraies courses.

L : Et donc, c'était surtout quoi qui vous déplaissait dans Collect&Go ?

Mt : Surtout les bacs à payer, le fait que ça soit pas si rapide que ça, et pas si bon marché que ça au final. Et surtout qu'on a découvert Wink et on s'est rendu compte que c'était moins chère et plus pratique. Sinon on aurait continué chez eux.

Mi : Et c'est aussi plus intuitif car le site de Wink est mieux que le site de Kereit. Je pouvais parfois passer des heures à trouver un produit alors que chez Wink tu tapes le nom : « courgette » et t'as toutes les sortes de courgettes et les prix différents. Alors que chez kereit, le site est mal fait. Et donc maintenant je gagne vraiment un temps fou. Je fais mes courses en une demi-heure pour toute la semaine on va les chercher et c'est terminé. Quand on était sur Louvain c'était chouette, mais maintenant qu'on rentre du boulot, on n'a pas envie d'aller au supermarché après 4 ou 6 heures ensemble parce que l'autre est crevé et les i.e. on n'a pas envie d'aller se foutre dans un supermarché.

Mt : Je pense surtout que c'est un produit intéressant pour les familles.

Mi : Je pense aussi parce que même quand on vivait à deux, on n'aurait pas fait nos courses ensemble parce qu'on était très peu à la maison, c'était au jour le jour quoi. Parfois je rentrais du boulot à 8h et demi. Lui m'attendais y avait rien dans le frigo, paf on allait au resto.

L : Et le site internet, il y a quoi dessus ? Que les produits en vente ou bien le site est plus complet que ça ? Enfin, à quoi ressemble le site ?

Mi : C'est vraiment intuitif, c'est classé par promotion, par thème produit laitier, viande, poissons mais c'est surtout que je me dis à l'avance ce que je veux préparer cette semaine ? Un spaghetti bol, un quai, une ci une ça ? Et du coup je pense à mes plat et je tape oignon, Hop on m'affiche l'union. Je clique dessus, et c'est dans mon panier. Si je tape eau, l'eau est dans mon panier. Et donc tout est intuitif, au moment où je pense à mon plat, je tape ce qu'il me faut et hop c'est bon. Je prends tout.

L : Il vous donne des propositions ?

Mi : Non.

L : Donc c'est vous qui choisissez ?

Mi : Oui c'est vrai qu'il ne propose pas de recette ni rien.

Mt : Est-ce qu'on aurait besoin de ça ?

Mi : Moi pas mais c'est vrai qu'il y a des gens qui auraient besoin de ça. Ce ne serait pas con. Mais c'est peut-être ça qui nous manque et c'est pour ça que maintenant on fait appelle a Hello fresh.

L : Ou alors il y a un système d'historique ou il sait ce que les gens qui ont acheté un produit on achetés d'autre ?

Mi : Ça c'est chez collecte and go, qui sait ce qu'on avait commandé les fois passé. Chez Wink j'ai l'impression que les recherches intuitives il met toujours en premier celui que je prends d'habitude. Et je pense que je peux à chaque fois retrouver mes courses avec des essentiels.

L : Et ça vous suffit comme ça ou vous pensez que le site serait améliorable ?

Mi : Moi je suis super contente.

Mt : Moi aussi, enfin, moi c'est surtout marie qui vas sur ces sites.

Mi : Il faudrait même ne parler aux gens ! Ils ne savent même pas qu'il y a -10% le premier mois d'abonnement. Et tous les mois je rassois des prospectus. Par exemple pour Noël j'avais un code Christmas et toutes mes courses étaient à -10% sur ce mois si.

L : Vous recevez les prospectus parce que vous achetez déjà en ligne je suppose ?

Mi : Oui, seulement après la première commande. Je reçois les prospectus et on a chacun une carte qui est comme une carte de banque quoi. Et quand on arrive à la borne, on scan, ils savent qu'on est là et on vient remplir notre coffre. Et ce qui est aussi agréable c'est qu'on reçoit toujours un petit cadeau. Ce qui est vraiment cool, en plus de me tout dans votre coffre. La première fois j'étais allé j'jusqu'à l'entrée puis ils m'ont dit de rester dans la voiture. Je leur ai dis que j'allais au moins leur ouvrir et ils m'ont dit « Ah il y a des gens qui ne sortent même pas de leur voiture, c'est nous même qui ouvrons le coffre et le refermons », J'étais là « ha ». Et un jour j'ai eu un produit périmé. Et là où tout le monde dis que c'est horrible parce

que tu ne peux pas choisir tes fruits et légumes alors qu'ils aiment bien les voir. Et donc j'ai eu un melon périmé, et sans chichi, ils me l'ont directement remboursé. C'est génial.

L : Le remboursement c'est fait de quelle façon ?

Mi : Sur Wink, en point.

Mt : Donc ce n'est pas de l'argent directement mais dès la prochaine commande on les récupère.

Mi : Je pense que j'aurais pu demander à être remboursé si je passais plus chez eux mais ils m'ont demandé comment je voulais être remboursé et ils m'ont demandé si ils pouvaient mettre ça sur mon compte et du coup j'ai dit oui. Et paf, il m'avait rajouté 4e90 de mon melon.

Mt : Oui et en plus le melon n'était que pourris sur une moitié donc on quand même pus le manger à moitié.

Mi : Ca il ne faut pas l'écrire *rires*.

L : Et maintenant que vous y êtes attentifs, savez-vous si il y a des campagnes publicitaire pour ceux qui ne connaissent pas ?

Mt : Non pas l'impression.

Mi : Si ! Sur radio contact. Ah non c'est pas une pub, j'ai entendu à la radio sur le jet du matin en disant que Wink avait ouvert un nouveau magasin a la gare d'Dottignies pour que les navetteur puissent faire leur commande quand ils sont dans le train et vus que c'est près dans l'heure ils peuvent se dire que si il n'y a rien chez eux. En rentrant en train ils passent par la gare d'Dottignies et donc ils peuvent commander pour quand le train arrive.

Mt : Mais du coup j'ai jamais vus de vrai pub de ce truc.

Mi : Effectivement à la radio je n'entends pas de pub. Mais j'ai eu la pub dans mon coffret de la maternité. Ça oui, c'est la seul pub.

L : Et c'est quoi le coffret de maternité en fait ?

Mi : Quand on accouche, on reçoit une espèce de petite boite qui est en fait une boite à promotions où tu reçois une tette, un biberon et une bavette.

L : De qui ?

Mi : De la maternité, de l'hôpital où on accouche. Et dans cette boite il y avait un bon. « Déchargé vous de la corvée des courses », faites vos courses chez Wink. Et donc -10% le premier moi plus un cadeau, une boite a tartine, une gourde, le tout gratos. Mais est ce qu'on faisait déjà collecte and go avant que j'accouche ?

Mt : Nan, en fait on a fait ça que deux fois collecte and go et puis on a essayé Wink.

Mi : En fait je sais plus pourquoi on a essayé Wink. J'ai l'impression que c'est parce que j'avais eu le bon. Je connaissais de nom que collecte and go. Et là on a été direct charmé. Si mon frère t'as dit qu'on fait nos courses en ligne c'est parce qu'on a dit qu'on faisait ça a tout le monde et qu'on trouve ça génial quoi. Toute notre famille et nos amis, on leur dit : allez chez Wink, c'est trop génial.

L : Et ils y vont aussi du coup ?

Mi : Non

Mt : Non, Olivia par exemple avait l'aire tentée mais je suis sûre qu'elle l'a pas fait.

Mi : Nan, elle l'as pas fait.

L : Et vous pensez que l'e-commerce deviendras quoi dans le futur en Belgique ?

Mi : Moi j'adore.

Mt : Je pense qu'il y a beaucoup de gens qui sont contre. Du fait que ce n'est pas local et que donc ça tue les petits commerçants.

Mi : Oui mais à la limite depuis qu'on va chez Wink on aide les petits commerçant car on fait le gros chez eux, mais le petit bazar on va à l'allée du coin. On évite juste les grandes surfaces. Quand tu achètes sur Amazon, tu ferais mieux d'acheter chez le libraire du coin.

Mt : Oui mais par exemple Amazon, ce serait mieux d'aller acheter chez le libraire du coin.

Mi : Oui c'est vrai, j'achète tous sur Amazon, tout de chez tout.

Mt : Alors qu'en Belgique, quand tu dis que t'achète sur Amazon, beaucoup de gens disent que ce n'est pas génial.

L : Du coup au niveau des campagnes, est ce que vous en avez par internet, ou sur le site ? Ou newsletter, ou des choses sur Wink ?

Mi : Non.

Mt : Non il n'y a pas de pubs.

Mi : C'est bizarre hein ? Moi je reçois un mail toute les semaines de Wink pour me dire si vous faite cette course cette semaine vous gagnez un truc pour.... Par exemple aujourd'hui j'ai reçus un mail de Wink si cette semaine j'achète pour minimum 40 euros sur Wink, je reçois une bouteille de cava.

Mt : C'est dingue ça quand même.

Mi : Oui mais on a déjà commandé samedi, je vais plus commander maintenant.

L : Et ça vous intéresse ces cadeau, vous sautés dessus ?

Mt : Oui, elle saute dessus.

Mi : Non, ça dépend.

Mt : Un -10% c'est toujours oui.

Mi : Ah oui, par exemple cette semaine c'était moins 15 pourcent sur toutes les boissons non alcoolisé. J'ai acheté pour 400 bouteilles d'eau.

Mt : Notre cave est remplie de bouteilles d'eau. De tout de façon on achète de l'eau tout le temps. Comme ça elle est là et ça ne périmé pas.

Mi : On boit plus ou moins 2 bouteilles d'eau par jours. J'ai un peu exagéré, en comptant j'ai acheté.... 120 bouteilles d'eau. 10 paquets de chaque. Et y a 6 bouteilles dans chaque. Et c'est génial parce qu'avant.

Mt : oui avant tu devais transporter tes bouteilles d'eau, là le coffre était remplis j'ai rien du porter. J'ai juste dus le mettre dans le garage.

Mi : oui c'est génial

L : et d'autres campagnes vous ont plus marquées ?

Mi : le liquide lave-glace ! J'ai bien aimé aussi. Ils font toujours un rapport avec la saison. D'abord un liquide lave-glace qui ne gèle pas, puis de quoi gratter. Puis des bonbons pour l'halloween. En fait j'adore.

Mt : Marie est hyper sensible au marketing et aux cadeaux.

Mi : Si je fais des courses cette semaine c'est la bouteille de cava et j'avoue que je suis tenté de faire une petite commande chez Wink rien que pour avoir la bouteille de cava. Mais bon, pour l'instant on n'a rien besoin. Et puis quand on va avoir hello fresh. On n'aura pas besoin de grand-chose. Et ça va être le nouvel an donc.

L : Est ce qu'il y a des promotions qui vous donnent plus envie d'acheter que d'autres ?

Mi : Moi c'est surtout les pourcentages.

Mt : Ou le produit, par exemple une bouteille de cava ça me donne envie.

Mi : Et les cadeaux.

L : Peu importe que ce soit, c'est sur l'envie du moment ?

Mi : Oui. A fond. Mais surtout la promotion, j'adore faire les courses et me dire que j'ai eu moins 10% sur mon addition. Ça me semble déjà pas hyper chère Wink et en plus de ça si c'est -10% et qu'on me demande pas de pousser mon chariot pendant une heure. Je me sens bien après avoir fait mes courses chez Wink.

L : Et ils ont une sorte de carte fidélité ?

Mi : Ils ont une carte client qui n'est pas distincte de la carte fidélité. Tous se passent en ligne mais on gagne des points qui valent de l'argent.

Mt : Oui mais c'est en fonction de ce que t'achète et pas du fait que tu achètes. Si on achète un produit en particulier qui périment on gagne des points mais ce n'est pas parce qu'on achète pour 1000 euros qu'on gagne des points.

Mi : En fonction des produits qu'on achète on gagne des points et ces points ça vaut de l'argent qui valent pour la prochaine commande, en gros.

Mt : Moi ce que je trouve dommage, c'est qu'on ne peut pas utiliser les chèques repas. Mais je sais que ça va changer.

Mi : Si chez collecte and go tu peux.

Mt : Oui parce que tu payes sur place.

Mi : Et c'est vrai qu'avant tu ne pouvais pas.

Mt : Et du coup maintenant j'accumule mes chèques et je dois parfois trouver un moyen de les dépenser. Mais j'ai entendu que ça allait changer.

L : Pour le point de retrait, vous le choisissez comment ?

Mt : Mais il n'y en a pas beaucoup en Belgique, il y en a un autre à Bruxelles ?

Mi : Je sais qu'il y en a un à Anderlecht, près de la gare du midi. Et celui à Zaventem.

L : Donc le plus proche ?

Mt : Ils ne sont pas si près. Mais j'avoue que seuls ceux sur bal peuvent aller chez Wink car Zaventem ce n'est pas près de chez tout le monde. Nous on est près, mais ça pourrait encore être plus près. Après il y a aussi les livraisons, mais ça coûte.

L : Oui, c'est cher. Et à Zaventem, vous y aller quand exactement ?

Mt : Souvent après le boulot, Marie a fait les courses le matin et moi j'y vais en rentrant du bureau. Je passe par Zaventem

L : Et c'est des courses que vous avez déjà prévus du jour précédent.

Mt : En général Marie les a fait la veille le soir et moi je vais chercher le lendemain soir.

L : Donc c'est celui qui est sur la route.

Mi : C'est celui où il y a pas de détour quoi, il est proche de chez nous.

Mt : C'est parce qu'il n'y a que celui-là, il n'y a pas le choix. Ce n'est pas une question de préférence.

Mi : Mais avant quand tu passais par collecte and go tu prenais sur le chemin de ton retour par facilité.

Mt : Oui chez collecte and go, ce n'est pas le plus proche de chez nous mais c'est parce que c'est pile sur le chemin entre mon bureau et les maisons.

L : Et chaque fois en revenant du travail.

Mt : Pas toujours mais le plus souvent.

L : Du coup pour Wink. Est-ce que vous pensez Qu'il y a des changements qu'il pourrait faire dessus pour améliorer votre expérience ?

Mi : Qu'ils livrent aux maisons gratos !

Mt : J'avoue que ce serait super. Parce quand il y a du trafic, c'est vraiment. J'ai une fois mis près d'une heure et demie pour Wink.

Mi : Ce qui est bien aussi chez Hello fresh c'est que tu peux choisir l'heure de livraisons. Donc moi j'ai choisis pour demain entre 17h30 et 19h 30 et j'ai reçu un mss aujourd'hui en disant : vous serez livrez à 18h40 et c'est génial parce que le problème de la livraison en ligne c'est qu'ils peuvent passer à n'importe quel moment de la journée. Et là avec hello fresh, c'est génial, t'as le timing. Et j'ai demandé qu'ils déposent sur le perron d'entrée comme ça si on n'est pas là on peut quand même regarder.

J: Je vais vous montrer de la vidéo et vous demander ce que vous en pensez.

Mi : J'adore ! Ça existe déjà ?

L : En Amérique, ils ont deux magasins en Californie.

Mi : Purée c'est génial.

Mt : Et ça se passe bien ?

Mi : A mon avis ça va exister bientôt ici.

Mi : Mais un truc qui m'enferme aussi c'est de faire les filles. C'est râlant ces filles.

L : Mais ce serait moins intéressant que les courses en lignes ?

Mi : Moi je préfère Wink parce que ça c'est bien pour genre un petit jus de fruit. Ou un petit truc mais ce n'est pas extraordinaire pour le reste.

L : Mais en général sur votre famille ou les gens à qui vous avez recommandés Wink, vous pensés que c'est intéressant comme première étape avant de passer à Wink par exemple ? Ça les pousserait à se digitaliser ?

Mi : Je ne pense pas, c'est bien mais ce n'est pas complètement fou.

Mt : J'ai l'impression que les gens qui ne connaissent pas Wink trouveraient ça génial mais

comme on connaît Wink, on est déjà une étape plus loin et donc c'est bien mais on peut faire mieux. Le concept est pas mal.

J: Voici la deuxième vidéo.

Mt : Ah j'avoue, ça c'est encore une étape plus loin.

Mi : J'avoue que c'est pas mal, ça combiné à Wink. Et c'est encore mieux car ça livre.

Mt : Après c'est peut-être payant, on n'a pas encore de détail dessus.

L : C'était il y a quelques années, ils ont déjà transformé le petit micro en Smartphone.

Mi : Ça existe en Belgique ?

L : Non c'est seulement en Amérique. Et ils testent encore dans certaines régions mais pas encore de nouvelles.

Mt : Oui mais on en aurait pas besoin vu que nous c'est des plats.

Mi : Oui mais les trucs comme le linge ou les sacs poubelles, ça nous serait utile. Mais on oublierait à chaque fois ou on perdrait les petits micros.

L : Oui sauf si c'est sur Smartphone. Si Wink utilisait ça, ça vous intéresserait ?

Mt : Oui ça nous intéresserait, pourquoi pas.

Mi : J'avoue qu'intuitivement, quand il y a quelque chose dont on a vraiment besoin, je l'écris dans mon iPhone moi.

Mt : Donc autant avoir ça ?

Mi : Oui c'est pas mal, après je pense qu'on est la première génération à trouver ça gai parce que nous nos potes on voit qu'ils peuvent encore être intéressés alors que nos parents n'imaginent pas faire leur courses en ligne. Toucher ça viande, ses légumes, c'est important. Après moi je ne suis pas difficile, une saucisse c'est une saucisse.

L : Du coup la première solution c'est une bonne solution pour eux ?

Mi : Oui, oui, je crois que ça dépend vraiment des personnes.

L : Je ne vois pas quels seraient les défauts de Wink ?

Mi : Qu'ils livrent à la maison

Mt : Oui et qu'ils ouvrent plus de points de dépôt car Zaventem c'est près mais pas si près quand même. Et quand il y a pas de circulation 1/4 d'heure c'est vite fait mais quand il fait deux...

J: Ok. Du coup c'est fini, merci à vous deux pour l'accueil.

1.3.2. Consommateur 8

A. G. / Homme / 25ans

J: Est-ce-que tu peux parler un peu de toi d'abord, qui tu es, ce que tu fais ?

A: Athanasios, 25 ans, je travaille en tant qu'analyste fonctionnel pour Collect&Go au Colruyt. Je travaille depuis sept mois au Colruyt, et je fais de l'analyse de tout ce qui est système informatique pour l-e-commerce. L'e-Commerce full, donc c'est l'e-commerce Collect&Go qui est pour des produits en général de nourriture ou de supermarché. On ne parle pas ici de meuble ou de genre de choses-là. J'avais un background plus ou moins IT et j'ai continué là-dessus pour garder ce profil IT.

J: D'accord. Je vais t'interroger d'abord, il faut savoir que je t'interroge ici en tant que client. En général, est-ce que tu pourrais me raconter la dernière fois que tu as fait tes courses ?

A: Que j'ai fait mes courses... courses même des petites courses on est d'accord ?

J: Oui. Dans l'alimentaire, la dernière fois que tu as fait tes courses ?

A: Hier

J: Ok, et c'était comment ?

A: C'était très ciblé, car quand je vais faire mes courses je sais exactement ce qu'il me faut. Je suis rentré, j'ai acheté ce que je voulais et je suis parti. C'est aussi simple que ça, très rapide.

J: C'était des petites courses c'est ça ?

A: Oui, juste pour le dîner d'hier soir.

J: Ok, tu achètes souvent des petites courses ?

A: Oui car j'aime bien cuisiner des trucs spéciaux, et en général le weekend end on ne sait pas trop ce qu'on va faire et à la dernière minute on se dit « Allez on va faire ça » ou autre chose et voilà.

J: Et tu fais a quelle fréquence ces petites courses ?

A: En général une ou deux par semaine.

J: Et tu fais aussi des grosses courses aussi j'imagine ?

A: Oui, je fais les grosses courses, je ne l'ai pas manuellement, je l'ai fait via Collect&Go.

J: Et ces grosses courses tu les fais combien de fois, par semaine ou par mois ?

A: On fait ça tous les deux semaines.

J: Donc toutes les deux semaines tu as deux grosses courses et quatre petites courses c'est ça ?

A: Oui c'est ça.

J: Est-ce qu'il y a des jours précis ? Par exemple pour les grandes ?

A: Hum, pour les petites en général on ne l'ai fait pas le lundi, ça dépend car on achète pour deux semaines de quantité et parfois ça s'use plus vite que d'autre. En plus, quand on veut manger des trucs en particulier on fait quand même des petites courses. Donc ça peut arriver qu'on ait déjà ce qu'il nous faut. En moyenne je dirais, toutes les deux semaines on fait soit le mercredi soit le samedi en général.

J: Est-ce que tu peux me décrire le panier moyen de tes grosses et petites courses en termes de quantité ou de prix, comme tu préfères.

A: Pour les grosses courses, par deux semaines... hm je dois prendre en compte les réductions car on a des avantages... On est plus ou moins dans les 130-140 euros.

J: Pour deux semaines pour deux personnes c'est ça ?

A: C'est ça.

J: Sans compter les petites courses ?

A: Oui. Pour les petites courses on est beaucoup plus loin on est dans les cinq – trente euros au max. Les petites courses il arrive qu'on les fasse pas du tout tu vois ? C'est comme hier, je voulais acheter une grosse côte de bœuf, et on va acheter des ingrédients en plus pour préparer le truc.

J: C'est surtout pour cuisiner un truc c'est ça ?

A: Oui pour cuisiner un truc.

J: Tu ne fais pas aussi des achats impulsifs ?

A: Non, vu que online choisi vraiment ce que tu prends ça n'arrive pas pour des achats impulsifs.

J: Est-ce que tu utilises une liste ?

A: Oui ! Une liste informatique de mes courses que j'ai faites sur le site de Collect&Go

J: Comment tu ajoutes à ta liste ? Une fois qu'il manque quelque chose tu rajoutes ou comment ça se passe ?

A: J'ai ma liste des courses qu'on fait toutes les deux semaines est quelque chose qu'on achète en général. Donc il y a ça de base. Et j'ai une seconde petite liste avec les trucs que je veux acheter qu'on n'a pas besoin toutes les deux semaines. Et cette liste là on utilise tout ce qu'il y a dedans à un moment donné. Mais celle-là est une liste qui est dans le site même de Collect&Go, et on peut rajouter des trucs dans cette liste, manuellement. Tu trouves un produit et tu le mets dedans. Les petits papiers ou écrit sur le smartphone je ne garde pas trop. Vu que les commandes sont online, je sais que je peux garder ça.

J: Tu ajoutes quand quelque chose à ta liste ? Ou comment ?

A: Quand ça me tente, ou quand je vois qu'on en a plus. J'ai une application sur téléphone Collect&Go, donc pas besoin forcément d'un ordinateur, et avec cette application j'arrive à ajouter rapidement ce que je veux, ce que je dois acheter.

J: Ok, et la taille de la liste ? C'est grand ? Je veux dire à quel point, tu as la partie où tu fais ta liste générale et la partie où tu décides d'acheter, c'est quoi la proportion ?

A: On va dire du 95%.

J: En fait, quand tu commandes il y a un ou deux articles que tu ajoutes en plus et le reste c'est la liste générale ?

A: C'est ça.

J: Et c'est assez précis ? Par exemple quand tu commandes de la viande, tu décides directement le nombre de grammes que tu veux ?

A: Oui. Le truc c'est que la viande ce que nous ont fait en général on l'achète en surgelé en avance et, sinon quelques petits trucs comme du haché ou des lardons. Sinon quand on veut une belle pièce de viande on les achète avec des petites courses. En fait, on s'occupe pas trop de ça, on n'achète pas tellement de viande mais on achète pour les trucs en continu.

J: Ok. A propos des trucs que tu achètes, parce que tu as l'habitude d'acheter cela. Je vais te demander deux trucs. Le premier, est-ce que Collect&Go ne te propose pas une liste déjà préparée ? Ou avec des suggestions ? Ou avec un historique ?

A: Il y a ça oui.

J: Et tu utilises ça ?

A: Non, je trouve ça pas très bien fait. Ce n'est pas mauvais en soit, mais en général c'est une répétition de ce que j'ai déjà acheté, donc j'ai déjà mis dans mes listes si j'en ai besoin ou je m'en rappelle tout simplement si j'en ai besoin.

J: Ok, d'accord. Et la deuxième question c'est s'il y a les promos. Tu les regarde pour choisir tes articles ?

A: Si ça peut arriver.

J: Comme tu disais que tu as déjà fait 95% de ta liste, tu recheck quand même ?

A: Bah disons que les promos tu as celle qui t'évite de payer des frais en préparation. Ces promos sont écrits en bas de la première page. Du coup on achète ça de temps en temps.

J: Du coup tu fais moins attention à la promo genre « oh celle-là c'est moitié prix » ?

A: Non ça beaucoup moins. Naturellement il y aura toujours des promos car on a pris des promos extra. Et dans les 5% on peut voir, s'il y a une mega promo extra « Ok on va le prendre ». Mais ce n'est pas une priorité. C'est intéressant à regarder mais on a déjà ce qu'il nous faut. En général on achète des produits de la marque Maison, il y a pas mal de promo dessus, et il n'y a pas beaucoup de choix. Par exemple du salami, tu en auras pas six différents. Donc s'il n'y a pas de promo voilà. De toute façon il y a qu'un produit salami de la marque Maison de toute façon. Ce n'est pas comme si on allait chercher trop longtemps.

J: Ok d'accord. Un autre type de question. Qu'est ce qui déclenche chez toi l'envie de faire des courses ?

A: Moi mon besoin c'est qu'on arrive plus à manger tout simplement.

J: Ok, genre qu'il y a plus dans le frigo ?

A: Qu'il y a plus, qu'on a consommé tout ce qu'on a acheté. Donc quand on va faire les courses c'est quand on est à la limite.

J: Quand est-ce que tu prévois de faire les courses ?

A: Le jour avant quand je me rends compte qu'il y a rien à manger.

J: Donc le jour où si tu n'aurais pas commandé c'est le jour où tu n'aurais plus à manger c'est ça ?

A: Oui, il faut prévoir car les dimanche c'est trop tard mais voilà.

J: Est-ce que tu fais tes courses dans une contrainte de temps ?

A: Non.

J: Par exemple tu sors tu travailles, dont tu as un certain temps, ou entre une pause de midi, ou avant que le magasin ferme tu te dis « ah j'ai plus beaucoup de temps » et tu y vas. Tu fais des courses comme ça ou à la fin de ta journée ?

A: Non, je n'ai absolument pas de contrainte. En plus, parce que je travaille dans Collect&Go, je connais les temps. Je sais que les temps ne sont pas si important, je ne sais pas si ça serait toujours le cas si je ne travaillais pas au Collect&Go. Je sais que j'aille à temps ou en retard, ça ne change pas grand-chose. Donc non, pas de contrainte de temps.

J: Comment ça se passe au sein de ton ménage ?

A: Bien ah. Tu veux dire au niveau de la consommation ?

J: Oui *rires*, c'est bien que ça se passe bien, j'aurais dû te demander. Mais oui, au niveau de la consommation.

A: On consomme en général. Hm, attend j'ai un petit planning, une façon de fonctionner.

Déjà c'est moi qui cuisine, donc j'ai le contrôle sur ce qu'on achète et ce qu'on va manger.

Deuxièmement, au niveau de la nourriture, on suit un système : le soir on ne mange pas lourd et le midi on mange autant qu'on veut. En semaine, moi je travaille donc je prévois des tartines donc j'ai un achat de charcuterie constant pour mes tartines, ou bien des choses préparées que je prends avec. En général des pâtes.

J: Pourquoi vous avez décidé de manger lourd le midi et pas le soir ?

A: Parce que c'est juste par principe.

J: Il y a une étude qui a décidé ça ?

A: Ça paraît évident, le soir si tu manges des pâtes et que tu ne bouges pas, physiquement ça se ressent.

J: Donc c'est physique, ce n'est pas du gain de temps ?

A: Oui. Sinon à midi je fais mes tartines ou un truc prêt. Et le soir en semaine, en général, des légumes en sticks / découpés, par exemple des carottes, on fait une petite sauce, type dips.

J: C'est vraiment léger et bien, c'est sain.

A: Le weekend end c'est là où on va manger nos trucs spéciaux. Après si en semaine, j'ai envie de manger un burger, c'est les petites courses dont on parlait. Mais sinon, on fait des trucs spéciaux.

J: Au sein du ménage, ça se passe comment la décision d'achat, c'est 100% toi qui décide ?

A: C'est 100% moi qui décide.

J: Ok, et elle ne te donne pas son avis ou il n'y a pas des choses qu'elle veut manger et que tu mets dans ta liste ?

A: Ça peut arriver, quand on réfléchit à ce qu'on veut manger le week-end. Je lui dis « tiens, ça ou ça ? » je lui demande son avis évidemment.

J: Ok, est ce que tu as des cartes de fidélité ?

A: Oui, juste au Colruyt

J: Est-ce que tu l'utilises ?

A: Oui.

J: Comment tu fais pour l'utiliser ?

A: A la caisse tu passes la carte.

J: Lorsque tu récoltes le Collect&Go ?

A: Oui

J: Ce n'est pas déjà associer à ton compte ?

A: Non il faut avoir la carte avec. D'ailleurs tu perds même des réductions de frais si tu n'as pas ta carte. En général il scanne quand même une autre carte extra.

J: Donc tu vas principalement au Colruyt ?

A: Oui, les petites courses ça peut arriver que ça se passe au Delhaize, dans les boucheries, ce genre de truc là.

J: C'est pour quelle raisons que les petites courses se fassent dans d'autres magasins ? Parce que c'est plus proche ?

A: Non pas forcément, la boucherie à laquelle je vais c'est juste parce que la qualité est meilleure et je peux demander la découpe que je veux.

J: Et quand tu vas au Delhaize pour les petites courses c'est pour quelle raison ?

A: C'est quand on veut un truc spécifique et qu'elle préfère aller là-bas.

J: Donc ton magasin préféré c'est Colruyt et pourquoi ?

A: A cause des réductions. Deuxièmes, car le Collect&Go que ceux des concurrents. Depuis qu'on a testé ceux en ligne, il est hors de questions que je fasse des courses manuellement.

J: Pourquoi d'ailleurs ?

A: Car c'est un gain de temps énorme et aller dans les magasins c'est pas forcément ce qui me plaît le plus.

J: Donc tu vas plus souvent au magasin pour faire tes courses c'est ça ?

A: Oui.

J: Je reviendrais dessus, mais pour le Collect&Go. Comment tu as eu connaissance du Collect&Go ?

A: Oula, est ce que je vais m'en rappeler...

J: Ou alors quand est-ce que tu t'aies dit que tu vas tester, qu'est ce qui t'as poussé à tenter l'expérience ?

A: Ah, j'ai probablement vu une pub et je me suis dit « tiens ça serait bien si je pouvais avoir mes courses instantanément » sans me soucier de quoi que ce soit. Et je pense que c'est comme ça qu'on a testé.

J: Qu'est-ce que tu aimais bien dedans ? Le gain de temps ?

A: Le gain de temps et la facilité.

J: Par rapport au budget et impulsion tu contrôles mieux ?

A: Oui

J: C'est une des raisons qui te donne envie ?

A: Ça c'est un plus. Ah mais c'est vrai. Au tout début, en regardant les factures on achetait beaucoup au Delhaize, et on sait dit que ça serait bien de faire ça. Mais, dans la pratique quand on veut un truc on l'achète de toute façon. C'est les 5% de la commande qui résulte de l'impulsion.

J: Maintenant que tu me fais penser à ça, comme tu n'as pas de voiture tu vas chercher ?

A: J'ai une voiture mais pas le permis, mais on va en voiture.

J: Je me disais quand tu sors du travail ta un truc ou tu vas quand même ?

A: Non, ce n'est même pas près du travail mais de la maison.

J: Alors est-ce-que tu peux me raconter comment s'est déroulé ta première expérience à Collect&Go ?

A: On a fait une commande en ligne, ça a pris pas mal de temps. Et on s'est dit bon bah on regarde et le lendemain on est allé chercher. C'était à Olenek et il y avait le vendeur qui était là. Enfin, il fallait sonner, en appuyant sur un bouton et un vendeur est venu. Il était très gentil, il a dit « voilà vos courses » c'était déjà prêt. On a payé, on est repartis et on trouvait ça trop bien. C'était rapide, ça a pris 10minutes alors qu'en général on passait de 3h : d'aller au magasin, de faire les courses, de faire le paiement. Donc c'est différent.

J: Ce temps vous l'avez quand même passé en ligne ?

A: On n'a pas passé autant de temps. Quand on compare avec les listes, la différence est absolument agréable.

J: Maintenant c'est sûr tu es habitué donc ça te prends moins de temps. Mais la première fois tu évalues que ça t'as pris moins de temps ?

A: Ca a pris quand même moins de temps.

J: Qu'est-ce que tu commandais plus ou moins la première fois ?

A: Des produits qu'on utilise non-stop, de la charcuterie, de l'eau. L'eau c'était une raison de commander car c'est des grandes quantités, c'était plus facile à acheter et à mettre direct dans sa voiture qu'à se trimballer avec ça au magasin. Des boissons en général, des canettes. De la charcuterie, du papier toilette. Qu'est-ce qu'on a achetait d'autre... Des lardons ! On achète toujours des lardons ! On achetait des pâtes. On s'était dit : « on va tout avoir d'un coup sans

faire tout le magasin ». Donc on a fait un petit stock de pâtes, de pommes de terre, d'oignon, on a acheté tous les trucs qui tiennent assez longtemps.

J: Ok, comment est-ce que vous avez commandé la première fois ? Est-ce que par exemple vous vous êtes concertés ensemble c'est ça ?

A: Oui.

J: Vous avez choisi les articles ensemble longtemps à l'avance ? C'était genre plusieurs jours avant ou une fois ?

A: Non on a fait ça en une fois.

J: Et vous avez fait ça sur pc, sur mobile... ?

A: Non, on a fait ça sur PC.

J: Tu m'avais déjà répondu, mais je pose quand même la question. Est-ce que cela répondait à tes attentes ?

A: En réalité je n'avais pas vraiment d'attentes mais ça m'a surpris, c'était surtout pour essayer. Depuis on le fait non-stop. Tu as vu à quel point c'est plus simple, il est hors de question qu'on n'utilise pas ce genre de service.

J: Est-ce que tu trouves qu'il y a une différence d'assortiment ou de promotion entre le site et le magasin ?

A: Hum. En tant que client là ? Je n'ai pas vraiment fait attention. Vu ce que je voulais était dans mes commandes. Mes commandes sont très simplistes elles ne sont pas exotiques. Je n'ai jamais vraiment fait attention à ça. Un truc que je trouve intéressant, avant de refaire une commande au Colruyt on a utilisé le même service à la concurrence. On a quand même testé le reste : Carrefour & Delhaize.

J: Et ça s'est bien passé ?

A: Ça s'est pas bien passé. On était mécontent. Pour le Delhaize c'était pour le temps d'attente sur place, et aussi le fait que leur boîte sont en carton alors que Colruyt c'est des boîtes en plastique. On n'aime pas les boîtes en carton ce n'était pas facile. Les boîtes plastiques tu peux les plier facilement et les mettre n'importe où alors que les boîtes en carton non. Et en plus de cela, les produits on n'avait pas trop aimé. C'était commandé en vrac ce n'était pas ce qu'on voulait. Et la personne n'était pas très gentille. C'était une assez mauvaise expérience au Delhaize. Au Carrefour c'était un peu choquant. Elle m'a dit qu'elle appuyait sur un bouton et puis il se passe rien. Elle doit attendre. Puis quelqu'un d'autre est venu mais elle aurait pu partir pour le même prix. Ce n'était pas un bon retour. Puis c'était plus cher. Donc on s'est dit « c'est pas grave ».

J: A chaque fois vous payez sur place ou vous payez en ligne ?

A: On paye sur place à chaque fois.

J: Qu'est-ce que tu aimes par rapport au Collect&Go ?

A: Qu'est-ce que j'aime... la facilité, la vitesse. Qu'est-ce que je n'aime pas... Hm... C'est un peu inconsistant quand tu vas chercher. Parfois tu tombes sur des gens gentils qui te donnent

des cadeaux. Cadeaux c'est le truc des sponsors. Parfois pas. Ça dépend du type. Donc c'est un peu inconsistant. Sinon, l'assortiment change par magasin. En général je ne le ressens pas trop, mais lorsqu'on veut des trucs spécifiques on le ressent. C'est au niveau de la boucherie ce genre de truc là. J'utilise très rarement la boucherie, mais s'il y avait un assortiment plus complet on l'utiliserait plus.

J: Est-ce que vos habitudes ont changé depuis votre première commande ?

A: Oui.

J: Et comment ?

A: Plus systématique, je commande plus ou moins la même chose. Je trouve que c'est bien. Je considère que les commandes grandes surfaces c'est les commandes systématique, le truc qu'on mange non-stop.

J: Est-ce que tu vas encore au magasin faire tes courses ? Tu avais dit oui pour les petites mais pour les grandes courses ?

A: Non.

J: Je ne sais pas si ma question a encore du sens, mais je vais te demander. Est-ce que tu peux me décrire un magasin dans lequel tu as l'habitude d'aller ? Ou dans lequel tu aimes bien aller ?

A: J'aime bien aller au Carrefour. La description du pourquoi, c'est parce que l'assortiment est plus grand par exemple pour les champignons, ça j'aime bien. Il y a aussi des produits importés dans les assortiments. En fait c'est toujours aux assortiments. L'assortiment est plus vaste. Et quand je veux faire un truc plus précis, je peux me promener dans les rayons pour réfléchir à comment je vais le faire. Alors qu'au Colruyt ou au Delhaize c'est beaucoup plus limité.

J: Qu'est-ce que tu n'aimes pas au Carrefour ?

A: C'est cher et leur système de commande est mauvais.

J: Est-ce que tu fais attention à la disposition du magasin ?

A: Non.

J: Tu aimes bien te balader surtout ?

A: Hm, c'est plus regarder les produits pour dire comme ça, ce n'est pas vraiment me balader. J'aime bien regarder l'assortiment.

J: Ça te dérange pas tu connais les produits et. ?

A: Oui je vois le type de question. Dans mon cas je sais exactement ce que je veux et il n'y a pas 40 rayons. Donc je vais voir les légumes, ils sont assez mis en évidence. Donc il n'y a pas trop de recherche à faire.

J: C'est une question surtout pour les gens qui ne sont pas utilisateur de Collect&Go mais pour le personnel qu'est-ce que tu en penses. Pour Carrefour, quand tu fais des petites courses.

A: En fait, assez insignifiant pour moi, ils n'ont pas une grande présence sauf dans la boucherie et la poissonnerie. Mais, dans la boucherie c'est nul, ils ne sont pas sympas, ils sont

dans leur coins. Alors qu'à la poissonnerie ils sont sympas, c'est toujours le même type. Là j'aime bien aller.

J: Au niveau des produits car il y avait plein d'assortiment mais au niveau des promos ?

A: Hm moyennement, je n'y crois pas trop dans les promos.

J: Alors, maintenant on va revenir sur Colruyt, donc tu as déjà été sur leur site. Et qu'est-ce que tu en penses ?

A: Sur le Collect&Go ou juste le Colruyt ?

J: Les deux.

A: C'est bien ce n'est pas super, c'est vieux ça sert sur une qualité.

J: Et pour toi c'est quoi son utilité ?

A: Pouvoir faire des commandes. Mais il y a pas mal de défaut que je considère être des défauts.

J: Lesquels ?

A: Comme un manque d'information pour les produits en vrac par exemple, au poids, une pièce. A force je sais les quantités donc ça va. Au début c'est un peu chaud, alors que le Delhaize il a ça. C'est un peu dommage. Sinon voilà, c'est un vieux site.

J: C'est surtout pour la partie commerce que tu décris. Est-ce qu'il y a des trucs qui te dérangent ou des trucs qui te dérangent ?

A: Je veux qu'ils ajoutent pas mal de chose au niveau du poids des pièces. Ça m'avait embêté ça m'embête encore. Mais maintenant je sais plus ou moins quel est le poids est comment ça marche.

J: Au niveau des dates de péremption est-ce que c'est marqué ?

A: Ce n'est pas marqué.

J: Donc tu fais confiance ?

A: Oui. On commande des produits qu'on commandait avant aussi, donc en soit on connaissait ces produits on sait plus ou moins.

J: Est-ce que ça t'ai déjà arrivé une mauvaise surprise ?

A: Oui ça m'a déjà arrivé.

J: Tu peux me raconter ?

A: Il y avait des légumes où on voyait qu'il fallait les manger vite, donc j'ai dû les manger vite. Donc voilà.

J: Est-ce que tu as déjà eu un cas où tu t'es plaint ?

A: Oui je me suis déjà plains mais pas pour les légumes car j'ai dû oublier tout simplement. Je me suis plaint pour des produits qui manquaient.

J: Et ils ont réagi comment ?

A: Ils m'ont remboursé.

J: C'est une solution qu'ils t'ont proposé et tu as accepté ?

A: Oui ils m'ont juste dit « je vais vous rembourser » je me suis dit « cool ». Ce n'était pas trop compliqué, on passe en revue la commande, on va l'enlever fin de l'histoire.

J: Toujours sur l'e-commerce, tu as déjà commandé d'autres produits ?

A: Oui.

J: Quel genre de produit du coup ?

A: Du non-food. Electronique comme type de meubles ou matériel quelconque, de tout. J'ai habité à Dublin et j'ai tout fais en électronique.

J: Electronique ?

A: Je veux dire online. Pour le téléphone, pour la maison, tout online.

J: Sur quel genre de site tu as été ? Sur des sites de ventes type Amazon ou EBay ?

A: Amazone.

J: Et tu y vas souvent ?

A: Oui, assez souvent.

J: La fréquence tu peux me le décrire par semaine ou par mois ?

A: J'y vais une fois par semaine.

J: Et qu'est-ce que tu penses de l'e-commerce en Belgique ? Est-ce que ça se développe ?

A: Ça se développe, mais les gens qui y gagneraient vraiment à l'utiliser ne sont pas au courant que ça se développe.

J: Ceux qui gagneraient ne sont pas au courant. Est-ce que tu connais des gens qui y gagneraient à l'utiliser mais qu'ils ne veulent pas quand même ?

A: Oui.

J: Tu sais pourquoi ? Qu'est-ce qui les bloque ?

A: L'affiche bloque surtout et pour les produits frais ils ont peur. Donc la confiance. Il faut oser faire l'expérience. Laisser la responsabilité de ce que tu manges à quelqu'un d'autre.

J: Je vais revenir sur le site de Colruyt, qu'est-ce que tu en penses de celui-là ?

A: J'y vais quasi jamais, je n'ai pas vraiment d'avis.

J: Pourquoi tu n'y vas pas comme ça ?

A: Colruyt, pour moi c'est acheter des produits, et ces produits font du clic sur le site. Donc je m'en occupe pas plus que ça.

J: Et il n'y a pas quelque chose qui te pousserait à aller sur le site ? Enfin, tu n'aimerais pas y retrouver quelque chose sur ce site de Colruyt ?

A: Non, mon activité à Colruyt est exclusivement des commandes Collect&Go food, leurs filiales ne m'intéressent pas. Tout ce qui m'intéresse est les produits et les promos. Tout ça est écrit dans le site Collect&Go.

J: Ok, d'accord. Est-ce que tu fais attention à la campagne publicitaire de Colruyt ?

A: Pas forcément, dans mon cas je travaille chez Colruyt donc oui.

J: Je vais sur le site de Collect&Go, il y a des trucs qui passe en disant « oui si tu fais une commande c'est pour ci ou pour ça »

A: Oui ça je fais attention. C'est une raison pour lesquelles on va faire une commande cette semaine et pas une autre.

J: Juste pour être sûr, tu ignores presque les campagnes publicitaires générales, mais, les campagnes publicitaires de Collect&Go ça tu fais attention ?

A: Oui.

J: Du coup, quelles sont les campagnes qui t'ont marqué ?

A: Les réductions, enfin, enlevé les frais de préparation pour certains produits.

J: C'est un frai parfois enfin comment ça marche ?

A: Par commande tu payes 5 euros quelque chose et...

J: Tout le temps ou à partir d'un barème ?

A: Tout le temps. Sauf que parfois, il y a des sponsors qui vont payer mes frais si tu achètes leurs produits. Et parfois, ce genre de chose là est réalisé avec une réduction extra qui te permet de toujours payer que 2/3eme de ta commande. Du coup, ça on utilise très souvent.

J: C'est quoi comme produit plus ou moins ?

A: Ce qu'on a utilisé déjà utilisé et qui revient assez souvent c'est les Leffe, les bières.

J: Et ça t'intéressais ?

A: Oui. Qu'est-ce qu'il y avait d'autres... Il y avait les glaces ; Magnum ! Parce qu'il y avait une grosse promo en clair, tu payais moins chers déjà pour avoir tes glaces de façon normal mais en plus tu avais des frais remboursés, donc c'était vachement intéressant. Et, c'était une bonne manière étant donné que c'est trop bon.

J: Est-ce qu'il y a des campagnes qui t'intéressais plus que d'autre ? Des campagnes en général publicitaire.

A: Qui m'intéresse plus que d'autres. Oui bien sûr !

J: Lesquelles ?

A: Genre les magnums là.

J: C'est surtout du produit. Un produit que tu aimes bien donc tu prends ? C'est la combinaison du produit et des points Collect&Go qui t'intéresse ?

A: C'est ça.

J: Il n'y a pas des campagnes, comme des fêtes comme la galette des Rois qui t'intéresse ?

A: Non, ça on n'utilise pas.

J: Ou en général, pas forcément sur Collect&Go. D'une certaine manière il te dise « ah à Colruyt il y a du gibier pour février »

A: Non car on cuisine nous-même en général et on prend le temps de choisir et on choisit les produits au petit commerce, au marché.

J: Et vous vous intéressez au campagne de saison ? Ca influence tes achats ?

A: Moins.

J: Est-ce que tu es souvent au campagne de Colruyt ?

A: Bah oui j'y travaille.

J: Forcément, et tu es au courant comment ?

A: C'est juste parce que je travaille là-bas sinon je ne suis pas au courant.

J: Ok, c'est parce que tu travailles dessus ou parce que tu as accès à la campagne d'une certaine façon ?

A: Plutôt parce que j'ai accès à leur campagne.

J: Et si ce n'est pas indiscret, comment ? Il y a un folders qui est posé et tu le lis ?

A: Ce genre-là, un portail informatique de la boîte tu à l'info qui passe.

J: C'est comme un site internet ?

A: Oui, c'est comme un intranet.

J: Et ça tu checkes ?

A: Oui ça je regarde.

J: Pour le travail ?

A: Pas forcément, c'est là donc je regarde.

J: Et tu regardes quoi ? Tout ou rien ?

A: Rien du tout.

J: Il n'y a pas quelque chose qui t'intéresse plus ?

A: Boucherie je regarde pas mal, car je l'utilise jamais et je me dis qu'un jour on devra utiliser peut-être la boucherie. Il n'y a pas vraiment de raison pour laquelle ça m'intéresse pas d'acheter à la boucherie au Colruyt mais je me dis qu'il y a peut-être une raison pour lequel ça m'intéresserait, donc autant y aller et regarder.

J: Je vais te citer d'autres moyens d'être au courant des campagnes publicitaires, et tu me dis si ça te dis quelque chose. Par exemple en site internet, tu ne regardais pas donc j'imagine que non. En magasin ? Est-ce que tu fais attention au pub de l'affichage, ou à la dégustation tu rentres dedans pour déguster ? C'est un peu bizarre vu que tu viens juste pour Collect&Go, mais est-ce qu'en magasin il y a quelque chose ?

A: Oui, on regarde s'il y a quelque chose, mais les affiches on ne regarde pas. Si un truc tu ne fais pas attention, ce n'est pas le truc qu'on fait absolument.

J: Par TV ?

A: Non, on n'a pas de télé.

J: Par radio ?

A: Parfois on entend mais non, ce n'est pas que je fais attention.

J: Le folder ?

A: Le soir chez moi et j'en reçois très rarement.

J: Tu en reçois souvent ?

A: Une fois par mois.

J: Et vous le checkez ?

A: Oui on le regarde un peu en général mais ce n'est pas quelque chose qui va changer nos habitudes.

J: Les newsletters ?

A: Je les reçois, je les utilise pour voir les prochaines promos Collect&Go.

J: Attends, comment tu sais que c'est Collect&Go, parce que c'est marqué ?

A: Oui c'est ça.

J: Et tu ouvres tout le temps d'habitude ?

A: Oui.

J: Quand il y a quelque chose tu retiens ou tu reviens dessus ?

A: Non je reviens sur la Newsletter et c'est bon.

J: Facebook ?

A: J'utilise relativement peu Facebook de base, voire pas du tout.

J: Au final par quels moyens préfères-tu être mis au courant ? Au travail j'imagine ?

A: Oui.

J: T'aurais aimé être prévenu d'une certaine façon ?

A: Non, enfin email. Et si ça m'intéresse je vais voir sinon j'ignore, c'est la meilleure façon.

J: Bien. On est plus ou moins vers la fin. Il reste environ 10minutes et dans ces 10 minutes j'aimerais te montrer deux vidéos et que tu me dises ce que tu en penses. Je t'envoie la première.

A: Ok. C'est pas mal, c'est cool. Mais ça m'affecte pas trop parce qu'il y a une caisse ou pas ça m'intéresse pas trop. Ça ne change pas grand-chose pour moi.

J: Ça te donnerait pas envie d'essayer ?

A: Essayer oui.

J: Mais adopter le truc ?

A: Le problème c'est que je veux juste ne pas aller au magasin.

J: Ca ne te ferait pas migré vers le magasin ?

A: Non, vu ce qu'il arrive à faire là, il arrive à faire beaucoup de chose online, sans devoir aller au magasin.

J: D'ailleurs c'est ce que je monteraï par la suite. Et pour les petites courses tu ne serais pas content qu'il y ait ça ?

A: Non, ce n'est pas important. En général c'est des tout petits magasins donc...

J: Parfait, je te passe maintenant la seconde vidéo qui est porté sur l'e-commerce.

A: Je n'aimais pas trop. Je n'aimais pas que ça soit un gosse qui parlait. Je n'arrivais pas trop à voir en tant qu'utilisateur.

J: Maintenant ils l'ont fait en application Smartphone. Mais ça ne t'intéresse pas ?

A: Non. Car il faudrait se trimballer ce truc déjà.

J: Imagine que c'est Smartphone.

A: Non, même. Je ne trouve pas le truc terrible. Faut garder le truc quoi. Et ça ne sert juste à produire des listes en fait. Parmi les pommes tu en a 40 tu n'auras pas le produit que tu veux, il y a trop de configuration à faire. Pour pouvoir choisir « quand je dis ça, ça c'est ça ».

J: J' imagine qu'une fois que tu fais la liste, et que tu veux des pommes ils vont dire « vous avez demandé ça, lequel vous préférez ? »

A: C'est ça.

J: Ça, ça ne t'intéresse pas ?

A: Non, c'est trop long. Quitte à devoir aller sur un site après pour choisir parmi les sélections, tu n'as qu'à mettre une reconnaissance vocal sur le site et tu fais «pommes » et ça t'ouvres la page du site avec les « pommes». Seul chose qui change c'est faire une liste à la main et y aller directement après.

J: Si jamais Amazone venait s'installer en Belgique, ça ne deviendrait pas ton magasin préféré ? Tout ce qu'il fait n'est pas si exceptionnel ?

A: Non.

J: Il y a aucune des technologies de la vidéo à mettre en place ?

A: La première vidéo oui, la seconde non.

J: En tant que client ?

A: Oui en tant que client.

J: Pour les petits magasins c'est ça vu que tu ne vas pas dans les grands ?

A: Oui.

J: Ce n'est pas nécessaire pour toi d'aller dans un magasin avec ça ?

A: Non.

J: Je veux dire il y a deux magasins dans lequel tu vas souvent, Carrefour et Cora, si Cora utilisait cette technologie est-ce que ça te pousserait à aller vers Cora ?

A: Non, pas forcément. Ça sera l'assortiment, le tri.

J: Qu'est-ce que tu penses la partie éthique avec le personnel ? Car avec ça il n'y a pas de personnes en caisse, c'est bien ce n'est pas bien ?

A: Je n'y ai pas pensé... En fait si ! Si je vois cette application de base pour mes petites courses, cette application de base c'est des produits de viandes, légumes, poissons je trouve ça plus important d'avoir quelqu'un.

J: Oui, mais dans ce cas-là, il y a quand même l'expert, ce n'est pas une personne en caisse.

A: Oui.

J: Quoique, tu as raison, quand tu fais les commandes c'est déjà le cas.

A: C'est pour ça que je n'achète pas ce genre de produit à Collect&Go.

J: Est-ce que tu aimes bien les contacts avec les caissiers / caissières ? Est-ce que ça te manquerait si ça disparaissait ?

A: Non.

J: Tu t'enfous, tu aimais bien ou tu n'aimais pas ?

A: Je m'enfous.

J: Du coup, toi tu serais... Enfin toi tu es déjà dans le cas. Mais tu serais prêt à sacrifier tous les caissiers pour avoir un gain de temps de ton côté ?

A: Oui.

J: Dernière question. A un moment il y avait une livraison jusqu'au domicile, est-ce que ça t'intéresserait ?

A: Ça je pense que ça peut être intéressant. Le problème c'est que je fais ma liste donc peu importe où je travaille, il y a des questions qui vont venir et peut-être que je n'utiliserais pas ça au stade de pilote. Pas au début quoi. Ça doit être assez compliqué, ça doit coûter cher. Je sais comment fonctionne le truc.

J: Le coût de livraison te bloquerait c'est ça ?

A: Livraison, la qualité... Si je dois choisir maintenant ça va être bonne qualité ou coût de livraison raisonnable. Du coup je ne ferais pas attention, j'attendrais un peu.

J: A propos du coût de livraison avec Collect&Go, ça ne te bloque pas qu'il y a un coût de livraison ?

A: Non.

J: Tu le payes volontiers, tu ne cherches pas à l'enlever ?

A: Si.

J: Quand tu peux-tu le faire ou tu attends jusqu'à ce que tu puisses l'enlever ?

A: Je vais éventuellement attendre si ce n'est pas trop long, un jour ou deux pour l'enlever.

J: Et comment tu fais pour scruter le moyen pour l'enlever ?

A: C'est toujours lié au temps, c'est lié au promo de commande. Dans mon cas, j'ai l'avantage de travailler au Collect&Go, du coup je sais à l'avance. Du coup on se dit on va faire l'acompte du tas.

J: Donc c'est quand même un blocage si tu devais payer tout le temps ?

A: Oui si je devais payer tout le temps. Je le ferais mais bon... Peut-être que je viserais moins ou je ferais attention.

J: Bon et bien voilà maintenant c'est fini. En tout cas merci beaucoup, c'était un entretien très intéressant.

A: Pas de problème c'était bien.

1.3.3. Consommateur 9

C. B. / Femme / 43ans

J: Pouvez-vous parler un peu de vous, raconter qui vous êtes, quel est votre métier ?

C: Je suis mariée, j'ai 2 enfants, 2 grands enfants, je travaille dans le domaine du e-commerce

J: Pouvez-vous me raconter la dernière fois que vous avez fait les courses ?

C: C'était dimanche, dans un magasin de proximité pour pallier aux quelques petites choses qui me manquaient pour prévoir le repas du jour, les repas du jour

J: Est-ce toujours comme ça ?

C: Non, mais je sais que ce magasin est toujours ouvert le dimanche donc même si je me rends compte en fin de semaine que je n'ai pas forcément tout prévu pour le week-end, je sais que ce magasin est ouvert et que je pourrai m'y rendre, très facilement, même à pied de chez moi. Ca fait partie de la praticité de la proximité.

J: Et ce n'est le cas que pour les petites courses ?

C: Oui tout à fait, là c'est vraiment le truc oublié, la crème fraîche qui me manque pour faire une quiche. Non non, ce n'est pas les grandes courses que je fais là.

J: Est-ce que vous utilisez une liste ?

C: Très rarement

J: Même dans le cas d'une grande course ?

C: J'en établis une, mais 1 fois sur 2 je l'oublie.

J: Comment l'établissez-vous ?

C: De manière manuscrite, je la laisse sur mon frigo pour noter à fur et à mesure et 1 fois sur 2 je l'oublie. Mais bon, le fait de l'avoir écrite permet quand même de se souvenir des $\frac{3}{4}$ des choses. Je devrais la mettre sur mon Gsm mais mon Gsm n'est pas accessible à tous. Chacun peut y noter ce qu'il pense pour les courses, s'il manque un jus de fruit, c'est plus un aide-mémoire

J: Trouvez-vous qu'une application liste de courses serait intéressante ?

C: Oui, je pense que je l'utiliserai oui, si c'est une application qu'on peut partager.

J: Comme si c'était un Google Drive ?

C: Oui exactement

J: Ce ne serait pas gênant d'utiliser une autre méthode d'écriture ?

C: Non pas du tout, là je le fais vraiment pour que tout le monde puisse y noter les éventuelles ruptures qu'il y a dans la maison

J: En ce qui concerne la taille de la liste ?

C: C'est assez grand, c'est quand même 4 adultes qui mangent. Oui c'est quand même une belle liste de course.

J: Pouvez-vous le quantifier en panier moyen ?

C: C'est entre 100 et 150€.

J: Pour une semaine ?

C: Non, je vais dire pour une 10aines de jours. Avec des petits compléments s'il manque vraiment quelques choses.

J: D'où le dimanche où vous allez acheter... ?

C: Oui je peux aller acheter quelque chose parce que peut-être qu'un repas que j'avais prévu où on aurait pu en avoir pour le repas demain-midi pour qu'il y en ait un de nous qui emmène à manger, ben finalement tout a été mangé donc du coup, voilà. *rires*

J: Est-ce que vous avez beaucoup d'occasion pour combler s'il y a des petits problèmes, pas que le dimanche j'imagine ?

C: Ah oui non, j'habite dans un endroit où j'ai à peu près 3 supermarché où je peux me rendre à pied de chez moi donc aucun soucis pour aller faire les courses, même autre que ce magasin de proximité en fait.

J: Toujours sur la liste, est-ce que vous la suivez à la lettre ?

C: Non

J: Y a-t-il des choses que vous achetez en plus ou en moins ?

C: C'est-à-dire que je vais écrire sur ma liste viande/poisson. Donc voilà, ça reste très vague et du coup c'est vraiment en fonction des offres du magasin, soit ce qui me plaît quand je vois les produits, de ce me tente, mais voilà, je ne suis pas une personne à avoir des menus prédéfinis en fait. Je sais qu'il va falloir soit de la viande soit du poisson pour chacun des soirs, et après je me fie un petit peu à ce que je trouve en magasin.

J: Ça c'est le cas où vous avez remarquez quelque chose... ?

C: Oui mais ça c'est un incontournable *rires*

J: La viande c'est quelque chose que vous savez que vous allez acheter mais pas exactement quoi encore ?

C: Ah oui, je ne sais pas dire du bœuf, du porc, aucune idée.

J: Est-ce qu'il vous arrive d'acheter des choses supplémentaires par rapport à la liste, par impulsion ?

C: Oui.

J: Beaucoup de fois ?

C: Non, pas beaucoup de fois, mais ça peut m'arriver oui. Après, allant dans des supermarchés, je trouve que l'offre est plus réduite qu'en hyper, et que les tentations sont moins importantes que dans un hypermarché par exemple.

J: Puis-je vous demander quelles sont les tentations ?

C: Les tentations, ça va être soit un produit en tête de gondole, aux bouts des rayons, les offres promos. Il y a chaque fois des produits mis en vente, ils sont peut-être anodins, et puis des fois

des produits promotionnels comme toute la gamme côte d'or qui est mise en avant. Après ce n'est pas des très gros d'achat d'impulsion. Je suis persuadée que si je vais en hypermarché, je serai tentée par beaucoup plus de choses, par je ne sais pas moi, une série de verre qui va être mise bien en vue dans le rayon. En fait je pense que je serai beaucoup plus attirée par du non-alimentaire que de l'alimentaire.

J: Qu'est ce qui déclenche chez vous l'envie ou le besoin d'aller faire vos courses ?

C: La nécessité de manger, mais je n'ai absolument pas envie d'aller faire mes courses. Ce n'est absolument pas quelque chose d'agréable pour moi. C'est une contrainte. C'est vraiment une contrainte d'aller faire mes courses.

J: C'est à quel point ?

C: Je suis obligée d'y aller. *rires* Non mais voilà, il arrive que ce soit mon fils qui y aille, que ce soit mon mari, ce n'est pas forcément moi.

J: Vous y allez seule ?

C: Oui, seule, ou avec mon fils, mais ce n'est pas rare le week-end que j'envoie mon mari ou d'autres personnes que moi aller faire les courses en fait. Même les grosses courses.

J: Ce n'est jamais ensemble ? Genre une expérience familiale ?

C: A 4, rarement. Non parce que ce n'est plus des petits enfants donc ils n'ont pas forcément envie de nous suivre dans les magasins tout simplement. Donc non, a 4 non, ça ne s'est jamais fait chez moi. Je pense qu'on a tous des habitudes.

J: Est-ce que c'est celui qui cuisine qui va chercher les courses ?

C: Non, chez moi tout le monde cuisine, à part le dernier qui est moins à l'aise, mais sinon mon mari cuisine, mon fils aîné cuisine, il aime ça, donc je laisse volontiers les autres cuisiner, je n'ai pas de problèmes ni pour les envoyer faire mes courses ni pour qu'ils cuisinent à ma place. C'est un partage, je trouve ça plutôt bien que tout le monde essaye de participer. Toujours difficile de se renouveler dans les repas et le fait que quelqu'un prenne la main, il va forcément cuisiner un peu différemment et pas forcément copier tout ce que vous faites ou il va chercher une recette particulière parce qu'il y a des ingrédients. « Et voilà, avec cet ingrédient, qu'est-ce qu'on peut faire ? », mon fils à plutôt cette démarche la de se dire voilà, j'ai un poivron, qu'est-ce que je peux faire avec quoi. C'est la génération Google repense.

J: Il utilise souvent les restes plutôt que d'aller sur place ?

C: Non ce n'est pas les restes, mais par exemple s'il voit qu'on a acheté des poivrons ou des courgettes, il va chercher à les préparer différemment que ce que je fais-moi habituellement, donc il va plutôt regarder sur internet ce qu'il peut faire. Ça ne sera pas des restes, et en plus je ne cuisine que des légumes frais, et des fruits frais. Donc effectivement il faut se renouveler, il faut trouver des choses, il faut les faire, ne pas les laisser pourrir dans le frigo tout simplement. Ça permet à chacun de s'exprimer. *rires*

J: Quand prévoyez-vous de faire vos courses ?

C: Je n'ai pas de jour particulier, le lundi j'évite parce que le lundi, quel que soit l'endroit où on fait les courses, l'approvisionnement est toujours un petit peu différent, un petit peu moins

achalandé. Puis il y a des magasins, le lundi, où vous ne trouvez pas de poisson, parce qu'il n'y a pas eu de livraison le dimanche. Si je peux éviter le lundi, j'évite. Après les jours ça n'a aucune importance mais j'ai quand même une préférence de faire les courses en semaine plutôt que d'attendre le week-end. En général, j'évite vendredi soir et samedi si je peux, je préfère le faire en semaine.

J: Et si ce n'est pas les jours, est-ce qu'il y a quelque chose qui déclenche... ?

C: Oui le frigo qui est vide, où là je me dis qu'il faut vraiment falloir y aller.

J: Est-ce que vous y allez pendant une contrainte de temps ? Après le travail ?

C: Oui, jamais le midi ou si vraiment je dois aller un midi c'est parce qu'il me manque quelque chose pour ce que j'ai prévu le soir et ça me fait gagner du temps d'y aller le midi. Mais sinon non, je n'ai pas assez de temps sur le temps de déjeuner pour faire des courses familiales. Pour acheter 2/3 choses oui, mais pas pour une famille de 4 personnes.

J: Y allez-vous directement après votre travail afin d'avoir le temps pour faire vos courses calmement, ou au contraire, vous faites quelque chose à la maison, et vous vous qu'il ne vous reste plus beaucoup de temps, je vais aller faire les courses maintenant ?

C: Non je vais plutôt directement en sortant du travail.

J: Avez-vous des cartes de fidélité ? Lesquelles ?

C: Oui, Intermarché, Delhaize, Carrefour, Colruyt, Wink. Voilà, je crois que je les ai toutes.

J: Qu'est-ce que Wink ?

C: Wink c'est un Drive, uniquement Drive qui n'a pas d'enseigne autre que le Drive.

J: Et pourquoi celles-là du coup ?

C: Parce chacun vous les propose quand vous allez en caisse, et comme ce sont des enseignes où malgré tout j'y vais plusieurs fois par an même si je fréquente plus les unes que d'autres, voilà...c'est un peu le problème de toutes ces cartes de fidélités, il faut dire oui, il faut dire non, et on vous le demande toujours comme ça au passage caisse de manière rapide et donc voilà.

J: Parfois la procédure est longue ou pas, qu'en pensez-vous ?

C: Moi je suis une adepte des méthodes rapides pour faire les courses, c'est-à-dire que dès que je peux faire du self scanning je le fais, ou dès que je peux faire du Drive je le fais. Donc en fait, déjà le fait de pouvoir faire du self-scanning, vous ne pouvez pas le faire sans carte de fidélité, puisque c'est ça que vous détectez avec la cannette. On doit obligatoirement avoir une carte de fidélité sinon on ne peut pas prendre la cannette. C'est vraiment réservé au client porteur de carte.

J: Au Delhaize ce n'est pas le cas

C: Au Delhaize ce n'est pas le cas ? Ah je ne savais pas. Bah chez Delhaize j'ai aussi la carte donc je ne me pose pas la question.

J: Utilisez-vous toutes les cartes ?

C: Oui

J: Tout le temps ?

C: Non, pas tout le temps. Au passage caisse en général on me la demande donc je n'oublie pas, ça c'est clair. Après au niveau fréquence, c'est la carte Intermarché que j'utilise le moins parce que je n'ai pas d'Intermarché à proximité. J'en ai ici à proximité de mon travail, mais pas à côté de chez moi.

J: Vous habitez où ?

C: J'habite Rixensart, où j'ai déjà Delhaize, Carrefour et Colruyt sur la commune. Donc voilà, c'est ce qu'il y a de plus pratique pour moi tout simplement.

J: Allez-vous à tous ces magasins différents ?

C: Oui, je vais le moins souvent chez Intermarché et chez Colruyt. C'est les 2 enseignes que je fréquente le moins par rapport à celles que j'ai citées.

J: Rappelez-moi juste comment vous choisissez les magasins pour faire vos courses ? C'est surtout proximité ?

C: Proximité ou Wink parce que c'est du Drive, et du coup je n'ai pas besoin de...ça va beaucoup plus vite quoi. Je fais mes courses chez moi et je n'ai plus qu'à les récupérer. Chez Wink, c'est la solution facile, où là je n'ai plus cette contrainte de courses, je veux bien aller les chercher. Je n'ai pas besoin de passer 1h dans le magasin pour trouver mes produits.

J: Comment avez-vous eu connaissance de Wink ?

C: Parce que je suis française et j'étais une très grosse utilisatrice du Drive en France. Donc ma première démarche ici a été de regarder qui faisait du Drive en Belgique, quand je suis arrivée ici il y a 3 ans. Et que la première enseigne que j'ai trouvée qui faisait du Drive de la même manière qu'en France, c'est-à-dire qu'on ne descend pas de la voiture ou on n'a pas à aller se faire connaître à l'accueil du magasin, etc..., c'était Wink. C'était les seuls à avoir ce système-là, puisque Colruyt, vous devez vous garer, descendre de votre voiture, aller dire que vous allez chercher votre commande et venir avec votre caddie, votre chariot, et on vous les courses dedans. Delhaize également, beaucoup de Drive sur ce système a. Moi ce que j'aime c'est le Drive des puristes, c'est-à-dire qu'on met mes courses dans mon coffre, et voilà. Je sonne à une borne, je m'identifie à une borne, et voilà. Cher Intermarché, c'est pareil, c'est du vrai Drive, où on s'identifie à la borne et pas besoin de rentrer dans le magasin tout simplement. J'ai également essayé un Delhaize dans le coin qui vient d'ouvrir un Drive dans ce format là justement.

J: Ici à Louvain-la-Neuve ?

C: Non à Overijse, c'est proche d'où j'habite en fait. Enfin proche, c'est une commune voisine.

J: Pouvez-vous résumer ce qui vous pousse à tenter l'expérience Drive ?

C: La rapidité, le...oui, moi le fait de ne pas entrer dans les magasins, c'est un gain de temps vraiment énorme. Et finalement pour trouver les mêmes produits que je choisirais en tant que cliente dans le magasin...la seule chose qui a c'est que je ne vois pas ma viande, mes fruits et légumes, je ne vois pas tout ça. Maintenant, une enseigne comme Wink par exemple, on me demande à chaque fois qu'on me donne mes courses si je veux vérifier mes fruits et légumes.

Maintenant une courgette ou une aubergine qui sont dans une barquette filmé, qu'on me la donne ou que je la prenne en magasin, si elle est moisie en dessous, nul ne le verra.

J: Avez-vous déjà eu une mauvaise surprise ?

C: J'ai déjà eu une mauvaise surprise où j'ai signalé au magasin et ils m'ont automatiquement remboursé sur leur site. A la commande suivante j'avais le montant à déduire de ma commande.

J: Pouvez-vous me parler de votre 1ère expérience Drive ?

C: C'était il y a longtemps. Ça devait être Cora je pense. C'est le magasin où je faisais mes courses le plus souvent quand j'habitais la France. Ils ont ouvert leur Drive accolé...je sais pas comment dire...ce n'est pas un entrepôt, c'est vraiment les produits du magasin qu'on retrouve, et donc ils l'ont ouvert avec ce système de borne, etc... J'avais à l'époque mes enfants qui étaient en bas âges et j'ai trouvé ça juste extraordinaire. Moi j'allais dans un magasin qui faisait 15.000m², donc ça représente, quand vous voulez faire toutes vos courses de la semaine avec des enfants de bas âges, des bébés... Vous parcourez tout le magasin. 15.000m² c'est 1h30 à 2h de courses. Avec des enfants dans un caddie...

J: C'est vrai qu'au Cora, il n'y a pas que la partie alimentaire

C: Il y a tous ce qui est non-alimentaire et puis je vous dis, quand vous commencer à aller dans des rayons couches, bébé, etc... c'est justement plus dans le non-alimentaire que dans l'alimentaire, donc vous avez déjà parcouru les ¾ du magasin. Et puis en plus si vous voulez regarder un livre, un truc, vous faites tout le magasin en gros. Je faisais mes courses à l'époque dans un hypermarché, ce que je ne fais plus du tout aujourd'hui. Mais parce que je vivais dans une région où il y avait énormément d'hypermarchés, du coup quand ils ont ouvert le Drive, j'ai trouvé ça... Je ne dis pas que je faisais du Drive systématiquement mais 1 fois sur 2, je faisais du Drive pour permettre de gagner du temps tout simplement sur...pour récupérer ces 2h de courses sur autre chose.

J: Appréciez-vous le fait de passer autant de temps dans l'hypermarché ?

C: Non je n'aimais pas particulièrement, mais voilà, je n'avais pas le choix. Et à l'époque, il y avait principalement que moi qui allais faire les courses. Ce n'est plus le cas d'aujourd'hui mais à cette époque-là, j'étais souvent toute seule à faire les courses avec mes enfants. Donc du coup, c'était un peu plus contraignant on va dire. Des enfants de bas âges, ça court, ça bouge, pas toujours facile de contenir dans un caddie. Donc ça fait au moins 10 ans, même plus que ça.

J: Savez-vous ce que vous aviez commandé ? Ou pour quelle raison aviez-vous été commandé ?

C: Ah pour quelle raison, parce que ce point de vente à informer ses clients. J'étais porteuse de la carte du magasin, et on m'a informé qu'ils ouvraient un Drive. Le Drive était déjà existant dans d'autres enseignes, où je n'y allais pas forcément parce que ce n'était pas le plus près pour moi. Mais du coup, j'ai tenté l'expérience parce le magasin m'en a informé.

J: Comment avez-vous commandé ? Par le PC ou mobile... ?

C: Sur PC.

J: Avez-vous commandé directement après avoir reçu l'annonce ? En avez-vous parlé à vos enfants avant ?

C: Non, ils étaient trop petits. J'en ai parlé avec mon mari. Il s'est dit, ne faisant pas les courses, il n'allait pas m'interdire de le faire, et du coup, c'était effectivement de gagner du temps, de pas passer ce temps avec les enfants dans un magasin pour qui ça n'a aucun intérêt. Mais je n'ai pas mis très longtemps à commander. Il ne s'est pas passé un mois après que j'ai reçu l'information. Je dirai 1 semaine à 15 jours maximum, le temps de réfléchir et de regarder un peu comment ça marchait. Et peuvent ils avaient des habitudes de courses dans ce magasin, des prix en tête, des choses comme ça, du coup c'était aussi de regarder si c'était vraiment les mêmes prix qu'en magasin.

J: Y avait-il une différence de prix ?

C: Aucune puisque les produits étaient pris dans le magasin.

J: L'assortiment et la promotion aussi ?

C: L'assortiment, au tout début, non. Je pense qu'ils avaient fait une première sélection de produits, je ne sais pas trop. Mais au fil du temps, il y avait franchement beaucoup beaucoup de chose. En non-alimentaire bien évidemment, on ne pouvait pas commander une télé, voilà...le Drive a ses limites aussi. Mais par exemple une cafetière, ou le petit électroménager c'est tout à fait possible de commander une bouilloire, une cafetière...après il n'y avait pas tout, et puis ce n'est pas du tout le genre d'article...Je ne sais pas, je ne crois pas que j'aurai commandé comme ça. En tout cas je serai allée voir en magasin. Je serai d'abord allée voir en magasin et après j'aurai dit, ben finalement c'est bien, je peux commander, je n'aurai pas à porter, on le mettra dans mon coffre. C'était vraiment pour la partie nourriture principalement ou pour des choses très basiques, une nappe en papier, des serviettes, des choses très simples, la vaisselle jetable, des gobelets,...

J: Est-ce que ça s'est bien passé ? Est-ce que ça correspondait à vos attentes ?

C: Oui. Je n'ai pas de souvenir d'avoir été très déçue par cette première commande. Après si ce n'est que l'assortiment n'était pas celui du magasin au tout départ, mais bon, est-ce j'avais besoin d'avoir expressément tout ce qu'il y avait dans le magasin, non, je ne pense pas. Je n'ai jamais acheté l'intégralité des produits. Après non, je n'ai pas le souvenir que ce fut une mauvaise expérience.

J: L'accueil s'est bien passé ? Ça s'est déroulé comment ?

C: Très bien, très à l'écoute, serviable, un peu trop même.

J: Vous êtes arrivés, ils venaient vers vous...

C: Oui, ils venaient vers nous et ils nous expliquaient...ils nous posaient quelques questions, si on était satisfait du service, ils m'avaient même indiqué, comme j'avais des enfants, que je n'étais même pas obligé de sortir de la voiture. Je trouvais ça un petit peu...je n'étais pas à l'aise de me dire que je n'allais pas bouger, qu'ils allaient faire ça pour moi. J'avais tendance à proposer de les aider pour mettre dans le coffre mais ils me répondaient "non, c'est notre travail, vous n'avez pas à toucher". De mémoire, il y avait un petit cadeau de bienvenue. On vous le donne, on vous explique...C'était très commercial. J'ai même souvenir que le

responsable du Drive lui-même venait voir chaque client. En plus du préparateur qui déposait dans la voiture, il venait sonder les clients tout simplement, ne serait-ce que pour sonder si au niveau de la commande tout s'est bien passé. "Est-ce que tout s'est bien passé ? Est-ce que leste n'était pas lent ?", parce que ce genre d'information vous ne l'avez pas, vous ne savez pas si la personne a mis 2h ou si en une demi-heure c'était fait. Non, c'était très intentionné, mais j'ai vécu exactement la même chose chez Wink. Le même format, mais d'un autre côté c'était une entreprise française. Non mais c'est peut-être le hasard mais exactement le même mode de fonctionnement en étant vraiment à l'écoute, "Vous êtes sûr ? Tout s'est bien passé ? Un petit cadeau". Beaucoup d'attention. Du coup ce n'est pas désagréable de faire du Drive. Pour le coup c'est plutôt...

J: C'est chouette qu'il y ait toujours cette partie...

C: Humaine oui. Ca il ne faut pas l'oublier. Et je pense que ça y est beaucoup dans la fidélité des clients. Ils ont raison de faire ça, ils ont raison de faire attention même si c'est des clients de passage. Même si vous voyez quelqu'un 5min, c'est moins long qu'un passage caisse finalement. 5min même pas, la personne va attendre 5min mais le temps qu'on vous charge dans la voiture, ce n'est pas 5min qu'il leur faut. Du coup je trouve ça important qu'il prenne le temps de parler 2min avec le client. Sauf s'il est pressé mais dans l'absolu c'est important si on veut progresser en tout cas. Il y a aucune enseigne qui n'a pas comme but de progresser dans ce domaine. Quand vous lancez quelque chose de nouveau, vous avez envie que ça marche, ou alors il y a un problème.

J: Comment se déroule vos commandes aujourd'hui ? Est-ce que vous continuez affaire du Drive ?

C: Oui

J: Est-ce que tout va bien ?

C: Oui, moi je n'ai pas fait de liste, parce que je sais qu'à chaque fois on nous propose de faire des listes. Je n'ai pas faite liste alors que j'ai des produits qui reviennent régulièrement dans mes commandes. Mais je trouve que je ne perds pas beaucoup de temps de faire les courses comme ça, sans liste. Après je pense aussi que les sites sont de plus en plus réactifs. Les enseignes surveillent de plus en plus le temps de réaction des sites. Du coup je trouve que vraiment c'est ultra rapide de faire ses courses. Après j'ai des enseignes que j'aime plus que d'autre pour le Drive. Peut-être par praticité, aussi parce que j'ai plus connaissance du site tout simplement, mais aussi au niveau visibilité, je trouve qu'il y a des enseignes qui sont moins visible que d'autres, où l'on voit moins d'informations sur les produits. Je suis obligée de faire attention, j'ai une mes enfants qui ont des allergies alimentaires. Et du coup je suis obligée de faire attention à des produits, je n'ai pas le choix. Du coup je trouve qu'il y a des sites beaucoup mieux fait que d'autres par rapport à ça.

J: Vous avez des idées de sites ?

C: Ceux qui sont mieux fait ?

J: Oui.

C: Wink. Parce qu'on a la date validité produit dedans. On sait si on achète des yaourts ça sera

à telle date ça sera écrit sur le paquet ça sera la même date que le paquet. Donc ça ce n'est pas rien pour du Drive c'est les seuls à le faire et peuvent ils ont un zoom produit. Donc en fait ils n'écrivent pas du tout les compositions produit moi qui surveille certaines allergènes mes par contres comme j'ai un zoom. Je peux tout lire à l'écran juste en passant mon curseur. Ce qui n'est pas le cas chez Delhaize par exemple moi chez Delhaize. Je perds beaucoup de temps à faire la liste de courses soit alors il faut que je me dis que si je vais chez Delhaize. Je prends pas d'aliments ou les allergènes ce trouve parce que je n'ai pas le temps de contrôlée. Ça va me prendre trop de temps. Et du coup voilà ça permet de. Delhaize je trouve que le site est moins bien fait et Colruyt et je trouve qu'il a beaucoup de leurs produits et peu d'autre chose en fait. Et comme moi, je ne suis pas une grosse consommatrice des produits Colruyt. Ben, Ça me dérange un petit peu par rapport à ça par contre chez Delhaize j'adore les produits Delhaize par exemple. Nous avons des marqueurs de très belles choses. Mais à la lecture du site est moins lisible que sur d'autres. Et pour Intermarché je n'ai pas fait beaucoup de commande. J'ai fait deux trois commande chez Intermarché. Qui n'était pas des commandes de mes courses de semaine ou dix jours donc voilà c'est moins représentatif pour moi. Sur ce site l'en fait tout simplement.

J: Oui du coup. Après tout cela se. Est-ce que vos habitudes. Est ce qu'elles ont changé au final ?

C: Mes habitudes de quoi ? De course ?

J: Donc oui de course par exemple par rapport au Drive. Fin est ce qu'il y a une évolution qui a changé entre la première et la dernière. Est-ce que vous commandez toujours la même chose.

C: Non, ce n'est pas nécessairement toujours la même chose parce que tous les sites proposent des promotions. Donc en bonne cliente je regarde toujours les promotions. Tout simplement donc non ce n'est pas nécessairement toujours la même chose mais je crois qu'on a tous une liste de base avec telle yaourt, voilà telle produit pâtes et légumes tel fruits parce que. Mais voilà après non ça c'est. Je ne vais pas dire que chaque semaine c'est une évolution la liste. Ce n'est pas vrai. Mais non je ne trouve pas que mes habitudes sont évoluées. Elles évoluent mais c'est catégoriquement.

J: Ok ce n'est pas significatif.

C: Non.

J: Et par rapport aux points de vente par contre. Avant vous utilisez le Drive et après vous utilisez est ce que vous voyez les choses différemment ? De point de vente. En tous cas vous allez encore au...

C: Oui bien sûr, je vais encore au point de vente tout à fait je ne fais pas totalement du Drive je vais encore dans des points de vente. D'une part parce que j'en ai des très proche de chez moi donc ce n'est pas compliqué de m'arrêter et de faire course. Voilà mais ça sera jamais sur un très gros caddie je préfère faire mes gros caddies au Drive ça c'est sûr. Mais par contre oui il se peut que si j'ai vus une offre ou autre chose qui m'intéressé-je m'arrête pour aller acheter je ne sais pas moi rôtis de biche pour les fêtes. Voilà quelque chose de bien spécifique que je n'ai pas forcément prendre le temps d'aller faire une commande Drive l'autre que le point de ventes proche de chez moi je veux faire comme ça. Il y a une époque aussi où j'allais chez

Colruyt pour la viande. Cette époque est révolue puisque Colruyt a changé sa façon de faire la boucherie donc moi ça me plais plus. Donc voilà fin pour avoir dû.

J: C'était quoi plus ou moins ?

C: En fait avant, ils avaient un comptoir traditionnel. Où on vous découpait les pièces ou on vous donnait les choses.

J: C'est bien mes souvenirs.

C: Et voilà maintenant dans mon Colruyt c'est tout emballé.

J: Ah oui. Ok. C'est triste.

C: Donc tout emballé, je peux bien aller chez n'importe qui d'autres pour avoir la même chose et il y a plus de valeurs ajoutées. À ce que j'aille chercher de la viande chez eux enfaite. Parce que je ne choisis plus mon poids de rôti. Voilà c'est des petites choses comme ça. Finalement, même si vous dites que vous pouvez demander a est ce qu'on vous coupe quelque chose de spécifique. On peut le faire etc. mais bon. Sais pas leur vocation première il y a plus autant de bouché qu'il y avait avant du coup. Si tous les clients demandent « moi le rôti il fait 1 kilo 4 et je veux 1 kilo 100 » Je pense pas qui fasse ça toute la journée le. De refaire les colis et les choses comme ça. Donc voilà moi je trouve que c'est.

J: C'est un grand Colruyt ?

C: Non il n'est pas très grand.

J: Par contre moi je vais à celui de Wavre. Pas souvent, une fois par mois peut-être et ça fait quelque mois je n'ai pas été.

C: Je ne sais pas. Je ne connais pas celui de Wavre.

J: J'irai bien vérifier

C: Non mais je connais les Delhaize je connais d'autres enseigne mais Wavre j'ai jamais fait de Colruyt. J'avoue que...

J: Parce que vraiment dès qu'on rentre on traverse le rayon vin et on est devant eux.

C: Oui nous c'est pareil. Le rayon vin puis la boucherie. Mais, non du coup je pense que c'est parce que ce n'est pas dans ma culture Colruyt. J'ai beaucoup plus de mal à aller faire mes course chez eux parce que ça ressemble pas au magasin que je me suis habitue en France tout simplement .non mais c'est vrai. Je pense vraiment qu'il y a une part de cela. Et du coup j'ai du mal ...

J: Aldi aussi plus ou moins la même structure.

C: Non Aldi n'a pas le même effet parce que j'en ai vu en France. Et pour moi ils sont présents de la même façon. Donc ça ne me choque pas j'ai déjà vu des Aldi en France. Mais Colruyt ce qui me dérange c'est le manque d'assortiment qui a. Il n'y a pas beaucoup de produit pour moi. Fin il y a même des produit qu'on ne trouve jamais chez eux. Des trucs tous bêtes tomate confite des choses. Ou chez Delhaize il y aura trois produits dont la marque Delhaize. Et au Colruyt il n'y en aura pas du tout. Pour le coup en faisant c'est course au Colruyt on doit forcément toujours fait la même chose. Ce n'est pas possible autrement. Il n'y

a pas de renouvellement des gammes. Quand vous regardez les conserves, c'est toujours la même chose. Là on est en pleine période de Noël les gens... En France par exemple on mange beaucoup de ce qu'on appelle la châtaigne. Chez Colruyt je n'en ai jamais vu. J'ai cherché chaque année et je n'en ai jamais vu. Du coup à un moment j'abandonne. Il faut que je fasse 3 courses chez un, 3 courses chez l'autre et la fin a un troisième. Ça ne m'intéresse pas du tout.

J: Tout à fait.

C: Je n'ai pas envie de faire tous les points de ventes. Même si ce n'est pas loin. Donc oui, en termes d'assortiment le plus belles assortiments c'est Delhaize. Ça sent comme une mesure et en tous cas c'est celui le plus proche de la France. En termes de produit de fromage. Voilà les trucs spécifiques, comme les fromages de Delhaize qu'on trouvera dans aucune autre enseigne belge. Même Carrefour qui est un enseigne française. A la base. Donc voilà je trouve que Delhaize est une très jolie enseigne par rapport à ce qu'il peut proposer au produit le plus spécifique en fait. Des produits qui sortent de l'ordinaire et qu'on ne trouve pas ailleurs ça c'est vraiment le plaisir que j'ai à aller chez Delhaize. Mais je suis plus à l'aise dans le magasin que sur le Drive. Sur le Drive c'est trop long à chercher, à trouver les produits et les images sont très petites donc on ne voit pas grand-chose et l'information le détail du produit est très mal alimentée comme chez Colruyt en fait. Après Carrefour le Drive en tous cas je ne connais pas.

J: Je crois que Wink est une association Carrefour et Cora mais je ne suis pas très sûr j'avais cherché.

C: C'est quoi Carrefour et...

J: Et Cora.

C: Je ne pense pas.

J: Je ne sais pas en fin. J'ai un souvenir comme ça.

C: Non Wink c'est groupe Louis Delhaize. C'est Cora oui. C'est groupe Cora effectivement. Mais plus généralement c'est groupe Louis Delhaize en fait regroupe matche Louis Delhaize et donc Wink Drive. Et Carrefour a sa propre ses enseignes et ses Drives du coup. Ses Drives j'ai testé en France mais pas en Belgique le Drive Carrefour. Le point Carrefour près de chez moi ne fait pas de Drive donc je ne suis pas allé tester dans un autre point de vente.

J: C'est une question un peu plus décentrée en fait maintenant. Est-ce que vous avez bien commencé commander d'autre produit sur internet ?

C: Oui, de tous. J'ai commandé un lave-vaisselle, une théière, des jeux vidéo pour mes enfants, plein de chose.

J: Sur quel site plus ou moins ? La marque directement ou bien revende Amazon, eBay ?

C: Amazon. EBay oui j'en ai fait quand j'étais en France ici j'en ai pas fait. Et puis après non les Mediamarkts, Vandenborre tous ces gens qui vendent de l'électro etc. Tous simplement

J: C'est assez souvent le cas ?

C: Amazon oui. Parce qu'on trouve un peu près tous. Dans ma première recherche quand je cherche quelque chose c'est Amazon. Je ne vais pas le cacher. Que ce soit vestimentaire, alors alimentaires non, mais oui je suis capable de me dire tiens je vais regarder tel marque de

vêtement je suis sûr que Amazon a. Non c'est surtout chez Amazon que je vais regarder plein de chose. Après c'est très ciblé. Je veux dire si c'est de jeux ou des choses comme ça, de livre, je vais regarder Fnac et Amazon. Je vais tourner avec les deux on va dire. Et puis après c'est électro et chose comme ça je vais plus tôt sur des marques dont c'est la spécialité. Et qui peuvent me livrer les produits etc. Parce qu'il y a cette partie-là aussi. La livraison du produit, l'enlèvement du produit. Amazon ne va pas faire ça. Donc c'est très important. Quand vous voulez changer un lave-vaisselle ou un réfrigérateur. On vous emmène l'ancien. Ne nous on sait pas trop quoi en faire. Donc c'est plus comme ça que j'agis. Mais oui je fais beaucoup de commande

J: Vous avez une idée de la fréquence ?

C: Amazon je suis sûr que je suis à 2 fois par moi. Alors c'est des fois des tout petits. Ça peut être un chargeur pour le téléphone. Donc des pièces à 4 euros ou d'autre chose à 80 ou à 20 euros. C'est vraiment dans tous les sens. Je pense que Amazon je dois être à 2 fois par mois. Parce que la facilité parce que pas de frais de livraison parce que ça n'a pas de prix.

J: Pour le frais de livraison j'ai déjà eu des couts de la douane quand même. Ca dépend quand même de ce que vous commandez.

C: Je fais en sorte de commander de choses livrables par Amazon. C'est aussi une technique.

J: Ca réduit pas mal les couts. Que pensez-vous de l'e-commerce ? Est-ce que ça se passe bien ? Est-ce que ça se développe bien ? Ou pas du tout ? Mort ?

C: Non ça se développe. Je ne dirais pas que c'est au point mort. Ça se développe mais c'est un petit peu long. Maintenant une enseigne comme Colruyt. Ça fait longtemps qu'ils sont ici. Commerce mais ce n'est pas ce que je considère E-Commerce. Ca fait bien un dizaine d'année qu'ils sont sur le marché. Ils ont certainement dû prendre beaucoup de part de marché parce qu'il était les seuls à les faire et que les belges sont très attaches à Colruyt. Ça c'est quelque chose que je peux constater tous les jours. Dans mon entourage on me parle de Colruyt. Je demande ou vous allez faire tes courses et c'est Colruyt. Les autres qui sont arrivé en suite il faut qu'ils arrivent à trouver leur place. Mais moi je pense que ça se développe. Et puis il y a la livraison à domicile qui entre aussi dans le statut de l'e-commerce. Même si c'est la livraison à domicile, ça reste quand même des commandes qui sont réalisé sur internet. La livraison au domicile des gens ça oui aussi peut être un craint pour les gens qui savent pas ce déplacer. Mais moi je pense que ça va se développer mais faudra du temps.

J: On va focus un peu plus sur notre sujet, donc est-ce que vous avez un magasin préféré ?

C: Le magasin où je vais. Delhaize.

J: Delhaize, pourquoi celui-là ? Pourquoi Delhaize.

C: Pour les produits qu'il propose. Pour la variété des produits qu'il propose. Qui correspond plus à ce que je cherche en fait à avoir des produits qui sorte un peu de l'ordinaire. Et puis pour leur produit propre. Le produit marque Delhaize qui sont de vraiment bon produit ce qui n'est pas le cas pour toutes les enseignes.

J: Et à propos d'un point de vente en particulier. Est-ce que vous pouvez en décrire un que vous aimez d'aller ?

C: Moi j'aime bien aller au Delhaize de Genval, pourquoi, parce que c'est celui le plus proche de chez moi, tout simplement. Et pour avoir essayé celui de Wavre je préfère celui de Genval. Il est plus grand, il y a un rayon poisson, il y a des choses que je n'ai pas forcément retrouvé dans tous les Delhaize, donc moi j'aime bien celui-ci pour ça. Ce n'est pas un très grand, ce n'est pas un super marché mais l'assortiment et la surface de vente me conviennent, elles me correspondent.

J: Et au niveau du personnel ? Est-ce que vous faites attention au personnel d'un point de vente ?

C: Oui, enfin je fais attention... Je vais faire attention surtout si une personne a un comportement bizarre ou une réaction bizarre par rapport à la demande d'un client vous savez ça va plus m'interpeller mais chez Delhaize je n'ai pas de chose particulière à dire par contre étonnement chez Colruyt je trouve les gens particulièrement aimable. Et serviable. Et je n'ai pas cette réaction-là chez Delhaize par contre. Je ne ressens pas ça en Delhaize.

J: Vous trouvez que les employés sont n'importe où en rayon ?

C: Ah oui, ah mais complètement, à oui vraiment n'importe lesquels. J'en ai déjà discuté avec d'autres personnes et je ne suis pas la seule à avoir remarqué ça. Je ne retrouve pas ça chez Carrefour, je ne retrouve pas ça chez Delhaize, chez Colruyt je pense ils ont une formation qui leur a inculqué et qu'ils retiennent, il y a un côté service qu'il n'y a pas ailleurs.

J: Et à propos de Colruyt du coup, pensez-vous qu'ils y a des améliorations qu'ils pourraient faire ?

C: Les assortiments me posent problème en fait. Leur assortiment m'empêche de faire mes courses au quotidien chez eux. Il me manque des choses en fait. Je ne peux pas tout détailler comme ça mais il manque des choses que j'aurai besoin dans mes courses chaque semaine. Ils sont très bons en fruits et légumes par contre mais quand on regarde les yaourts l'assortiment il est tout petit et c'est plutôt cher. Il y a des endroits où ils sont très forts et des endroits où ils pourraient s'améliorer effectivement. Ils pourraient améliorer leur prix de tout ce qui est crèmerie et puis l'assortiment de la conserve, enfin ce n'est quand même pas des produits périssables quoi, ils pourraient avoir un assortiment autre que ce qu'il y a aujourd'hui.

J: Que pensez-vous du site web de Colruyt ? Vous plait-elle ?

C: Non, mais de la même manière que l'enseigne ne me plait pas. Comme en magasin cela ne me correspond pas, la manière de chercher, l'entrée et le résultat visuel de ce qu'ils offrent je trouve que ça ne fait pas envie. Je pense que quand ça fait 20 ans qu'on achète chez Colruyt on s'y retrouve très bien. Si on va chez Colruyt on ne peut qu'acheter les mêmes choses. Il y a un assortiment qui est petit donc on ne va pas non plus révolutionner ses courses toutes les semaines. Chez Delhaize si vous voulez révolutionner vos courses chaque semaine vous pouvez. Ou alors je n'ai vraiment pas fréquenté des bons Colruyt mais pour moi l'assortiment est très petit. Pour quelqu'un qui connaît bien leur produit ça peut aller très vite. Je n'ai rien à dire sur la rapidité de leur site mais visuellement je trouve qu'au niveau de la taille et de la forme du produit ça manque d'information.

J: Et que pensez-vous qui devrait se trouver sur les sites ?

C: Toutes cette partie que j'expliquai tout à l'heure, toutes cette partie allergène ça devrait être hyper visible chez tout le monde. Il y a des plus en plus de gens qui sont allergiques, qui sont végétarien, végétaliens et aujourd'hui les sites ne sont pas toujours adaptés à cela. Et cette une erreur car du coup les magasins bios prennent une place énorme sur ce genre de marché et on est en train de perdre des clients sur cela en grande distribution car ils sont plus fort que nous là-dessus.

J: Il n'y a pas qu'en grande distribution (alimentaire ?), aussi dans d'autres secteurs que les petites marques comment à prendre un plus grande part de marché.

C: Bah oui bien sûr car s'ils ont des prix compétitifs, des sites biens fait, on n'a pas tous envie d'aller sur le site d'Amazon ou de Delhaize pour faire ses courses. Il y a des gens qui n'ont pas de gros moyen pour créer leur site mais qui sont plutôt doués et puis faut être doué en communication tout simple aussi.

J: Qu'est-ce qui vous pousse d'aller sur un site de grande distribution alimentaire ?

C: Le côté je ne vais pas dans les magasins prendre le temps, c'est vraiment une histoire de temps. Sauf si j'ai vraiment un truc en tête comme le repas de Noël, typiquement mes produits de Noël je n'ai pas envie d'acheter cela sur le e-commerce. Je préfère aller en magasin, voir les produits ça va être infernal mais voilà, c'est comme ça a chaque réveillons. Si c'est pour acheter les mêmes produits ça sert à quoi de les voir ? Moi je n'y vois aucun intérêt finalement. Je ne vois pas l'intérêt si c'est pour acheter des produits que je connais par cœur. Notamment tout ce qui est emballé, si c'est pour acheter des produits Danone, pour les mettre dans mon coffre je ne vois pas la différence en fait.

J: Là c'est un cas hypothétique très bizarre que j'ai en tête mais si vous aviez la possibilité de prendre ... Si on vous livrait tout ce que vous vouliez dans ce que vous connaissez et que vous auriez un laps de temps pour vous balader dans des choses inconnues, est-ce que ça vous intéresserait ? Ou pas ?

C: Non pas plus que ça. Après ce n'est pas forcément une histoire de marque ou de produit. Ce n'est pas une chose pour laquelle j'attache beaucoup d'importance. Après quand vous achetez des légumes frais, vous ne savez pas d'où ça vient. Ça a beau être écrit, est-ce que vous vous souviendrez la semaine d'après que la clémentine que vous avez mangé elle était d'Espagne, cette fois-ci elle est de Corse et laquelle des deux était la meilleure. Non ça n'a pas d'importance du moment que j'arrive à trouver le type de produit que je veux, que la marque ou la provenance soit différentes ... Non cela ne va pas révolutionner ma liste de courses.

J: Faites-vous attention aux campagnes publicitaires ?

C: Aux campagnes publicitaires qui me sont adressées directement oui. Les autres je suis un peu moins attentive à ce qu'on met dans ma boîte à la lettre par exemple.

J: Par quel moyen êtes-vous touchés par les campagnes publicitaires ? Par mail, boîte à la lettre ?

C: Par mail.

J: Pas d'autres ? Par internet ?

C: Oui des pop-up qui s'ouvrent mais celles-ci j'y prête pas beaucoup attention.

J: TV, radio ?

C: Non. Enfin radio éventuellement mais TV jamais. Je zappe la pub.

J: Folder ? Ça c'est boîte aux lettres.

C: Oui

J: Facebook ?

C: Non ce n'est pas là que je regarde le plus. Je ne regarde pas les publications de ce genre de chose.

J: Pourquoi pas Facebook ?

C: Quand je vais sur Facebook c'est pour du personnel j'ai pas du tout envie qu'on me pollue avec la pub dans cette univers-là. Je ne sais pas expliquer, dans la boîte mail ça ne me dérange pas mais sur Facebook je n'aime pas. Je n'y passe pas beaucoup de temps donc quand j'y suis je veux voir l'essentiel. Je ne veux pas être imposé de voir des choses. Je ne suis pas réceptive à la pub sur Facebook.

J: Par mail ?

C: Oui car je me dis qu'à un moment ou un autre j'ai fait quelque chose pour les recevoir, soit c'était une erreur et je me désabonne de la newsletter soit ça m'intéresse mais pas tout et j'enlève ce qui ne m'intéresse pas. Le problème quand on s'inscrit dans différents Drive c'est qu'on reçoit des mails de tous : Wink, Delhaize.

J: Vous les ouvrez tous les mails ?

C: Non je ne les ouvre pas tous, je vais surtout ouvrir ceux où je vais régulièrement pour si jamais il y a une promotion ou quand ça peut être intéressant. Chez Wink c'est surtout des annonces promotionnels donc les mails ont un intérêt, par contre chez Delhaize, leur prospectus, leur truc, leur machin que j'ai déjà dans ma boîte au lettre je suis donc moins attentive à cela et c'est pareil pour Colruyt. Cela fait doublon. Wink l'avantage c'est que ça ne peut être lié qu'à cela, au Drive.

J: Et les campagnes publicitaires en magasin ?

C: Oui ça arrive qu'elles m'attirent l'œil. Ça arrive que j'achète un produit en magasin avec une campagne parce que je le vois tout simplement. Et que je n'avais pas vraiment maqué ce produit dans ma liste.

J: Lequel de ces campagnes publicitaires vous a le plus marqué ?

C: J'ai reçu des très beaux flyers de chez Carrefour, j'aime beaucoup les prospectus/folder Delhaize, hyper festif et pleins de recettes. Colruyt c'est aussi hyper intéressant car ils ne se contentent pas de vous proposer leurs produits là, il y a aussi beaucoup d'info sur la provenance de certains produits, recettes facile à faire, c'est ces trucs à côté qui me font lire le folder plus que les produits dedans et ils y a des choses plus intéressantes d'une enseigne à l'autre.

J: Ok parfait. Est-ce qu'il y a des campagnes qui vous intéressent plus que d'autres ? Par exemple, des promos, des fêtes, une saison... peu importe.

C: En alimentaire, moi ce que j'aime bien regarder... bah déjà les fêtes. Tout le monde aime bien regarder les folders de fête, ça donne des idées, tout simplement. Dans la plupart des folders fêtes, il y a des recettes, il y a des choses proposées donc forcément ça donne envie. Et puis j'aime bien regarder les folders pour la saisonnalité des produits. Comme j'achète beaucoup de produits et fruits et légumes frais, ça me permet de voir que, bah la prune, ce n'est pas forcément la saison des prunes, c'est plutôt la clémentine, etc. Ça me permet d'avoir ce genre d'informations puisque sur le folder, la provenance est indiquée donc on peut dire si c'est un produit de saison ou un produit qu'on vous fait venir de l'autre bout du monde, quoi. Tout simplement. Après, pour le reste... des fois on peut être attiré par une grosse promotion sur quelque chose de spécifique mais... non moi je trouve que c'est plus cette partie-là qui m'intéresse.

J: Est-ce qu'il y a des campagnes qui vous donnent plus envie d'acheter que d'autres ?

C: Bah les fêtes.

J: C'est plus la période ?

C: Pas que ce soit Pâques ou voilà, c'est plus... quand les enseignes font leurs anniversaires, par exemple.

J: C'est plus par rapport au contexte de l'année que la campagne en elle-même ?

C: Bah... non mais c'est parce que ce sont des gros événements qui font forcément des folders qui ont une allure différente du reste de l'année aussi et du coup je pense c'est ça qui attire plus ou des fois juste le format du feuillet qui est pas habituel et on se dit « tiens c'est bizarre, il n'est pas aussi grand que d'habitude, comment ça se fait ? Qu'est-ce qu'ils ont fait de particulier ? » Ou... voilà je pense que c'est plus ça qui m'intéresse en fait.

J: Est-ce que vous êtes souvent au courant de ces campagnes ?

C: Oui, déjà dans ma boîte à lettre. Comme je ne refuse pas la pub, je vois les pubs régulièrement. Maintenant, je ne dis pas que je fais tout. J'ai envie de dire que la première page est révélatrice en général de l'envie ou non d'ouvrir plus loin, tout simplement. Et puis bon voilà des fois, quand vous savez que sur la période du folder vous n'avez pas forcément nécessairement besoin de faire des courses, ce n'est pas non plus une nécessité de regarder le folder quoi. Ça dépend vraiment de ça aussi. Moi je trouve que c'est... nickel.

J: Maintenant c'est une petite expérience, on va dire. Je vais vous montrer deux vidéos et je vais vous demander après ce que vous en pensez. C'est deux courtes vidéos de deux minutes chacune. Alors, qu'est-ce que vous en pensez ?

C: Extraordinaire.

J: C'est bien ?

C: Très bien. Pas sûr que ce soit l'avenir, parce qu'il faut quand même pour moi qui ne veut pas aller dans les magasins faut quand même y aller. Mais impressionnant. Impressionnant au niveau technologie. Ça oui, ça m'impressionne oui. C'est un travail... je me dis que effectivement c'est quelque chose de très... de très pointu, de très... voilà. Qui demande

certainement un investissement informatique et bien autre que celui connu aujourd'hui dans la vente en ligne. Mais voilà, non je trouve ça assez bluffant en fait. Voilà, maintenant je...

J: Je crois qu'il n'y en a que deux en ... Californie ? Je ne suis pas sûr, mais...

C: Moi si j'ai bien compris ce que j'ai vu ils n'ont pas forcément l'intention de déployer ça de manière importante pour le moment.

J: Oui, je n'en sais... enfin il n'y a aucune idée pour l'instant. Mais évidemment que...

C: Mais bon, ben en tout cas il y a eu un démenti là-dessus qu'Amazon disait qu'il n'était pas question qu'ils déploient ça comme ils avaient annoncé, très prochainement en Europe. Mais euh... mais voilà je ne sais pas si. Maintenant quand je vois la proximité des magasins ici et puis le... le mode de fonctionnement des belges, qui est différent de mon mode de fonctionnement français en fait, c'est-à-dire d'aller plusieurs fois par semaine faire ses courses, moi j'ai envie d'y aller une fois et d'en être débarrassé quoi. Il y a plein de gens qui y vont 2,3 fois la semaine et qui vont chercher quelques bricoles à chaque fois mais voilà c'est... enfin je comprends comment ça fonctionne. Il y a aussi le fait que vous puissiez vous rendre à pied ou rapidement sur les points de vente donc forcément ça change plein de choses mais euh... pourquoi pas. Quand je vois ça je me dis pourquoi pas. Peut-être qu'en Belgique ça marcherait un système comme ça.

J: Ok. Je vais coupler cette vidéo avec la deuxième comme ça vous avez encore une information en plus, pour avoir un avis encore plus complet. Voilà.

C: Une solution pour moi ça, voilà. En fait c'est Amazon Fresh qu'il me faut. *rires*

J: C'est pas mal hein, c'est...

C: Du coup je ne sais plus si c'est ce que j'ai lu ça parlait d'Amazon Fresh ou d'Amazon Go, du coup j'ai un doute. *rires*

J: Ah ça. Mais les deux sont Amazon, donc...

C: Oui Oui, mais je sais qu'il y en a un des deux qu'ils ne veulent pas développer de manière pressante, en tout cas dans l'immédiat, mais je ne sais plus lequel.

J: C'est vrai que le deuxième il faut mettre en place aussi les conducteurs, le réseau de distribution et tout ça. Mais...

C: C'est très impressionnant, mais ils ont une telle logistique Amazon que... rien ne les arrêtera. *rires* En tout cas je le pense.

J: Je pense qu'ils sont quand même bien partis en tout cas. Vu leur... Enfin ils ont quand même pas mal de choses qui leur permettent de gagner les moyens de faire ça, quoi.

C: Bien sûr.

J: De quoi préférez-vous parler en premier, est-ce que vous pouvez nous partager vos craintes et espoirs en tant qu'employé chez Intermarché, ou est-ce que vous préférez d'abord nous parler en tant que cliente comment vous trouvez tout cela ?

C: En tant que cliente, moi je trouve que l'Amazon Fresh me conviendrait mieux, ça c'est clair. C'est un système qui pour moi... ne plus mettre les pieds dans un magasin, quel

bonheur ! Et en plus, faire sa liste de course de manière automatique alors là, le rêve ! *rires* Mais voilà. Après, professionnellement parlant, ça ne va pas nous aider. Si Amazon déploie ça, ça ne nous aidera pas, c'est clair. Ils prendront beaucoup de part de marché, y compris chez Colruyt pour le coup. Du coup, maintenant... maintenant moi ce qui m'intéresserait professionnellement dans tout ça c'est : où est-ce qu'ils s'approvisionnent ? Quels sont les produits qu'ils ont ? Amazon n'a pas ses propres marques donc quelles sont les marques qu'on va retrouver chez Amazon Fresh ou je ne sais pas, le Amazon Go comme ce n'est pas en Europe c'est difficile de savoir quel type de produits ils ont mis dedans mais...

J: En fait, ils ont sorti une App qui permet de scanner n'importe quoi dans le monde et du coup, la référence est gardée. Et si jamais elle match une référence d'Amazon, vous êtes renvoyé sur le site d'Amazon quoi. Donc vous êtes déjà... enfin ils ont déjà programmé un peu mais ça n'explique toujours pas comment ils vont faire pour les distributions alimentaires.

C: Oui mais ça match de manière très précise, c'est-à-dire que vous commencez un yaourt nature, enfin je bip un yaourt nature Danone, est-ce que ça renvoie sur un Danone chez Amazon ou est-ce que ça renvoie sur toute une gamme de yaourts nature ?

J: Je ne sais pas encore mais j'imagine qu'ils vont essayer de faire... enfin, ils tendent à ce but-là en tout cas. Il y avait une histoire de... On pouvait bipper des chaussures Nike, par exemple, et on a les chaussures Nike sur Amazon.

C: Ah, il y a un code barre, hein. Dès l'instant où il y a un code barre, effectivement.

Maintenant moi je serais curieuse de voir les coûts de tout ça. Qu'est-ce que ça coûte au client ? Quel est l'assortiment que ça représente pour un client ? Effectivement, s'ils sont capables de tout avoir, de n'importe quelle marque et tout alors là, je dis bravo. Mais voilà... pour le coup, c'est super important. Mais admettons que je bip un produit Delhaize, qu'est-ce qu'il va se passer ? C'est là où ça intéresse, hein. De savoir, est-ce qu'ils vont créer un entrepôt froid avec du chambre positif, chambre négative pour avoir... enfin, de la même manière qu'ils ont leur entrepôt Amazon pour tout ce qui est non-alimentaire enfin voilà. Est-ce qu'ils vont créer ça ou est-ce que ça va vraiment être du picking à droite à gauche et auquel cas on va atteindre des coûts, qui à mon avis, ne sont pas absorbables par le client ?

J: Oui, tout à fait, il faut... mais après, ils ont tellement... oh je ne sais pas.

C: Après ils sont tellement puissants que moi je pense qu'ils sont capables de tout hein. Mais moi je ne suis pas prête à payer 10€ pour qu'on me dépose mes courses devant chez moi. Voilà. Aujourd'hui, en tant que cliente, je... non. La B-Post fait ça aujourd'hui. C'est 9.90 ou 9.95€. Moi je l'ai fait une fois parce que la première fois était gratuite, et donc on m'a livré ma commande chez moi, mais je ne suis pas prête à chaque commande à dépenser 10€ supplémentaires pour qu'on me livre mes courses. J'ai encore la force d'aller chercher mes courses au Drive quoi. Non mais après c'est... c'est une conception. Avec 10€, on achète quand même quelque chose quoi, ce n'est pas une petite somme. 10€ sur un panier de 100, enfin... Voilà, c'est 10% du coût... donc voilà, après je ne sais pas... je ne sais pas si ça peut, si ce système peut être viable, mais ça serait extraordinaire. En tout cas je l'essaierai bien.

J: Mais par contre, à propos de la... de la déshumanisation, si je pourrais dire, qu'est-ce que vous en pensez ? Parce que, plus en plus, on tend vers tout ce qui est 'on reste chez soi et il

n'y a plus de contact avec le vendeur'.

C: C'est vrai.

J: Après on a plus de temps au final à la maison, mais voilà, est-ce que tout ça c'est bien ou pas ?

C: Pour l'emploi ce n'est pas bien. Enfin, « pour l'emploi c'est pas bien », après... oui et non parce que... le fait de créer des Drives ça génère aussi de l'embauche, ça ne fait pas qu'en retirer. Mais pour la relation humaine ce n'est certainement pas bien maintenant... par expérience, la relation humaine avec les caissières elle n'est pas toujours extraordinaire. Ce n'est pas forcément la meilleure relation qu'on puisse avoir. A part chez Colruyt où ils sont tous super souriants, super gentils, toujours un mot gentil, enfin voilà. Mais sinon...

J: Est-ce que vous serez prête à sacrifier tous vos... enfin, imaginons qu'Amazon domine le monde. Est-ce que vous serez prête à sacrifier tous vos moments de contact avec des employés de votre distributeur alimentaire contre un peu, chaque fois par jour, un peu plus de temps libre ?

C: Oui. Ce n'est pas bien mais... en fait, pour moi, ce n'est pas des contacts intéressants. C'est pas... pas gentil de dire ça, mais moi le fait de ne pas perdre 2h à aller faire mes courses, c'est peut-être 2h que j'ai pour aller voir mes amis, quoi. Et je préfère avoir ces 2h pour mes amis que 2h où je vais parler 3 minutes à une caissière qui de toute façon n'en peut plus de ça journée, qui va jeter toutes mes courses sur le tapis,... *rires* Voilà. Moi, la relation humaine dans le magasin, pour moi...

J: Ça ne vous manquerait pas du tout ?

C: Non, ça ne me manquerait pas et puis, elle n'est pas... elle n'est pas agréable. Moi, dans mon sens en tout cas, de mon expérience de plusieurs années quand même de magasin, non elle n'est pas agréable, sauf si vous êtes connus et reconnus à chaque fois que vous repassez, que vous discutez avec la personne, mais sinon, non. Aujourd'hui, je trouve que l'expérience Drive elle est bien plus humaine que l'expérience magasin.

J: Ok.

C: Alors pourquoi ? Est-ce que c'est parce que les clients sont plus rares et qu'on y fait plus attention et qu'on les « chouchoute » entre guillemets ? Je ne sais pas. Mais en tout cas... pour moi aujourd'hui cette... l'attention qu'on porte à chaque fois qu'on vient chercher une commande elle est plus importante que celle qu'une caissière va apporter quand je vais déposer mes courses, quoi.

J: Ok. C'est... je comprends.

C: Mais voilà, je trouve que c'est un peu dur parce que... Oui, c'est dommage de supprimer des emplois, hein. Mais bon, les cannettes ont fait aussi du mal aux magasins, hein. Le nombre de caissières n'a pas dû augmenter hein, avec ce système de caisses. Même s'il faut une personne pour contrôler le passage, etc. Je ne suis pas sûr que c'est créer de l'emploi non plus, hein. *rires*

J: Je crois qu'il y a une chute quand même, mais...

C: Mais... après je ne dis pas quand même que c'est un boulot sympathique, drôle, que les

clients sont toujours charmants, loin de là, hein, je ne dis pas ça. Mais en tout cas, même si vous, vous êtes charmants, vous ne tombez pas toujours sur des gens charmants, quoi. Mais ça c'est la... c'est les relations humaines en général, que ce soit au magasin, au bureau ou ailleurs, c'est... ce n'est pas juste qu'il y a la grande distribution et... maintenant je pense que c'est des boulots qui sont pas drôles tous les jours, ça c'est une certitude, et que voilà... ce n'est pas toujours simple d'avoir le sourire toute la journée quand vous faites la caisse, quoi. C'est pas un boulot très... très agréable non plus, même s'il y en a d'autres qui ne sont pas plus agréables mais en tout cas, là, vous avez le problème de la relation client sur lequel il faudrait que, effectivement, on nous dise... ça demande, je pense, qu'on leur dise qu'il faut qu'ils aient le sourire, qu'ils soient aimables, que voilà, mais on n'a pas forcément envie tous les jours, quoi. C'est plus facile quand ça ne va pas d'être dans un bureau, caché derrière son ordinateur, que d'être en caisse face à des clients. Ça je trouve que c'est quelque chose qui ne doit pas être facile tous les jours, ça c'est clair. Mais... mais du coup, cette partie elle ne me manquerait pas en fait.

J: Ok, ok, très bien. Et du coup, si un magasin déjà présent en Belgique adopte une ou plusieurs des technologies présentes dans cette vidéo, est-ce que ça deviendrait votre magasin préféré ? Genre vous irez beaucoup plus souvent ou quoi ?

C: Peut-être. 'Fin en tout cas si c'est la deuxième vidéo, oui. *rires* La première... si, pourquoi pas. Mais je crois qu'avec la première solution, j'irais encore en magasin comme je fais aujourd'hui et je prendrais ça en complément qui me permettrait de gagner du temps finalement quand même. Le fait de poser et que tout soit détecté par mon Smartphone, c'est formidable. *rires* Mais voilà, oui je pense que finalement j'arriverais à utiliser sans problèmes ces technologies. Mais toujours dans la mesure où l'assortiment correspond à ce que je cherche. Je ne choisis pas une enseigne parce qu'elle est pratique, parce que... ou alors je vais la choisir comme d'autres pour dire « tel et tel produit je l'achète là parce que je sais que je les trouve, mais néanmoins je suis obligé d'aller dans un deuxième magasin pour faire le complément ». Et là ça a moins d'attractivité, mais bon... si on gagne un peu de temps, pourquoi pas. *rires*

J: Est-ce que vous voulez encore qu'on discute un tout petit peu, ou vous avez le temps ?

C: Non c'est bon. Donc ici, en dehors du cadre de tout ça, j'ai fait un focus sur Intermarché, puisqu'au final c'est ça qui m'intéresse. Je ne sais pas si c'est toujours nécessaire de le faire, je n'ai pas encore parlé à ma promotrice de ça, mais voilà, si vous voulez tenter l'expérience comme ça on voit un peu est-ce que c'est intéressant de placer ça en plus. Donc... par rapport à Intermarché du coup, puisque c'est quand même le sujet sur lequel je travaille en fait, en vrai, mais... c'est surtout le comportement du consommateur, etc. Tout ce dont on a parlé, c'est ça qui m'intéressait. Mais je vais voir si y'a moyen d'appliquer cela sur Intermarché.

J: Donc... je voulais savoir si vous allez souvent dans des Intermarché, du coup. Vous avez répondu que ce n'était pas toujours ça.

C: Non, pas très souvent.

J: Vous m'avez aussi déjà expliqué la raison pour laquelle vous n'y allez.

C: Une histoire de proximité, oui.

J: Et... que pensez-vous en général d'Intermarché ? Ou peut-être c'est un peu indiscret, ici. Puisque... voilà. Donc plutôt précisément au niveau de leurs produits, des produits d'Intermarché.

C: Leur marque propre, vous voulez dire ? Ou en général ?

J: En général, de ce qu'ils proposent, ...

C: Bah, ce qu'il y a en magasin ça reste des petits magasins, à mon sens. Donc forcément pas avec tous les produits. Une certaine difficulté à gérer tout ce qui est fruits et légumes, souvent des choses pas très belles, un peu abimées, un peu... voilà, de renouveler le rayon, ça demande beaucoup de travail, ça demande une personne qui travaille dessus une bonne partie de la journée, je pense, et ça on a pas forcément les effectifs pour le faire mais du coup je trouve que c'est donner une très mauvaise image au magasin. Mais par contre, de manière vraiment générale et ça je crois que c'est vrai en France et en Belgique, de très bons bouchers, de très bons rayons boucheries et vraiment des gens professionnels et qu'on va mettre en avant. On va vraiment recruter des gens de métier, on ne va pas recruter n'importe qui, tout simplement. Donc ça je trouve que c'est un point très positif chez Intermarché. Tous les gens qui parlent d'Intermarché ont cette vision de la viande en fait, du rayon viande qui est, effectivement,... et puis qui est encore un rayon traditionnel, pour la plupart. Donc... voilà, vous parlez au boucher, vous avez affaire à un quelqu'un qui connaît, c'est pas des trucs emballés, ... ça c'est le côté que j'aime bien chez Inter, et celui que j'aime le moins c'est le côté fruits et légumes, où les trucs ont toujours l'air un peu flétri, un peu pas beau, un peu... voilà, ça c'est un peu dommage et surtout moi qui suis cliente de produits frais.

J: Ok. Et par rapport à la boulangerie, d'ailleurs ? Parce que boulangers, pâtisseries même je dirais, et bouchers, ça m'intéresse de savoir si c'est la même chose.

C: Moi je suis plus déformée. Etant française, le pain pour moi... ce n'est pas du pain en Belgique, quoi. *rires* Donc... bah non, et parce que vous ne fabriquez pas le pain comme nous, 'fin. Le pain ce n'est pas la même chose, vous ne savez pas faire une baguette, 'fin voilà quoi. *rires* Non mais voilà, franchement c'est très difficile de trouver du bon pain en Belgique. Et j'ai pourtant essayé plein d'enseignes, des boulangers, des ... même Delhaize, hein. Il y a pourtant pleins de choses formidables chez Delhaize, mais...

J: Il y a une différence très remarquable... ?

C: Oui tout simplement parce que les boulangers en France travaillent sur de la farine brut, auquel ils vont ajouter leurs céréales, ... Ici vous recevez déjà les produits pré-travaillés, donc il n'y a pas de valeur ajoutée du boulanger, c'est déjà des mixtes, tout prêts, comme on peut, nous, les acheter en magasin pour faire notre propre pain, le mix céréales, le mix machin, etc., et ça, ça se ressent énormément. Du coup, la fabrication est pas du tout la même, puisque... eh bien, un exemple tout simple : en Belgique, on vend de la farine fermentant. Dans le rayon farine pour le consommateur, hein. En France, il n'y en a pas. On achète notre farine et on achète notre levure. On n'achète pas le truc déjà préparé. Dans la boulangerie, c'est exactement la même chose. C'est très compliqué de trouver du pain... alors bien sûr, quand je dis du pain, je parle plutôt du pain français et de la baguette, hein. Après, les pains qu'on tranche, etc. c'est encore autre chose et là on arrive à trouver des pains qui sont mangeables, il

ne faut pas non plus abuser... mais j'avoue que mon grand plaisir, c'est de retourner en France et de manger de la baguette. De la vraie. *rires*

J: Parce qu'il y a l'adhérent de Yannick qui était un maître boulanger, et euh il racontait que pour lui ils faisaient ça de père en fils, ils ont eu des problèmes avec la Lorraine, et toute une histoire assez intéressante. Et que son père était tellement connu qu'il livrait les baguettes à Paris, quelque chose comme ça.

C: Peut-être.

J: Enfin que Paris lui commandait des baguettes.

C: Ah bah peut-être.

J: Est-ce que vous avez déjà goûté de ses baguettes à lui, particulièrement ?

C: Non.

J: Ok.

C: Mais peut-être, hein. Je veux bien le croire.

J: Mais si jamais, par exemple, c'est la même chose qu'une baguette française, est-ce que ça vous donnerait envie d'aller acheter cela ?

C: Ah, oui, oui, tout à fait. Je ne dis pas que je ne mange pas de pain, etc. Mais... enfin déjà, ici il y a beaucoup de et notamment chez Intermarché, quand vous parlez de la Lorraine et tout, je suis désolé, si on me parle de la Lorraine, c'est qu'on ne fabrique pas son pain. Voilà. Il y a des supermarchés en France ou des hypermarchés qui ont des boulangers et qui fabriquent de A à Z, et les boulangers en France, quand vous voyez une enseigne où il y a écrit « artisan boulanger », c'est que vous ne recevez aucune farine préparée, c'est que vous avez tout fait de A à Z. Et ça, c'est un label. Donc après ça ne veut pas dire que tous les boulangers sont bons et tous les pains sont bons, ce n'est pas vrai du tout, ça veut pas dire qu'ils savent faire la baguette ou quoi que ce soit. Mais en tout cas, c'est un gage de fabrication sur place et de manière artisanale. Pétrir, faire lever soi-même, ... on ne reçoit pas les bâtons tout prêts qu'on a juste à mettre en chambre de pousse et à passer dans le four ensuite, hein. Donc ça, ça change beaucoup de choses. Et ça donne aussi la possibilité au boulanger de faire quelque chose lui-même et de mettre sa petite note à lui, tout simplement. Mais ça, je vous raconte une anecdote : j'habitais la région parisienne pendant très longtemps, et quand je suis partie de la région parisienne en disant à ma boulangère, que j'avais depuis 5-6 ans, que je partais en Belgique, elle m'a dit « ah bon ? Mais mon mari est belge ! ». Donc vous voyez, j'ai mangé pendant 6 ans de la baguette faite par un belge, Monsieur Van Je-ne-sais-plus-quoi d'Ostende. Je lui dis mais ce n'est pas possible, « comment votre mari fait pour faire de la baguette française ? ». Et voilà. Est-ce que c'est un travail différent, et c'est... voilà. En France, on sait distinguer quelqu'un qui a écrit « boulangerie » de quelqu'un qui a écrit « artisan boulanger ». Un artisan boulanger a des obligations que l'autre n'aura pas. L'autre, c'est peut-être juste ce qu'on fait en point de vente : de la cuisson de bâtons qui arrivent et de la cuisson, et dans des fours qui sont pas des fours à sol,... enfin voilà, après c'est une façon de travailler qui est différente mais moi, pour en avoir discuté avec deux boulangers ici, ils sont effectivement très bridés par rapport au type de farine qu'ils reçoivent. Elles sont jamais

« nature », elles sont jamais comme en France, elles arrivent pas « sans rien », elles sont déjà pré-alimentées de céréales et d'autres, je ne sais pas, de gris quand on fait des pains gris, etc. Elles sont déjà prêtes, les farines. En France, ça arrive dans des silos, les boulangers ont des silos énormes pour la farine, et ça arrive et c'est que de la farine blanche et après c'est eux qui travaillent, quoi. Donc voilà, c'est tout simplement très différent mais bon, il y a des belges qui savent fabriquer de la baguette. *rires* La preuve, c'est que moi j'en ai connu un. *rires* C'est très surprenant mais je l'ai appris quand je partais, hein. Donc vous voyez, je n'avais aucun a priori sur ce qu'il faisait, hein. *rires* Mais voilà, après c'est comme ça, mais ça m'intéresserait de goûter le pain de chez Monsieur... faudrait que je lui dise quand je le croiserais.

J: Moi-même je n'ai jamais encore goûté, donc ça m'intéresserait aussi mais je devrais d'abord goûter une baguette en France.

C: Mais moi je ne veux pas goûter de la Lorraine, quoi. Ça ne m'intéresse pas. Enfin... évidemment la Lorraine ne fait pas de baguette déjà. Par principe, c'est pain tranché et des boules, etc. des pains carrés. Mais... mais voilà, une baguette, ça demande un travail différent.

J: Ok, donc pour en revenir à Intermarché. Qu'est-ce que vous pensez de leur campagne publicitaire ? En tant que cliente ?

C: Je n'en reçois déjà pas chez moi parce que je n'ai pas d'Intermarché à proximité, donc les soldes que je vois sont ici. Je n'aime pas tout. Je n'aime pas tout ce qu'ils font mais je trouve qu'on va plutôt dans le bon sens. Je trouve que les prospectus deviennent de plus en plus attractifs. Quand je suis arrivé ici, j'avais l'impression que, moi qui allait plutôt voir les folders France, Intermarché toujours hein, j'avais l'impression qu'ici on était vraiment sur un format, sur une façon de faire complètement différente et qui faisait un peu « bas de gamme », et là je trouve que ce qu'on a fait ces derniers mois et notamment sur l'anniversaire et la fin d'année, c'était la plus attirante pour le client, beaucoup plus attirante, à mon sens. Je ne sais pas si c'est lié au produit ou si c'est lié à la mise en page qui a été faite différemment, je ne suis pas allé jusque-là à analyser, mais je trouve que...

J: Les folders que vous recevez...vous n'êtes pas newsletter ou Facebook ou tout ça ?

C: Non, je ne reçois pas.

J: Ok. Et le site web d'Intermarché, vous y allez souvent ? Pas du tout ?

C: Oui, j'y vais mais par déformation professionnelle. *rires*

J: J'allais dire, « ici j'ai une question sur le Drive » mais... mais après, pourquoi pas.

C: J'y vais parce que je fais mettre des choses pour le Drive, déjà. Donc forcément, je vais regarder ce que ça donne. J'y vais pour regarder certaines choses puisqu'il y a des informations que je reprends pour les communiquer également sur le Drive. Mais voilà, naturellement, je n'ai pas grand-chose à y faire. C'est plus professionnel, en fait. De moi-même je n'irais pas chez moi regarder Intermarché.be, quoi.

J: Et qu'est-ce que vous pensez, à propos du Drive, qu'est-ce qu'Intermarché devrait améliorer ou changer pour que ça marche du tonnerre ?

C: Bah, la pub.

J: La pub ? Principalement ?

C: Faire la pub. On ne fait aucune pub, donc on ne peut pas progresser. On peut. On peut donc on va lancer un plan de communication 2017 pour rendre un peu plus attractif le site et proposer des offres aux clients. On a déjà proposé là sur la fin d'année, y'a une première offre qui est sortie, qui est valable jusqu'au 31 décembre pour attirer un petit peu les clients. Mais ce qui nous manque, c'est se faire connaître. C'est vraiment notre point faible. Après, relayer les folders sur le site, c'est pas le cas. Je ne sais pas si ça génèrera plus de trafic client, je ne sais pas. En tout cas aujourd'hui c'est un travail énorme à réaliser et que je ne peux pas réaliser seule, donc ça c'est quelque chose sur lequel je travaille régulièrement mais qu'il faut qu'on arrive à finaliser. C'est un soucis informatique et pas du tout... enfin, c'est un problème technique, hein. C'est pas du tout un problème de « j'ai le temps, je n'ai pas le temps », ce n'est pas ça. C'est purement technique pour le coup. Il faut qu'on arrive à se rallier à ce que fait la France mais la France bénéficie de pleins de prestataires qui l'aide et qui leurs permettent de mettre en ligne les folders, tout simplement, chose que je n'ai pas ici, je n'ai pas les mêmes intervenants. Donc il faut voir si on peut pallier à ça via quelqu'un d'autre, voire même via quelqu'un d'ici, mais c'est à l'étude pour le moment quoi. Et puis même si on arrive à y pallier, est-ce que ça demande une évolution informatique ou pas ? Ca je ne sais pas non plus. Et alors là, si on rend dans les considérations d'évolutions informatiques, on n'est pas prêt de voir les trucs aboutir.

J: Après, l'application de nouvelles technologies que vous avez vues ici ça... c'est une possibilité. Ça demande d'autres compétences informatiques, enfin en tout cas c'est une autre agence que les habituelles.

C: Oui. Oui mais je ne crois pas qu'on soit prêt à ça.

J: Oui, il y a d'abord des étapes à faire avant.

C: Bien sûr.

J: Ok.

C: On en revient toujours à cette histoire de la clientèle Intermarché quand même vieillissante, hein. Ce n'est pas des clients très jeunes.

J: J'ai été hier à mon premier Intermarché, à Chaumont-Gistoux. Et en effet, il n'y avait que des personnes âgées partout. Il n'y avait pas beaucoup de clients, et tous les clients étaient des personnes âgées, uniquement, et le magasin en lui-même avait l'air un peu vieux.

C: C'est en milieu de journée, c'est quand ?

J: Oui, en milieu de journée... 14h, 16h.

C: Non mais on a des clientèles...Chaumont-Gistoux, c'est pas un magasin extraordinaire. J'y suis allé aussi.

J: Ça ressemblait à un mini Proxy Delhaize ou Express.

C: Oui, oui. C'est peut-être un contact, hein, Chaumont-Gistoux. Il faut regarder si c'est un contact ou un super, déjà. Parce que si c'est un contact, c'est déjà moins de 800 m², ce n'est pas très grand.

J: Je crois que ça doit être un contact, c'était très petit.

C: Ben oui, c'est important. Et moi j'en ai fait beaucoup dans la même journée alors...
Chaumont je sais que j'y suis allée... Pour moi il n'est pas très grand ce magasin, effectivement.

J: Oui. Il y a 2 caisses.

C: Oui, c'est un contact, ça peut ne pas être autre chose.

J: Puisque je n'ai pas encore comparé avec un...

C: 2 caisses, ce n'est pas possible, hein. Non, non parce que les Super ils vont de 5 à 8 caisses, quelque chose comme ça. Ça se voit hein, quand c'est un contact. Mais ça c'est un problème pour le Drive déjà, d'avoir une clientèle de personnes âgées, parce que les personnes ne sont pas forcément aptes à utiliser un ordinateur. Pas forcément aptes à utiliser un GSM, ne pas oublier. Donc... donc pour la partie technologie, c'est compliqué, c'est beaucoup plus compliqué. Il faudra arriver à toucher des gens qui ne sont pas forcément des clients Intermarché mais qui transitent vers des points de vente, en tout cas sur leur chemin entre le boulot et la maison, et qui puissent s'arrêter. Mais pour faire ça il faut arriver à cibler des clients autres que ceux du magasin, aller en trouver ailleurs, par rapport, par exemple, à une zone de distribution folder.

J: Et si jamais on arrive à rendre les gens clients du Drive, est-ce que, par exemple, la génération d'aujourd'hui, quand elle sera personne âgée, vous pensez qu'ils continueront à l'utiliser ?

C: Oh oui, je pense. Je pense que quelqu'un qui a été habitué à ça est capable. Déjà, tout simplement, c'est quelqu'un qui aura un ordinateur chez lui, très longtemps. Voilà. Il suffit d'avoir une tablette ou un ordi. Parce que le problème aujourd'hui des générations 60 et plus, c'est peut-être qu'ils n'ont pas tous l'ordinateur. Maintenant, je pense que c'est de moins en moins vrai, il y a quand même des gens même jeunes pensionnées qui n'ont jamais vraiment fait d'informatique et qui s'y mettent une fois qu'ils sont à la pension. Maintenant, il ne faut pas oublier que c'est des gens qui ont le temps de faire leurs courses. Ce n'est pas le principe du Drive, quoi.

J: C'est vrai. Tout à fait. Après là, c'est une question de mobilité, plutôt.

C: Oui, oui, on est d'accord. Après, il y a effectivement cette partie « pas forcément de voiture », « pas forcément moyen de se déplacer » et c'est pour ça que la livraison à domicile a aussi son rôle à jouer. Mais pas à 10€, quoi. Pas pour des indépendants en tout cas. C'est un investissement de matériel, c'est un investissement pour le client mais pour le point de vente aussi c'est du matériel à investir. Il faut le camion pour aller livrer, hein.

J: Oui, ça. Ou alors des contacts avec UPS, je crois ou quelque chose comme ça.

C: Oui, mais ça aura un coût pour le magasin. Bah Oui, ça n'aura pas un coût de camion mais nous demandera peut-être 15€ à chaque commande. Et vous en refacturez 10 au client. On ne s'y retrouve jamais, quoi. C'est toujours des coûts qu'il faut absorber à un moment ou à un autre, et s'il n'y a pas suffisamment de commandes, on n'absorbera pas. Aujourd'hui, les indépendants ne sont pas voués à faire la livraison à domicile, pas comme ça en tout cas. Mais

après, à voir. Sauf si on trouve un adhérent qui, entre guillemets, « a de l'argent à perdre », hein. Mais ça, je ne suis pas sûr que ça se trouve beaucoup. *rires*

J: Ok. Merci pour tout ce temps consacré.

1.3.4. Consommateur 10

C. M. / Homme / 26ans

Consommateur / Drive / Non-Intermarché

J: Est-ce que tu peux me parler, pour commencer, un peu de toi ? Me raconter « Qui es-tu », quel est ton métier ?

C: Donc, Je m'appelle Clément, je suis chef de marché, je m'occupe de tout ce qui concerne le développement merchandising, c'est-à-dire au niveau des rayons, là où tu vas choisir ton produit, c'est-à-dire que le produit que tu cherches soit placé au bon endroit dans les différents assortiments, différents type de besoins. Je m'occupe de tout ce qui est plan promotionnels, définir les actions folders qu'on va jouer sur les actions dans l'épicerie, ou les produit pet-food. Et je m'occupe aussi, voilà, de tout ce qui est suivis fond de rayon, dans l'assortiment, le type de choix de gamme. On veille à être à l'attention des besoins clients sur les nouveautés, les tendances, etc. Voilà, cela fait un an et demi que je suis en Belgique, chez Intermarché, sur ce poste-là. Avant, je travaillais pour Intermarché toujours, mais à Paris. Là-bas, j'étais chef de produit marketing, je m'occupais des MDD chez Intermarché, donc toute la catégorie conserve de poisson, donc capitaine Cook etc... J'avais tout ce qui était développement packaging, développement produit, pour une marque Intermarché. Et j'ai commencé en gros, avec mes études... J'ai toujours travaillé dans la grande distribution, j'ai travaillé chez Auchan en tant que chef de rayon, et c'est après, la suite des choses et la suite des études a fait que j'ai débarqué en marketing, donc chez Intermarché.

J: Là, je vais plutôt t'interroger plus en tant que client plus que professionnel, donc un client qui va acheter des choses alimentaires, donc, je voudrais savoir : Est-ce que tu pourrais me raconter la dernière fois que tu as fait tes courses.

C: La dernière fois que j'ai fait mes courses, je les ai faites avec mon colloque, on est allé au Carrefour Market à côté, et on appris quelques bricole dont on avait besoin, qui nous manquait parce que on venait de déménager, donc on a pas encore tout ce qui faut donc on a acheté, on va dire, les unités de besoins primaire : L'huile d'olive, le beurre, toutes ces genres de bêtises là. Donc voilà.

J: Et tu fais souvent des petites courses comme ça ?

C: Non, généralement, c'est toujours des courses programmées et avec une liste de prévue et choisie. Je fais en général, j'essaye de prévoir ce que je vais bouffer sur la semaine, des choses comme ça donc, souvent, c'est anticipé, programmé.

J: Ok, et est-ce que tu peux me parler plus ou moins du panier moyen que ce soit en prix ou quantité que tu fais-tu achète combien ?

C: À deux, sur un mois, ça doit représenter dans les 300€ à peu près en tout, donc 150€ chacun à peu près de course.

J: Ok, et tu n'achètes pas tous les mois ? Tu achètes à une fréquence plus réduite quand-même, non ?

C: Combien de fois par semaine je vais faire mes courses ? Par mois ?

J: Oui, c'est ça.

C: On va dire une à deux fois par mois. À peu près.

J: Ah oui, donc pas beaucoup. Enfin...

C: J'évite, je n'aime pas beaucoup, même si je travaille là-dedans, d'y aller très souvent dans les magasins.

J: Ok, ce sont des grosses courses du coup ?

C: Oui, oui, souvent ce sont des grosses courses.

J: Et, tu fais une liste pour te souvenir de ce qu'il faut ?

C: Oui, toujours, j'essaye de m'y tenir, donc villa, j'ai toujours une liste avec moi.

J: Et la liste, tu la fais comment ? Bloc note sur le frigo ?

C: J'ai, oui, un sorte de bloc note que je colle sur le frigo, donc quand il manque un truc, je le marque, etc., puis après je le fait sur papier, ou ça dépends des fois. Des fois, c'est avec mon téléphone que je le note aussi, tu as une application qui existe, je ne sais pas si tu connais où tu peux noter tes courses, que ce soit fruit et légumes, ou produit, et tu notes tes trucs puis tu les coche après quand c'est fait et sa diminue au fur et à mesure. C'est soit ça, soit la liste de course.

J: Et tu suis toujours à la lettre ta liste de course ?

C: Bah, il y a toujours des trucs que je pense que j'ai oublié, et je me dis qu'ils seraient bien, où alors, il y a toujours la petite tentation de prendre le petit bonus qui traîne par-là que t'avais vu, la promotion où tins, tu avais prévu un paquet de céréale mais finalement tu vois qu'il y a une promotion sur les 2+2 et la tu acheter 4 paquets de céréales, mais j'essaye au maximum de m'y tenir. En général, c'est rare que je déborde sur ce que je prévois.

J: Toujours une question sur la partie liste, est-ce que tout est précis, où bien lorsque tu parles d'acheter de la viande, tu notes juste viande ?

C: Oui, je marque viande, mais je sais ce que je veux en général, donc oui, je ne marque que viande. Je vais être plus précis sur des légumes par exemple. Courgette, tomate, etc. Mais la viande restera de la viande. Des œufs, je ne marquerai pas Œuf en plein air, etc.

J: Une autre question : qu'est-ce qui déclenche chez toi l'envie et le besoin de faire tes courses ?

C: Aucun, c'est quand le frigo est vide. Je déteste ça en soi.

J: Que le frigo soit vide ?

C: D'aller faire mes courses.

J: Ah, d'aller faire tes courses, Ok.

C: Donc, c'est pour ça que j'essaye de cibler ce que je veux, de m'y tenir, et j'évite les Hyper parce que c'est trop grand, et que je préfère plus le truc de proximité où je vais avoir un circuit plus rapide et perdre moins de temps. Donc ce n'est pas franchement un plaisir pour moi.

J: Tu prévois de le faire seulement quand le frigo est vide ou tu le prévois à d'autres moments aussi, parfois ? Tu anticipe, tu te concerte avec ton colocataire ou quoi ?

C: Ça dépend, car lui aussi parfois va faire son business de son côté, et moi du miens, donc en général, quand je vois que ça devient assez critique au niveau du choix, là je commence à aller faire des courses. Mais après, j'ai l'avantage de travaillé ici, en filière épicerie, donc de temps en temps, il y a un petit paquet de pâte par-ci, un par-là, c'est un petit bonus. Mais on va dire que j'y vais quand je suis en bout de chemin et que je sens qu'il ne reste plus grand-chose.

J: Oui, ça c'est par rapport à ce qui te reste, mais par rapport à quand ? Par exemple, après ton travail.

C: Par rapport à quel moment de la journée je vais faire mes courses ?

J: Ou pas que de la journée, en général.

C: En général c'est toujours en semaine, j'évite le week-end justement par ce que je ne veux pas me prendre la foule dans les magasins, donc c'est en sortant du boulot, sur le chemin.

J: Et ce n'est jamais le cas où tu rentres d'abord, et tu discute, tu te dis Ok, il ne reste plus beaucoup de temps, on va faire les courses maintenant ?

C: Non, ça me démotiverait. Tu rentres chez toi, tu te poses, et puis tu n'as plus envie de ressortir faire tes courses, donc c'est directement sur le chemin.

J: Est-ce que tu as des cartes de fidélité ?

C: J'en ai une, j'ai la carte carrefour.

J: Pourquoi celle-là ?

C: Parce que c'est là que je vais faire mes courses principalement, donc du coup, je fais 90% de mes courses chez carrefour, donc du coup j'ai pris la carte et au bout d'un moment, je la passe toujours en caisse. C'est pas pour ça que je cible les produits que j'achète en fonction des produits qui peuvent m'apporter des points sur ma carte, mais je la prends, je la passe tout simplement en caisse, et puis voilà, je vois à la fin de l'année ce que ça m'a apporté. Je ne me fie pas à une pub sur les promos qu'il peut y avoir.

J: Comment tu as eu ta carte ? Tes parents te l'ont passé ? Tu l'as fait faire ?

C: On, tout simplement, quand je suis arrivé ici, le premier magasin quand je rentre chez moi, c'est le carrefour, et du coup, je suis allé faire mes courses là directement, et c'était pratique pour moi, puis quand je suis passé en caisse, on m'a demandé la carte en caisse la première fois, et j'ai fait faire la carte.

J: Ce n'était pas trop long ? C'était direct ? Tu n'as pas du remplir trop de chose ?

C: Bah, il y a toujours le petit papier à remplir, ça prend 5 minutes et voilà.

J: Parfait. À part Carrefour, va-tout aussi à d'autre magasin ? Où c'est vraiment que carrefour ?

C: Franchement, je vais la plupart du temps chez carrefour, si je dérive, c'est pour aller chez Colruyt, mais je n'aime pas faire mes courses chez Colruyt.

J: Et pourquoi Carrefour ? C'est surtout proximité, c'est ça ?

C: Oui.

J: As-tu un point de vente Carrefour préféré ?

C: Un type de format préféré ?

J: Non, un carrefour.

C: J'aimais bien celui qui étais avant à côté de chez moi, au cimetière d'Ixelles, c'est un Carrefour Market, je l'aime bien pour ça car il a un concept de proximité qui est sympa. C'est un super, mais il est assez espacé.

J: Et au niveau de la disposition dans le magasin, des points positif, négatif ?

C: C'est un point, un sens de circulation client classique entre les fruits et légumes, puis on arrive dans tout ce qui est épicerie, etc.

J: Ça ne change rien ? Peu importe ?

C: Non, ça ne change rien, ça ne surprend pas.

J: Et au niveau du personnel ?

C: C'est juste le soir, quand je vais faire mes courses, je n'aime pas qu'il y a des gens dans les rayons en train de remplir. Parce que tu ne peux pas circuler, et, pour avoir travaillé là-dedans, c'est au matin que le boulot doit être fait et le soir, les rayons doivent être vides.

J: Penses-tu que carrefour est déjà à son summum dans l'expérience client qu'il peut t'apporter ? Où il y a des choses qu'ils devraient améliorer ? Des innovations qu'ils devraient faire ?

C: Il y a toujours des améliorations à apporter. Déjà, ils en ont déjà fait un bien : Un nouveau système de passage en caisse. Donc maintenant ils ont six petites caisses alignées, et donc ce sont des caisses rapides. Ce n'est pas comme les caisses minutes où tu as une file et tu attends et quand elles sont vides, tu arrives. C'est plein de petites caisses à moins de dix articles où tu arrives et tu circules. Pour la proximité c'est bien parce que généralement tu as quinze vingt articles, donc ça va assez vite. Ça j'aime bien. Mais les trucs que je n'aime pas chez d'autre carrefour où il n'y a pas ça, c'est qu'il faut prendre la 'douchette' pour passer après en caisse toi-même. En France, l'avantage c'est que tu n'as pas forcément besoin d'avoir ta carte, tu prends tes produits, tu passes directement en caisse rapide et t'as pas besoin d'avoir validé tes produits avant pour passer en caisse.

J: Oui, il y a ça au Delhaize ici de Louvain-la-Neuve.

C: Et ça déjà, ça me gonfle d'avoir déjà mon truc à la main, pendant que je fais mes courses. C'est encombrant. Et au final, je trouve qu'ils perdent en flux client de cette façon-là.

J: Maintenant je vais parler un peu plus du site web. Est-ce que tu as déjà été sur le site web de Carrefour ?

C: Oui, forcément.

J: Et, qu'est-ce que tu en pense ? Tu l'aime bien, tu ne l'aime pas ?

C: Ce n'est pas que je l'aime bien ou ne l'aime pas, il est correct. L'onglet Drive où en général ?

J: En général.

C: Moi je ne regarde que celui du Drive, principalement. Pour le boulot, et pour moi. On va dire que quand tu tape une recherche d'un produit particulier, il trouve ça quand même assez facilement. Donc les mots-clés et les liens sont assez bien foutus. Seul inconvénient, c'est que des fois, tu ne trouves pas tout ce que tu veux sur le site. Par rapport au magasin. Ça c'est le point négatif.

J: Il devrait y avoir quoi en vrai ?

C: S'il pouvait ajouter de la gamme sur le site, ça faciliterait peut-être le choix pour commander en Drive ou des choses comme ça. Faut pas oublier que des fois, j'aimerais commander sur le Drive, mais je suis obligé d'aller en magasin car je ne trouve pas sur le site internet alors qu'il est physiquement dans le magasin.

J: Et à part le Drive, est-ce qu'il y a autre chose que tu aimerais y trouver ? Ou est-ce vraiment la partie principale, le plus important ?

C: À quel niveau ?

J: Site internet. Si tu vas sur le site internet, c'est surtout pour le Drive ?

C: C'est pour le Drive, et pour regarder les prix concurrentiel, regarder les prix pratiqué. Ça, c'est plus la partie boulotte.

J: Et qu'est-ce qui t'y pousse à y aller. Donc pas la partie boulotte, sur le site internet.

C: En tant que client, quand je vais sur le site internet, c'est uniquement pour commander mes courses, les prendre au Drive. Sinon, je ne vais pas me promener sur le site de carrefour.

J: Est-ce que tu fais attention à la campagne publicitaire de carrefour ?

C: Non, je m'en fous.

J: Complètement ? Il n'y en a pas un qui t'a marqué ?

C: Non, je ne suis pas du tout sensible à la publicité, la promotion ou ces choses-là. Si je les voient dans le rayon, et que c'est quelque chose que j'ai ciblé sur ma liste de course, par exemple, un paquet de céréale que j'aurais pu prendre, et que je vois par hasard que ce paquet est en 2+2, la Ok je vais le prendre, mais sinon, je ne regarde même pas les folders qui sont à l'entrée du magasin, ça me gonfle. Donc je m'en fous. Je passe ma carte fidélité sans même regardé ce que j'ai pris.

J: Je vais te citer quelques moyens, tu me dis si tu t'en fous, ou pas. Télévision ?

C: Non, je ne regarde pas la télé.

J: Radio ?

C: Je n'écoute pas attentivement.

J: Facebook ? Newsletter ?

C: Non, je déteste recevoir des newsletters aussi.

J: Il n'y a pas de campagne publicitaire qui te pousse à aller au magasin, vraiment ?

C: Il y a une campagne qui va m'intriguer, et qui peut m'intéresser, c'est déjà ce qu'on fait ici, c'est quand tu peux cumuler des points quand tu passes en caisse par exemple. Par exemple tu en as eu pour 50€, tu vas gagner 5 coupons. Et après autant de temps, ça va te rapporter autant de point qui correspond à X somme d'argent. Ça, je le fait. Et quand je passe en caisse, je prends les coupons et à la fin ça me rapporte 45€ sur ma carte en plus. Et c'est la seule action que je suis chez Carrefour.

J: Malgré que tu ne sois pas le reste, est-ce que tu es quand même souvent au courant des campagnes ?

C: Je ne suis pas au courant des campagnes. Sur ma filière, les produits que je regarde pour le boulot, oui, je suis au courant. Mais après, ça ne m'intéresse pas.

J: Tu m'as dit que tu utilisais le Drive, c'est la raison de cet entretien, et donc, quel Drive utilises-tu ?

C: Le Drive de ce Carrefour

J: Comment as-tu eu connaissance de ce Drive ?

C: Car en allant au magasin, j'ai vu la borne Drive Carrefour, donc en allant après sur le site, j'ai vu que je pouvais faire ma commande et gagner du temps comme ça.

J: Qu'est-ce qui t'a tenté à pousser l'expérience ?

C: L'expérience, je la tentais déjà en France, comme je bossais sur Paris et que j'avais beaucoup de chemin à faire en voiture tous les jours depuis Paris. Et le soir, quand tu rentres vers 20h, tu n'as aucune envie de te taper tes courses. Donc l'avantage, c'est que quand j'étais au boulot, je passais ma commande, j'allais au Drive qui était sur ma route, le mec met tes trucs dans ton coffre, tu te casses et tu mets tes courses dans le frigo. C'était pour moi un gros gain de temps quand j'avais ma vie sur Paris. Ici ça l'est un peu moins car on est plus flexible sur les horaires, Mais quand je n'ai pas la motivation, c'est quand même un avantage.

J: Ça faisait partie de tes premières expériences Drive ?

C: Oui, c'était à Paris, ça s'appelait le Chrono-Drive, et Chrono-Drive appartient à Auchan.

J: Si ce n'est pas indiscret, qu'avais-tu commandé ?

C: Un peu de tout, féculent, légume.

J: Directement une grande course ? Ou tu as testé ?

C: J'ai testé en fonction de ce que j'avais besoin sur le coup. Ce qui est pratique sur un site de Drive, tu fais ta commande, tu vas la chercher etc. et elle s'enregistre. C'est-à-dire qu'après, si tu veux refaire ta commande, c'est préenregistré et tu peux te faire tes listes de courses type en fonction de tes besoins. Et ça fait gagner du temps de cette façon-là.

J: Tu avais commandé depuis ton travail ?

C: Oui, depuis mon travail.

J: Par PC ? Mobile ?

C: Par PC.

J: Est-ce que ça correspondait à tes attentes ? Où cela t'as surpris d'une quelconque manière ?

C: J'étais content, j'ai trouvé que le système était mieux fait du côté de Chrono-Drive que ici à carrefour. C'est plus avancé en France qu'ici en Belgique. Le point négatif du Drive c'est pour faire tes courses en fruits et légumes. Par exemple, tu veux acheter des tomates, tu vas dans ton carrefour à pieds faire tes courses, tu as besoin de quatre tomates, tu y vas, tu prends tes quatre tomates et c'est bon. L'inconvénient du Drive est que tu dois acheter tes fruits et légumes au Kilo à chaque fois alors que quand tu es seul, tu n'as pas forcément besoin de te taper une boîte de 15 oignons. Ça c'est un peu chiant.

J: Est-ce qu'il y a une différence d'assortiment entre le Drive et ce que tu peux trouver en magasin d'habitude. Soit en termes de produit ou promotion ?

C: Chez Carrefour non, les promos du Drive sont également en magasin. Et Vice-versa. Point positif qu'on ne retrouve pas chez Intermarché par exemple. Et pour les assortiments, certains produits en magasin ne sont pas trouvables sur le Drive.

J: Est-ce que tes habitudes ont changé depuis ta première commande ? Avant que tu utilises le Drive, et après le Drive.

C: Mes habitudes en terme de consommation ou de faire mes courses ?

J: Les deux.

C: En termes de consommation, non, je consomme toujours la même chose. En terme d'habitude, oui, car je serai plus tenté de passer par du Drive que d'aller me taper les courses pour toutes ces raisons de praticité et gains de temps. Après, ici, je le fais moins souvent, car un autre point négatif du Drive en Belgique c'est que partout où tu vas, le Drive est payant. C'est 5€. Chez Colruyt, ils font différemment. Tu dois acheter beaucoup en Volume et le Drive est gratuit, mais tu as acheté 10 Gel Douche et 15 Paquet de lessive.

J: Mais tu as dit que tu prenais beaucoup. 300€ par mois ?

C: Oui, mais à deux. 150€ seul par moi ça ne représente pas grand-chose.

J: Ils n'ont pas un truc qui fait après un grand panier, la livraison est gratuite ?

C: Non, des fois tu reçois un petit mail : Un Drive offert. Des petites choses comme ça, mais c'est très ponctuel. Généralement, ça te rajoute des frais de 5€. Donc des fois ça me calme et ça m'incite à retourner dans les magasins. Parce que je n'ai pas toujours envie de me taper un supplément de 5 €.

J: Si jamais il n'y avait pas ce supplément, tu y retournerais ?

C: S'il n'y avait pas ces 5 €, je pense que je ferais tout le temps du Drive.

J: Sur un terme plus global, donc E-commerce, as-tu déjà commandé autre chose sur internet que de l'alimentaire ?

C: Oui, je traîne beaucoup sur Amazon, Discount, J'achète ce qui est jeux-vidéo, tu vas gagner 5-10€, des bouquins aussi, globalement, tous mes achats ménager, électro-ménager et

électronique, je vais les faire sur le E-commerce. Parce que je m'y retrouve coté prix. Quand j'achète par exemple une station Bose, je vais les comparer sur tous les sites et prendre celles que je trouve plus intéressante. C'est très rare que j'achète ce genre de produit en magasin.

J: Et tu fais ça souvent ? Quelle fréquence plus ou moins ?

C: Ça dépend, c'est vraiment quand j'ai une lubie en tête, je me crée un besoin, j'aime bien ces choses-là, mais ce n'est pas très régulier.

J: Que penses-tu de l'E-commerce en Belgique ?

C: C'est encore faiblard. Ça se limite encore à Amazon et un petit peu de Discount. Il n'y a pas encore de (plafonnât) en Belgique, donc pas mal de produit que tu trouves sur Amazon, tu ne peux pas te les faire livrer ici. Donc l'E-commerce reste encore peu accessible ici. Il y a encore beaucoup de boulot.

J: Tu penses que ça peut se développer ?

C: Ça DOIT se développer, car il faut faire naître une concurrence ici qui est assez faiblarde. Où tout le monde s'entend un peu sur les prix, que ce soit dans la distribution alimentaire ou non- alimentaire. Chez Médiamat par exemple, j'étais assez surpris de voir les prix qu'il pratiquait en Belgique. Ça ne donne pas envie d'acheter en Belgique.

J: Effectivement, mes amis qui commandent m'ont averti qu'en Belgique, les frais de douanes sont énormes.

C: Moi je me débrouille et me fait livrer en France et les récupère quand je passe chez moi. Mais ce n'est pas intéressant de commander en Belgique.

J: J'ai deux vidéos à te montrer, et je voudrais savoir ce que tu en penses.

C: Il n'est pas encore ouvert ce magasin ?

J: Ils en ont deux en test en Californie je crois.

C: J'ai entendue parler de cette pub. Moi, ce qui m'intriguait, c'est comment ils font pour vérifier ? Parce que comment ils font pour que tu prennes ton produit, tu te casse et tu sors.

J: En gros, tu peux mettre des mini-puces dans les packagings, ça coûte 3 cent un truc comme ça.

C: Ok, et le téléphone fait le lien ?

J: C'est ça, et aussi tu peux le faire avec un caddie aussi. Tu peux entourer ton caddie de capteur qui ne coûte pas chère, et quand tu arrives dans la zone de paiement, tu as le scan. Ici, comme c'est Amazon, il t'envoie la facture juste après.

C: Mon avis est que c'est totalement dans la tendance à venir. Après, la société derrière doit s'adapter quand ces choses-là vont arriver. Mais moi j'aime bien, je suis fan de ce genre de choses. Après, le point négatif, ça reste le marché de l'emploi derrière puisque ça veut dire pas de personnel en caisse derrière. Mais question client, c'est un truc qui me botterait.

J: Je vais maintenant te montrer la seconde vidéo, qui va compléter ce que je t'ai montré.

C: Ici, on est dans quelque chose d'un peu moins innovant dans le sens où te faire livrer tes courses, c'est déjà réaliser par la grande distribution. L'innovation ici c'est leur Joystick là.

J: Ils l'ont mis en App maintenant.

C: Ça, c'est un peu moins innovant, mais après ça, le concept est amusant, et je pense que pour des jeunes, c'est le genre de truc qui va les sensibiliser. Mais là-dessus, je pense que dans l'alimentaire, Amazon va être un gros client.

J: Et toi, ça ne t'intéresserait pas s'ils sortaient ça ? Si Amazon venait à s'installer en Belgique avec ce concept ?

C: Je ne sais pas si j'irai jusqu'à payer le prix pour recevoir mes courses chez moi.

J: L'App est gratuite, mais il y aura sûrement le prix de livraison.

C: Le frein pour moi, et pour je pense d'autre consommateur, ce sera ça. Aller au Drive, c'est 5€ de plus, te faire livrer tes courses, il faut atteindre un certain montant de course pour se faire livrer. Ça c'est un frein, et si Amazon propose un truc payant en plus, quelque part aujourd'hui, tu es dans un monde où c'est une guerre des prix permanents, donc le client cherche du prix. Si le client peut avoir quelque chose moins chère chez Amazon de par leurs logistique, mais qu'à final, il paye 5€ de plus, ça va peut-être le freiner. À l'échelle de la Belgique ce sera sûrement comme ça, mais peut-être que pour d'autre pays, ce sera sans frais de facturation supplémentaire.

J: Cela ne resterait-il pas intéressant pour certaine niche, comme les personnes âgées par exemple.

C: Pour les personnes âgées, il faut déjà cibler le fait qu'ils ont déjà une assistance, souvent il garde le lien avec la famille etc. Et puis, le gap technologique avec les personnes âgées. Il y a toujours le cas exceptionnel de quelques personnes âgées qui vont se sensibiliser à ses outils et leurs trouver un intérêt, mais je pense que les personnes âgées ne seraient pas les premiers clients étant donné qu'ils ont besoins de contact direct. Je ciblerais plutôt les jeunes actifs, en couple ou célibataires, avec des jeunes enfants.

J: Et pour parler de la partie déshumanisation ? Pour les deux vidéos.

C: C'est vrai que c'est un côté négatif. Moi-même je le vois, et peut-être toi aussi avec ton iPhone. Toi-même tu vas prendre ton bus ton train, tu vas faire n'importe quoi tu vas être collé à ton téléphone. Moi mon téléphone, je ne le lâche pas une seconde. Quand je suis à table en famille, tu ne lâche pas ton téléphone. Tu vas être dans un monde tellement digital que c'est vrai que ça déshumanise, et ça peut devenir dangereux car ça détruit du lien social, et c'est quelque chose qu'il faut surveiller.

J: Toi en particulier où en général ?

C: Moi je le vois très bien que je détruis du lien social avec les gens autour de moi parce que je suis collé à mon téléphone. Tu n'as qu'à voir ici les gens à midi, mange à table ; TU regardes un instant, on est dix, mais dix avec nos téléphone.

J: Donc tu n'es pas trop pour ?

C: Je te dis que c'est dangereux alors que moi-même je le fais, je me considère comme un accros.

J: Tu serais intéressé par le concept ou au contraire, tu préfères que ça n'arrive pas ?

C: Je fais la parole moralisatrice, mais je m'intéresse beaucoup à ce qui est digitale, donc oui j'aimerais que ça arrive et je serais l'un des premiers à aller le tester si il y en a un près de chez moi pour voir ce que ça donne.

J: Serais-tu triste si Amazon venais à dominer mondialement sur ce plan-là, et qu'il n'y aurait plus de contact en caisse ?

C: Je pense que pour qu'Amazon arrive là, il faudrait du temps. Déjà que pour que Amazon arrive là en E-commerce, ils leur a fallu des années, ils ont failli se planter, ils ont failli faire Banqueroute. Le système américain les a sauvé, heureusement. Là, ils sont en train de faire un truc où ils sont à perte, et uni prendra peut-être 10-20 ans à se développer. À une époque, les gens allaient plus dans les hyper pour faire leurs courses, et aujourd'hui, les gens retournent progressivement vers la proximité, pour retrouver du contact, de la proximité, un truc de plus simple. Donc ça ne m'inquiète pas.

J: Oui, et pour toi ? Tu n'avais pas dit justement que tu n'aimais pas faire ta course ?

C: Si, là je parle pour moi, et peut-être les autres, aujourd'hui, je préfère la proximité pour une question de format, de temps. Je sais que je suis comme ça, mais on sent aussi que les tendances sont comme ça. La proximité se développe au-delà de l'alimentaire. Dans la grande distribution, tu vois de plus en plus de l'épicerie fine, qui s'ouvre, le petit boucher, etc. ça se renouvelle dans une version plus premiumisée, mais on tend vers ça. Même si derrière ça, Amazon va faire son trou, il va prendre des parts de marché mais il ne va pas prendre tout type de clientèle.

J: Que penses-tu du principe de sacrifier tout contact dans la grande distribution pour avoir plus de temps libre ?

C: Ce système-là permet de gagner du temps pour toi, à Paris, ce système m'épargnait une heure ou deux, et c'était une heure que je pouvais passer pur aller boire un verre ou quoi. Oui, d'une certaine façon, je pense que je privilégierais ce système là pour mon intérêt personnel, oui.

J: Si Amazon venait à s'installer en Belgique, serait-il ton magasin préféré ?

C: Aucune idée, il me faudrait mon expérience client avant. Je vais surtout choisir le point de vente le plus pratique, le plus près de chez moi. Pas chez un Delhaize car je considère qu'il est trop chère, mais un intermédiaire, oui. Si j'ai un Amazon de ce type là, mais qu'il faut que je fasse 30 minutes de routes supplémentaire pour y faire mes courses, et bien j'irai chez le magasin le plus proche de chez moi et revoir la caissière etc. Ne faut vraiment que ce site sur mon chemin. J'irai tenter l'expérience épar curiosité, j'y retournerai pas régulièrement pour ça.

J: Si un des magasins sur ta route adoptaient une ou plusieurs de leurs technologie, serais-tu intéressé par y aller plus souvent ?

C: Oui, si il répond à mes critères etc., si il est sur mon chemin, n'implique pas de payer 5€ de plus en bas de page, je pense que oui, je passerais par là.

J: Merci beaucoup pour le temps que tu as consacré.

2. Adhérents

2.1. Non-Drive

2.1.1. Adhérent 1

I. D. / Femme / 39ans

J: Ok alors hm avant toute chose est-ce que je peux vous demander de parler un peu de vous, de raconter qui vous êtes.

I: Donc moi je m'appelle Iseut Dumont je suis l'adhérent de l'Intermarché de Mettet je suis en couple avec Arnaud Kesch qui est adhérent avec moi, notre historique dans l'entreprise d'Intermarché est assez particulière puisqu'on a commencé tous les deux à la centrale en 2001, comme permanent, on a évolué tous les deux au sein de la structure pendant plus de 10 ans, je dirais même 12 ans exactement. Moi plutôt partie communication et mon mari plutôt enfin lui il a évolué jusqu'à être directeur commercial. Et à l'aube de l'année 2013, s'est posée à nous la question à un moment donné d'évoluer dans l'entreprise en ayant notre propre point de vente, et donc on s'est lancé corps et âme dans cette folle aventure, et on a repris l'Intermarché de Mettet en novembre 2013, c'était un point de vente qui tournait déjà très bien mais qui faisait 800 m² et au moment où on a racheté ce magasin, on a immédiatement engagé les démarches pour l'agrandir, de passer en 1400 m² parce qu'on savait qu'un Delhaize allait s'implanter sur la zone et que si on restait avec le point de vente, vétuste comme il était à l'époque, on ne s'en sortirait pas, on avait pas le choix on devait le faire. On a repris l'Intermarché en novembre 2013 et en avril 2015 on a fait une réouverture avec le point de vente agrandi. Donc on a vécu dedans je dirais une petite année en tant que magasin 800 m² qui nous a permis de connaître le personnel, connaître les clients etc....Et très vite on s'est lancé dans l'agrandissement et donc aujourd'hui nous sommes trois ans plus tard et voilà.

J: Ok très bien très bien....

I: Et on va avoir 40 ans tous les deux.

J: Vous êtes nés plus ou moins....

I: On est né en mars 77 tous les deux, on s'est connu chez Intermarché donc voilà comme ça tu sais tout.

J: *rires* D'accord hm est-ce vous pouvez me raconter une de vos journées ?

I: Alors elles ont plusieurs usages. Euh les jours où je suis au magasin ben y a des journées très administratives pour ma part car gérer un magasin c'est énormément d'administratif même si on a un comptable pour toute la partie financière, tout ce qui est la gestion humaine des choses est assez lourdes. Horaire etc....Et puis il y a des journées qui sont plus je dirais, physiques, on va dire, où on est vraiment amené à être dans le magasin pour diverses choses. Une chose est sûre en tout cas quand on est au magasin c'est qu'une journée rêvée je dirais ou imaginée ne se passe jamais comme on l'a imaginé au départ ou au matin en se levant car on est tout confronté mais ça c'est tous les jours à des imprévus, des problèmes qu'il faut régler

J: C'est toujours des mauvaises surprises ?

I: Souvent. Un produit qui n'est pas arrivé, un client qui est mécontent, un meuble qui ne

fonctionne pas, un meuble froid qui tombe en panne. Une panne de courant, voilà je peux jamais me dire un matin je vais faire tout ça et ça se passe comme je l'ai imaginé. Il y a toujours un élément perturbateur qui survient je sais pas pourquoi mais c'est comme ça. Et alors j'ai également un tiers-temps, le mardi mercredi, là ça se passe ici à Louvain-La-Neuve mais ça c'est plus de l'ordre de la réunion mais je dirais au magasin je n'ai jamais deux fois la même journée.

J: Ok, et une fois que vous quittez le magasin est-ce que vous continuez à travailler ?

I: Ça ne s'arrête jamais hein. C'est en fait on est ouvert déjà tous les jours, du lundi au dimanche, on a dû à la réouverture, donc après l'agrandissement augmenter notre amplitude horaire donc terminer plus tard, le vendredi on est ouvert jusqu'à 20h et ça peut paraître anodin mais pour le personnel c'est quand même un sacré pas à franchir et on a aussi ouvert le dimanche jusqu'à 18h parce qu'à un moment donné voilà si on veut du chiffre d'affaire en plus on est obligé d'agrandir l'amplitude. Même si on n'est pas là physiquement dans le magasin, j'ai deux enfants en bas âge donc je dois quand même un peu m'en occuper. Ben on est toujours lié par cette affreuse chose qui s'appelle un téléphone. On est toujours lié au magasin d'une manière ou d'une autre qu'on soit là physiquement ou non qu'on soit en vacances ou non enfin je veux dire ça ne s'arrête jamais, on est connecté aux alarmes donc on est susceptible la nuit d'être appelé. C'est arrivé souvent à la reprise. Parce que le système d'alarme a été complètement changé donc le fournisseur qui venait nous livrer de nuit n'était pas habitué à la manipulation de la nouvelle alarme donc on a eu de fausses alarmes mais énormément, une quarantaine, donc on a été en médiation avec la police parce que bon si on décroche pas la nuit quand le téléphone sonne, la police se rend sur place forcément, c'est une alarme intrusion. Et donc voilà enfin tout ça doit se régler mais à partir du moment où on met le pied dans ce monde-là et ben on est tout le temps susceptible de.... enfin ça se coupe pas.

J: Peut-être sur une noter plus joyeuse, est-ce que vous pouvez me parler un peu de votre point de vente, quelles sont les forces et les faiblesses ?

I: Alors nous notre point de vente il a une très grosse force au départ c'est la boucherie. Mais ça c'est historique, déjà même avant que ça soit nous, l'Intermarché de Mettet a été créé et construit par Jean-Paul Egleme qui est un adhérent qui est toujours dans le groupement mais qui pour le moment s'est destiné à d'autres activités, lorsqu'il nous a vendu son magasin il s'est destiné à une autre activité. Et donc, lui c'est un boucher de formation, et donc sa force a été de développer une boucherie très forte c'est toujours le cas aujourd'hui on a un chef boucher qui est excellent, qui fait du très bon travail. Et euh tout l'enjeu pour nous au moment de la reprise de continuer à développer cette partie boucherie, je vais t'expliquer après comment on a fait et ensuite de développer aussi le reste parce que un magasin c'est bien d'avoir une boucherie mais il y a d'autres choses à développer et donc au moment de l'agrandissement on a développé la boucherie LS puisque au départ on avait que un comptoir boucherie, donc les gens venaient faire la file et demandaient, voilà, au moment de l'agrandissement, on a installé une boucherie LS faite sur place donc on a des bouchers qui sont toujours disponibles au niveau du comptoir mais en plus tous les jours ils emballent la viande et la disposent dans des bahuts boucherie. Alors il faut savoir que la boucherie LS ce n'est pas la même chose que la boucherie traditionnelle, c'est un autre mode de consommation il faut appâter plus le client, ce

n'est pas parce que tu mets une côtelette toute simple dans une barquette que tu vas évoluer ton chiffre donc il faut aller plus sur des préparations. Et tout l'enjeu pour nous ça a été de trouver un boucher, un autre boucher je dirais capable de bien travailler en LS, c'est une chose de bien vendre en trad mais là c'était beaucoup de la découpe, tu vas vendre du rôti tu vas vendre du steak mais travailler avec de la préparation, faire envie aux gens, c'est différent, et là il fallait vraiment qu'on recrute encore là on vient d'engager un boucher qui vient de chez Delhaize et qui a une belle expérience là-dedans et qui nous sort des trucs magnifiques donc on est content mais ça met du temps avant de trouver, je dirais, les bonnes personnes. Donc à ce niveau-là on a continué à développer la boucherie, qu'est-ce qu'on a constaté c'est qu'effectivement notre quota boucherie trad a légèrement diminué mais notre quota boucherie LS a vraiment augmenté donc on développe vraiment sur ce secteur-là. On veut développer aussi le traiteur fait sur place, donc des plats préparés, c'est notre poissonnier qui fait ça parce qu'on a aussi une poissonnerie ce qu' tous les points de vente n'ont pas à l'heure actuelle et donc il retravaille beaucoup de produits pour le client et alors on a développé tout le frais donc je dirais notre principale force c'est le frais donc tout ce qui est boucherie je l'ai dit, poissonnerie, traiteur, tout ce qui est charcuterie fromage et boulangerie. Après moi j'ai décidé de me développer sur le.... pas tellement sur le vin, on en a mais je ne dirais pas qu'on est fort là-dedans par contre on a très fort développé la parfumerie, par l'intermédiaire d'un rayon.

J: Parfumerie c'est....

I: Donc c'est tout ce qui est shampoing, déo, enfin toute la beauté du corps je dirais. On a mis en place un système de meuble avec des planches vitrées plutôt que des planches opaques. Elles sont vitrées et toute éclairées vraiment comme dans une parfumerie donc ça c'était quelque chose que je voulais mettre en avant. Voilà je dirais que nos principales forces se situent là.

J: Vos forces correspondent à ce que le chiffre d'affaire en quelque sorte proportionnellement....

I: Maintenant sur la parfumerie on a du mal parce qu'il y a beaucoup d'enseignes comme action comme extra implantés juste à côté de chez nous qui font je dirais des actions très fortes. Voilà mais je dirais que mon rayon parfumerie se développe vraiment bien. J'ai lancé des maquillages label aussi enfin des choses qu'on n'avait pas avant. Je dirais une autre de nos forces c'est le côté très familial c'est à dire qu'on est... bon Mettet on ne peut pas vraiment dire que c'est une ville c'est un peu plus qu'un village mais tout le monde se connaît.

J: Les clients parlent souvent avec les employés ?

I: Voilà donc il y a des gens surtout des personnes âgées je sais que c'est la seule conversation qu'ils ont de la journée, et ils vont rester deux heures dans le magasin. Parfois un peu embêtant pour la productivité mais enfin bon moi je suis assez partisane de la communication avec les gens. Voilà et on a aussi développé le service à la personne dans le sens où on a ajouté le Lotto, un peu de Lotto, un point Kiala, une laverie, un photomaton, un développeur de photo enfin voilà, on a mis plein de petites choses en plus dans le magasin qui fait que voilà tu peux venir faire tes courses chez nous et vraiment y faire plus que juste tes courses voilà.

J: A propos des faiblesses du coup.

I: Alors nos faiblesses, je dirais bah c'est une faiblesse qui est pas vraiment notre faute mais je pense qu'on a une logistique qui n'est pas à la hauteur de ce qu'on voudrait développer, donc Intermarché se veut une enseigne très forte en frais et la logistique ne suit pas. C'est à dire par exemple la volaille on ne l'a pas avant le mercredi quoi. C'est con mais c'est parce qu'il y a pas d'abattage enfin bon y a toute un... ça on en reparlera peut-être après par rapport au Drive mais je veux dire, pour moi c'est une grosse faiblesse c'est à dire qu'on n'est pas capable d'honorer, notre logistique ne suit pas. Et on a énormément de manquants lors de nos réceptions marchandises. Donc ça c'est des choses qui sont très difficilement gérable dans le sens où tu fais ta commande, tu t'attends à recevoir ta marchandise puis tu ne l'as pas et comme on a une logistique assez particulière ben le temps que tu recommandes et que tu espères enfin avoir ton produit parfois il est passé une semaine.

J: Comment ça se fait qu'enfin vous avez une livraison prédéfinie par semaine ?

I: On a des circuits logistiques qui sont assez complexes. Pour certains types de produits tu dois commander tel jour pour réception tel jour mais si tu ne reçois pas, même si t'as commandé parfois tu ne reçois pas et c'est reparti pour euh...

J: Et comment ça se fait que vous ne recevez pas...

I: Ah bah...

J: Ça vient de...

I: C'est une problématique vraiment de logistique qui voilà mais ça c'est dramatique quoi. Parce que parfois tu as un trou dans ton rayon pendant une semaine, le temps que tu t'en rendes compte enfin voilà quoi...

J: Ah il n'y a pas quelque chose qui vous dit qu'il y a un manque dans le stock, il faut que quelqu'un le voit ?

I: Nous aujourd'hui on était pas en réappro automatique donc. Tu vois ce que c'est ?

J: Humm...

I: Il y a deux manières de travailler dans le point de vente, soit je suis pas en réappro automatique donc c'est une intervention humaine qui commande donc qui douche avec son scan des produits puis qui décharge sur le pc qui envoie la commande voilà mais à ce moment-là quand tu réceptions ta marchandise vu que tu ne la scannes pas tu ne sais pas si tu as reçu tout ce que tu as commandé. C'est ce sur quoi, donc ça c'est une de nos grosses faiblesses et on s'est mis cette année pour 2016 en chantier de lancer rayon après rayon le réappro automatique donc là on vient de le faire sur charcuterie LS, fromage LS, alcool, traiteur et sauriserie.

J: Et ça marche comment ?

I: Donc c'est à dire maintenant ce qu'on fait c'est qu'on a dû d'abord faire un inventaire du rayon et le passer en gestion des stocks. Donc c'est à dire que maintenant l'ordinateur sait exactement ce que j'ai vendu, ce qui a été cassé, ce qu'on m'a volé enfin voilà. Et donc à un moment donné, c'est l'ordinateur qui va lui-même générer une commande.

J: Ça c'est avec quelqu'un qui code ou c'est quand il passe à la caisse ?

I: En fait maintenant on est obligé de scanner la marchandise à l'entrée, donc le matin 6h30 quand on reçoit la marchandise on doit mettre la commande sur le scan, scanner ce que j'ai réceptionné, décharger et puis l'ordinateur te dit voilà, t'as commandé un conditionnement de ceci, tu ne l'as pas eu ou tu l'as eu etc... ce qui te génère une fois que t'as fini de remplir ton rayon, la liste des manquants en fait. Le problème avec notre logistique si tu ne fais pas ça c'est que dans les papiers du camion on te dit que tu as reçu un conditionnement de fromage en tranche, tu l'as pas reçu mais on te le facture quand même parce que tout ça se fait automatiquement la facture est générée sur base de ta commande pas sur base de ce que t reçois réellement, donc ça veut dire qu'on te facture de la marchandise que tu n'as pas, tu n'as pas su la vendre donc tu fais pas ta marge et ainsi de suite. Donc le fait de passer en réappro automatique bah voilà pour nous ça va être une manière de mieux gérer nos marges et de mieux gérer la manière dont un rayon est tenu. Le réappro automatique il va pas oublier un produit lui parce que lui il prend tout ton rayon et en fonction de tes sorties mais pour ça faut se créer un petit historique en fonction des sorties, des ventes de la saisonnalité, il sait combien il doit commander donc tous les jours il te fait une proposition de commande et toi t'as plus qu'à dire oui ok, tu peux changer les quantités si tu sais qu'il y a un événement à côté de chez toi et que tu vas vendre plus de baguette ou j'en sais rien tu peux tout changer mais en tout cas il te fait une proposition de commande et donc voilà, là on s'est mis en chantier là-dessus pour justement améliorer nos rayons au fur et à mesure parce qu'on ne sait pas tout passer en une fois, on fait vraiment petit à petit.

J: A propos des produits que vous avez dit qui marchaient bien, donc euh par exemple tout ce qui est trad ou bien parfumerie, comment savez-vous qu'il marche bien ?

I: Ben ça on reçoit donc on fait un inventaire frais déjà tous les mois donc comment ça se passe dans la gestion d'un magasin, il y a deux types d'inventaire, il y a les inventaires généraux de quadri donc on le fait trois par an une fois tous les 4 mois, où là on doit scanner tout le magasin, c'est long c'est fastidieux mais à l'issue de ça le comptable réconcilie achat vente, ce qui te permet de te donner tes marges par famille. Et pour le frais on doit le faire tous les mois. Donc faut savoir que quand on construit le budget du point de vente, budget type, la centrale nous met déjà des objectifs elle dit voilà en boucherie tu dois avoir tel niveau de quota tel niveau de marge, charcuterie tel niveau de quota, tel niveau de marge et ainsi de suite donc le quota tu vois bien ce que c'est hein c'est le poids de la famille charcuterie sur l'ensemble de ton chiffre d'affaire. Tout ça est construit et il faut y coller au maximum avec tes forces donc nous on sait qu'on a une forte boucherie donc on sait que noter quota boucherie est légèrement supérieur à l'objectif de la centrale et donc tous les mois on pilote ça, on ne peut pas laisser le frais un an sans regarder nos chiffres donc je sais tous les mois combien j'ai fait en boucherie, combien j'ai fait en charcuterie, etc..., etc...

J: C'est surtout avec le chiffre d'affaire que vous calculez ?

I: Voilà, donc c'est en fonction de nos achats, de nos ventes et du poids de chaque famille sur l'ensemble voilà.

J: Euh, est-ce que vous pouvez me préciser combien plus ou moins de personnes vous employez ?

I: 29 hors intérim, dans les 29 j'ai mes employés classiques je dirais, et j'ai des apprentis donc ils sont considérés comme des employés, ils sont soit des CEFA, donc les CEFA c'est apprentissage en entreprise donc ils font deux jours par semaine à l'école et le reste du temps ils travaillent chez moi. J'ai les IFAPME donc là c'est un jour à l'école et le reste du temps chez moi et c'est tout ce que j'ai pour le moment. J'ai aussi des stagiaires eux ils ne sont pas rémunérés du tout mais là c'est souvent les écoles qui me contactent parce qu'ils savent que nous on est très ouvert à former des jeunes donc ça c'est plus je dirais euh ponctuel en tout cas aujourd'hui j'ai 29 personnes dont une, deux, trois, quatre apprentis. Un en boucherie, une en rayon et deux en caisse...

J: Hm ok et hm parmi eux est-ce qu'il y a beaucoup d'experts comme le boucher dont vous avez parlé Delhaize tout ça...

I: J'ai des personnes qui sont là depuis l'ouverture du magasin en 1990 et quelques donc ça c'est des personnes dont on a hérité pas toujours facile à gérer ça parce que tu reprends un magasin avec des gens qui sont déjà là avec des habitudes que tu veux changer depuis on a recruté quand même pas mal de monde, il y a pas mal de mouvement parce qu'il y a des contrats qui sont achevés, des gens dont on a dû se séparer parce que voilà il y a eu du vol et des choses comme ça. Mais sinon je dirais dans les poste clés, boucherie, responsable caisse, crèmerie, charcuterie, traiteur c'est vraiment des gens qui ont minimum 6 ans d'expérience donc c'est vraiment des gens sur qui on peut s'appuyer et ça c'est précieux parce que ça nous permet de prendre distance et de faire d'autres choses.

J: Eux ils sont plus précieux parce qu'il gère complètement la partie boucherie ou...

I: Il gère complètement mais j'ai un chef de magasin en plus qui pilote le tout.

J: Est-ce que vous avez des employés polyvalents comme ça qui savent faire plusieurs choses ?

I: Alors mon chef de magasin lui il sait aller partout, d'ailleurs là on a eu un problème en boucherie car j'ai mon boucher qui a eu la grippe donc il a été en boucherie, il sait faire fruits et légumes, enfin voilà il sait faire de la boulangerie, il est boulanger de formation donc je dirais lui il sait vraiment aller partout mais ce n'est pas le but. Je dirais lui il doit avoir une vision de hauteur et avoir son nez partout pour s'assurer que les choses sont faites comme on a envie qu'elles se fassent. Mais je dirais lui c'est vraiment notre bras droit quoi.

J: Et vous avez qu'une seule personne comme ça ?

I: Sinon les autres sont plus experts, j'ai un boucher, j'ai le poissonnier, j'ai un responsable crèmerie, enfin ils ont chacun une tâche bien précise et j'ai vraiment que Julien, mon chef de magasin qui lui euh est multi facette, je dirais.

J: Donc un autre type de question, selon vous qu'est-ce qui déclenche l'envie ou le besoin d'aller faire les courses ? C'est plus un avis personnel euh...

I: Moi je dirais qu'il faut manger tous les jours quoi donc à un moment donné, si t'as plus rien dans ton frigo il faut y aller. Maintenant, j'ai quand même des clients qui sont très promophiles donc je vois bien qu'en fonction de la promo qu'on a en plus, ils viennent ou ils ne viennent pas. Il faut savoir que les clients ne viennent pas que chez nous, ils font 3 virgule

2 enseignes donc voilà, je sais qu'ils ne viennent pas chez moi et que ils vont là où c'est plus intéressant ils ne s'en cachent pas, ils me le disent. Je vais au Colruyt, j'ai un Colruyt en face, on est voisin. Je vais au Colruyt pour les grosses offres, je vais chez Inter pour la boucherie et la baguette à peu de choses près.

J: Hm intéressant et ils vous donnent souvent des retours comme ça ?

I: Oui, ou alors ils me disent oh faites gaffe au Colruyt la salade est à X euros hein chez vous elle est un peu chère non vous ne trouvez pas ah oui...

J: C'est bien que vous avez des clients qui vous donnent des infos comme ça directement.

I: Quand le Delhaize a ouvert, j'en ai plein, je savais qu'ils iraient voir cette semaine-là, donc ça a été terrible pour nous car on venait de rouvrir en avril, agrandit et le Delhaize a ouvert en novembre quasiment tout de suite après, je savais que cette semaine-là bah mon magasin serait désert puis les clients sont revenus et m'ont dit « je vous ai fait une infidélité j'ai été voir mais je n'y retournerai plus hein » Bah voilà on a des clients qui viennent depuis toujours euh c'est familial, c'est vraiment familial.

J: Humm...

I: Je ne sais pas si ça répond à ta question.

J: Oui c'est très bien, tout ce vous dites est intéressant alors je prends tout. Hm du coup comment vous faites pour attirer les nouveaux clients plutôt ?

I: Bah je mets des femmes nues aux vitrines...

J: *rires*

I: *rires* je ne sais pas hein, peut-être hein...Par l'agrandissement du magasin et la rénovation de l'ensemble, on a agrandi mais on n'a pas fait pousser les murs, on a changé les meubles on a changé tout le froid enfin voilà je pense déjà que rien que ça.

J: Ça a eu un grand impact euh...

I: Voilà il y a des gens qui sont entrés et qui se sont demandé ce qui s'était passé. On a publié, donc on a fait 8 pages dans le Vlan, je ne sais pas si tu vois ce que c'est le Vlan ? Oui hein. Vraiment on a parlé que de nous, chaque employé a eu un moment de parole enfin, on s'est vraiment adressé aux gens du coin pour leur dire voilà qui on est nous, pourquoi on vient là, qu'est-ce qu'on veut faire avec vous enfin, donc je pense que là on avait un gros enjeu d'agrandissement et maintenant c'est un travail de tous les jours si t'as du nouveau mobilier mais qui est sale que c'est puant, que t'as pas la marchandise que c'est pas frais que tu vends de la merde voilà c'est pas parce que t'as agrandi en avril que c'était tout beau que tu peux te reposer et partir cinq semaines en vacances. C'est du quotidien, je veux dire tu dois suivre la saisonnalité au niveau fruits et légumes, tu dois te placer en prix, ton magasin doit être propre, ton personnel doit être accueillant enfin je dirais y a tellement de... Un client je veux dire tu le déçois une fois, il ne vient plus hein. Les clients sont très versatiles quoi c'est un truc de fou doc je dirais voilà c'est au quotidien et je dirais le dynamisme qui est maintenant, qui est de nouveau de sortie au niveau de la centrale, ça se ressent très fort au niveau de la clientèle et euh voilà je pense que les gens reviennent parce qu'on a mis des choses en place, des actions

tu vois que niveau de la comme on fait beaucoup de chose. Donc je dirais tout ça participe à ce que les clients, viennent, reviennent et reviennent encore.

J: Est-ce que vous savez pourquoi ils reviennent en général comme ça ?

I: Je dirais au départ, ils reviennent parce qu'ils savent qu'ils ont été bien servi en viande au départ c'était ça. Maintenant, ce qu'on a eu comme écho c'est qu'ils trouvaient tout, moi personnellement, je ne supporte pas faire mes courses, avoir ma liste et « putain il n'y a pas ça.... » Parfois je m'énerve même chez moi parce que je fais mes courses, j'ai besoin d'un truc, on ne l'a plus, je... je... je pète une case, ça me rend malade, je me dis m'enfin. Tu vois c'est des choses qu'on ne peut pas se permettre de ne pas avoir tous les besoins, toutes les couvertures de besoin doivent être satisfaites, évidemment on ne vend pas des clous hein mais en alimentaire, on doit absolument avoir de tout, on doit avoir de la promo jusqu'à la fin de la promo voilà. Donc je dirais s'il y a un élément qui n'est pas rencontré, voilà ton client tu peux le perdre.

J: Donc ça tient vraiment à un fil euh...

I: Un fil, surtout ce n'est pas comme si on était dans un univers concurrentiel très calme. Je veux dire des magasins qui ouvrent, qui évoluent qui se transforment c'est tout le temps partout. Ici j'ai un Lidl, à un jet de pierre de chez nous qui rouvre le 12 février je crois, bah on est en stress parce qu'on sait que voilà les gens vont aller voir, le nouveau concept de Lidl est très abouti donc voilà on ne peut pas se reposer sur nos lauriers, Oui on a agrandi c'est bon non. On doit rester, depuis l'agrandissement, on a relancé d'autres choses, on va acheter un four vapeur pour que le traiteur puisse mieux travailler ses produits, on a acheté une portionneuse en boucherie ce qui nous permet de travailler beaucoup plus vite et de faire des saucisses qui ont toute la même taille enfin c'est con mais quand tu dois les faire à la main ça te prend beaucoup plus de temps qu'une portionneuse qui te permet d'aller plus vite et de faire plus de choses. Voilà c'est du matériel qui coûte extrêmement cher, on a déjà investi plus de quatre millions d'euros pour tout ce qui est rachat du magasin et agrandissement et à un moment donné les banques, il faut qu'elles suivent donc voilà c'est....

J: Waouh c'est impressionnant.

I: C'est chaud boulette.

J: Oui donc, vous avez reçu des échos sur votre point de vente des clients et tout ça mais comment ça se passe exactement.

I: Comment ils se manifestent à nous ? Boh généralement ils le font de vive voix, donc au début moi j'en avais les larmes aux yeux dans les rayons. Bon c'est beaucoup d'énergie enfin nous on a mis tout ce qu'on avait dans ce magasin, toute notre énergie, tout notre argent, on n'avait plus rien, enfin voilà c'était... il y avait un gros risque qui est loin d'être terminé. On à neuf ans de remboursement à faire donc c'est beaucoup. Mais donc voilà les gens venaient à nous quoi. Parce que je pense qu'ils nous ont tout de suite adoptés euh parce que voilà on s'est rendu sympathique à leurs yeux je pense et donc ils venaient nous dire « Ah on est bien chez vous oh... » Enfin voilà, ils ont... donc la plupart nous l'ont dit carrément quoi.

J: Et ils vous disent ça quand, au début quand ils rentrent il y a un moment ou un endroit où ils peuvent vous voir...

I: On est partout dans le magasin on tourne hein, on a un bureau en bas, en haut donc on voyage, on nous appelle constamment « madame... » Enfin je veux dire c'est tout le temps, parce que j'ai aussi des fournisseurs qui entrent, qui veulent nous voir, on est toujours amené à croiser des gens, j'ai des clientes qui me font la bise, qui me racontent leur misère. Je dis toujours je connais presque la couleur de leur caca parce que... non mais c'est vrai, elles se confient beaucoup donc c'est une relation qui se construit aussi euh ce n'est pas du jour au lendemain hein, il faut être présent. Et euh voilà je dirais que la plupart des échos qu'on a eu c'est de vive voix. Parce que je ne vois pas comment ils auraient pu le dire autrement en fait, y a pas un autre moyen enfin ils n'ont pas commencé à nous envoyer des mails donc c'est vraiment voilà de vive voix et alors des gens qui sont bien placés dans la commune, qui font leurs courses ou on sponsorise aussi beaucoup, club de foot, club de balle pelote, club d'oiseau, on sponsorise de tout nous. Ah ben on entend dire que... on bouge beaucoup dans la région donc ben on fait travailler aussi les restaurateurs du coin etc... Donc...

J: Et comment ça marche ça ?

I: Ben nous on va manger au petit resto là en face, ben du coup eux viennent faire les courses chez nous enfin tu vois, tout ça se construit...Je dirais de vive voix quoi...

J: Pendant vos tiers-temps à la centrale quels sont les points les plus importants ?

I: Je dirais tout est important euh, je voudrais arriver à prendre plus de recul et être moins le nez dans le bidon par rapport aux choses mais c'est compliqué parce qu'il y a beaucoup de choses qui sont demandées et qui sont mis en place. Je dirais pour moi l'essentiel de mon intervention ici c'est le retour du terrain, parce que j'ai travaillé douze ans ici hein à la place des manuels, je sais ce que c'est mais le fait de le vivre en magasin au quotidien je trouve que c'est vraiment euh, pour moi ce qui est le plus riche dans le fonctionnement d'Intermarché c'est justement, cette possibilité qu'ont les équipes qui travaillent ici d'avoir le retour de comment ça s'est passé etc... et apprendre de nos erreurs. Donc je pense que c'est ça le plus important c'est d'arriver à construire des choses avec une équipe, les mettre en place dans mon magasin et puis revenir en disant voilà ça ça a été, ça ça a pas été, ça ça pourrait être mieux etc... je pense que c'est que comme ça qu'on va avancer et évoluer quoi.

J: Ok, et euh ça se passe bien pour l'instant l'évolution ?

I: Au niveau de mon tiers-temps ?

J: Euh... oui enfin je veux dire ce que vous communiquez, est-ce que vous avez des retours euh, enfin ça se passe bien euh...

I: Je dirais vraiment depuis la mise en place du nouveau CA de la direction commerciale, il y a énormément depuis la semaine 18 de 2016 énormément de choses se sont mises en place dont on, je dirais on profite des fruits aujourd'hui, le chiffre est meilleur, il y a vraiment une dynamique commerciale ce que je disais tout à l'heure qui avait pas du tout avant. Donc ici on sent vraiment que ça se développe, ça avance et alors ce que je trouve vraiment très intéressant dans la manière dont on fonctionne aujourd'hui c'est vraiment, cette euh je dirais ce travail 360 degré de l'ensemble des services. C'est pas juste la direction commerciale qui

travaille toute seule dans son coin non, la direction commerciale travaille mais elle implique le pôle terrain, elle implique la compta, tout le monde se sent investi et tout le monde avance dans le même sens et ça je trouve ça vraiment nouveau et c'est un truc qu'il n'y avait pas il y a un an donc ça c'est très riche.

J: Ok, euh on va passer à un autre thème maintenant, est-ce qu'euh vous êtes souvent en contact avec Emmanuel qui travaille sur le site web, est-ce que vous pouvez nous raconter un peu ce que vous pensez du site web d'Intermarché ?

I: Le site web en fait euh c'est quand je travaillais comme euh responsable du service communication en tant que permanente qu'on a développé le site. Et c'est Emmanuel qui s'en est chargé, enfin Emmanuel en avait la charge sous mon égide je dirais, euh parce qu'avant il n'y avait pas de site internet, il n'y avait pas de radio, il n'y avait rien du tout quoi. Donc euh en quelle année était-ce ça je ne sais plus, il faudrait aller lui demander et donc depuis les prémices de site internet jusqu'à aujourd'hui, le site a vachement évolué, ce n'est plus juste une page inerte avec deux trois petites choses, non y a beaucoup de choses qui s'y passent, il évolue au gré des actions commerciales, il y a des mini sites qui sont créés justement pour euh le mettre au goût du jour. Voilà maintenant j'admets que moi, ma connaissance de toute cette partie-là n'est pas excellente, et comme c'est Emmanuel qui s'en est chargé à l'époque voilà moi je gérais de haut, je gère les budgets mais je n'étais pas vraiment dans le... le concret. Mais je pense qu'aujourd'hui quand je vais sur notre site Intermarché.be voilà je me dis, on n'a pas trop à rougir, je pense qu'il est cohérent, que les choses qui sont mises en place, notamment via Facebook etc..., évoluent bien. Maintenant il faut savoir que chez nous, toutes les innovations, ça prend un temps de malade, tout est très lent...

J: Quand vous dites chez vous, c'est Intermarché ?

I: Oui Intermarché global hein Intermarché global, c'est terrible quoi, donc voilà. C'est dommage mais c'est aussi les rouages du système qui sont voilà on doit d'abord penser à l'idée, la faire valider par l'adhérent, une fois que l'adhérent l'a vu, faut aller le présenter au CA puis ça doit redescendre enfin...

J: Y a beaucoup d'étapes et de barrières qu'il faut franchir, vous ne pouvez pas implémenter quelque chose, tester quelque chose et puis voir...

I: Faut vraiment montrer patte blanche et surtout dans la partie informatique des choses, je veux dire l'informatique en point de vente par exemple si je reviens au niveau du point de vente c'est vraiment une catastrophe hein, on a des pc en T diluvien, l'autre jour j'ai sonné à Geoffrey, il m'a fallu deux minutes trente pour télécharger un fichier sur l'intranet, et deux minutes trente c'est long hein. A l'heure actuelle où tout va vite quoi, tu vas sur ton Smartphone, je veux dire t'es en 4g t'as l'info tout de suite quoi, quand tu dois poireauter deux minutes trente pour avoir l'info enfin t'as l'impression d'être à l'âge de pierre c'est vraiment ça.

J: Ok, hm pour en revenir sur la partie du site internet, est-ce que vous avez des échos des clients chez vous qui....

I: Alors moi j'ai des clients qui sont très peu internet en fait, je le constate maintenant avec la relance fid, c'est... j'ai beaucoup de personnes âgées beaucoup beaucoup beaucoup donc internet euh...

J: Pas du tout ?

I: Maintenant j'ai aussi des clients jeunes, me parlez pas de ça, je veux dire le site internet ce n'est pas le magasin, c'est des choses vraiment différentes, la seule fois où je parle du site internet c'est lorsqu'on a des actions commerciales où tu renvoies les gens vers le site. Alors bon certains disent « Oh internet je n'ai pas, je ne regarde pas » mais je dirais, je suis certaine que j'ai des gens, des clients qui sont branchés internet mais ce ne sont pas des conversations que j'ai avec eux, ça s'y prête pas en magasin en tout cas. Je pense que c'est plutôt ici Emma au niveau du gestionnaire du site où là ils peuvent lui donner les statistiques, qui a cliqué, pas qui mais combien de personnes ont cliqué, quand, sur quel euh voilà, donc ça c'est une partie que Elodie gère, maintenant et que je voudrais un peu plus développer au niveau de l'analyse parce qu'il y a des analyses qui sont faites malheureusement on n'a jamais trop le temps d'en parler c'est dommage mais euh voilà, je sais qu'Elodie travaille beaucoup donc voilà, à développer. Mais je pense que c'est vraiment sans objets au magasin, pourquoi est-ce que les gens parleraient du site, tu vois enfin, si je pense que ceux qui vont sur le Drive. Forcément, ils sont obligés d'y aller mais quand t'as pas....

J: C'est juste au cas où peut-être qu'ils parleraient de... enfin ils sont venus après une campagne publicitaire de Facebook par exemple.

I: Ils ne me disent pas alors dans ce cas-là. Maintenant je dirais des gens qui se plaignent de ne pas avoir le folder je dis bah vous pouvez toujours aller sur le site, il est dispos vous pouvez aller le consulter voilà ça on va leur dire par exemple sinon je dirais à part ça, je ne vois pas pourquoi... ils m'en parlent pas quoi.

J: Oui oui ça c'est normal, à propos de la tranche d'âge vous avez dit qu'il y a beaucoup de personnes âgées, il y avait des jeunes aussi et euh aussi des gens milieu on va dire, enfin comment ça se passe vraiment la proportion ?

I: J'ai pas une idée claire de la tranche d'âge de mes clients, je pense que je l'aurai par l'intermédiaire de ma carte fid, vu que maintenant on est en train de relancer tout le programme fidélité, moi j'ai mis en place pendant deux semaines ici, des étudiants et je leur ai dit votre mission, personne ne sort d'ici sans une carte ou une carte mise à jour ou une nouvelle. Ce qui va me permettre, parce que quand tu crées une carte tu dois mettre la date de naissance des gens. Donc ça va permettre déjà d'avoir une idée de qui sont mes clients, quel âge ont-ils etc... Donc on a l'analyse par l'intermédiaire d'agence style Nielsen etc..., ça Philippe Crépin a ses informations là mais est-ce qu'elle est applicable à tous les points de vente, lui il est obligé de travailler macro, d'avoir une vision globale, donc l'image de chez moi, j'en sais rien. Je pense que j'ai quand même une proportion de personne d'un peu plus de 50 ans qui est à mon avis, comme ça chaud, j'ai envie de dire grande, grande proportion.

J: Majoritaire ?

I: Je dirais oui, j'ai quand même pas mal de personne de cet âge-là. Maintenant je vois quand même pas mal de famille avec enfants que je n'avais pas avant parce qu'on était tout petit donc tu sais, quand y a des enfants, les langes tout ça, il faut de la place quoi hein. Je sens maintenant que le mercredi après-midi j'ai plus de familles, que je n'avais pas avant. Le dimanche après-midi aussi j'ai des familles maintenant qui viennent que je n'avais pas avant

voilà. Mais ça mériterait effectivement une analyse plus détaillées mais je ne l'ai pas là aujourd'hui.

J: Qu'est-ce que vous pouvez des campagnes publicitaires d'Intermarché ?

I: Bah elles sont géniales. Moi je pense qu'on pourrait faire beaucoup mieux encore. Tout est une question de budget, donc aujourd'hui on a un budget communication très limité par rapport à d'autres enseignes, ça on a les informations au niveau de la comme, on se rend compte que dans les investissements publicitaires des autres enseignes qui sont vraiment les enseignes qu'on voudrait euh imiter, euh on est à la ramasse totale sur les investissements publicitaires. Je dirais en radio, en télé enfin je veux dire on n'a pas assez de moyen qui sont très onéreux donc aujourd'hui on fait avec les moyens du bord. On a déjà grandement évolué dans la manière dont on travaille et tout ça. Je pense qu'on pourrait mieux faire alors pour mieux faire faudrait plus d'argent mais ça c'est prévu, parce qu'on a un plan à trois ans ici de développement de chiffre, de développement de point de vente, de développement de commerce donc tout ça va ramener de la trésorerie, va nous permettre de réinvestir. Aujourd'hui on n'est pas encore à ce niveau-là, ça c'est une chose et euh je dirais euh, j'ai oublié le fil de ce que j'allais dire...

J: Vous parlez des campagnes, de l'investissement...

I: Oui, il faut qu'on développe absolument ces campagnes là et il faut qu'on se développe en point de vente aussi parce que aujourd'hui on en ouvre mais on n'arrête pas d'en fermer donc...

J: Des points de vente ?

I: Oui.

J: Ok ça je ne savais pas.

I: Parce qu'à un moment donné il a été décidé ici de fermer les point de vente qui étaient trop en difficulté qui tiraient tout le monde vers le bas mais à un moment donné, je veux dire, voilà la part du gâteau elle doit absolument grandir, Si on veut se développer, pour avoir de meilleures conditions d'achat, c'est toujours la même chose hein. Donc voilà je pense qu'à ce niveau-là tant qu'on n'aura pas un peu plus de sous pour arriver à parler de nous voilà on ne saura jamais faire mieux que ce qu'on fait. On a fait de la télé il y a 2 ans, ou trois ans je sais plus.

J: C'était efficace ?

I: Je ne crois pas parce que tu vas passer trois fois tu vas payer 100 000 euros et personne t'aura vu enfin. Donc faut vraiment être vu tout le temps tout le temps tout le temps, et on n'a pas le budget.

J: Ok, et par rapport aux campagnes qu'on fait actuellement est-ce que vous voyez qu'il y a un effet bénéfique, enfin je veux dire est-ce que ça a un impact direct ? Ça se voit...

I: Bah depuis la semaine 18 où on a fait un gros boom en termes de chiffres euh ben on a axé très fort nos campagnes de pub sur le frais, la boucherie etc... donc là ça a attiré d'office des gens mais ça c'est pas le long terme donc je dirais c'était mettre un pansement sur la blessure, maintenant que faut construire l'image et ça c'est toujours, enfin moi je dis toujours pour construire une enseigne tu peux pas la construire sur du sable mouvant, faut d'abord faire des

fondations solides que les gens sachent qui on est, quelles sont nos forces, aujourd'hui on a un peu du mal à ça et je disais tout à l'heure pour moi, la plus grande ineptie de notre enseigne, c'est la logistique du frais. On se veut une enseigne forte en frais avec des prix, avec des produits mais on n'a pas la logistique derrière, c'est complètement un non-sens.

J: J'allais dire justement c'est quoi votre position enfin selon vous est-ce que vous pouvez décrire le positionnement d'Intermarché ?

I: Oui ben pour moi c'est une enseigne de proximité, ça c'est très important, ça n'a rien à voir avec un carrefour hyper ou ce genre de chose, c'est vraiment le magasin qui est tout près de chez toi, mais ça peut plus être un magasin de dépannage ça doit être un magasin de première main enfin je veux dire où tu peux faire toutes tes courses hein et qui est très fort en frais mais qu'il y a aussi d'autres rayons plus spécifiques comme le vin, comme l'épicerie au niveau des produits ethniques comme la parfumerie par exemple chez moi ou les produits locaux, très importants à développer, ça c'est vraiment dans l'ère du temps. Je dirais voilà maintenant euh tout ça, toutes ces images ça se construit et évidemment le cheval de bataille d'Intermarché c'est le prix, le prix, le prix, le prix. Donc tout ça est mis en place au niveau de la DC et est en train d'être construit petit à petit mais ça se fait pas en deux minutes quoi donc faut vraiment voilà petit à petit j'espère qu'on va arriver enfin à construire un socle sur lequel après on pourra venir monter d'autres choses.

J: Ok hm qu'est-ce que vous pensez des canaux utilisés par Intermarché pour faire leur campagne publicitaire.

I: Bah je sais qu'en digital on n'est pas terrible mais moi j'ai un peu du mal avec ça parce que je me dis euh enfin c'est toujours par rapport à mes clients, je les vois pas... Tu vois parfois on fait des promos sur des sites web pour le vin par exemple et Emma n'arrête pas de me dire mais si faut le faire. Sincèrement voilà aujourd'hui, je ne sens pas vraiment que les gens qui vont sur la DH.be ils vont voir un encart foire au vin, est-ce qu'ils vont aller cliquer là, je ne sais pas franchement je ne sais pas, je trouve que voilà, je pense qu'on pourrait faire beaucoup plus fort en radio parce que malgré tout ça reste un des médias principal de développement des enseignes hein, je dirais la...

J: Vos clients écoutent souvent la radio ?

I: Ah oui ben 90% des enseignes font radio hein.

J: Oui mais je veux dire est-ce que vous avez des échos, est-ce que vous savez....

I: Ah ben on cible nos campagnes hein donc on choisit en fonction de la cible qu'on veut toucher, on choisit les radios, on ne va pas sur NRJ par exemple, on va aller plutôt classic 21, vivacité, bel RTL, pure FM un peu quand même. Voilà on a hésité sur la première car la première c'est très Bruxelles. On n'est pas implanté à Bruxelles donc voilà. Donc il y a quand même des études qui nous aident maintenant je pense que...

J: Est-ce que vous avez des retours ?

I: Ah ben on a des unités de mesure hein en média qui nous permettent de dire, voilà sur une campagne on a payé autant pour avoir autant de résultats. Après...

J: Je veux dire, enfin c'est des rapports, j'imagine que c'est des rapports des entreprises, des agences qui vous aident à faire la campagne.

I: Tout à fait oui.

J: Mais par rapport à vos clients ?

I: Non parce que y a le folder qui est distribué, en plus j'ai la radio, en plus j'ai internet, en plus il y a Facebook, en plus on fait de la promo locale chacun dans nos coins...

J: Vous n'avez pas de moyens de savoir sauf s'ils vous parlent j'imagine ?

I: C'est très difficile de dire « est-ce que c'est parce que tu as entendu la radio que t'es venu ? » ou « c'est parce que t'as lu le folder » ou... Ou est-ce que tu viens par hasard et que tu tombes sur la promo enfin, tu vois... ça c'est vraiment le truc que... j'en sais rien. Mais je sens quand même que quand on fait de la radio et qu'elle est bien faite, ce qui n'est pas toujours le cas, ben on sent l'impact quand même mais bon il faut que la météo nous suive parce que si tu fais une promo barbecue et qu'il fait 15 degré, de la pluie, tu vois. Voilà il y a toujours une part de chance mais quand la promo est efficace, que les conditions climatiques nous suivent, que la pression. C'est ça que je dis aux filles souvent, parfois on en met trop et on ne les entend pas. Parce que nous aussi on fait du travail en champs, enfin je dis toujours c'est bien on fait des belles choses mais en concret t'es dans ta voiture peut-être une heure par jour, tu vas peut-être pas les entendre... Est-ce que chez toi tu vas écouter la radio ? Je ne sais pas, tu vois enfin...

J: Moi je n'ai pas l'âge on va dire de, de faire...

I: Je dis-toi, enfin n'importe qui...

J: Après ça dépend j'imagine des habitudes des gens, par exemple des employés qui sont 40 ans plus, j'imagine qu'il laisse plus souvent la radio sans zapper ou mettre un cd par exemple.

I: Tout à fait, mais ça veut pas dire qu'ils vont entendre, ils vont entendre un truc mais ils font peut-être les devoirs avec les enfants enfin moi je vois bien c'est comme ça chez moi on met toujours la radio, j'entends du bruit mais te dire ce que je n'entends pas moyen quoi parce que maman aussi nana... enfin voilà donc.

J: Après ça joue peut-être dans l'inconscient et Intermarché, ça résonne...

I: Peut-être mais je veux dire c'est très difficilement mesurable et malheureusement à moins d'interroger tous les gens qui entrent et leur demander voilà comment avez-vous enfin tu vois ça mérite peut-être une étude mais aujourd'hui je n'ai pas l'information.

J: Je ne sais pas comment mesurer l'impact de la radio on va dire mais est-ce que vous préférez encore compter sur la radio enfin, aveuglément en quelque sorte, en général ou bien préférez-vous donner une partie de ce budget dans une campagne où on a un retour direct ?

I: Moi je pense qu'il faut un mix média intéressant. Il ne faut pas abandonner la radio aujourd'hui parce que c'est notre seul gros moyen de communication maintenant en fonction du sujet évoqué, de la cible, du thème, etc... Je pense que le mix média doit être envisagé. Par exemple presse, on peut aller en presse, on peut aller en digital même si je ne suis pas très convaincue mais bon soit, le digital est beaucoup plus analysable.

J: Tout à fait.

I: Maintenant je vois qu'il a cliqué, mais est-ce qu'il est venu, chez moi. Enfin chez moi, chez moi ou mon voisin alors je veux bien qu'on me dise on a cliqué 10 fois sur la banner, super génial mais est-ce qu'il est venu chez Intermarché après parce qu'il a cliqué ? Je ne le saurai jamais enfin...

J: Enfin si, mais c'est... ça va... enfin il faut implémenter la chose mais il y a moyen de... avec les cookies, avec les cookies que la personne transporte car elle nettoie pas normalement son navigateur tous les trois secondes et du coup, si il correspond aux cookies de la carte de fidélité par exemple, on peut savoir que c'était lui mais ça c'est assez extrême mais il y a aussi des lois qui empêchent cette intrusion dans la vie mais si jamais il faudrait trouver une sorte de clause qui prouve qu'on va pas l'utiliser...

I: A d'autres fins que...

J: Oui c'est ça et pas par individus, que c'est pour calculer dans l'ensemble.

I: C'est de la macro quoi.

J: C'est ça exactement, mais après je ne sais pas euh je ne sais pas créer ce genre de logiciel mais je sais que ça existe et que c'est utilisable.

I: Je pense qu'un canal média qu'on devrait peut-être plus utiliser mais qu'on n'utilise pas souvent pare que encore une fois c'est cher c'est le... l'affichage extérieur tu vois les grands panneaux, on utilise beaucoup à Bruxelles abribus, ce genre de chose, c'est dans l'ère du temps, le transport en commun donc je pense que si lors de tes trajets tu es mis en contact avec de la pub voilà.

J: Vous n'utilisez pas...

I: Non aujourd'hui on n'utilise pas ça parce que d'abord c'est très développé sur Bruxelles et encore une fois on n'est pas sur Bruxelles et que le reste des supports d'affichage en Wallonie est moins dense donc voilà et c'est très très cher.

J: Est-ce qu'il y a une ligne de bus qui passe près de chez vous ?

I: Oui.

J: Du coup ce serait peut-être intéressant sur cette ligne-là d'investir ?

I: Je pense que il faut le penser global magasin, on l'a déjà fait hein mais je sais que c'est des budgets colossaux, parfois ben on préfère faire une campagne radio, on est sûr qu'elle va toucher tu vois tout le monde mais voilà toujours une question budget. On a un budget média qui est ridicule. Lidl, je crois euh j'ai plus les chiffres exactes en tête mais je pense qu'il dépense dix fois plus que nous rien qu'en média. Voilà donc euh...

J: Après, est-ce que vous pensez que c'est important de multiplier le budget euh...

I: C'est essentiel, malheureusement aujourd'hui on est plus dans une logique de réduction de coût que dans une logique de dépense euh voilà et chez Intermarché faut toujours tout prouver 10 fois pour eux et ce budget-là ben en fait c'est les points de vente qui le paient parce qu'au final les points de vente cotisent pour le fonctionnement de la centrale et aujourd'hui la centrale n'est pas rentable enfin l'ensemble des magasins Intermarché Belgique n'est pas

rentable, sur le territoire belge. Donc c'est très difficile d'aller dépenser de l'argent dans du média alors qu'en fin d'année t'es en négatif. Donc il faut absolument qu'on arrive d'abord à être rentable pour pouvoir après se lâcher sur le média.

J: Mais vous ne pensez pas que c'est lié justement en quelque sorte parce que si jamais peut-être qu'en dépensant plus...

I: Ah ben c'est le chien qui se mord la queue hein, on est bien d'accord ah mais là tu prêches une convaincue hein. Mais malheureusement ce n'est pas moi qui vais euh la défense des budgets donc voilà c'est quelque chose euh...

J: Vous ne négociez pas tous ensemble autour d'une euh d'une assemblée on va dire ?

I: Moi je peux aller défendre mon point de vue mais après y a une enveloppe qui est là et il faut la répartir entre différents coûts et si les acheteurs n'ont pas de budget pour j'en sais rien ou si la vente n'a pas de budget pour faire ce qu'elle a à faire et ainsi de suite voilà, à un moment donné mon budget il est ce qu'il est et puis c'est tout quoi. Au contraire on me l'a raboté, de 800.000€.

J: J'allais dire, enfin peut-être que vous avez un certain poids et les autres adhérents aussi normalement et comme vous avez un tiers-temps vous faites des assemblées à certains moments, des réunions et à ce moment-là est-ce que les gens parlent beaucoup justement de cette partie média ?

I: Très peu. On n'est pas beaucoup pris au sérieux hein.

J: Enfin il y a une petite proportion en plus seulement qui défend...

I: Moi je pense que je suis un peu seule quand me dans mon secteur euh voilà, j'ai la chance d'avoir mon mari qui est à la direction commerciale et qui est quand même attentif à ce que je dis, Philippe Crépin, le directeur commercial qui est ici est aussi très conscient de ce genre de chose car il a une grande expérience dans le domaine. Maintenant c'est une chose d'en avoir conscience c'en est une autre d'obtenir l'enveloppe. Voilà donc je pense qu'il faut y aller petit à petit et surtout prouver que les actions qu'on a mené a porté leurs fruits. C'est ce qu'on vient de faire ici à la clôture du budget 2016 où ils ont vraiment enfin ou la France de qui on dépend a vu tout ce qu'on a mis en place depuis la semaine 18 a porté des fruits qui nous ont permis d'évoluer notre chiffre d'évoluer etc... et qui donc nous font confiance maintenant enfin ils nous laissent un peu je dirais qu'ils nous ont lâché un peu du lest mais avant c'était pas comme ça on devait rendre compte de toutes nos actions, de toutes nos dépenses et voilà c'était compliqué. Donc je pense qu'il nous faut encore un an de bon travail avant de pouvoir espérer un budget média un peu plus conséquent.

J: Humm est-ce que vous, vous utilisez du budget personnel pour créer votre propre campagne ?

I: Sur mon point de vente ?

J: Oui sur votre point de vente ou...

I: Je dépense 80.000€ par an dans de la publicité locale, je suis obligé de faire du Vlan toutes les semaines.

J: Ça ce n'est pas en concertation avec euh ici c'est vraimentde votre côté ?

I: Non, ça en plus donc euh ça me coûte entre 80.000 et des, 90.000 par an et on met une double page centrale dans le Vlan toute les semaines, ça coûte très cher. Alors on relaie dans cette page là une part de la promo nationale, issue des folders mais on fait aussi de la promo je dirais, fait Mettet quoi enfin que pour moi.

J: Avec des ... enfin c'est quoi comme produits que vous mettez...

I: Des offres bah, des colis légumes, des colis boucherie euh, le pain angélique, on l'a appelé comme ça parce que notre boulangère s'appelle angélique et il y a un pain spécial le jeudi à un prix de malade enfin voilà donc c'est des petites choses qu'on met en plus pour vraiment tirer toujours plus. Maintenant c'est ce que je disais à Emmanuel avant de descendre ben on va essayer d'arrêter ça et de remplacer la distribution de mes folders non plus par Belgique diffusion mais par la poste. Donc euh parce qu'à un moment donné je dois absolument réduire mes coûts parce que comme j'ai dit tout à l'heure, on a investi plus de 4 millions et demi d'euros dans la reprise et l'investissement et l'agrandissement de ce magasin donc les factures bancaires sont ahurissantes dont on doit absolument épurer nos coûts au maximum et euh le Vlan pour moi c'est un gouffre quoi, 80.000€ donc je dois absolument arrêter ça.

J: Et vous n'avez pas de retour non plus enfin en plus.

I: Non, ah j'ai une page Facebook aussi.

J: Ah oui et euh la page Facebook ça marche bien ?

I: Je ne saurais pas dire, ça c'est vraiment mon mari qui s'en occupe par l'intermédiaire d'un autre gars qui nous le fait gratuitement donc j'ai beaucoup de chance parce que voilà ce n'est pas le cas de tout le monde euh on a beaucoup aidé son père par le passé donc c'est un service euh, maintenant on voit quand enfin mon mari c'est lui qui met les pubs dessus et donc quand il paie hein parce que voilà, on a un retour de fou. Donc on a fait des colis uniquement sur Facebook euh c'est un truc de malade hein.

J: Ça, ça marche bien ça, enfin je veux dire ça se voit...

I: Ah oui on a plus d'une centaine de colis quoi donc tu te dis putain c'est géniale quoi.

J: Ah ça c'est chouette ça et donc c'est bien indépendant de, des publicités enfin des campagnes d'ici donc vous pouvez vraiment voir l'effet que ce vous avez fait...

I: Oui mais si tu fais ça sans payer il se passe rien hein. Donc faut payer après euh voilà on le fait pas tout le temps car ça finirait par s'essouffler. Mon mari a fait un concours raclette avec des raclettes à gagner et tout ça, ça a cartonné et voilà parce que moi vraiment ces genres de trucs moi je voudrais bien me défaire de tout ça je trouve ça vraiment polluant alors que je suis la première à être dessus et tout ça mais donc c'est un truc qui moi, ça m'emmerde en fait c'est vraiment... Je le laisse faire, il fait ça très bien donc euh...

J: Donc maintenant je vais parler un peu du Drive mais avant, je voulais savoir de votre côté est-ce que vous avez déjà commandé sur Internet ?

I: Tout le temps, très souvent

J: C'est vrai ? Quel genre de produit plus ou moins ?

I: Bah très souvent les Drive quand on est en vacance donc ça veut dire que je fais mes courses avant d'arriver sur place...

J: Dans un pays en particulier ou...

I: En France souvent en France donc on fait les courses de chez nous soit pour se faire livrer directement soit aller chercher le jour où on arrive parce que je ne supporte pas de faire les courses quand je suis en vacances. Je suis déjà dans un magasin tous les jours de ma vie donc il y a un moment voilà. Et alors on commande en ligne énormément de tout, des fringues, des chaussures, des produits de beauté, des produits capillaires, oui on est très très commande en ligne.

J: Oh et sur quelle site vous allez plus ou moins ? Genre de la revente comme eBay Amazon ou de la marque même ?

I: Amazon, Kalista capillaire, Esprit, Zara euh Gastra euh tout.

J: Ok, ben c'est souvent de la revente ou une chaîne de distribution c'est ça hein ok, et vraiment beaucoup de fois ? Combien euh en fréquence ?

I: Mon mari encore plus que moi hein, toutes les semaines.

J: Toutes les semaines ? Une fois par semaine ?

I: Franchement oui, on a encore reçu deux colis en plus maintenant on a un point Kiala au magasin, on fait tout livrer au magasin. Pour les enfants pour oui franchement les livres, ils adorent les livres alors on commande plein de livres sur Amazon enfin... Non franchement c'est exagéré.

J: Ok et c'est bien, ça se passe bien, vous êtes content ?

I: Bah c'est super pratique quoi, parce que bon on n'a pas toujours le temps d'aller faire les magasins vu qu'on est souvent pris au magasin et donc moi bah surtout pour mes enfants bah je connais leur taille donc je commande des colis comme ça et y a tout qui arrive et c'est beaucoup plus facile euh... je n'ai pas le temps d'aller faire des magasins avec eux donc euh oui.

J: Et ça se passe toujours bien ou vous avez eu des mauvaises surprises ?

I: De mauvaises surprises je ne dirais pas mais par contre parfois des tailles qui vont pas ou des choses comme ça qu'il faut renvoyer mais ça c'est logique mais je dirais non en général.

J: Et ça se passe bien et c'est... c'est bien ?

I: Franchement bah... Je ne prêche pas pour ma paroisse en disant ça... J'ai un médecin que je suis allé voir et qui me dit « moi j'essaie d'encourager quand même le fait d'aller sur place pour faire vivre les commerçants », elle a raison que le fait de tout faire par internet ben les gens, les commerces ils souffrent quoi, je pense. Enfin je ne sais pas, je pense que ceux qui disposent d'une vente en ligne c'est une chose mais ceux qui n'en disposent pas voilà. Moi je commande tout par internet, même mon parfum...

J: C'est pour quelles raisons ? Par manque de temps ou...

I: Manque de temps, manque de temps hein.

J: Ou parce que c'est la qualité ou l'unique....

I: Je ne pense pas que ça soit la qualité, c'est plus le manque de temps. Nous aujourd'hui le vrai luxe pour nous c'est avoir du temps, parce qu'on en a plus beaucoup donc euh voilà.

J: J'ai la même chose en travaillant ici, enfin je veux dire par rapport à...

I: A avant ?

J: Oui c'est ça quand j'étais étudiant, maintenant je le ressens.

I: Ah oui non le temps pour ça va être, je pense que plus le temps va passer enfin plus les années vont passer, plus le temps va être du luxe. Quand on a des enfants c'est encore plus marquant parce que voilà ils sont là, ils grandissent tellement vite. Et tu te dis un moment « Est-ce qu'on va faire une pause là ou quoi ». Donc moi aller m'enfermer dans les magasins de fringues pour les habiller parce que voilà ils grandissent et... Voilà je préfère faire d'autres choses quand j'ai du temps avec eux donc on commande beaucoup en ligne.

J: Ok et dans votre entourage ça se passe bien, enfin est-ce qu'ils utilisent beaucoup l'e-commerce aussi ?

I: Non.

J: Ou ça se développe peu à peu ? Les gens sont bloqués ?

I: Je pense que... j'ai trois sœurs je pense que je suis la seule avec Arnaud, mon mari à être accro enfin accro, non on n'est pas accro mais à fonctionner vraiment beaucoup comme ça.

J: Oui.

I: Parce qu'elles elles ont une autre vie, elles ont plus de temps, elles ont du temps pour aller en ville enfin... voilà j'ai une de mes sœurs qui est déléguée médicale donc elle est tout le temps sur la route, elle s'arrête où elle veut, quand elle veut enfin c'est très différent

J: Et c'est plus par rapport à enfin ils n'ont pas de... Je veux dire l'e-commerce ne leur rapporte rien de spécial c'est pour ça qu'ils ne commandent pas vous pensez ?

I: Enfin je dirais que j'ai jamais eu cette conversation là avec eux donc c'est difficile à dire. Maintenant je pense qu'ils n'en ont pas besoin de se décharger de cette manière-là vu qu'eux, ben ont plus de temps. Pour moi c'est vraiment le temps en fait. C'est le temps.

J: D'accord, Humm....

I: Le magasin via internet il ne ferme jamais hein, tu peux commander à 20h à minuit, enfin quand tu veux quoi.

J: Oui c'est ça *rires*. Du coup, qu'est-ce que vous pensez du potentiel de l'e-commerce pour Intermarché ?

I: Alors, au départ je trouvais ça génial, l'idée. Je l'utilise maintenant quand je vais en France, quand je vais en vacances. Maintenant, je pense qu'on n'est pas prêt en Belgique à gérer ça.

J: Pour quelles raisons ?

I: Pour plusieurs raisons, la première pour moi et je me répète encore c'est la logistique qui ne suit pas, prends un client, il va faire sa commande, il veut de la volaille dans son colis, il fait sa commande pour venir la chercher mardi, ah ben chez Intermarché le mardi il n'y a pas de volaille.

J: Ça c'est le problème de logistique.

I: Donc pour moi c'est un problème essentiel, le deuxième problème c'est les fichiers, tu vois ce que c'est les fichiers ? Donc c'est toute la gestion euh informatique des produits, c'est à dire libellés de l'article, prix enfin toute cette gestion-là est très mauvaise chez nous et donc euh ben, la promo va pas forcément être bien implantée enfin voilà. Et les manquants... parce que je veux dire euh, tu... Tu peux pas enfin moi je sais que les commandes Drive que j'ai faites, j'ai toujours eu la moitié des trucs que je n'avais pas commandé qu'ils m'ont mis à la place, des trucs que j'ai demandés qu'ils n'avaient plus enfin il y a rien de plus chiant que ça je trouve. Et la logique du frais ben moi quand je commande sur internet... C'est pour ça que avant d'avoir mon magasin je faisais beaucoup collecte & go par exemple et il me foutait toujours les trucs à vieille date quoi tu vois genre il te reste deux jours pour manger ton yaourt.

J: Ah il y avait pas euh enfin vous ne pouvez pas choisir la date ou voir la date de péremption ?

I: Ah non tu reçois ton colis il est tout fait hein, tu l'emportes. C'est quand t'arrives chez toi tu déballes et tu vois t'as que deux jours pour le bouffer enfin. Bon aujourd'hui je mange tous mes périmés ce n'est pas grave. Je veux dire à l'époque du stress par rapport à ça. Donc je pense que c'est quelque chose de vraiment... Alors oui la troisième chose pardon, je ne l'ai pas dit c'est la gestion du personnel pour gérer ça en magasin parce que aujourd'hui c'est très difficile de dédier quelqu'un à ça parce que voilà les salaires sont tellement élevés et nos chiffres d'affaires sont tellement peu élevés qu'à un moment donné il faut faire des choix. Je le vois très bien aujourd'hui avec mon accueil c'est à dire que j'ai un pôle accueil qui est tout beau hein, j'ai le Lotto, j'ai le Kiala, j'ai les cartes téléphones, j'ai le tabac enfin mais j'ai personne dans l'accueil je ne peux pas me permettre d'avoir quelqu'un, parce qu'en France ils le font parce que les salaires en France sont bien moins élevés. Je ne peux pas me permettre aujourd'hui d'avoir quelqu'un dans l'accueil de 8h à 19h et à 20h le vendredi tout le temps disponible pour les gens. Donc c'est ma chef caisse qui doit jongler entre aller chercher les colis Kiala, faire le Lotto, faire des renforts caisse quand il y a besoin, c'est très compliqué. Donc je dis maintenant je dois mettre en plus quelqu'un qui va faire les commandes Drive, parce que voilà le but c'est quand même ça, qui va le faire ? Moi ? Quand je suis ici non, moi je ne peux pas me mettre cette charge là sur le dos parce que je sais que je ne pourrai pas l'assumer donc je dois mettre quelqu'un mais il y a déjà tellement de chose à faire dans un magasin, je ne vois pas aujourd'hui comment je pourrai dédier du temps à ça et si c'est pour faire deux commandes par semaine ça m'intéresse pas.

J: Oui c'est ça en plus hm... Ok.

I: Mais j'adore l'idée hein.

J: Justement j'allais décomposer ça en deux parties, donc imaginons si vous étiez client comme vous dites, on va dire qu'il y a deux blocages importants, la première c'était toute la partie logistique où vous pouvez avoir des manquements, vous commandez quelque chose et vous recevez rien du tout enfin vous ne recevez pas ce que vous voulez avoir. Humm si il y avait moyen de régler ça en soi, donc par exemple, euh interdire la commande parce qu'il n'est pas en stock ou bien au contraire justement une fois que vous commandez, c'est réservé enfin, vous pensez que ça impacterait...

I: La deuxième partie oui, maintenant interdire la commande parce qu'on ne l'a pas, je trouve ça hyper frustrant, en fait pour moi c'est la même déception que le fait de la commander en croyant que tu vas l'avoir et qu'en fait tu ne l'as pas. Parce qu'en fait si t'as envie de ce produit-là, t'as envie de ce produit-là donc il faut l'avoir. Donc pour moi, la réussite de ce genre de projet, tu ne peux pas avoir de frustration, au cas minimum. Donc je pense qu'il faut être hyper réglo et il faut être 100%% carré. Aujourd'hui, je n'ai pas les moyens de ça, je n'ai pas les moyens, enfin les moyens ne sont pas que d'une sorte ils sont divers. Mais y a trop de facteurs qui rentrent en compte qui vont frustrer le client et j'ai peur de le décevoir plus que de le satisfaire. Et moi mon but c'est de le satisfaire.

J: La frustration ce n'est pas...

I: La frustration n'y a rien de pire. Imagine tu fais tes courses parce que tu reçois tes potes j'en sais rien, t'as la moitié de ta commande qui est pas là, enfin non, ça va pas.

J: Mais il faut vraiment que ça soit réglé, par exemple la partie logistique aussi la partie péremption, donc imaginons que hm Intermarché arrive à régler le problème parce qu'on voit du coup la date, enfin la date de péremption de chaque aliment et euh pour les fruits par exemple pour les fruits où c'est quand même difficile de choisir, il y a une politique de remboursement ou de remplacement assez rapide, hm... Est-ce que vous pensez qu'à partir de ce moment-là il serait intéressant de travailler dessus ?

I: Oui tout à fait, il faut que tous ces problèmes-là soient réglés. Là je demande à voir mais je pense que, c'est un réel plus pour l'enseigne, surtout si on peut faire du Drive pour le dimanche.

J: Je veux dire, est-ce que ça suffit ces deux... Enfin ces deux...

I: Je pense que si je peux régler ben les problèmes de frustration liés aux manquements ou liés au fait que le produit est pas là, ce qui est la même chose en fait hein euh, si je peux régler mon problème RH, voir qui va gérer ça, et ensuite mon problème fichier, être sûr que la personne qui va commander le produit en promo ben sur son ticket il va bien... Enfin tu vois il faut que tout soit bien lié. Si on peut me garantir que tout ça est réglé oui. Maintenant j'avais un autre problème moi de... qui est plus euh... de pratique est que mon parking est très petit et quand on a agrandi on s'est posé la question est-ce qu'on se lancerait pas direct dans le Drive parce que voilà mais ça me prend deux places de parking, aujourd'hui je ne peux pas me le permettre. Le parking est trop petit. Je préfère laisser la possibilité à deux personnes de se garer et faire leurs courses que de mettre un Drive pour le moment. Bon maintenant des solutions, je pense que si je voulais vraiment, on trouverait des solutions mais je veux dire euh... voilà ça reste quand même euh... ça reste quand même compliqué.

J: Du coup qu'est-ce que vous pensez des points de vente d'Intermarché qui ont un Drive ?

I: Pas du bien.

J: Dans quel sens ?

I: Je trouve que ça vaut pas la peine quoi, ils sont contents parce qu'ils font deux colis semaine et je trouve ça ridicule. Je trouve que l'investissement par rapport au retour et enfin c'est débile enfin, donc je pense qu'ils n'ont pas été aidé par rapport à la campagne qui a été mis en place pour le développement de leur Drive donc les gens, moi mes parents habitent à Bois-de-Villers donc euh, j'ai grandi là-bas et ils savent même pas. Je dis pourquoi vous ne faites pas le Drive ? « Le Drive ? » ils ne savent pas quoi, je veux dire. Donc je pense que là y a un réel euh, voilà il faut faire quelque chose pour ces points de vente là si on veut vraiment aller là-dessus. Mais il faut le développer avec la même énergie qu'on a développé la campagne fidélité qu'on a en cours là maintenant. Tu vois je pense qu'il faut d'abord... Il faut équiper plusieurs magasins déjà, pas deux, peut-être trois. Euh super... Et puis il faut faire ça à... Enfin il faut faire le barnum quoi c'est incroyable ce truc.

J: J'en ai parlé un peu avec d'autres adhérents et que il y a pas euh... enfin il y a un vide en quelque sorte du soutien euh...

I: Il y a eu une volonté au départ, il y a eu une personne engagée pour ça et puis le projet a été complètement abandonné et malheureusement les points de vente qui ont aujourd'hui le Drive, et ben voilà. Moi je suis honteuse pour eux parce que je trouve que la centrale ne joue pas son rôle. Ils sont abandonnés avec leur bazar là euh... En plus l'équipement est sympa quoi, les petits trucs euh...

J: Pour l'instant Christelle est toute seule euh...

I: Tout à fait, oui mais la fille attends déjà elle, elle n'était pas là au départ comme responsable du Drive... Elle s'est retrouvée avec cette fonction sans forcément avoir les compétences et ce n'est pas sa faute, donc voilà je pense qu'elle n'est pas aidée non plus quoi.

J: Est-ce que vous avez entendu des retours du Drive ?

I: Aucun.

J: Personne n'en parle ?

I: Des clients ?

J: N'importe qui euh... adhérents, clients...

I: Non moi je pense que les adhérents qui, qui... Enfin Nicolas j'ai jamais parlé avec lui à ce sujet-là, je sais que monsieur Gosset quand j'en parle avec lui, il a toujours l'air content mais quand il me dit combien de colis il fait par semaine euh... voilà...

J: Il... il dit quoi ?

I: Ben il est content lui, ce qu'il fait, il dit qu'il est à son seuil de rentabilité donc tant mieux pour lui mais je me dis c'est tellement d'énergie pour rien en fait euh... pas grand-chose. Pour moi ça doit être un plus de chiffre d'affaires. Tu dois aller chercher des gens qui n'ont pas le temps de faire les courses, qui sont fort occupés... Tu dois faire du plus.

J: Mais j'allais dire justement, qu'est-ce qui détermine si le Drive est une réussite pour vous ?

I: Pour moi tu dois les recruter, tu dois recruter des gens qui... voilà qui se dit euh... Voilà je n'ai pas le temps, je peux faire le Drive le dimanche, je peux juste passer en vitesse chercher mon truc et voilà pour moi c'est un levier de développement de chiffre d'affaires si c'est fait correctement. S'il n'y a pas la frustration et tout ce qu'on a dit avant. Donc si j'avais la garantie que tout ça va rapporter du chiffre d'affaires en plus, je le fais demain. Je le fais demain parce que je suis à fond là-dedans. Je l'utilise moi-même.

J: Oui c'est ça mais il faut que ce soit enfin il faut que les chiffres d'affaires des autres Drive soient conséquents enfin pas conséquents mais il faut que ça soit rentable pour vraiment....

I: Je pense qu'il y a une logique d'enseigne qui soit développée derrière, qu'il y ait une logique du commerce qui soit développée et qu'il y ait une volonté des points de vente de se lancer là-dedans. Donc ne pas être deux points de vente euh... Enfin je veux dire ça ressemble à quoi, on a l'air plus ridicule qu'autre chose, je trouve. Tu vois c'est comme si on disait Intermarché se lance dans la boucherie et t'as deux magasins qui font de la boucherie, c'est ridicule. Voilà je trouve qu'il y a quelque chose de pas très logique là-dedans.

J: Est-ce que vous avez en tête un modèle idéal qui permettrait d'hm... de lancer le Drive correctement ?

I: Pour moi le modèle idéal c'est Leclerc hein euh... c'est Leclerc mais qu'il y a pas le magasin enfin c'est à dire le Leclerc avec le Drive à côté et c'est une petite base logistique quoi. Donc moi je trouve ça vraiment idéal parce que y a... ce n'est pas un magasin, tu as toute la marchandise comme dans un magasin mais c'est comme dans une base et tu fais juste les commandes Drive en fait et voilà. Moi je trouve ça génial parce que tu ne mélanges pas les choses. Je pense que monsieur Stallens est sur un projet comme ça, de développer vraiment un Drive euh... comment est-ce qu'il appelle ça... Ça porte un nom mais le nom m'échappe. Oui il va faire un entrepôt avec le Drive... un Drive, je dirais attendant à son entrepôt quoi.

J: Mais j'allais dire justement par rapport à ça, est-ce que... Enfin vous avez plusieurs distributeurs ou fournisseurs différents et euh...

I: Ah non on se fait livrer par la base hein. Donc la base logistique Villers-le-Bouillet, te livre dans ton entrepôt comme si t'étais un magasin mais t'es pas un magasin tu ne dois pas faire tes rayons et tout ça et toi tu fais juste tes colis pour les gens. Il y a pas de caisse enfin si y a une caisse car il faut bien faire des tickets de caisse mais je veux dire voilà tu n'es pas un magasin, tu es un entrepôt qui fait du Drive. Moi, enfin je ne sais pas si tu vois ce que c'est en France le Leclerc ? C'est génial.

J: Je pense à d'autres comme Wink...

I: Ah oui ça c'est le nouveau...

J: Il y a un quelque chose comme ça et ils ont des points de vente, enfin des points de retrait.

I: Mais ici l'intérêt c'est l'enseigne Leclerc donc dans la tête des gens, Leclerc c'est quand même voilà et ils ont développé ce type de service, parce que pour moi c'est un réel service où les gens se disent je vais avoir la qualité de Leclerc, je la connais, je connais les produits etc... Mais c'est un Drive dédié quoi. Donc il n'y a pas d'interférence entre le Leclerc magasin

classique et le Drive quoi. C'est vraiment des choses différentes et ça te permet de dédier une équipe rien qu'à ça, qui ne vient pas interférer des ventes classiques dans un magasin tu vois, c'est des choses différentes.

J: Mais ça c'est dans le cas où justement on n'arrive pas à concilier les deux mais s'ils arrivent à concilier les deux, c'est encore mieux non ?

I: Oui mais il ne faut pas que l'un vienne mordre sur l'autre. Parce que le client qui vient jusque chez toi il doit avoir tout ce qu'il veut et celui qui fait sa commande sur internet il doit avoir tout ce qu'il veut. Donc moi j'ai un peu du mal à me dire voilà, je fais ma commande, mon système voit qu'il reste 4 shampoing axe ou je ne sais pas quoi. Puis entre temps j'ai trois clients qui passent et qui les prennent, on fait comment. Tu vois c'est des trucs qui moi me semblent complètement... Compliqué quoi je veux dire.

J: Enfin je veux dire c'est possible avec la partie réservation en quelque sorte, donc quand quelqu'un commande, on a une réservation et euh... plus vous avez de temps que vous passez à analyser les données vous avez des retours sur le nombre de stock qui se vendent en moyenne par semaine ou par jour...

I: Oui mais donc ça veut dire qu'il faut quelqu'un disponible tout de suite pour gérer la commande du gars qui vient de la passer, il ne peut pas attendre trois heures parce que le mec il a fait sa commande euh... Je ne sais pas quand, mais faut pas attendre trop longtemps avant de la faire réellement parce que sinon ton stock il bouge quoi, tu vois ce que je veux dire. Surtout s'il prend de la promo enfin, il y a quelque chose qui pour moi est encore trop incertain, trop hasardeux.

J: J'allais dire en soi, vous ne mettez pas tous vos produits en rayon directement, il y a une partie qui est stockée dans un frigo comme ça....

I: Non très peu.

J: Ah très peu de stock ?

I: Franchement on n'a quasi pas... on n'a pas de place, nos réserves sont minuscules. Donc on a très peu de stock en magasin parce que c'est une trésorerie énorme et aujourd'hui notre trésorerie doit être la plus petite possible hein parce que je veux dire c'est de la marchandise que tu as achetée, que tu dois payer à la centrale mais que t'as pas encore vendue donc t'as pas ton chiffre de te permettre de la payer et si tu la paies pas t'as un problème, donc il faut vraiment être au plus juste.

J: D'accord c'est aussi ça du coup...

I: Il y a des dates de péremption donc ton frais tu dois le gérer à mort, c'est à dire tu ne peux pas te dire « Oui je vais prendre trois colis, tranquille » parce que dans 4 jours ton colis il est périmé, tu vas le jeter. Donc ta marge, fiuh. Qu'est-ce que tu fais avec ta marge, tu paies ton personnel, tu paies ton électricité, tu paies ton loyer, tu paies ta banque, tu paies tout ça. Donc t'as pas le choix il faut gérer. Il faut gérer absolument donc tu ne peux pas jouer avec ton stock comme ça, voilà.

J: Humm... Oui donc au niveau de la distribution justement en Belgique, il y a quand même plusieurs concurrents qui sont lancés en e-commerce et euh... qu'est-ce que vous en pensez ?

Par exemple de Colruyt, du Collect&Go et tout ça.

I: Je pense que c'est lui le meilleur. Sincèrement j'en ai testé plusieurs... Avant je faisais que ça parce que encore une fois je n'avais pas le temps donc je faisais mon Collect&Go et j'allais le chercher, je les trouve au top. Colruyt je les envie à mort ces gens. Ils sont au top sur tout, ils nous dépassent de... Pff... Je ne sais pas, ils sont à 1000 année-lumière de nous quoi... Je pense.

J: Peut-être que le digital marketing, en fait oui c'est ça en fait sur la partie e-commerce mais...

I: Ils sont réactifs enfin je ne sais pas nous il faut toujours 1000 ans pour tout enfin... Voilà je... voilà ils ont d'autres moyens. Ils sont flamands, les flamands ils sont au taquet quoi. Je n'aime pas te faire ce genre de rapprochement mais ils ont une culture différente tout est Colruyt, tout est intégré chez eux, leur agence de comme est intégrée enfin. Voilà et le nombre de fois où j'ai fait des Collect&Go c'est très rare qu'il y ait eu un manquant ou un produit qu'ils ont dû me changer quoi parce que voilà. Bon il y avait le problème avec le frais hein qui me mettaient des grosses dates hein. Mais sinon euh...

J: Vous avez eu euh... Enfin est-ce que vous avez eu l'occasion de réclamer quelque chose, de porter plainte...

I: Non, jamais.

J: Parce que vous le faites pas ou...

I: Ça se justifiait pas, voilà ce n'était pas dramatique ce qu'on n'avait pas reçu ou s'ils avaient fait un échange. Ben soit on disait non je ne vais pas prendre ça, je voulais vraiment ce produit-là voilà. Donc je n'ai pas eu à aller jusque-là mais si je prends l'exemple de la France où voilà je vais souvent en vacances en France, aujourd'hui si je dois faire un Drive, je vais au super U. Parce que le super U, est beaucoup plus carré. Intermarché c'est une catastrophe, mais voilà mais non c'est vrai. C'est mon enseigne, je l'adore, j'ai grandi dedans voilà. C'est mon magasin aujourd'hui mais je connais nos failles et ils ont les mêmes que nous. Donc je sais que si je fais mon Drive au U, 80% de ma commande sera honorée. Si je fais mon Drive à Intermarché j'aurai que des problèmes. Voilà.

J: Et ça c'est les retours que vous avez eu en tant que cliente, est-ce que vous vous êtes déjà disputés avec justement des cadres de Colruyt ou de Super U ?

I: Jamais.

J: Ok, enfin je ne sais pas si justement vous aviez quelque chose comme ça...

I: Non je pense que c'est... voilà moi j'ai... Je dirais avant de travailler pour Intermarché, j'ai fait des petits boulots et tout ça mais j'ai commencé ma carrière vraiment professionnelle ici et je suis ici depuis. Donc euh... je n'ai pas eu l'occasion de rencontrer de gens d'autres enseignes.

J: On va faire une toute dernière partie, c'est la partie des vidéos que je vais te montrer. C'est juste des petites vidéos de deux minutes et j'aimerais savoir ce que vous en pensez à la fin mais je ne vous poil rien. Voilà c'est... Enfin je ne peux rien dire sinon ça va spoiler.

I: C'est le rêve hein ça.

J: Oui ? Vous aimeriez implanter ça ?

I: Oh non mais là c'est un truc de fou parce qu'attends, en terme de ressource humaine c'est un truc de malade hein, plus besoin de gérer les caisses enfin moi je... Je crois que la chose qui me frustre le plus dans mon magasin c'est les files quoi. Parce que voilà à un moment donné, tu as beau mettre tous les bras possibles et imaginables, il y a toujours des files. Et ça me fait penser euh...

J: Vous n'avez pas de quick scan encore ?

I: Non, parce que même problème logis... enfin pas logistique mais fichier quoi. Mais euh je dirais... J'ai entendu hier un reportage sur la mobilité et on parlait du rétrécissement des bandes ou de l'agrandissement. En disant qu'il y a un effet qui en fait euh... qui est avéré c'est que, on réduit les bandes de circulation, les bouchons diminuent parce que les gens pensent la mobilité autrement et ils utilisent d'autres modes de... de déplacement, ils décalent leur temps, de voyage enfin voilà et que si ils avaient agrandi les lignes il y aurait toujours plus de bouchon et en fait c'est exactement ça. Je peux mettre cinq caissières, j'aurai quand même des files et euh... J'ai beau mettre mes caissières en... Elles le savent, je ne veux pas de files, je veux que les gens n'attendent pas et moi-même quand je fais des courses, je refuse d'attendre. J'ai autre chose à faire, donc je ne veux pas qu'ils attendent. Ils attendent quand même. Parce qu'il y a un Lotto à faire, parce qu'il y a un Kiala à aller chercher, parce que j'en ai une qui est malade ou une autre qui est occupée enfin voilà. Et je trouve que ce truc-là, voilà c'est génial. D'abord c'est...

J: Et vous seriez intéressée de...

I: A fond, mais moi demain hein demain. Franchement Oui quand j'ai entendu parler de ce truc-là, ben je suis au courant que ça fait pas longtemps hein que c'est sorti. Je suis...

J: Il y en a quelques-uns déjà qui sont en test.

I: Je suis euh... admirative, je suis admirative parce que il y a... il y a une liberté, il y a une rapidité, il y a une fluidité, tu peux te concentrer sur tellement d'autres choses. Si tu es sûr que tout ça suit et que tu es sûr que les gens sortent pas de chez toi en ayant volé la moitié de ta marchandise ben voilà j'ai encore passé trois heures hier dans mon magasin à voir toutes mes images de surveillance parce qu'on m'a volé 7 bouteilles de Jack Daniels. Voilà. Alors qu'il y avait des antivols. Donc j'ai refouillé toutes mes images, j'ai retrouvé le gars. Il s'est rendu dans mon magasin avec un découpler donc un truc qui permet d'enlever tu vois le... l'antivol que tu mets au-dessus. Donc il se balade avec un aimant, il se planque dans un coin de mon magasin et il est sorti avec entends-moi bien, sur lui, 7 bouteilles de Jack Daniels et un paquet de chips, planqués dans son froc, sa veste enfin. Voilà donc ce genre de chose là moi me... voilà.

J: D'ailleurs justement avec ça c'est enfin... y a des capteurs en plus supplémentaires mis, ça coûte trois cents par capteur quelque chose comme ça mis dans le packaging. Et il y en a autour du sac justement donc euh... y a la liste qui est updatée chaque fois et dans la zone de paiement il suffit de passer et tout est scanné d'un coup. Bon là c'est extrême où justement c'est débité dans le compte directement mais y a moyen d'avoir, enfin en tout cas en Amérique, ils font déjà ça euh... y a des magasins qui ont la zone de paiement donc ils passent un portail

où ils arrivent dans une zone, c'est scanné et tout ce qu'ils font c'est payé sans devoir transvaser.

I: Oui j'ai déjà entendu ça. Moi je pense que c'est l'avenir du commerce. Les magasins vont être ouverts 7 jours sur 7, 24 heures sur 24, c'est l'avenir. Moi je ne le vivrai pas, je suis déjà trop vieille.

J: Bof non, ça peut aller vite franchement.

I: Je pense que ça vient, on sent bien celle-là. Et c'est pour permettre aux gens de faire d'autre chose de leur vie. De je ne sais pas moi, d'avoir des activités de loisir, de faire du sport et moi je suis à fond là-dedans. Maintenant euh... ça va faire perdre des emplois à certaines personnes, ils feront autre chose mais y a rien de plus rébarbatif qu'à être caissière enfin je veux dire... euh c'est affreux comme boulot.

J: Enfin en soi, si jamais on pouvait euh... Enfin c'est un cas un peu idéal évidemment c'est si jamais les caissières qui sont perdues par cette technologie pourraient être remplacées par une formation qui les poussent à être data analysts par exemple. Ce serait aussi intéressant de voir ça sous cet angle là...

I: Tout à fait. Ah non mais moi ça je signe à 5 mains hein. Ah oui c'est génial.

J: J'allais dire... On parlait justement, au début quand je suis arrivé au stage, j'ai montré euh... j'ai expliqué qu'il y avait ce genre de technologies parce que vous n'avez pas encore de quick scan du coup c'est peut-être intéressant d'appliquer ça puisque vous n'avez pas le coût de remplacement en quelque sorte et vous pouvez passer directement à quelque chose comme enfin ici, Amazon n'est pas encore en Belgique donc c'est un peu comme être pionnier d'une certaine technologie.

I: Oui mais bon il faut que tous les produits que tu reçois soient...

J: Oui, ils doivent être évidemment...

I: Il doit y avoir quelque chose dessus ou.... Quelque chose qui fait que quand tu sors, bah c'est automatiquement comptabilisé. Donc ça, ça veut dire que ça implique l'adhésion de tous les fournisseurs mais aussi de tous nos PNM donc nos PNM, les produits à nos marques donc tu sais qu'Intermarché a des produits qui sont fabriqués par nos usines propres. De marque hein, pâturage, abri, tu vois ce que c'est bouton d'or. Tous ces produits Intermarché qui sont fabriqués par nous-même ben ça veut dire que ces produits là aussi doivent faire l'objet de ce modèle de puce et tu fais comment avec la boucherie.

J: Une fois emballé.

I: Une fois que c'est emballé il faut...

J: Non mais une puce euh... l'étiquette que vous collez, il y a une puce attachée.

I: C'est ça. Tu vois, c'est des trucs qui ont l'air d'un détail mais ça demande vraiment... voilà mais moi je trouve que c'est vraiment euh... enfin attends tu t'imagines, tu rentres, tu sors quoi. Tu gagnes la moitié de ton temps hein, tu divises par deux le temps de tes courses hein.

J: Oui c'est ça, plus ou moins.

I: Facilement hein.

J: Après il y a les personnes qui préfèrent toujours les contacts évidemment mais si vous avez les deux...

I: Ah mais ils savent en avoir hein, tu vas encore voir le boucher, il y a des gens qui sont là, s'il faut faire le Drive, il y a encore des gens qui préparent. Tu vois, tu peux dédier des gens à d'autres choses. A du service alors plus.

J: Ou au pire des cas, comme vous dites il faut demander à tous les fournisseurs de le faire mais si ce n'est pas le cas, les personnes que vous engagez aux caisses pourraient s'appliquer à coller, c'est peut-être fatigant mais le résultat est derrière.

I: Tout à fait. Oui non je trouve ça... je trouve ça top.

J: Ok je vais vous montrer la deuxième vidéo du coup.

I: Ça c'est la mort de mon magasin hein si on lance ça.

JJJ: J'allais dire justement si Amazon venait vous aurez des craintes de voir tout ça.

I: Mais bon là c'est une autre... Pour moi c'est dans le même ordre d'idée qu'un Collect&Go hein. Je veux dire sauf que c'est presque de la domotique en fait hein. Si ton frigo qui te dit y a plus de lait enfin tu vois y a des frigos qui font ça ce genre ce de truc. Je pense qu'on peut toujours être complémentaire. Moi je pense qu'il y a toujours des gens qui viendront eux-mêmes choisir leurs articles euh... je suis sincèrement beaucoup plus séduite ou alors c'est complémentaire, le petit film précédent me parle beaucoup plus parce que tu peux encore choisir avec ce genre de truc là tu ne choisis pas tu...

J: Enfin si en quelque sorte.

I: Tu choisis pas ton produit...

J: Enfin vous pouvez choisir par la suite, c'est enregistré dans une liste euh...

I: Oui mais je veux dire moi j'aime être sur place, toucher, regarder... « Je veux cette salade là, pas celle-là, elle est plus belle » enfin tu vois ce que je veux dire. Et que là mais bon, je reconnais que c'est génial hein, l'idée.

J: Bah Amazon maintenant a fait euh... en application évidemment donc il y a même plus besoin d'acheter le...

I: Le fameux Dash ?

J: Le Dash c'est ça.

I: Non je pense que c'est l'avenir du commerce et qu'on va tous être amené à un moment donné à se mettre en... et Intermarché est à l'âge de pierre, on est loin, loin, enfin voilà on doit se bouger le cul quoi, vraiment. Vulgaire ce que je dis mais euh... je trouve que... on doit grandir. Maintenant je pense que ce qu'on vient de voir là, le deuxième film, ça doit rester complémentaire, on ne peut pas se contenter que de ça, je ne pense pas. Parce que là, les rapports humains c'est fini quoi.

J: J'allais dire justement par rapport aux rapports humains, je ne sais pas si je dois vous interroger en tant que cliente ou en tant qu'adhérente mais qu'est-ce que vous pensez de, du fait de sacrifier la partie du contact humain en magasin contre plus de temps pour soi.

I: C'est une bonne question. Moi je pense que... enfin je crois quand même que les êtres humains doivent rester en contact les uns avec les autres. Euh... je parle pour mon business mais je parle même pour moi en général. Même si c'est vrai que j'ai tendance... c'est un peu contradictoire avec ce que je dis parce qu'on fait beaucoup de commandes avec internet etc.... Mais je veux dire moi des clients, je suis avec eux tous les jours, donc je veux dire des rapports humains j'en ai au quotidien. C'est peut-être pour ça aussi que dans mon mode consommation privé je vais peut-être plus aller vers de la consommation internet parce que voilà mais euh... je le faisais pas forcément avant. Euh... mais je pense que si les hommes arrêtent de se côtoyer, ça va pas bien se passer. On doit continuer à voir des gens différents...

J: En soi, ils ont plus de temps libres par exemple ils pourraient je ne sais pas, participer à un club ou quoi...

I: Qu'est-ce qu'ils font de leur temps libre ?

J: Je ne sais pas justement, ça dépend de la personne.

I: Voilà, donc euh... voilà je pense que c'est un peu extrême ce truc-là. Ça fait un peu...

J: Donc il faut un complément des deux c'est ça ?

I: Oui, je trouve que les deux sont géniaux mais euh... n'avoir que ça je trouve ça un peu terrifiant en fait. Mais bon je suis née dans les années 70. Voilà je trouve déjà... je trouve que mes grands-parents avaient déjà vécu un truc de dingue en matière d'évolution technologique hein parce que ma grand-mère elle est née en 1918, elle n'est plus de ce monde mais je veux dire tu t'imagines 1918, elle est morte en 2002 donc voilà enfin t'imagines un peu la bazar, elle a déjà vu des trucs de dingue mais je trouve que moi à mon échelle, entre 1977 et aujourd'hui enfin je veux dire euh... c'est hallucinant quoi hein, aussi. Ça va très vite. Voilà je pense que je ne pourrai pas faire grand-chose contre tout ça mais je pense que ce que les Hommes doivent garder enfin les hommes et les femmes hein, les Hommes avec un grand H, c'est justement, cette interaction les uns avec les autres. Surtout à l'heure actuelle dans le monde dans lequel on est, qui est un monde individualiste, un monde de réussite, de pouvoir, de racisme, etc... Je pense que voilà on extrapole peut-être un peu mais je trouve que justement, tous ces lieux où tu peux rencontrer des gens, ça participe au fait que l'Homme continue à rester humain. Voilà.

J: Ok, du coup vous, vous aimerez vous lancer dans cette technologie si vous avez la possibilité, pas tout complètement mais une partie ça vous intéresserait de vous y mettre ?

I: Ah oui d'office.

J: Et vous pensez que Intermarché serait euh... enfin ce serait intéressant pour...

I: J'en rêve mais je ne sens pas cette enseigne prête à aller là-dedans. Je pense que ça sera plus le fait de quelques pionniers. Des gens comme Martin Stallens, des gens qui ont pas peur et qui y vont quoi. Mais euh... je pense que l'enseigne est encore un peu trop jeune, trop frileuse...

J: Mais c'est par rapport à l'enseigne, l'entité enseigne ou les gens qui participent à l'enseigne ?

I: Je pense que c'est par rapport à la lenteur des prises de décision et là... je dirais le développement technologique qui est nul quoi chez nous et je pense que si tu n'as pas ça derrière, tu peux rien faire.

J: Mais comment ça se fait, enfin je veux dire, parce que personne ne veut faire bouger ça ou...

I: Je pense qu'aujourd'hui n'y a personne qui a encore pris ce genre de projet, parce qu'il y a une entité qui s'appelle la Stim qui est gérée en France et qui est d'une lenteur... enfin hallucinante. Faut venir une fois voir comment on est au niveau informatique en magasin enfin c'est un truc de dingue quoi c'est...c'est... je te dis, deux minutes trente pour télécharger un bête PowerPoint enfin, est-ce qu'on s'en rend bien compte, tu fais une recherche sur internet, tu peux aller boire trois cafés enfin... L'e-mag, tu vois ce que c'est l'e-mag ? Donc c'est un document PowerPoint de 10 ou 15 slides, enfin c'est rien quoi, on en reçoit sur nos boîtes mail mais moi je le lis jamais du pc du point de vente hein, je le lis sur mon pc personnel parce que sincèrement, tu lances le téléchargement, tu peux aller scanner 5 clients aux caisses et il n'a toujours pas fini hein.

J: Mais ça c'est vraiment propre à...

I: Ah oui, oui c'est vraiment propre à nous. La stim c'est nous qui l'avons... enfin c'est nous... si tu veux c'est à un moment donné Intermarché a voulu se protéger en développant son propre système informatique et donc c'est tellement personnalisé que c'en est devenu handicapant. Je pense qu'aujourd'hui, l'avenir d'Intermarché il est dans le renouvellement de cette Stim. Il faut aller vers autre chose, plus rapide. On est dans un monde où tout va vite, tu le vois bien. On est vraiment là-dedans. Et cette Stim pour moi, nous tire vers le bas. Donc je pense que ça passera par là et ça va à un moment donné ben il y a des consciences mais...

J: J'allais dire justement mais quand je suis entré ici, il y a beaucoup de... de choses dont je m'attendais pas à notre époque de trouver, tout ce qui est blocage internet, tout ce qui est intranet sécurisé où il faut renouveler et tout ça...

I: C'est pour te dire... je peux acheter une imprimante bah Oui mais je pourrai jamais la mettre sur mon pc du bureau. Enfin je ne pourrai jamais l'installer sur le pc du point de vente. Enfin...

J: Oui c'est bizarre alors que... allez à notre époque même les outils open source sont quand même bien sécurisés, il y a une entreprise derrière...

I: Mais tout est toujours validé par la Stim, la Stim, la Stim, la Stim... Enfin moi j'aime bien la Stim, c'est bien hein mais à un moment donné si elle m'handicape plus qu'elle ne me fait avancer, il est de mon devoir un moment donné en tant que chef d'entreprise, de tirer la sonnette d'alarme et je pense que c'est en train de...

J: Ah oui justement la sonnette d'alarme, elle en est où en quelque sorte ?

I: Bah je pense que tout le monde commence à le dire mais la Stim c'est un monde dans le monde hein. C'est presque la tour de Stark hein je veux dire, c'est un truc de malade mais... là-bas il y a du pognon, là-bas il y a des gens qui bossent euh... t'as l'impression qu'ils bossent dans une tour de verre quoi c'est un truc de fou. Voilà mais je pense que on n'a pas les... enfin on a les poings liés, on a les poings liés. Donc c'est un des enjeux de la décennie quoi, pour moi, pour l'enseigne.

J: Donc ça c'est vraiment... enfin si il y aurait un point que vous devriez dénoncer c'est celui-là ?

I: On doit se libérer de ça, ah oui d'office.

J: Et du coup si jamais la Stim s'améliore, vous pensez que ça impacterait la logistique et tout ça ?

I: Ah oui évidemment, évidemment, tout est lié. Quand je vois déjà la complexité d'une carte de fidélité. Je veux dire moi ça fait deux ans que je dis, il faut qu'on puisse générer... quand même pas compliqué hein, tu vas comprendre, générer une carte de fidélité à l'écran de caisse. C'est à dire tu as ton client comme tu le fais n'importe où, dans n'importe quel magasin. « Vous avez la carte ? Non. Vous la voulez ? Oui. » Hop votre nom, prénom, tu mets la carte d'identité ou peu importe, ça se génère automatiquement. Non là tu dois dire à ton client « Ah vous ne l'avez pas ? Venez avec moi à l'accueil ».

J: Maintenant toutes les cartes d'identité sont pucées et il y a des gens qui achètent avec ça ou qui s'enregistrent avec ça en effet.

I: Tu dois faire la file une deuxième fois à l'accueil, tu... enfin y a un truc, voilà et on te dit « ah Oui mais ça c'est la Stim hein ». Tu vas faire ta demande à la Stim, peut-être que dans trois ans ton truc sera réalisé mais moi je n'ai pas trois ans hein. C'est maintenant hein que j'ai besoin d'argent. C'est maintenant que j'ai besoin que mon projet avance. Tu vois enfin...

J: Et ils sont au courant au département carte fid que justement ils peuvent s'enregistrer avec le... enfin qu'il y a un logiciel qui s'enregistre avec la carte d'identité.

I: Je suppose mais c'est un monde à part et je ne sais pas trop comment il fonctionne. Tu vois mais je pense qu'il y a vraiment un moyen d'accélérer les procédures et de développer les choses beaucoup plus vite quoi. On ne demande pas la lune hein euh... donc ce genre de truc que tu m'as montré, la première vidéo là, j'adore mais tu mets la Stim là-dessus c'est en 3000 hein que ça va sortir. Donc voilà

J: Donc c'est vraiment la source à travailler au début...

I: En même temps je pense qu'on est responsable parce que la Stim est dépendante de nous, c'est nous qui avons créé cette entité-là. Enfin quand je dis-nous, c'est l'ensemble des adhérents et c'est nous qui cotisons. Donc c'est un... enfin c'est un service qui nous appartient et dont on a plus la maîtrise. Donc pour moi c'est vraiment euh... pour moi euh... dramatique, ce qui se passe avec cette Stim. Voilà donc il faut qu'on... faille que les gens réagissent.

J: Ok, merci beaucoup pour l'interview en tout cas, c'était la dernière question. Ça se termine sur une note bien importante à régler.

I: En effet, ce sera secret défense hein ça, ce n'est pas très politique.

J: Pas de problèmes, vous n'inquiétez pas, je lirai les choses mais sans citer d'où ça vient évidemment.

I: Voilà, parfait.

J: Merci à vous, beaucoup surtout qu'on a bien dépassé les une heure finalement.

2.2. Drive

2.2.1. Adhérent 2

N. D. / Homme / 38ans

N: C'est moi qui fait le moins, du a quoi je ne sais pas dire, dû à la situation géographique que je suis dans un village, on va dire dans une région un peu plus reculé que comme Soignies qui sont des grosses villes quoi.

J: Oui ouï, et ça marche bien quand même ou...

N: Moins que prévu non, je suis en dessous de mon budget, mais si je l'ai fait c'est que j'y crois, je crois à la nouvelle technologie ça c'est sûr, maintenant si il est bien animé, bien représenté pour l'enseigne, vu qu'on est que 3, il y a encore du travail à faire.

J: C'est d'ailleurs ce que justement j'ai été engagé, enfin c'est un peu spécial, je suis en stage en digital marketing, justement dans mes capacités que je devais apporter à l'entreprise c'est tout ce qui est ce côté de référencement, de lisibilité, et d'amélioration, donc pour l'instant je fais des études, enfin je fais toutes les enquêtes dessus pour ce qu'il faut.

N: Ben moi on va dire, de mon point de vente qui se situe dans la périphérie de Namur, c'est beaucoup de retour de gens qui travaillent sur Namur. Je suis à 15-20 km, je suis sur une belle chaussée.

J: Moi je suis confiant en tout cas.

N: Donc je pense qu'il Il y a quelque chose à faire, maintenant c'est peut être une question de visibilité, mais ce n'est pas mon domaine quoi.

J: Je vais m'en occuper, franchement je pense que c'est possible que cela marche très bien, il y a des petits, Il y a pas mal de points à améliorer au niveau du site tout ça, il y a encore des blocages au niveau de la France tout ça, mais j'ai encore 3 mois pour travailler dessus.

N: Il y a un gros point que ça mes amis me le disent, bon je ne suis pas originaire du coté de mon magasin mais du côté de Chimay mais j'ai un peu des contacts, mais on ne peut faires des commandes que par PC, eux des fois ils en ont même plus.

J: Oui j'allais dire ça c'est bizarre.

N: Soit tablette ou Smartphone et les applications françaises, on ne les a pas. Je trouve cela complément aberrant.

J: Oui ce n'est pas normal, d'ailleurs j'ai été regardé (articule stp) avec son Gsm mais je pense que c'est possible de faire...

N: Oui mais ça ne marchera pas en Belgique.

J: Ah oui ?

N: L'application ne marche pas.

J: Ah oui je ne parle pas de l'application, j'ai été sur le site, en fait. Je ne savais même pas qu'il Il y avait une application Intermarché belge ?

N: Euh ... Français.

J: Ah oui, française, c'est pour ça oui. Je ne sais pas comment ils ont fait mais en gros ils ont copié coller le site, ils ont mis une forme standard pour tous les pays et ils ont rien relié à leurs data analyse, appli.

N: Ça c'est pas du tout mon domaine donc je ne sais pas pourquoi...

J: Mais ça c'est nous qui devrions normalement nous en occuper mais "truc" est toute seule, du coup c'est un peu difficile, enfin je comprends. Bon commençons dans l'ordre, est ce que vous pouvez parler un peu de vous, racontez moi qui vous êtes, plus ou moins, comment vous êtes devenus franchisé par exemple.

N: Alors moi c'est Nicolas, j'ai 38 ans, je suis dans le groupement Intermarché depuis 2001 comme étudiant à la base à Mons, je faisais un gradua électromécanique, électronique, et j'ai arrêté en 2e, et j'avais de la famille qui travaillaient chez Intermarché et qui y travaillent toujours, et donc mon oncle Martin qui...tu le connais ?

J: Heu je ne connais pas.

N: Mais il est dans le groupement depuis des années, et donc j'ai commencé en tant qu'étudiant, j'ai commencé avec lui, petit à petit, quand j'ai arrêté mes études, j'ai continué là comme étudiant, comme employé au rayon liquide, j'ai franchisé les étapes au fur et à mesure des années jusqu'en 2013 où j'ai eu la chance de reprendre l'Intermarché du bois de Villers, qui s'est proposé à moi, alors j'ai sauté dessus quoi.

J: Ah oui c'est chouette.

N: Mais bon avant il y avait tout le parcours d'agrément, tout un parcours d'agrégation à faire, et j'ai eu un parcours qui a duré de 2001 jusqu'en 2013, jusqu'au la reprise de mon point de vente, j'étais un peu dans mes rayons, aux liquides, j'ai fait la caisse, la crèmerie, les fruits et légumes et...

J: Ici dans la centrale ?

N: Non, tout au point de vente. J'ai été dans 4 ou 5 magasins différents, j'ai commencé à (bref des noms de lieux) donc j'ai été un peu partout, apprendre le métier puis je me suis lancé comme franchiser, et le groupement les 3 mousquetaires m'a permis de franchir ce cap.

J: Ok très bien, est ce que vous pouvez me raconter une de vos journées, simplement.

N: Mes journées elles sont totalement différentes, ça c'est sûr, Il y en a pas une qui se ressemble, Il y a pas une journée type, parce que avec ma compagne on a une fille de 6 ans, donc c'est pas toujours évident, mais c'est BCP de temps, c'est presque du 7/7, du 6/7 ça c'est sûr, donc une journée, on va dire je commence à ... entre 6h30 et 9 du matin, ça dépend du boulot au point de vente qu'il y a, m'organiser avec ma fille et ma compagne, c'est surtout moi qui est dans le point de vente, ma compagne est avec ma fille ça c'est normal, donc je commence par faire le tour du magasin, je salue tout le monde, Si il faut donner un coup de main, je donne un coup de main dans le point de vente, certain jour là j'ai des rayons, quand certains employés sont en congés, le vendredi je fais des fruits et légumes, le mercredi ça dépend, avec mon tiers temps, je vais plus vers liquide, parce que mon gars a dit qu'il était en congé donc .. Des fois je vais voir avec mon tiers temps de comment s'organiser, je ne fais pas de commande ou de tiers type, donc c'est les autres employés qui le font, donc voilà.

J: Puis vous finissez tard ou...

N: Euh entre 17 et la fermeture, avant 17 c'est très rare, car le matin c'est essentiellement dans le magasin, jusqu'au moins une heure, puis je fais tout ce qui est administratif, informatique qui prend pas mal de temps, tout ma vie de dirigeant d'entreprise, on va dire, discuter avec les fournisseurs, faire tout ce qui est social qui prend pas mal de temps.

J: En parlant de ça vous travaillez aussi chez vous ? Après la fermeture ?

N: Ça arrive souvent que soit je reconnecte quand il y a des choses à faire quand je suis en retard, ou après la fermeture, chez moi à mon domicile je fais mon budget car je suis plus à l'aise, quand c'est des grosses semaines, là je les reprends chez moi, tout ce qui est Pâque, foire au vin, tout ce qui est reste de fin d'année, je prends tout chez moi, je fais tout chez moi, tête reposée.

J: C'est beaucoup de travail.

N: Au moins une fois par semaine je reprends du travail à la maison.

J: Je vérifie au cas où je n'enregistre pas. Ok, est ce que vous pouvez me parler un peu de votre point de vente, quelles sont ses forces, ses faiblesses, sa situation.

N: La situation au bois de Villers à Namur, je l'ai repris en juin 2013, c'était un point de vente à l'époque en difficulté qui perdait pas mal de chiffre d'affaire, il a fallu quand même une grosse année, un petit coup de peinture, une nouvelle vidange. Un grand rafraichissement on va dire pour le relancer, après une bonne année j'ai attendu les chiffres qui attendent les meilleurs de sa forme, on va dire ça comme ça, et puis ici la force du magasin c'est quand même le frais, quoi que niveau épicerie je suis quand même assez pointilleux sur la tenue du magasin en général, donc au niveau rupture, j'ai presque jamais de rupture, j'essaie de toujours tout mettre à jour, remplis, propre, maintenant la force c'est quand même les fruits et légumes, boulangerie, fruits et légume et la charcuterie, on essaie quand même d'être plus performant que d'autres enseignes qui sont en libre-service et moi j'ai gardé un Trade, donc moi mes propres concurrents sont en libre service avec mon Trade, c'est peut être un avertissement plus conséquent mais j'essaie de garder...

J: Vous pouvez me dire ce qu'est Trade exactement.

N: Trade c'est une boucherie libre-service, ou ont acheté, ses saucisses en barquette, son steak en barquette, moi c'est tout ce qui est pour la découpe, tout est en traditionnel, ma boucherie mon fromage...

J: Ça se voit directement ? On peut voir le boucher et...

N: Ah oui, moi j'ai un bouché avec son apprentis, j'en ai un du matin au soir. Enfin j'en ai tout le temps un, un ou l'autre, un qui fait le matin l'autre l'après-midi, et versement, il faut tjrs un bouché sur place, pour le client c'est toujours important. Tout est traditionnel, donc à la découpe j'ai toujours du personnel qui doit pouvoir conseiller le client, et niveau formation et connaissance produit doit être capable de faire tout pour dl son chiffre d'affaire.

J: Comment vous savez qu'un produit marche bien, comment vous êtes au courant ?

N: Quel genre de produit ?

J: Justement tout ce qui est produit trad., frais ... Ça se voit dans les chiffres d'affaires ? Dans les retours ?

N: Pas spécialement je ne le sais pas mais, tous mes concurrents proches sont en libres en services, moi ça me permet de me démarquer, je le vois très fort aux périodes BBQ, car là on est quand même assez fort.

J: Il y a plus de monde ?

N: Oui, ma boucherie explose durant la période BBQ. Je suis très actif quand j'ai des très grosses commandes, je fournis des écoles le jour avant de 200 saucisses, 200 fourchette ou 200 lards, quelqu'un en libre-service ne peut pas faire ça, moi j'ai cette force là, puis c'est aussi au feeling, des fois on le sent et on se gamelle, ça arrive, j'ai déjà mis des sacrés sommes dans les poubelles, ça faut tenter le coup et puis, donc après ça marche ou ça marche pas c'est un peu le retour qu'on a, après je passe en libre-service, vu que c'est une tendance actuelle, je pense pas que je perdrais énormément mais heu...

J: Vous avez une petite partie libre-service ou...

N: J'ai une toute petite partie en libre-service, qui fonctionne très bien donc ça me laisse on va dire de l'espoir, une autre porte ouverte pour on ne sait jamais ce qui peut arriver, un boucher qui démissionne, une maladie ou que sais-je, de pouvoir passer en libre-service, et j'aimerais bien que cela marche.

J: Très bien, vous employez plus ou moins combien de personne dans votre point de vente.

N: En employés on est 14, employé, plus apprentis plus moi, plus étudiant le w-e, je prends 5-6 étudiants les weekends.

J: Et parmi les employés fixe, est ce qu'il y a des experts parmi eux, vous avez déjà cité le boucher, qui d'autres pouvez-vous qualifier d'expert, tout le monde ?

N: Non, les bouchers ont quand même fait des études de boucherie, eux ils sont vraiment expert, c'est leur métier, c'est un métier à part, maintenant j'ai quand même du personnel que j'ai envoyé en formation, donc ils n'ont pas fait d'étude pour ça mais ont quand même suivi des formations on va dire interne, et après Il y a l'expérience qui joue aussi. Le responsable charcuterie a quand même 8 ans d'expérience, donc l'expo ça fait beaucoup, et après au niveau des fruits et légume, là je peux dire que j'ai quelqu'un qui maîtrise ce rayon, qui maîtrise quand même le sujet, ce sont des gens qui s'intéressent quand même aussi aux saisons, eux produits, ils sont un peu autodidactes, enfin ceux qui veulent, Il y en a qui veulent pas mais j'ai la chance d'avoir dans le rayon fruits et légume des personnes qui s'investissent. Parce qu'ils aiment bien leurs métiers et leurs produits.

J: Est-ce que ces experts sont mis en valeurs pendant leur travail, est ce que les gens peuvent facilement avoir des contacts avec eux.

N: Oui bien sûr, ils sont directement sur le point de vente, enfin sur le terrain donc tout le monde peut avoir contacté avec eux.

J: En se baladant ou via l'interphone ou...

N: Ils sont aux rayons, quand ils remettent les marchandises, les commandes, ils sont là dans le rayon quoi.

J: Ok, et dans pas l'opposé, mais dans une autre partie d'employés, est ce que vous avez des employés polyvalents qui sont capables de faire plusieurs choses, plusieurs tâches en même temps.

N: Oui, je devrais presque dire tous car c'est ce qu'on demande, de la polyvalence dans notre domaine, aussi bien savoir aller en caisse, que quelqu'un sache, que demain quelqu'un n'est pas là pour maladie, qu'elle sache aller en boulangerie, et sache aller donner un coup de main en légume, mais bon j'ai pas vraiment de remplacement, bon je viens de là donc j'aime bien aussi Il y aller. C'est mon petit tripe d'Il y aller au moins 1 à 2 fois semaine. Au moins une fois, et il faut de la polyvalence. Et certains demandent plusieurs choses, certains sont demandeurs, de ne pas rester en caisse du matin au soir, ou dans les rayons tout le temps faire le même. C'est une demande d'une majorité, après il y a des gens qui aiment bien leurs truc pépère où il ne faut pas toucher à leur routine.

J: Ok, une autre catégorie de question, selon vous, qu'est ce qui décalage chez vos clients l'envie ou le besoin d'aller faire les courses, chez vous ou en général...

N: Parce qu'ils ont faim et soif. On est dans l'alimentaire quand même donc... Ça c'est l'élément déclencheur, après c'est plutôt ils viennent chez moi qu'autre part. Pour une question de prix en premier, et de qualité de service, après on n'est pas comme sur le marché belge une multitude d'enseigne qui attaque toujours dans le même domaine mais on peut se détacher dans une qualité au niveau du service, et un bien être client, après une boîte de petit poids c'est une boîte de petit poids, un paquet de patate, ça reste un paquet de patate. En premier c'est le prix, surtout à l'heure actuel, qui va faire la différence, et après c'est les services.

J: Comment faites-vous pour attirer des nouveaux clients, avez-vous des méthodes, mettez-vous des choses en place pour cela.

N: Non, je suis les promos centrales du folder, qui sont ça, j'ai déjà fait des promos interne qui turbine, qui attire quand même pas mal de client et qui attire même plus que le folder, mais c'est pas mal d'investissement. Là j'ai un petit exemple à donner : L'avis de pont de cote, c'était férié, donc tout le monde est férié et j'ai mis dans la gazette de Namur ou le Vlan, que 5kg boucherie plus 5 kg gratuit plus un bac de jupier gratuit plus un sac de charbon de bois gratuit. Sur une journée j'ai fait l'équivalent d'une demi-semaine de chiffre.

J: Ok, et ça vous êtes sûr que c'est grâce à enfin. Vous avez des méthodes pour voir que cela venait de votre action ?

N: Là on va dire qu'ils ont vu l'action. Quand on propose on va dire 5kg de viande à 40euros + si je le communique pas et que je mets juste une bête affiche, j'aurais pas cet impact, j'avais quand même un média, la gazette qui est quand même un peu lu, on va dire que ça commence à s'essouffler par rapport à internet ça c'est clair, mais à l'époque ça fonctionnait avec ça et Il y a quand même encore pas mal de gens qui lisent, avec une offre un plus un gratuit, Il y a quand même 80 euros de viande pour 40 euros avec un bac de jupier et un sac de charbon gratuit, je pense que le bouche à oreille a fait aussi sa part du travail, ça c'est clair. Mais maintenant on a quand même un folder attractif qui est la première impulsion de tout ça, donc il faut l'alimenter, c'est notre boulot.

J: En revenant sur votre partie sur votre budget où vous créez votre propre campagne, est ce que vous en avez créé d'autres comme ça ?

N: Niveau promotion ?

J: Des actions oui.

N: Ca en général j'en fais moins qu'avant, mais j'en fais on va dire un tous les trimestres, 3 par an des promos assez chocs.

J: C'est toujours les mêmes médias ou ...

N: Je publie toujours gazette Namur oui, parce que c'est quand même un média lu dans la région et gratuit.

J: Est-ce que vous pensez que cela à d'autres impacts chez d'autres adhérents ? Par exemple qqn pourrait prendre la gazette et aller, je ne sais pas ..., à Chaumont-Gistoux.

N: Ha il n'aura pas, c'est marqué clairement Intermarché Bois de Villers. C'est marqué clairement où il faut se rendre pour cette promo-là. Parce que Chaumont - Gisoux ça va, mais mes collègues qui sont à 15 - 20 km à la ronde ils n'ont pas fait, moi c'est un investissement interne. Mais c'est donné 120 balles de jupier, donc c'est quand même un avertissement.

J: Vous le faites à profits, ou il y a quand même des pertes ?

N: Euh je le fais à 0. Rien que le colis 5 + 5, donner un bac de jupier c'est quand même 11,90, donc ce que je fais, je paie la pub aussi, donc au niveau profits, Je suis entre la perte et du 0, je négocie forcément mon charbon de bois p-e un peu moins cher, mon bac de jupier c'est de la perte pur et dur. Maintenant j'ai fait un petit buzz, on peut appeler ça comme ça, en espérant pour recruter dans le futur.

J: Ok, très bien. Est-ce que vous utilisez aussi une page Facebook pour promouvoir votre point de vente ?

N: Alors il y en a une, je ne la gère pas, elle est gérée par une personne qui gère on va dire une dizaine de point de vente, qui met plus ou moins le même, mais elle n'est pas très dynamique par rapport à certaines de mes collègues qui les gèrent eux même. Maintenant je ne paie rien non plus. Je sais qu'il faut payer un peu pour être mieux vu, moi je paie rien, la personne l'anime, je ne sais pas si la personne l'anime tous les jours mais ... Je vois que cela change mais je dois prendre en 2017 la main sur la page Facebook et la dynamiser, car elle n'est pas du tout dynamiser au niveau promo, car certaines de mes collègues mettent des colis boucheries, ils y vont gaiement.

J: Sur leur page Facebook à eux ?

N: Oui, moi c'est juste les reprises du folder on va dire, ou alors de ce qui est communiqué sur le site internet Intermarché. Mais il y a aucune promo qui ... Je sais que j'ai des collègues qui font des promos beaucoup avec la viande, des choses comme ça, essentiellement avec la viande. Et le ça marche quand même. Ils ont quand même 1000 j'aime, si je peux dire ça comme ça.

J: Oui, ok, et qu'est-ce que vous pensez d'ailleurs des campagnes publicitaires d'ici à la centrale.

N: Rien car je ne les regarde jamais. Donc ça c'est une chose, alors moi je suis sur Facebook, je fais très attention à ça, je ne vais pas dire que je suis retissant, mais j'ai eu des petites blagues. Il ne faut pas mélanger vie privé et le travail. Des fois il y a des commentaires de certain employé qui ne me plaisent pas du tout, donc moi j'affiche très peu ma vie personnelle dessus. Je suis très discret, C'est peut être une erreur, pour ma vie privée non mais pour un peu prendre un peu la main et partager sur ma page personnel je pourrais jamais dire que je suis adhérent du supermarché du bois de Villers. Ou très peu. Et même ma page je pourrais reprendre la page du supermarché du bois de Villers gaiement mais ce n'est pas mon domaine de prédilection. Donc si on le fait pour moi c'est mieux. Mais toujours avoir une main mise dessus.

J: En dehors de la partie Facebook, donc tout ce que fait la centrale ici avec les campagnes publicitaires, est ce qu'il y a des impacts ? bien assez fort.

N: Donc tu parles du site internet Intermarché.

J: Oui par exemple, ou d'autres campagnes comme Facebook.

N: Je ne sais pas.

J: Est-ce que vous recevez des rapports par exemple ?

N: Des rapports ?

J: Des rapports de ici, qui dit voilà ça a marché à tel point.

N: Non, Jamais.

J: Vous voudriez avoir chose comme ça ?

N: Pourquoi pas oui, au moins avoir un feedback, on a mis ça, tient ça a créé... au lieu d'avoir 10 000 j'aime sur la page, on a eu 25000.

J: Moi je peux voir le nombre de clic, jusqu'où ils cliquent, où ils s'arrêtent, d'où ils viennent ... Que ce soit sociodémographique car il y a les cookies qui restent de leur session Facebook qu'ils n'ont pas étend. Enfin ils n'ont pas détruit les cookies depuis qu'ils ont été sur Facebook du coup je peux savoir leur tranche d'Age moyen, sexe, habitude, ce qu'ils aiment. Des choses comme ça.

N: Je sais que j'ai des collègues, sur leur page Facebook de leur point de vente à eux, ils ont énormément de gens dessus, moi j'ai p-e 20 personnes, pas plus.

J: C'est bizarre ça.

N: Elle n'est pas assez dynamisé, maintenant le site internet dynamiser, je sais que le site est très bien fait, après je n'y vais jamais, c'est clair et nette, des fois dans notre boutique on attache des œillets mais je n'y vais jamais, et sur la page Facebook d'Intermarché, j'y vais jamais non plus. Je sais que c'est beaucoup de repayant, qui prennent pour le mettre sur mon site, donc pour moi c'est plus ou moins le même, mais à plus grande échelle. Mais je ne sais très peu dire le dessus.

J: Justement je voulais vous demandez ce que vous pensez du site web arbitrairement.

N: Je vais trop rarement dessus pour donner un avis. Faut pas croire que notre travail au magasin, c'est p-e que 5 min d'aller sur le téléphone, ça prend p-e pas beaucoup de temps mais des fois on a du travail en magasin et...

J: Il y a beaucoup de chose à penser.

N: C'est énorme oui.

J: Quand je discute aussi avec les gens pour parler d'avancer dans le monde digital, de penser à des innovations, ils n'ont pas le temps de se consacrer à ça car ils doivent déjà rentabiliser leur temps à détaches qu'on leur a assigné.

N: Ici c'est chacun son poste, si on veut recruter quelqu'un que ça, en gros une personne des fois c'est un peu limite.

J: Je pense que le mieux ça serait d'ajouter une personne, personnellement, je pense qu'une personne par département en plus, pour plus de temps libre où ils pourront consacrer ce temps à un brainstorming, voir ce qu'il ne va pas, ce qu'il faut améliorer.

N: Maintenant ça on fait très peu chez inter, c'est chacun à son staff et puis... si Il y a des brainstormings, nous on fait tous les mardis en tant qu'adhérent, toutes les semaines, après il faut analyser et retravailler.

J: Là vous avez un temps à louer, tous les mardis, tous les mercredis. Par exemple tout le tiers temps, vous êtes obligés de choisir un moment pour faire le brainstorming. Vous n'avez pas un moment où...J'ai l'impression que les employés ici n'ont pas plus de temps libre pour qu'à n'importe quel moment, quand ils ont une idée en tête de la mettre par écrit, chose, quart, ou en discuter, c'est ça que je veux dire.

N: Ca je ne sais pas. Moi je suis ici le mardi avec Wendy, après lui il a l'acheteur "Truc" Mercuriel qui est son responsables et je ne sais pas trop comment gérer la centrale, enfin je ne vais pas dire ça, je sais comment la gérer mais après je ne sais pas dans le fond ici qu'est-ce qu'il se passe. Nous on vient le mardi, le mercredi j'ai un autre tiers-temps, donc je viens faire ce que j'ai à faire. Si je dois en faire plus, je n'hésite pas. Ou m'intercaler dans d'autres réunions justement où on discute pour donner mon avis donc. Après ce qu'il se passe ici le lundi, le jeudi et le vendredi je ne sais pas. Ça doit être comme le mardi je présume, Il y a rien qui change.

J: Ils sont plus calme, je trouve, dans le sens Il y a moins de gens qui va partout dans le magasin. Aussi non ils travaillent tout le temps, ça va être difficile d'avoir...Enfin je ne sais pas.

N: Le mardi Il y a des adhérents. Mais on appelle un, on en appel beaucoup plus, ça c'est clair que c'est un peu plus qu'une fourmilière on va dire.

J: Quelles sont les points les plus importants que vous abordez d'habitude.

N: J'en ai 2, j'ai les tiers fruits et légumes, ce qu'on aborde déjà est de faire un petit brainstorming sur le folder de la semaine qui a eu avant. Il faut que cela se fasse de manière constructive, plutôt que de manière critiqué, j'vais dire ça comme ça. Ca dépend comment c'est tournée, après on peut faire des erreurs et avoir essayé des choses qui n'ont pas

fonctionné ou inversement, des fois on essaie des trucs, on y croit pas et puis ça cartonne. Il faut de tout, On gère un peu après les folders, les folders d'ici, le mois de mars a été clôturé, donc voilà. On est quand même entre 6 et 8 semaines à l'avance. Après tout ce qui est relevé de prix à la concurrence, voir si on est en phase avec le marché. Ici on a quand même 3 fournisseurs au niveau fruits et légumes pour livrer 4 magasins, avant il n'y en avait qu'un. Qui avait un monopole. Maintenant il y a quand même 3 fournisseurs pour tout ça, Donc Si Il y a 3 fournisseurs, on va en contrôler qu'un, maintenant on en contrôle 3.

J: Difficile quoi.

N: Je ne dirais pas difficile quand même. Il faut être plus vigilant, c'est plus de temps à se déplacer des fois quand on se déplace. Un mardi, au lieu d'aller à un endroit, on essaie d'en faire 3.

J: ok, vous avez parlé de concurrence, comment, enfin, qu'est-ce que vous avez comme concurrence selon vous ? Comment elle est vécue en fait ?

N: Ça c'est pour tout le monde hein, si il y en avait moins, la Belgique paie là où il y a le plus de commerce alimentaire.

J: Il y a quoi ?

N: La Belgique, est le pays en Europe, où il y a le plus de commerce alimentaire au niveau de la population. Ça il faut le savoir, et ça peu de gens le savent. On va dire, Pour une personne on a 3 magasins. Pour 10 personnes Il y a 3 magasins, en France Il y en a qu'un. En France, en Hollande, en Belgique, on est assez saturé. Moi ma concurrence, on va dire dans les 10 km à la ronde, j'ai un délai, un "ok" un Colruyt, j'ai un gros carrefour, un Lidl et un match. Eu pas un Lidl, un Aldi et un Match. Et en étant à 15 ça doubles. Parce que là j'arrive avec des collègues à moi donc...à 15km j'ai des collègues.

J: Et comment elle est vécue par vous justement ?

N: On va dire qu'elle était déjà là quand je l'ai repris donc elle est vécu ... Il y a un carrefour express qui a ouvert Il y a pas longtemps, mais c'est vécu... il faut vivre avec donc on vit avec des concurrents, on essaie de faire que le client vienne plutôt chez nous que chez le concourant.

J: Et comment ça se passe pour vos clients du coup, est ce que cela marche, cela fonctionne ? Est-ce que vous avez des retours leurs choix ?

N: On ne sait pas satisfaire tout le monde mais ici on a quand même en 3 ans et demi de temps, j'ai recruté plus de 1000 clients, donc il y avait des clients fidèles du magasin, on va dire que la moyenne je suis à 4000 clients pour l'instant, 4000 - 4100 / semaine. Quand j'ai repris le magasin c'était 3000, donc Il y a quand même 3000 clients fidèles malgré un magasin à l'abandon. Là Il y a quand même 1000 clients recrutés, après on en perd car Il y a toujours qui sont pas content, donc voilà, et puis mettre le feu à nos concurrents, malheureusement ça on ne peut pas, ça je n'ai pas encore fait, ça viendra peut-être.

J: Haha, ne vous inquiétez pas, je le garderai.

N: Il faut essayer de se battre et être le meilleur. Le bon produit au bon prix, au bon endroit. Et quand ils viennent, ils se sentent bien, qu'ils se sentent pas comme un simple client, je suis

dans un village donc il faut discuter avec même si des fois on n'a pas trop le temps, c'est important, et justement je trouve que des fois ça se perd. Dans les villes ça se perd et c'est triste.

J: Et ça s'est apprécié par votre clientèle ?

N: Oui, même par mes employés. On a une petite structure, donc moi je considère mon point de vente comme petite structure familiale même si il y en a qui voient pas ça du tout. Mais moi je suis patron, j'ai quand même des objectifs, et j'ai mis quand même les moyens financiers, donc faut pas venir dire que on est une petite structure qu'il faut... Il faut que je fasse vivre 15 personnes aussi, et aussi apporter à la société, ça c'est clair et net, maintenant il y en a, ils viennent faire leur staff comme pour s'en foutre puis ils se taillent, donc ils sont payés la fin du mois et voilà. Il y en a toujours des comme ça, comme partout. Euh ce n'était pas ça la question ?

J: Euh je parlais des clients fidèles mais c'est intéressant.

N: Si le client, il se sent bien chez nous, c'est parce qu'il voit un personnel heureux, si mon personnel fait la gueule, forcément qu'il ne viendra pas, donc c'est important, c'est pour ça que j'essaie d'instaurer ça de petite famille.

J: D'ailleurs vous avez reçu des échos sur ça sur votre point de vente ? Genre des gens en parle de cette proximité qui...

N: Oui ça, la clientèle elle en parle, ça c'est sur ici ils se sentent bien chez nous, avec un personnel souriant, agréable, ça d'ailleurs, ça arrive des fois on reçoit des plaintes, mais des fois on reçoit des gentils mots de client donc on l'affiche.

J: Ah oui j'ai vu l'afficher en haut.

N: J'affiche le mauvais mais j'affiche le bon aussi.

J: J'vais revenir un peu sur la partie Online, digital, à propos du site internet, malgré que vous n'allez pas dessus, qu'est-ce que vous pensez qu'il s'y trouve et ou à quoi sert-il.

N: Le site Facebook ou internet.

J: Internet, internet Intermarché, est ce qu'il il y a une utilité, enfin pour vous est ce qu'il il y a une utilité en fait du site.

N: Mais j'y vais jamais.

J: Oui, mais vos clients y vont du coup.

N: Surement puisqu'ils sont obligés d'Il y aller pour l'e-commerce, donc ça c'est déjà une chose, après eux ils vont...

J: Mais il y a une autre utilisé ou ... C'est vraiment pour les amener sur l'e-commerce, pensez-vous à une utilité que vous pensez donner au site peut être. Qui attire les clients et même pour vous, je ne sais pas

N: Déjà j'y vais très peu mais je pense qu'il est bien fait, de ce que je vois, quand j'y vais, il a l'air très clair, maintenant, alors là .. Je ne sais pas.

J: Très bien, de base j'avais demandé pourquoi ...

N: Je sais que le site est clair, qu'il a l'air bien fait, il s'est amélioré, car il y a 5 ans on était bien à la ramasse, mais bien comme il faut, donc je sais qu'il s'est bien amélioré à ce niveau-là, maintenant pour moi comme vous le savez, comme j'y vais jamais. Maintenant pour l'e-commerce, là je vois pas comment répondre.

J: Oui non ok ce n'est pas grave, pour l'e-commerce c'est la principale du coup pour vous. Avant d'aller sur l'e-commerce, que pensez-vous des canaux utilisés par Intermarché ?

N: Ca va partout, enfin média, télévision, télévision pas de trop, mais surtout radio.

J: Par exemple radio, vous pensez que ça marche bien ?

N: Oui ça marche, c'est des petits machins qui durent 15- 20 sec, c'est assez, quand on est dans sa voiture on l'entend, c'est assez comique pour le client, c'est bref et ça fait recruter.

J: Et vous êtes sûr que cela marche, vous avez un moyen de vérifier si...

N: Oui oui, Il y en a qui ont entendu une publicité à la radio pour une galette des rois, des nouveaux clients sont venus pour la galette des rois chez moi quoi. Donc je sais que la radio a un impact, la radio est quand même fort écouter, j'écoute aussi pas mal la radio, plus que je regarde la TV, donc je pense que la radio est un bon media.

J: Ok, vous avez parlé aussi de la newsletter, eu nan de Facebook, mais de newsletter par exemple, est ce que ...

N: Je ne sais pas ce que c'est.

J: Les mails par fidélité.

N: Il y a eu un impact pas vilain du tout, je ne sais pas le chiffré, je ne suis pas placé dans le service pour le savoir, mais même chez moi Il y a eu un impact aussi, mon personnel a reçu ce mail, mon personnel m'en a parlé, donc c'est efficace. Même mon personnel me dit "J'ai reçu 15 euros sur ma carte pour ça", au début ils se demandent si c'est pas une blague, forcément, vous avez reçu 15 euros, tout le monde reçoit 50 000 mails par jour là-dessus, Je suis persuadé que cela a marché car mon personnel est venu me poser la question mais moi je vois un mail vous avez gagné 15 euros chez Intermarché, on va encore cliqué sur ce mail-là, on va avoir un virus, ça c'est sur on pourrait gagner beaucoup plus, mais la moitié des gens pensent comme moi.

J: Ca je vais noter car cela m'intéresse beaucoup.

N: Mais avec tout ce qu'on parle de virus, quand on clique sur un mail. Qu'une des actions peut-être trafiquer par les russes. Mais quand on reçoit 15 euros gratuitement, tous les gens se disent, Il y a une connerie. C'est humain, donc je parie qu'on pourrait faire le triple de remonter ou de plus en sécurisant ou en informant p-e sur Facebook, vous allez recevoir, pour nos clients fidèle p-e je ne sais pas. Mais les gens sont p-e tellement méfiant que je suis sûr les 3/4 ont été supprimé sans être ouvert et lu.

J: Ca je peux vérifier car il y a des states où on peut voir qui a cliqué et ouvert.

N: Pour voir, 10 000 mails ont été envoyé, c'est un exemple hein, on va dire 1000, 50 ont été ouvert et 950 supprimés.

J: Pour chaque newsletter envoyée, on reçoit un rapport dessus.

N: Ca je voudrais le savoir, c'est vrai que cela n'a pas été vu.

J: Les rapports ?

N: Oui.

J: Oui je crois qu'ils sont regardés, mais ne sont pas analysés.

N: Cela ne sert à rien alors.

J: Non pas spécialement.

N: Car si ils ne sont pas analyser... après Il y a le service ou tu es, tout les rapports arrivent la, une personne va l'analyser, mais si après l'information n'est pas... Enfin tu vois un peu la structure Intermarché, tu as la direction commerciale, après ça part un peu à tous les services, mais il faudrait que ce soit remonté, enfin remonté au-dessus, ensuite analyser pour voir quel est le débat pour justement se dire ou on a recruté 50 clients qu'on aurait jamais eus. Mais les 950 qui ont supprimé directement, comment on fait.

J: Mais normalement c'est conservé, justement sur un an, Il y a moyen d'analyser tout ce qu'on a eu, donc c'est ce dont je m'occupe quand je reviens, dans 2 semaines.

N: La tu es encore étudiant la ?

J: Oui.

N: A Louvain ?

J: Oui c'est ça, en Master ingénieur de gestion spé innovation, et maintenant digital marketing.

N: Ca existait pas Il y a 20 ans, moi j'ai fait mes études en 97 et 2001 quand j'ai arrêté, le digital marketing devait déjà exister il y a 3-4 ans non ?

J: Le concept existait mais pas l'étude.

N: Après par rapport au marketing je ne sais pas ce qu'il Il y a de différent. bah si digital ok , maintenant on est forcément obligé de s'adapter parce que je présume que tout ce qui est papier dans 50 ans n'existe pas. Je présume, peut-être pas.

J: Je ne sais pas mais.

N: Peut-être pas mais ça serai dommage parce qu'il faut quand même écrire.

J: J'aime bien avoir les deux en soit mais après.

N: Après on verra.

J: Il y aura des demandes de tous les côtés, il y a des pour-il Il y a des contres.

N: Moi quand j'étais étudiant j'allais à l'école et ça, ça n'existait pas. ca arrivait au fur et à mesure. J'avais la cabine téléphonique sur la place à 200 mètres et sur la fin de mes études encore en 2001 Ba le ca arrivait.

J: Oui c'est ça.

N: Comme quoi ça vient à une vitesse je n'en reviens pas.

J: Oui, les idées existaient déjà en quelques sortes c'est juste qu'il faut les lancer.

N: Quand j'étais gamin je suis allé au truc comme Belgacom RTT dans les Ardennes ou il y a des paraboles, j'étais à l'école primaire. On prévoyait les communications en vidéo conférence, on n'y est Poas encore. S'il y a une application pour ça.

J: Skype ?

N: Oui Il y a Skype et tout ça mais au lieu de sonner comme ça bah on sonne tout le temps.

J: On peut le faire en fait, il y a une caméra intégrée.

N: Je ne suis pas con à ce point-là je sais qu'il y a une caméra mais personne ne se sonnent en se regardant.

J: Sauf en chine je crois, ils enregistrent.

N: Maintenant comment dire, il y a Skype, mais c'est plus sur pc Skype. Il y a aussi...euh...

J: Oui ça existe mais personne l'utilise, je me souviens quand j'étais en primaire que cet application existait mais que personne n'utilisait.

N: Je ne sais pas si je décrocherais pour qu'on voie ma tête non plus.

J: Je vais revenir sur les questions, pour revenir sur les canaux, les folders par exemples vous en pensez quoi ? C'est efficace ?

N: Oui, au niveau des folders les chiffres sont là, je suis cartésien j'aime bien les chiffres, c'est quand même 25% de notre chiffre d'affaire, peut-être pas tout ça, ça dépends les zone et le coin ou on est mais on est tous entre 20 et 25% de poids promo sur les folders donc oui ça marche.

J: Qu'est-ce que vous en pensez au niveau de la grande quantité de folders que les clients peuvent recevoir, est ce que vous pensez que les folders Intermarché c'est une perte de temps, ça les irrites ? Ou au contraire ils aiment bien feuilleter tout le reste ?

N: Je les reçois chez moi, je reçois plein de pubs, je les feuillette toute la semaine, plus pour voir les bonnes promos à gauche et à droite, forcément je fais la course chez inter mais je regarde régulièrement la concurrence pour voir ce qu'ils font.

J: Ok.

N: Même il y a des magazines gratuits je pense que les gens regarde un peu.

J: Un autre canal de campagne publicitaire vous en fait en magasin ?

N: Oui, les dégustations, le client n'est pas au courant il vient au magasin, petite dégustation de viande ou de vin ou de liqueur ou de fromage pour un peut dynamiser le magasin.

J: Ça marche ?

N: Oui, ils sont toujours enthousiaste, mais goûter ne veut pas dire acheter, ça m'est arrivé il y a pas longtemps sur le marché de Noël on me propose, je goûte mais je me suis fait agresser par le mec parce que je n'achetais pas.

J: On a dépassé les 30 minutes, on continue ?

N: Oui je vais chercher de la flotte.

J: Ok. Donc maintenant on va parler un peu du Drive puisque à la base c'est le focus principal. Mais avant au site e-commerce, savez-vous que le site Intermarché et e-commerce sont différents ?

N: Oui

J: Oui ? Ça ne vous choque pas ? Ça vous dérange ou ça ne vous dérange pas ?

N: Ils sont différents à l'arrière mais devant pour le client ...

J: Ça a l'air d'être la même chose ?

N: Ben. C'est sur la même page, c'est des liens. Il faut cliquer sur l'e-commerce, on est sur la page Internet Intermarché. On clique sur e-commerce du point de vente et puis on voit e-commerce donc on va dire que quelqu'un qui est chez lui, c'est le même. Pour moi, je sais que ce sont deux choses complètement différentes puisque je les traite en point de vente. Moi j'ai ma partie en point de vente que je dois gérer. Donc, il y a un back office et un front office donc je sais que c'est ...

J: Ce n'est pas la même chose ? C'est ça. Et que pensez-vous d'ailleurs du site e-commerce ?

N: Ici j'ai ... Je vais que sur ma partie donc le front. Moi, je ne vais que sur ma partie. Je ne vois pas ce qui est sur la partie client. Je l'ai dit à Elizabeth il y a pas longtemps parce que j'étais dans son bureau, je dis "Tiens, ça a changé". Ça faisait trois moi que je n'étais pas dessus. Et là il y a eu une mise à jour où il s'est un peu modernisé et je trouvais ça très bien mais je n'y vais jamais sur la partie client.

J: Ha ok donc vous c'est le back office, c'est ça ? C'est la partie où vous faites du drag and drop comme ça et vous mettez ...

N: Ouais. Vous savez bon après j'y vais dessus pour régler certains paramètres, comme les heures d'ouvertures si elles ont changé ou des dates et après moi j'ai des manipulations à faire sur les produits que je veux mettre dedans.

J: Vous pouvez choisir un peu ce que vous voulez mettre ?

N: Si je veux retirer le bac de jupiler, je le retire. Si j'ai envie de mettre des produits locaux, je le mets.

J: Et qu'est-ce que vous pensez d'ailleurs de cette différence d'assortiment qu'il y a entre le point de vente où on peut tout avoir et ?

N: Non c'est bien. C'est bien parce que j'ai des places pour mettre mes produits que j'ai envie donc je peux l'alimenter moi comme je veux. C'est même ... on va dire que j'ai une base de 10000 produits qu'elle m'autorise à mettre dedans. Après moi sur les 10000, je mets 90% de la centrale et 10% de ce que je veux. Comme chacun dépendant de sa liberté. Si j'ai envie, je ne sais pas, demain j'achète des Smartphones et j'ai envie de les mettre dessus à 100€. C'est une bonne opportunité. Je peux le faire et ça, ça marchera peut-être.

J: Ouais peut-être. Tout à fait. Mais attendez. Du coup, le site e-commerce est représentatif de ce que vous avez sur votre point vente ?

N: Tout à fait. Mon collègue à Soignies n'a peut-être pas les mêmes ... à 90% oui mais on n'a

pas exactement la même chose. On a sûrement trois sites, enfin trois gamme de produits différents. Mais qui ne représente pas beaucoup.

J: Et les promos y sont aussi bien représentées ?

N: Jamais aucune. Il y a aucune promo sur le site de l'e-commerce. C'est que du suivi, ça c'est dommage.

J: Ce n'est pas vous qui le voulez ?

N: Non. C'est eux qui ne savent pas. Pourquoi ? Je ne sais pas. Ça c'est triste.

J: Ouais justement je suis occupé d'essayer de régler ça.

N: Ha tu es au courant.

J: Bah oui et non. Je suis censé la poser mais oui je suis au courant parce que c'est le premier truc que j'ai remarqué quand moi je faisais comme si j'étais un client et je voyais déjà que promo n'était pas le premier alors que c'est que j'attendais quand même et quand je vois dans les promos, il y a pas ...

N: Je pense que s'il y avait peut-être la promo, on pourrait recruter plus. Maintenant, le but de l'e-commerce n'est peut-être pas de mettre la promo, je ne sais pas.

J: En fait, il y avait deux choses importantes que j'espérais trouver en premier : c'était tout ce qui était promotions et tout ce qui était viande.

N: Viande, on est peut-être faible.

J: Oui c'est ça. C'était un peu plus faible par rapport à ce que je m'attendais. En fait, c'est parce qu'il y avait pas l'impact de la promo ou des colis justement et ce genre de choses.

N: Effectivement, la promo n'est pas du tout représentée et la viande y est mais on va dire moi j'ai peut-être 40 produits basiques : saucisse, haché, steak de bœuf. On a le basique. Après, le but c'est quand même qui ... c'est peut-être les grosses courses comme ça e-commerce, épicerie sec. Et tout ça, les eaux et après il y a quand même, pour la viande, le client veut voir ce qu'il achète quand même et les légumes aussi il veut choisir. Pour les produits frais.

J: Quel contenu aimeriez-vous trouver, sur le site ? Est-ce que tout y est ?

N: Non. Moi je regrette les promotions. Des promotions ou alors peut-être pas le folder mais faire des promotions rien que pour les gens de l'e-commerce. Comme on l'a fait ici avec le champagne. Le petit hic c'est que, après ça ne pose pas trop de problème, pour les 6 clients que j'ai fait, offrir une bouteille de champagne, ça me dérange pas mais, si ça prend de l'ampleur et que je commence à avoir 200 clients, c'est plutôt de l'investissement central quand même. Puisque c'est le but des promotions, c'est que... c'est la centrale, c'est 6 mois j'investis tout et ce n'est pas le but. Après il y a peut-être d'autres actions à faire comme ça : en été, un bac jupiler, du charbon de bois gratuit pour celui qui fait 100€ n'importe. Il y a 50 millions d'idées.

J: Oui. Tout à fait. Est-ce que vous pouvez me parler du coup de votre service e-commerce ?

Comment ça se passe ? Est-ce que tout se passe comme prévu ? Tout va bien ?

N: Oui. De quoi ? La préparation ?

J: En général, ce que vous avez envie de me raconter.

N: Donc là on a fait un top 2015. Il y a eu toute la préparation pour faire l'e-commerce.

Maintenant, ce qu'il se passe maintenant. Bon, personnellement, j'ai été formé parce que j'ai tout appris. On a fait tout à deux et on a formé tout doucement notre personnel. Certains aiment bien, les plus anciens, les plus âgés aiment moins parce que ça sort de leur routine et les nouvelles technologies, c'est différent donc ça coince chez certaines personnes les plus anciennes on va dire. Main en général, mon personnel a adopté ce truc-là et ils ne sont pas réticents du tout à ... parce que c'est quand même eux qui le font donc ils ne sont pas du tout réticents à cette nouvelle technologie, que du contraire.

J: Ok. Ah oui juste. Je dois prévenir parce que comme c'est la première fois j'ai pas mal de questions et je ne sais pas encore si ça va bien s'agencer. Est-ce que vous avez des retours de eux sur votre Drive ?

N: Aucun.

J: Aucun ?

N: Aucun mais tout ce que je peux dire c'est que, tous les clients, je n'ai pas beaucoup de clients mais, tout ceux qui sont venus, sont revenus. Donc c'est déjà pas mal. On va dire que ben trois par semaine, ça m'en fait 12 par mois donc on va dire que c'est 6 clients qui viennent tous les quinze jours. Et c'est régulièrement les mêmes qui reviennent. Le petit hic c'est que quand je les commande un certain jour, s'ils font peut-être leur commande et qu'ils veulent, je sais pas moi, un truc spécifique, le client qui va venir dans le magasin, il va le prendre et c'est peut-être mon dernier et que l'autre, il en aura plus. Mais ça c'est plutôt en interne on va dire et il faut que j'anticipe mes stocks.

J: C'est déjà arrivé des problèmes de stocks ?

N: De temps en temps ouais.

J: Ouais c'est quand même.

N: Quand j'ai des commandes le lundi, je suis défoncé après le weekend parce que mon magasin est un peu plus vide et oui il me demande des trucs que malheureusement je dois refuser. Je ne les ai pas.

J: Est-ce que cela se passe assez vite pour prévenir la centrale de il faut plus mettre à l'affiche.

N: Ce n'est pas une question de la centrale. C'est chez moi. C'est ce que moi je propose sauf que moi je le mets en actif, en inclus et s'il n'y en a plus, mon e-commerce ne connaît pas mes stocks donc c'est ça le problème. Tout est ouvert pour tous mes produits mais il ne connaît pas mes stocks. Donc, il va continuer de les proposer. Donc c'est ça le problème.

J: Ça j'aimerais bien travaillé dessus quand j'aurai plus de compétence mais pour l'instant je ne sais pas le faire. Je vais vous montrer d'ailleurs des choses qui parlent de ça. Ok Est-ce que vous avez de l'information sur la manière dont vos clients fonctionnent ?

N: Pour l'e-commerce ?

J: Oui. Genre, par exemple, qu'est-ce qu'ils commandent habituellement ? Ou leurs habitudes ?

N: Ben ça va un peu partout. Il y a un peu de boucherie, un peu de légumes. Boulangerie, très faible. Un peu de charcuterie. Maintenant, l'essentiel c'est quand même liquide, épicerie, des yaourts. Ça reste on va dire, tout ce qui est facile, comme je dis, tout ce qu'ils préfèrent acheter c'est voir et acheter de visu, la viande, les légumes, la boulangerie.

J: Ça, ils achètent par l'e-commerce ?

N: Oui.

J: Ils commandent une partie sur l'e-commerce et puis après ils vont en magasin et ils prennent ça ? Est-ce que vous savez ?

N: Non. Ça, ils ne le font pas. Ceux qui font de l'e-commerce ne rentrent pas après dans le magasin. Ils partent direct, c'est le but.

J: Ouais c'est ça. Mais on ne sait jamais.

N: La force c'est que, en deux heures, ils peuvent venir. On est la seule enseigne qui fait ça. Venir chercher ses courses en deux heures, pour nous des fois c'est un peu contraignant parce qu'il faut que ... ça aussi, c'est un point négatif, c'est que je ne suis pas alerté d'aucune manière quand j'ai une commande. Donc si on ne prend pas le pli d'aller toutes les demi-heures sur le site voir s'il y a une commande, je ne suis pas averti. Et ça c'est très désagréable parce que on a déjà eu des surprises. Pas des gens qui viennent sonner pour leur marchandises mais on a une demi-heure pour préparer quoi donc ça c'est ...

J: Du coup, comment ça se passe ? Vous recevez une commande et si vous ne la voyez pas, vous ne pouvez pas la préparer, c'est ça ? Donc il faut que quelqu'un à intervalle régulier check.

N: Je trouve ça un peu aberrant à l'heure actuelle.

J: Tout à fait.

N: Mais c'est le cas : on est alerté d'aucune manière et il y a sûrement des manières.

J: Je peux vous parler déjà un peu de manière que on a lu ...

N: Tu es au courant de ça ?

J: Non je n'étais pas au courant que c'était à ce point-là mais on a rencontré des gens, j'ai eu des intervenants pendant mes cours aussi, il y a des gens qui sont venus présenter des choses et il y a quelqu'un qui est venu avec une application où, c'était une sorte d'ensemble. Quand quelqu'un commandait quelque chose, les gens au point de vente recevaient sur une tablette, sur l'application mais il voulait vendre la tablette avec ce qui n'avait d'intérêts mais sur une application, ils reçoivent une notification. Donc il y a bien quelqu'un qui a commandé. Évidemment, ils disaient que si on ne voulait pas acheter la tablette, tout le monde pouvait avoir l'application mais qu'il fallait changer les prix etcetera. Et que ils pouvaient mettre des capteurs aussi sur le parking et donc savoir quand est-ce que la personne avec la carte Sim venait. Parce que c'est lié à la carte Sim du coup ils savent que c'est cette commande-là exactement.

N: J'ai deux commandes par minutes donc ça ... C'est surtout quand le client a préparé sa commande donc on va dire que mardi à 17h clac boom il y a client qui a demandé une

commande mercredi à 9h du matin je ne serai jamais averti si on ne va pas voir au pc et des fois on oublie et c'est un pc à part surtout.

J: Est-ce que vos employés ont ...

N: On a pris le pli et des fois on a ... ça m'est déjà arrivé.

J: Est-ce qu'ils ont quelque chose d'autre de connecter ? Est-ce qu'ils sont interconnectés ? Par exemple, ils ont une sorte d'appareil qui permet de beeper quand ils ont quelque chose ou d'appeler ?

N: Non.

J: Ou un Smartphone ?

N: Eux, ils ont leur Smartphone personnel ça oui tous. Maintenant ils circulent tous avec, même si c'est interdit.

J: C'est encore interdit ? Enfin, je veux dire, vous interdisez ...

N: Oui parce que une caissière qui est là pendant qu'un client attend ça dépend pour qui. En caisse, je ne veux pas. En boucherie charcuterie non plus, parce que des fois, il y en a qui se retourne, ils sont dos aux clients avec deux clients derrière et ça, ça ne va pas. Maintenant dans le magasin, celui qui remet l'épicerie ou les fruits et légumes le matin, m'en fout qu'il a son téléphone mais il y a des endroits où je ne suis pas d'accord. Surtout qu'ils ont quand même des pause donc ils ont le temps hors boulot quoi.

J: En tout cas, ils en ont un ?

N: Oui. Maintenant moi j'ai trois portables au magasin donc des trucs Belgacom qu'il y a moyen d'avoir une petite alarme dessus j'en sais rien en passant via le gros boîtier je ne sais pas. A l'heure actuelle, tout doit être possible.

J: Même si ce n'est pas par les appareils personnels, il y a toujours à faire quelque part.

N: Ou l'ordinateur je ne sais pas moi qui signale. Une lumière rouge. Ou sur les caisses, une lumière rouge quelque part et ça c'est visible.

J: Ah oui Toujours à propos des clients et de la façon dont il fonctionne, est-ce que vous savez comment ils font pour commander ? Est-ce que vous avez des retours ? Qu'ils commandent par mobile par exemple ou par pc ?

N: Par pc parce que justement c'est dommage on ne sait pas il n'y a pas d'application sur les tablettes et les Smartphones.

J: Vous m'en avez parlé oui tout à fait

N: Donc il n'y a que par pc et je suis sûr que je pourrais avoir des clients en plus si il y avait une application mobile et Smartphone.

J: A propos du temps en avance ?

N: Pardon ?

J: Du temps qu'il mette entre la commande et le moment où ils vont chercher. Est-ce que vous avez des infos ?

N: Ouais les plus rapides, deux heures. On propose au client qu'il ... j'ai déjà eu des commandes pour venir à 4h on l'envoie à 4h pour qu'ils viennent entre 6 et 7h. Donc oui c'est déjà arrivé mais c'est parce qu'on le propose je pourrai le bloquer et mettre 3h ou si c'est après 16h, c'est pour le lendemain. Ca je peux manipuler tout ça mais ce n'est pas notre but c'est justement d'offrir par rapport à tous ceux qui le font, de se différencier donc d'être plus rapide quoi.

J: Au niveau de la concertation entre eux, est-ce que vous savez comment cela se passe au niveau de leur ménage ? Comment ils décident ?

N: Souvent j'ai remarqué, c'est la femme qui les fait et l'homme qui vient chercher. Ca je le constate régulièrement. Sinon les trois quart du temps ce n'est pas l'homme qui a commandé tout ça. Le mari ne sait pas ce que sa femme a commandé.

J: Ça correspond aux chiffres que j'ai en tête. A propos de la facilité de l'accueil sur place ? Est-ce que tout se passe bien ?

N: J'ai mis mon e-commerce ... l'endroit pour aller livrer est un peu loin de ma réserve, il ne touche pas mon magasin, je l'ai mis pour qu'il soit visible suivant à l'époque les conseils de deux adhérents qui s'occupaient du lancement de l'e-commerce. J'ai fait suivre leurs conseils. Est-ce que c'était le plus judicieux, je sais ne pas dire. Ce qui est ennuyeux pour nous c'est que, pas pour le client parce qu'il est à l'abri, c'est que il y a bien 50m à faire pour faire la livraison et que je sais qu'à Soignies, il y a trois mètres. Il sort de sa réserve et clac le truc est là. Le magasin est disposé différemment que le mien.

J: Ça ce n'est pas possible de changer ?

N: Dans le futur, si. Si je fais un agrandissement ou quelque chose comme ça si c'est possible. Bon, j'ai voulu le mettre pour qu'il soit visible. Donc il est décalé un peu de mon magasin mais au moins il est vu.

J: Et au niveau de l'accueil du personnel ? Le contact client et employé, ça se passe bien ?

N: Ouais.

J: Vous avez des retours ?

N: Ça je n'ai pas de soucis. J'ai des ... ça c'est comme je disais tantôt mes employés s'ils sont bien, ils accueillent bien le client. Et je n'ai pas trop de soucis à ce niveau-là.

J: Et ils sont contents les clients d'être accueilli ainsi ?

N: Le personnel ?

J: Ou le personnel. Est-ce qu'ils ont des retours sur ça ?

N: Oui positif. Donc ça se passe bien.

J: Pensez-vous que le Drive a amélioré la satisfaction de vos clients, en général ?

N: Non.

J: Non ?

N: Non parce que... mes clients habituels n'utilisent pas le Drive. Ils le voient, j'ai des clients qui maintenant viennent au Drive. J'ai recruté peut-être un ou deux client aussi mais il y aucun

impact au niveau de la clientèle d'avant. Ils voient une nouveauté mais ce n'est pas pour ça qu'ils vont essayer. Maintenant ils aiment bien toujours les nouveautés, il y a un peu d'engouement. "Tiens il y a ça". "Ha c'est bien". On essaie de faire grandir le truc, on innove. Donc ça oui. Il y a des fois des mots comme ça mais ce n'est pas pour ça qu'ils vont essayer.

J: Comment font les clients ... comment les clients ont connaissance du Drive ? Est-ce que vous avez des idées ?

N: Au début, il y a eu pas mal de publicité.

J: Par quel média ?

N: Distribution dans les boîtes des environs de flyers. Il y a eu, ça j'y crois pas parce que j'ai demandé qu'on passe au matin et l'après-midi, donc il y a eu une camionnette qui passait dans toute la région pour le dire mais je l'ai vu une fois en deux semaines. Donc pour moi, maintenant je sais que les flyers ont bien été distribués. Par contre, plus aucune autre pub à part ça au début. Moi en magasin j'avais toujours un stock de flyers que je continue à mettre en place et à donner. Il y a eu cette publicité pendant les premières semaines d'ouvertures ou les 15 jours puis fini.

J: Ok d'accord. Qu'est-ce qui les pousse à tenter l'expérience à votre avis ? Est-ce que c'est juste la pub ou il y a quelque chose en plus qui fait qu'ils ont envie d'essayer ?

N: La pub, je ne pense pas. Ils ont envie d'essayer par facilité pour ... Ils rentrent le soir ou ils sont au boulot au temps de midi et clac clac on fait vite les courses sur le gros volume facile qu'on ne doit pas porter. Ils font vite leurs courses sur le temps de midi ou au soir et ils viennent les chercher le lendemain. Et comme ça, ils gagnent peut-être déjà une heure par semaine ou peut-être même plus.

J: Je note quelque chose parce que je me disais au boulot est-ce que vous avez fait quelque chose ? Une campagne pour rapport aux gens qui travaillent ?

N: Non pas du tout mais je sais que comme je le constate aussi ici au temps de midi entre 12h30 et 13h30, il y a peut-être plus de pages qui sont ouvertes. On peut aller sur je ne sais pas si c'est toute la journée mais je sais qu'on bloque certaines heures et à midi tout est ouvert et on voit bien ici que les gens il y en a qui vont sur MédiaMarkt ou Zallendo, j'ai déjà vu donc ils vont vite sur le temps de midi et j'ai des copains qui travaillent sur Namur à la région Wallonne et je sais que, là-bas, ils ont bien le temps donc le temps de midi, ils l'ont déjà fait. Enfin, peut-être pas chez mais ils font leur truc comme ça sur le temps de midi. Le sandwich devant le pc et on fait vite ses commandes.

J: D'ailleurs quand je suis arrivé ici, je trouvais ça un peu bizarre justement parce que j'ai travaillé aussi pendant un mois en tant que chasseur de tête. C'était une entreprise ... Internet est ouvert tout le temps. Il y avait aucun blocage donc je pouvais faire un peu ce que je voulais. Tout le monde avait plus de temps libre et de libertés que ici. Et je me disais "c'est quoi la norme en fait ?". Est-ce que c'est plus de mon côté ? Est-ce que c'est plus ici ? J'en ai parlé un peu autour de moi et je ne sais pas ...

N: Là-bas où ce que tu étais avant, tout est ouvert, est-ce que des gens vont sur Facebook à 10h au matin ? Oui parce que c'est aussi le travail de chasser des têtes là-dessus.

J: Oui mais pour leur vie privée ?

N: Parfois.

J: On peut tout ouvrir mais tu as ton taff quand même à faire. S'il n'est pas fait, tu vas ne pas aller sur Internet ...

N: C'est genre parfois ils se donnaient 10 minutes de pause comme ça.

J: Et puis de toute façon ça sert à rien, ils vont sur leur téléphone donc ...

N: Je bloque tout aussi. Enfin je m'en fous moi donc ...

J: Comment s'est déroulée la mise en place du Drive ? Comment ça s'est passé au tout début ?

N: Donc au tout début d'abord architecte et tout ce qui est devis et tout ça. Après, ça c'est fait dans les temps. C'était assez rapide, faut pas grand-chose. Fallait quoi entre ... on va dire entre le tout début et la finalisation, six mois. Ca va très vite quand je dis le tout début, c'est les premiers coups de fil à l'architecte, on prend rendez-vous pour faire les plans. D'ailleurs, je n'étais pas pressé non plus

J: Ça c'est juste la mise en place du Drive c'est ça ? Ou c'est déjà aussi le lancement ?

N: Tout de A à Z. En six mois, tout était fait.

J: Je veux dire avec les premières commandes ? Ou pas ?

N: Oui. Et encore, je devais être un peu décalé. Je devais être dans le premier je crois et il y avait quelque chose. Pas de soucis, on a reculé le truc de six mois. En six mois tout était fait, une fois que l'architecte a fait tous les plans, l'entrepreneur qu'on a vu. Le plus gros du travail c'était fait en 15 jours. C'est installé la grosse structure. Il a fallu creuser le parking pour faire passer tous les câbles et tout ça pour alimenter. On va dire que ouais le plus gros du boulot c'était que 15 jours. Pour les entrepreneurs et après moi heure 15 jours pour baliser tout mon magasin et ma formation.

J: Et ce qui a pris le plus de temps ? Ce n'est pas la construction du coup ?

N: Je pense que c'est moi qui l'ai eu. Il faut que je balise tout mon magasin, scanner tous les articles.

J: Baliser, c'est à dire ?

N: En fait, tout est adressé. Tu situes un magasin ? Ben c'est en fait des routes et des adresses et donc une allée Kellogg's c'est la route numéro 2. Donc, mon ordinateur doit savoir où ça se trouve pour le chemin.

J: Pour que quelqu'un puisse chercher.

N: Mais j'ai déjà constaté que moi je ne suis pas du tout ce que le PDA me propose parce qu'il suit une route plus rapide pour lui.

J: PDA ? C'est le...

N: C'est un appareil de commande.

J: Ha c'est ce dont je parlais. Qui l'a, en fait, le PDA ?

N: Ben tout le monde.

J: Tout le monde, tous les employés et les clients ?

N: Ha non. Pas les clients. Que les employés qui préparent la commande. Si ils ne préparent pas la commande, ça ne sert à rien. Mais on est obligé de l'avoir pour la préparer.

J: Il y a X PDA qui est disponibles, c'est ça ?

N: J'en ai deux mais le jour que j'aurai deux commandes en même temps, ce n'est pas encore arrivé. Après, ils nous servent de MSI car on peut s'en servir pour autre chose.

J: Du coup, vous avez quelque chose qu'une personne peut avoir sur elle.

N: On ne l'a jamais, puisqu'on attend d'avoir une commande pour le prendre. Si on la prend en permanence, ça ne nous sert à rien. Le dimanche, mon e-commerce n'est pas ouvert donc personne peut l'avoir toute la journée avec. Ça ne sert à rien.

J: Le dimanche, ce n'est pas ouvert ?

N: Si mais pas l'e-commerce.

J: Pourquoi d'ailleurs ?

N: C'est mon plus gros jour au niveau client c'est déjà 30% de mon chiffre et on a vraiment pas le temps de jouer à ça le dimanche. Franchement, il y a autre chose à s'occuper dans le magasin et puis dimanche voilà les clients viennent en point de vente. Je lancerai peut-être un jour mais ce n'est pas la priorité pour l'instant.

J: Ok. D'accord. Comment vous êtes-vous décidé pour vous lancer dans cette digitalisation de votre point de vente ?

N: Comment Intermarché a mis ça en place ? J'ai été trouvé les adhérents qui proposaient ce système de Drive parce que, même si je ne l'utilise pas beaucoup, je crois aux nouvelles technologies.

J: C'est un adhérent qui vous en a parlé ?

N: C'est l'adhérent qui s'occupait justement de ça comme moi je faisais les légumes, il y avait un adhérent pour le Drive. Et forcément, il a bien vendu son produit aussi. Forcément comme je sais bien vendre mes produits. Mais ce n'est pas ça j'y crois parce que où ce que je suis, aux caisses c'est un village mais c'est quand même un coin à fort passage qui revient de Namur et tous ces gens-là, quand ils retournent chez eux, ils peuvent s'arrêter chez moi.

J: Des enquêtes que j'ai eu sur les clients, c'est souvent quand ils reviennent du boulot mais la liste de course est préparée avant, évidemment.

N: C'est 90%, si pas plus, de mes heures, entre 16 et 19h. C'est 90% de mes commandes. C'est effectivement quand les gens reviennent du boulot.

J: Ok. Que pensez-vous des points de ventes Intermarché qui ne possèdent pas de Drive ?

N: Ouais. Il y en a certains qui me demandent ... je dis déjà que les conseillers ne sont pas les payeurs. Je n'ai pas de conseils pour moi parce que je suis mal mis puisqu'il ne fonctionne pas comme il faut. Je n'ai pas le même avis que si j'ai 10 commandes par jour. Je suis sûr que c'est l'avenir. Pour certains endroits stratégiques c'est l'avenir, ça c'est clair.

J: Avez-vous pu discuter avec d'autres franchises à propos du Drive ?

N: Oui

J: Qu'en pensent-ils ?

N: Eux, ça fonctionne un peu mieux.

J: Ceux dont ça marche ?

N: Il y en a 3 et c'est moi qui fonctionne le moins bien. Enfin, non mais maintenant, on sait tous qu'il y a moyen, d'ailleurs on a une réunion la semaine prochaine, en parlant de ça pour redynamiser le truc parce que même pour eux il y a moyen de faire mieux. Je pense qu'il est un peu à l'abandon ou pas assez dynamisé.

J: Tout à fait. Je pense aussi.

N: Abandon, je ne pense pas quand même mais il n'est pas assez dynamisé. Il y a des trucs que vous pouvez faire pour améliorer très fortement, je pense. Et il y a des franchisés qui n'utilisent pas le Drive. J'ai une collègue qui aimerait bien se lancer mais elle hésite un peu. Comme j'ai dit, je ne vais pas donner de conseil. Moi, on m'a conseillé "Fais-le, fais-le!" même si j'allais le faire. Maintenant, j'y réfléchirais à deux fois.

J: Où ça en est pour l'instant, c'est ... ?

N: J'y réfléchirais à deux fois, ça c'est sûr. C'est quand même un investissement de 30 milles euros Donc c'est clair que j'y réfléchirais à deux fois. Je pense et j'en suis quasiment persuadé que cela reste l'avenir.

J: Donc, si la situation s'améliore au fil des mois ?

N: Chez moi, si ça tombe ma collègue va le faire, parce que j'ai une collègue qui m'en parle. Si ça tombe, elle va le faire et elle va carburer j'en sais rien moi. Je sais qu'en France, je ne suis pas sur quatre chaises mais je tomberais bien par terre. Il y en a certains, c'est la folie. Je crois qu'on m'a dit c'est une dizaine par jour donc c'est carrément, une ou deux personnes engagées pour ça. Moi, j'ai engagé 0. Et là c'est une, deux personne rien que pour ça. Sans perte de client carrelage. Alors pourquoi en France et pas en Belgique ?

J: Ça commence. Souvent, la Belgique prend du temps à adopter une nouvelle technologie mais, du coup, la technologie est un peu fixée et on sait à quoi s'attendre.

N: On devrait peut-être voir les autres d'abord en Belgique, je ne sais pas.

J: En tout cas on tarde un peu pour l'adaptation. Selon vous, qu'est-ce qui détermine que le Drive est une réussite ? Est-ce que vous avez des critères de succès ?

N: C'est déjà une petite réussite : tous ceux qui sont venus, ils sont revenus. Donc c'en est déjà une. Maintenant une réussite ce sera quand on pourra dire que, par jour, je fais au moins 3-4 clients par jour. Je serais déjà très heureux. Entre 10 et 15 par semaine, ce serait très bien. Je mets un nombre maintenant pour moi le client qui revient même si je n'en ai pas beaucoup, c'est une réussite. C'est déjà quelque chose de bien.

J: Quel est selon vous, le modèle idéal de Drive ? Est-ce que ça correspond à ce que vous voulez ou c'est un modèle encore plus idéal ?

N: Encore faciliter au niveau des connections téléphones et tout ça. Après, on ce qu'on devra nous aussi s'adapter et carrément faire livraison au lieu qu'ils viennent chercher ?

J: Ça coûte un peu plus cher par contre.

N: Est-ce qu'on arrivera à ça ? Je ne sais pas. Parce que là il doit encore se déplacer maintenant, les gens ils n'ont pas trop envie de bouger. Avoir tout à domicile comme sa pizza, c'est le rêve pour tout le monde qu'un jour on devra passer à ça.

J: Je ne sais pas encore. Enfin si mais vous verrez après. En effet, c'est une possibilité mais ça coûte de l'argent aussi.

N: Après, si ça me coûte de l'argent mais que au lieu de faire 3 commandes, j'en fais 15, c'est rentabilisé. Après, on peut toujours mettre des frais pour tout ça.

J: Donc il faut décider quelle proportion qui paie entre la centrale, vous et le client. Ou le distributeur ?

N: Oui ou le fournisseur. Qu'on a fait sa publicité sur le pack de coca. C'est lui qui investit le trajet. Maintenant, si ça reste dans ma zone de 5km à la ronde, ça ne demande pas beaucoup de temps d'aller faire une livraison à 5km.

J: Avez-vous des remarques sur le Drive dont vous aimeriez faire part à la centrale ? Je ne sais pas si c'est si intéressant de poser cette question car vous en parlez déjà beaucoup.

N: Ouais, je crois que depuis le début, c'est ce que je fais.

J: Je note. C'est pour les prochaines personnes. Comment le Drive a évolué de la première commande jusqu'à aujourd'hui ? Est-ce qu'il y a eu des changements par exemple dans votre point de vente ?

N: Non. Ça n'a rien impacté vu le nombre de commandes. Ça n'impacte pas trop mon organisation au niveau boulot mais des fois il faut tout laisser tomber ce qu'on est en train de faire pour vite le faire mais il n'y a pas trop d'impact. Je n'ai pas eu de gros investissements à faire à part un PC et une imprimante, c'est tout quoi. Il n'y a pas eu de frigo, il y a rien eu. Un peu le matériel pour utiliser mais il y a pas eu.

J: J'allais dire est-ce qu'il y a un changement au niveau point de vente ? Après votre construction du Drive, est-ce qu'il y a eu un changement notable qui s'est passé dans votre point de vente ? Entre la première commande et maintenant.

N: Non.

J: Rien ? Est-ce que vous auriez aimé qu'il y en ait eu un ? Est-ce qu'il y a un changement que vous auriez voulu pour votre point de vente ? Comme ça, de tête.

N: Ça je ne vois pas.

J: Est-ce que le comportement de vos clients a changé ? Est-ce que vous avez l'impression que vos clients agissent différemment ?

N: Ceux du Drive ?

J: Oui peut-être mais surtout ceux au point de vente ? Est-ce qu'il y a des gens qui agissent différemment. Peut-être que ce sont ceux qui Drive qui n'ont pas commandé et qui vont en

magasin.

N: Ils le font rarement ça. Une fois qu'ils vont au Drive, ils ne sortent pas pour aller au magasin. C'est ridicule donc ... Ce n'est pas le but. Mais non je ne l'ai jamais constaté.

J: C'est difficile de voir pour cette question. Par rapport à l'e-commerce et vous, est-ce que vous avez déjà commandé des produits sur Internet ?

N: Jamais.

J: Jamais ? C'est vrai ? Jamais essayer eBay, Amazon ?

N: Ha si j'ai déjà essayé de voir mais je ne mettrai jamais mon numéro de carte de banque sur Internet. Ça c'est niet. Je le fais bien avec mon application Home Banking par contre mais c'est https donc c'est sécurisé. Je vais sur Belfius, je fais mes paiements via ça. Je vais sur leur site mais aller sur Amazon taper mon code de carte bancaire, c'est peut-être sécurisé aussi mais je ne suis pas à mon aise.

J: Vous avez une interface où vous choisissez un type de paiement par exemple votre carte Bancontact même pas MasterCard ou Visa. Et du coup, elle vous renvoie sur une page sécurisée de Belfius.

N: Ça, peut-être.

J: C'est mieux ?

N: Ouais. Ça, je préférerais.

J: Parce que ça commence à se mettre en place.

N: Je préférerais parce que les trucs Paypal et tout ce qui s'en suis. Et puis je suis quand même l'actualité le nombre en 2016 de gens qui se sont fait piqué leur code de carte de banque parce qu'ils font des courses en ligne, c'est affolant. T'as sûrement eu ces échos ?

J: Oui.

N: C'est costaud quoi.

J: Oui c'est en général j'ai l'impression sur Internet.

N: Moi, ça me freine.

J: Paypal c'est un peu compliqué parce qu'il y a eu beaucoup d'arnaques à l'époque quand j'étais jeune et maintenant j'entends dire que Paypal c'est la plus grande banque du monde parce qu'elle a le plus de carte de crédit à son actif.

N: Quand ils se feront piratés, ils rigoleront moins.

J: Mais en attendant, c'est eux qui sont les plus influents.

N: C'est bien l'informatique mais il y a tous ces trucs derrière.

J: De toute façon, comme vous dites, maintenant les banques font pleines d'interfaces sécurisées.

N: Par contre, pour revenir sur, je ne sais pas, on est sur Zallendo, comment voulez-vous payez ? Par carte, ok. Et puis tu as le lien de taper sur Belfius ou Fortis ou ING.

J: Maintenant, en vrai, ce que je fais c'est donc même avec ma carte de crédit, dès que je rentre ma carte, j'ai une interface Belfius avant, qui me garantit un peu plus.

N: C'est déjà ça. Ça je serais moins réticent.

J: Ce serait suffisant pour vous faire commander ?

N: Ouais.

J: Et vous voulez commander des choses peut-être ? Est-ce qu'il y a des choses qui vous intéressent ? C'est peut-être justement pour ça que vous ne voulez pas.

N: Des fois, oui, il y a déjà eu des choses qui m'ont intéressées. Parce que je sais que ça coûte quand on achète à gauche à droite en Chine et à Alibaba, c'est quand même deux fois moins cher. Après, il faut faire gaffe au niveau des douanes de ne pas repayer la taxe mais je sais qu'il y a des trucs quand même très bon marché.

J: Sur des sites de revente ou des sites de marques qui vous intéressent ? Est-ce que vous êtes intéressé par des sites de revente ?

N: Oui.

J: Ou des sites de marques comme Apple ?

N: Oui pourquoi pas. Si c'est juste des trucs de vêtements, ça je m'en fous. Je suis pas du tout attaché à ça et puis il faut essayer. Enfin, leur système est bon : tu essaies puis tu remballes, tu peux le faire 20 fois de suite, tu ne dois jamais payer. Je ne sais pas comment ils font d'ailleurs. Mais ce serait plus pour un truc, acheter un iPhone ou

J: A la Fnac par exemple ?

N: Ouais un DVD ou un jeu Playstation ou une connerie comme ça quoi. Ou j'ai vu qu'il y a le casque. Si ça tombe, c'est 400€. Si ça tombe en Chine, ça coûte 300 j'en sais rien et acheter de là-bas puis faire revenir. Des trucs comme ça quoi.

J: Qu'est-ce que vous pensez de l'e-commerce en Belgique ? Est-ce que cela se développe bien ?

N: Le nôtre ou en général ?

J: En général. Est-ce que les gens en Belgique commandent beaucoup ?

N: Oui je sais que j'ai pas mal de gens qui commandent beaucoup sur Internet. Pas trop leur achats alimentaires mais pour tout le reste ça commence à être costaud. Et je sais que c'est surtout Zallendo et tous ces sites-là qui sont assez costaud ou EBay pour la seconde main. C'est assez costaud et de ce que j'entends, ça ne fait que monter. De ce que j'ai vu aussi, j'ai déjà lu des articles là-dessus. L'e-commerce est en train de faire un gros boum. Mais je ne pense pas l'alimentaire. On va dire pour pas mal de choses mais quand je dis pas mal de choses, on va dire, tout ce qui est facile et accessible mais l'alimentaire, je n'ai pas l'impression que lui il décolle par rapport au reste du marché. Je ne sais pas si je me trompe.

J: Je ne sais pas mais je vais enquêter dessus parce que ça m'intéresse quand même pour mon mémoire. Ok. Au niveau du Drive en Belgique, il y a déjà plusieurs concurrents qui se sont

lancé aussi dans l'e-commerce il y a quelques temps déjà comme Collect&Go pour Colruyt.

N: Le plus connu. Les autres, je ne sais même pas. Delhaize, ils ont sûrement.

J: Oui. Ils ont un truc aussi mais ce n'est pas un Drive, il faut aller le prendre sur place.

N: Il faut aller en magasin. Il faut entrer.

J: Qu'est-ce que vous pensez de vos concurrents dans l'e-commerce ?

N: Ben justement. Je sais qu'il y a Collect&Go qui est aussi comme nous mais en 24h, les autres enseignes, je crois que c'est très faible ou ce n'est pas du e-commerce ou du vrai Drive. Donc on peut dire qu'on est 2ème. Et avec ce qu'on a et ce qu'on propose, on pourrait être les premiers. Pour moi, on est que trois : Collect&Go qui est là depuis Mathusalem et qui est déjà bien ancré mais on n'a pas à rougir de ce qu'ils proposent et de ce que nous on propose. Ça c'est sûr. L'avantage que vous avez quand vous ne partez de rien en e-commerce, quand vous implémentez quelque chose, vous pouvez passer directement passer au plus moderne d'un coup. Pas besoin de passer par les étapes intermédiaires que les gens ont dans l'esprit pour Carrefour ou Delhaize.

J: Est-ce que vous auriez un message à faire passer aux adhérents qui n'utilisent pas le Drive ? Qu'est-ce qui pourrait les convaincre de passer au Drive ?

N: Ce qui pourrait les convaincre ? C'est très simple : voir que les trois qu'on est, dans un an, on cartonne tous les trois. Ça c'est sûr. Il faut des preuves chiffrées. J'ai aucun mots pour les convaincre donc il n'y a que les chiffres. Si je fais 15 commandes par semaine, là ça les convaincra direct.

J: A ce point ? Et ça suffirait ?

N: Saint-Thomas, tu connais ? "Je ne crois qu'en ce que je vois" ?

J: Je connais Don Quichotte mais ce n'est pas la même chose. Ok parfait. Toute dernière chose : je vais vous montrer deux petites vidéos qui vont reprendre tout ce qu'on a dit. C'est deux minutes par vidéo. Et j'aimerais avoir votre avis dessus.

N: On avait parlé de Amazon ?

J: Ouais mais, ici, il y aura pas mal de choses qui pourraient vous intéresser.

N: Ha j'ai vu ça quelque part.

J: Sur Facebook ?

N: J'ai vu ça. Par contre, il faut qu'ils m'expliquent comme ils arrivent à payer. Là, moi pas comprendre.

J: Ha je peux vous expliquer.

N: Je l'ai vue je ne sais pas où. C'est le top. Ainsi, il y a plus de vol. Enfin, j'espère. Tu peux foutre tout dans ton sac, tu pars, si tu as tout payé, je m'en fous.

J: Oui enfin il y a quand même du vol.

N: Faudra m'expliquer parce que ...

J: Je vous expliquerai comment ils payent.

N: Mais je l'ai vue cette pub. Non ce n'est pas la pub. J'ai vu qu'on en parlait dans une émission à la télévision. Je ne sais plus, une émission française. Ils expliquaient le système. Je peux vous l'expliquer en même temps du coup comme vous l'avez déjà vu. Donc, en gros, il y a des capteurs sur le packaging ça coûte 3 cents. Donc ils sont derrière le code barre ?

J: Oui c'est ça.

N: C'est tout simple. Il y a une puce dedans quoi ?

J: C'est ça exactement.

N: Dans chaque produit ? Ce n'est pas compliqué, c'est tout petit. Bientôt sur nous.

J: Oui et d'ailleurs c'est déjà lancé. Aux États-Unis, ils ont fait des tests sur avec des pilules pour les personnes âgées. Elles les prennent et il y a une puce dedans. Et quand elle est avalée, la puce est digérée, elle n'émet plus d'ondes et on sait que la personne a consommé le bon médicament.

N: Je sais que bientôt, on sera tous pucés dans l'avenir...

J: Il y a encore des lois de protection de la vie privée que l'on ne peut pas transgresser.

N: Dans 20 ans, ce sera plus le même. Quand le monde va évoluer comme des fous.

J: En soi, on est déjà traqué très fortement avec tout ce qu'on fait est sur Internet.

N: Tu confirmes ?

J: Oui je confirme. Je sais que je suis capable de tracer beaucoup de choses. D'ailleurs, on a plein de limitations à ce niveau-là parce que on serait capable de faire pas mal de choses.

N: Heureusement, il y a ça ouais. Le truc de la vie privée. Un jour, quand il y aura eu trop d'attentat ou quand on ne saura plus contrôlé tout le monde, ça arrivera.

J: Oui. On est occupé à travailler dessus déjà. Essayer de déterminer qui ...

N: Dès qu'on va naître, clac on aura une puce et comme ça on sera pisté toute notre vie.

J: Pas à ce point mais...

N: Si.

J: Ce serait quand même fort.

N: Orwell.

J: Oui je vois. Non, ce serait un peu trop fort.

N: On verra. Qui vivra, verra. J'espère que non.

J: J'espère que non aussi. Même si je travaille dedans. Donc, il y a les puces sur les paquets.

N: Et ils viennent avec quoi ? Leur téléphone ?

J: C'est ça. C'est pour rentrer. Ils utilisent leur téléphone avec l'application d'Amazon.

N: D'accord et si tu ne l'as pas téléchargée ? On va dire que tu rentres sans téléphone. Tu peux ?

J: Dans ce cas-là, je ne crois pas.

N: Donc c'est bloqué ? Il faut vraiment que tu dises : "Tiens, Monsieur Untel est rentré dans le magasin là" ?

J: C'est ça. Ce n'est pas obligé de scanner. Ça peut être émission à nouveau.

N: Et comment il sait dire que ça c'est toi qui l'a pris ? Je rentre moi et mon frère. Déjà, si on n'a pas l'application, on ne rentre pas. On passe tous les deux avec notre téléphone. Je prends le ketchup, mon frère prend la mayonnaise. Comment il sait dire que c'est moi qui pris le ketchup et l'on frère la mayonnaise ?

J: Vous les mettez où après ?

N: Dans le sac.

J: Lequel ?

N: Le même sac ou deux sacs différents ? Ou vous êtes deux personnes différentes ? Ca dépend. Soit, ici ça a l'air poussé mais c'est déjà lancé en Californie et il n'y a pas de mauvais retour pour l'instant. Donc je ne sais pas si c'est à partir de la proximité du téléphone mais ça me semble difficile à partir d'un certain moment quand vous êtes à coté l'un de l'autre.

J: Ou je n'aurais pas dû dire mon frère, ma compagne. Qui a pris ? Qui paie ? Qui quoi ?

N: Ha si vous rentrez à deux dans le magasin ? Et comment vous faites pour sortir à deux ? Je ne sais pas exactement comment ils font mais il y a moyen de faire ça en version plus simplifiée et qui marche à 100%. En fait, il y a des capteurs tout autour du caddie. Et donc, quand vous mettez des objets dedans ...

J: Mais c'est un sac Amazon alors en fait ?

N: Oui ça doit être ça. Donc le caddie, vous mettez vos affaires dedans et vous voyez constamment et en temps réel votre liste de course qui se met à jour et pour la zone de paiement, quand vous traversez, enfin ici c'est un peu extrême parce qu'ils retirent directement de votre carte de crédit. Mais il y a des magasins avec une zone de paiement et il suffit de rentrer avec votre caddie, tout est scanné d'un coup et il suffit de payer comme un quick scan sauf que tout est scanné d'un coup une fois que vous traversez une porte ou une zone. Tout ce que vous avez à faire c'est prendre le sac et rentrer. C'est pas mal. Parce qu'au moins, imaginons le client qui veut piquer, il ne saura jamais. Déjà il va s'identifier avant d'entrer. Pour un voleur, ça ne va pas le faire. Et pour ressortir, ben s'il n'a pas payer, c'est coincé. Après, il pourra le mettre partout, le téléphone il va quand même capter le truc avec la puce. Ça, je dis c'est bien.

J: Il y a l'application, les contacts qui vont avec et normalement c'est toujours associé au téléphone donc il y a la carte Sim et tous les contacts qui sont dedans. Après, on ne peut pas fouiller à ce point-là, sauf si c'est un cas important.

N: Je trouve ça pas mal.

J: Ça c'est pour la partie sécurité du coup. Et sinon l'expérience en elle-même ? Qu'est-ce que vous en pensez pour le client ?

N: Bien. Ça moi je suis pour.

J: Si jamais ça arrivait ?

N: Si ça arrivait, ça doit peut-être coûter un peu plus cher mais je me lance là-dedans.

J: Vous seriez intéressé ? Ok.

N: Il y a déjà un coût caissière. Je suis comme un chef d'entreprise. Il y a des coûts et quand on a trois personnes en caisse et qu'il y a pas de clients ... Et là, c'est fluide. Imaginons, j'ai trois caissières et j'ai une file de 500 clients.

J: Tout à fait.

N: Ça a un coût mais qui peut se répercuter après dans l'autre sens. Après, ça fait de l'emploi en moins.

J: Il faut toujours engager des data analystes mais tout peut se faire de la centrale ou pas enfin il y a moins de gens à employer.

N: Le but ce n'est pas non plus d'avoir moins de boulot dans le pays.

J: Ce sera mis différemment. Je ne sais pas trop comment ça va marcher.

N: Mais si ça arrive un jour, ça me plairait bien ça. Pourquoi ne pas être les premiers dans deux ans ?

J: Oui. Moi, j'ai proposé ça à Emmanuelle et Christelle. Je leur ai montré la vidéo que c'est intéressant. Comme il n'y a pas encore en Belgique, si vous voulez vous lancer dans le digital, vous avez des opportunités à être pionnier là-dedans.

N: Ça, ça me plairait moins.

J: En tout cas, peut-être juste pour le quick scan une partie. On n'est pas obligé de tout faire d'un coup. C'est ça qui intéressant aussi. Vous pourriez être les premiers à avoir un vrai quick scan par exemple. Que vous appelleriez différemment.

N: Après, il y a la partie ... Comme une pomme. Il n'y a pas de puce dans la pomme.

J: Ben sur l'étiquette ?

N: Alors, nous, on doit mettre des étiquettes nous-même.

J: C'est vrai.

N: Ou demander au fournisseur qu'il le fasse. Comme ma viande. Le client qui veut 2 steaks ou 1 steak, ce sont des produits à poids variable donc après nous on met une étiquette mais la balance analyse le code barre donc là, il y a des petits trucs à faire. Il y a du travail quand même.

J: Mais c'est possible en tout cas.

N: Tout est possible.

J: Ok. Je vais vous montrer la deuxième vidéo avant de terminer les dernières questions.

N: Ça m'arrive tout le temps ça. On dirait que c'est moi qui ai été filmé.

J: C'est d'il y a quelques années. Maintenant, c'est en application.

N: C'est quoi ça ?

J: Vous allez voir. Je ne dis rien.

N: Et s'il n'y a pas de code barre ? Ils ont voulu créé ça en le mettant sur la porte des frigos à l'époque. Que le frigo disait : "Ha. Il n'y a plus de lait."

J: Ouais c'est ça.

N: Et puis après ?

J: Vous pouvez checker sur le site d'Amazon, votre liste de commande.

N: Ils vendent des produits alimentaires, Amazon ?

J: Justement, ils vendent de tout. C'était Amazon aussi, la vidéo précédente.

N: Ouais je sais bien.

J: Maintenant, ils vendent de tout.

N: Et ils livrent ? Voilà, ils livrent. C'est ce que j'ai parlé tantôt. Que un jour, je pense qu'on y arrivera aussi. Des beaux sacs. Je pense qu'à un moment, les gens voudront plus quitter leur domicile. C'est une perte de temps. Ils préfèrent maintenant tellement faire d'autres choses. Mais effectivement. Enfin, ça c'est le côté client. Après, moi coté magasin, la deuxième pub, je le vois pas puisqu'il vient juste d'apporter les courses. Si il vient porter. Au moins, là, il faut plus se déplacer donc pourquoi pas ? Je serais curieux de dire je fais les livraisons. Malheureusement, je ne pense pas que Amazon fait gratos.

J: Non, je ne crois pas. Il faut au moins un panier. Quoique, ils ont quand même la force d'avoir beaucoup de ...

N: Mais voilà. Au-dessus de 100€, peut-être que oui. Au-dessus d'un certain montant, c'est livraison gratuite. Logique. Pour espérer justement atteindre de plus grosses sommes. Et quand on te fait livrer, tu n'achètes pas deux pommes et une banane.

J: Oui c'est ça. J'allais dire.

N: Tu achètes le pack d'eau, ton fut de Dash, ... les gros trucs lourds, pour moi.

J: Si Amazon venait s'implanter en Belgique, est-ce que ...

N: Ils ne sont pas en Belgique ?

J: Non non. Il n'y a pas tout ça en Belgique en tout cas.

N: Alors j'aurais peur. C'est quoi ta question ?

J: C'est ça. A propos des craintes.

N: Quand je vois la force de frappe. Et qui est derrière ? Google ? Ou ils sont à part ?

J: Non. Ils sont à part. C'est GAAP, les 4 plus grandes puissances : Google, Amazon, Apple et Facebook

N: Ils ne sont pas associés quoi ?

J: Oui. Enfin, ils ont des applications associées mais ils ne peuvent pas se réunir sinon ils ont tout sur tout le monde.

N: Ben ils ont un monopole de malade. Ca je m'en doute. Déjà rien que Facebook. Et dire que

ça a que 10 ans quoi. C'est affolant. Le mec en 2003 j'aurais pu le rencontrer en sortant de mes études.

J: Ouais c'est assez fou mais leur puissance de frappe vient surtout du fait qu'ils analysent beaucoup leurs données. Ils n'arrêtent pas de dire ça tout le temps. "Big data" si ça vous dit quelque chose ?

N: Ouais.

J: Qu'ils analysent encore et encore. Ils peuvent prédire des choses et réduire leur coût etc. parce qu'il y a des gens qui travaillent à ce niveau-là quoi.

N: Mais si eux se ramènent en Europe ou en Belgique, en plus c'est des américains donc avec le CETA c'est un peu d'abord par le Canada puis ça peut vite arriver ici. Un truc pareil, on peut se faire tous manger comme si on avait rien vu. Et pas qu'Intermarché. Lidl, ... tout le monde. Je ne sais pas si ils sont blindé de thunes mais à mon avis oui. Je sais qu'Alibaba c'est costaud. Zallendo, c'est un peu le style de ... ha je confonds Amazon et Zallendo. Amazon, c'est bien comme Zallendo ou Alibaba ?

J: Oui mais c'est bien supérieur parce qu'il y a des gens qui travaillent dans cette partie justement de data analytiques et, du coup, ils peuvent prédire des choses.

N: Et du développement ?

J: Ils ont beaucoup de budget dans les innovations et dans des choses comme ça.

N: Ce sera la révolution. Ca va arriver, parce que ...

J: Ouais ça va vite.

N: Depuis qu'ils montent, ça veut dire que ça peut aller très vite.

J: Les magasins traditionnels, par rapport à eux, ont encore pleins de moyens de se différencier.

N: Tout à fait. Et puis, il ne faut pas oublier que les gens, ils ont du mal à changer leurs habitudes. Pas qu'ils n'aiment pas le changement mais changer une habitude, déjà moi, j'ai du mal. J'aime bien les nouvelles technologies et tout ça. Est-ce que c'est propre au Belge ? On aime bien d'être rassuré, que ce soit toujours comme d'habitude quoi. Après, il faudra le temps à mon avis avant que tout ça soit ...

J: Vous, vous seriez intéressé de, par exemple, absorber déjà quelques parties de leurs technologies ?

N: Indirect, ouais. Franchement, C'est bon parce que j'ai, à Bois-de-Villers, il y a aussi pas mal d'entrepreneurs comme moi dans différents domaines et justement il y en a toujours un ou deux farfelus qui sont à la pointe de la technologie et tout ça dans leur domaine. Moi je pense que ici sur Bois-de-Villers, tu es allé à l'ouverture à Rebecq ?

J: Non.

N: Ok. C'est un tout nouveau magasin mais ça reste identique à part que c'est tout nouveau, comme une maison de maintenant. Mais un truc connecté comme ça, là, ça ferait un gros buzz, je pense. Là, si on veut se différencier et marquer ...

J: Vous avez l'opportunité, en tout cas.

N: Soit on monte de 2/3 crans, là tu montes de 10. Ça, ça serait sympa. Je ne pense pas que c'est des trucs qui coûtent non plus la peau du cul.

J: Franchement, je crois que ça va. Une toute dernière question très rapide : Pensez-vous que Intermarché devrait se lancer dans l'utilisation des nouvelles technologies ?

N: Oui. Moi, je le ferais. Et pourtant, je ne suis pas un spécialiste.

J: Et vous seriez intéressé en tout cas ?

N: Je suis plus un truc comme ça, technologie magasin que communication Facebook. Pour moi, c'est 2 trucs différents. Ça c'est social et là c'est connecté, technologie pour la facilité du client. Pour moi, c'est 2 choses différentes.

J: Parfait, merci pour tout le temps que vous avez passé avec moi.

N: De rien.

2.2.2. Adhérent 3

E. G. / Homme / âge inconnu

J: Ok, et bien allons-y. Donc, du coup, est-ce que vous pouvez parler un peu de vous, raconter qui vous êtes ?

E: Ah bon, ça va jusque-là ?

J: Enfin vous n'êtes pas obligé, si vous ne voulez pas, n'hésitez pas à...

E: Bon bah je suis chef d'entreprise d'Intermarché depuis 95 donc ça fait quand même quelques années maintenant. Donc je suis patron d'Intermarché de Soignies que j'ai créé en 2007. Auparavant j'avais créé l'Intermarché en région de Tournai en 95 et j'avais repris entre deux aussi l'Intermarché de Perwez un moment avant qu'il soit transféré et agrandi de 2002 à 2007 justement. Donc voilà je suis marié, j'ai quatre enfants, dont trois travaillent avec moi dans la boutique aujourd'hui et bon ben...

J: Est-ce que vous pouvez me dire comment vous êtes devenus franchisé ?

E: Comment je suis devenu adhérent ? A l'origine je connaissais certains prof de Louvain, je suis assistant à l'Université de Louvain en sciences politiques et donc c'est comme ça que j'ai connu quelques prof. Donc ce métier me plaisait jusqu'au moment où le boulot d'assistant ben... c'est-à-dire qu'on avait des contrats qui étaient renouvelables jusqu'à un certain point puis un moment c'était fini, on ne peut plus être renouvelé. Fallait devenir prof ou bien partir. Et à l'époque ben, les places de prof n'étaient pas disponibles. Donc je suis parti... Bon faut dire aussi que je suis parti le cœur léger parce que j'avais un petit marre de ce que je faisais là-bas. Et donc, il se fait que j'ai eu l'occasion de partir à Moscou en Russie pendant un an. Bon j'avais travaillé un petit peu là-dessus quand j'étais assistant à Louvain sur les pays de l'Est et je connaissais un petit peu le Russe d'ailleurs, j'avais appris pour l'occasion que j'améliorais entre deux, que j'ai un peu perdu maintenant malheureusement parce que je pratique plus mais ça reviendrait vite je pense. Et puis, mon idée c'était de me lancer, de lancer une entreprise. C'était à l'époque où l'Union Soviétique s'effondrait donc 92. C'était l'époque de Eltsine qui était président, qui a fait que la Russie a pris la succession de l'Union Soviétique et donc tout était à recréer là-bas à ce moment-là, moi j'ai vécu une année vraiment très très enthousiasmante parce qu'il y avait plein de chose à faire. Et donc j'étais intéressé pour lancer quelque chose en coopération avec la Russie. Faut aussi savoir que je suis allé là-bas tout seul, sans ma famille. Donc à titre exploratoire et puis finalement, je me suis rendu compte que ça sera assez compliqué là-bas de faire quelque chose dans la mesure où vous aviez plus le parti communiste qui n'empêchait plus de faire quoi que ce soit sauf que le parti communiste a été remplacé par des mafias on va dire, par des gens qui avaient travaillé pour le parti et maintenant ils travaillaient pour eux donc voilà pour les étrangers c'était devenu un petit peu, ben on était des cibles là-bas pour plein de choses, des raquettes... Et donc c'est comme ça que j'ai décidé de revenir. Et puis décider en revenant par ici à l'Ouest de fonder mon entreprise. Et comment ben je suis tombé sur une annonce d'Intermarché dans la presse tout bêtement, tout bêtement. Et ce qui m'a interpellé c'est que l'annonce émanait de Mons, donc il fallait répondre à Mons et pas à Bruxelles. Je trouvais ça intéressant, c'est provincial ce n'est pas... Et donc je me suis renseigné un petit plus avant et je me suis rendu compte ça correspondait tout à fait à ce que je voulais. C'était créer une entreprise et en même temps pas tout seul. Puisqu'on était dans un groupe et en même temps un groupe qui fonctionnait en espèce de coopérative. Les patrons se connaissaient bien, travaillaient ensemble et peuvent ils étaient « un pour tous, tous pour un » les trois mousquetaires euh voilà. Voilà c'est comme ça que ça a commencé et puis je suis rentré dans le circuit. Je suis devenu postulant, enfin j'étais agréé d'abord avec ma femme et puis on est devenu postulant et puis on a fini par ouvrir, créer notre point de vente. C'était dans les années... On va dire entre 93 et 95 quoi.

J: Ok maintenant une question plus dans le présent du coup. Est-ce que vous pouvez me raconter une de vos journées ?

E: Une de mes journées ? Ben elles sont bien remplies puisque ça commence tôt, ça finit tard. Une journée classique c'est 6h-20h. Du lundi au samedi, le dimanche c'est plus court, ça finit à 13h parce qu'on est fermé l'après-midi et puis c'est le moment de repos à ce moment-là donc c'est bien. Donc 6h-20h, ben ça veut dire qu'il y a... avant l'ouverture de... donc on ouvre aux clients à 8h30, avant l'ouverture bah... on s'occupe de mettre les rayons en état, soit donner un coup de main là où il y a un coup de bourre ou bien passer les commandes enfin il y a tout un travail de préparation, de mise en place du point de vente. Donc je m'insère là-dedans un peu en fonction des besoins et puis une fois le point de vente ouvert, ben on termine ce qu'on faisait le matin et puis on passe à autre chose. En général je fais pas mal de contrôle de gestion par la suite donc c'est tout ce qui est travail parallèle à ça, qui est contrôler les factures c'est souvent moi qui m'en occupe. Management du personnel, les recrutements quand c'est nécessaire des choses comme ça. Donc essentiellement ce boulot-là. On est livré dans la journée donc bien souvent en fin de journée je m'occupe un petit peu de regarder la livraison et puis de voir s'il y a eu des problèmes de livraisons ou pas et contrôler ce qui en est de ce côté-là voilà donc ça c'est en gros ce qui se passe. Le mardi et le mercredi c'est le jour de tiers-temps. Mais bon voilà...

J: Pour revenir à la partie où vous travaillez de 6h à 20h, est-ce que vous travaillez aussi chez vous du coup ?

E: Non, je travaille sur le point de vente et donc chez moi je me repose. Enfin ça peut arriver mais c'est exceptionnel.

J: Est-ce que vous pouvez me parler de votre point de vente par rapport à ses forces, ses faiblesses ?

E: Alors on a un point de vente donc qui a maintenant 10 ans. Point de vente qui a, on va dire qui a eu du mal à démarrer parce qu'on a eu une concurrence très importante sur la ville de Soignies. On a un gros carrefour qui fait 6000m², on a un Carrefour Market aussi qui est tout près, on a un Aldi, un Lidl, un ad Delhaize et depuis 2011, on a un Colruyt. Toutes ces enseignes dans un périmètre de 2km donc on est vraiment au cœur de la concurrence. Ben on a eu un petit peu de mal à démarrer on a eu la chance enfin la chance entre guillemets de pouvoir bénéficier des difficultés qu'a eu carrefour dans ces années-là entre 2007 et 2010 à peu près. Ce qui fait qu'ils avaient des difficultés de management, de chiffres d'affaires, de positionnement, ce qui fait qu'ils ont quand même eu pas mal de clients qui les ont délaissés. Et nous on a pu en profiter de récupérer un bon paquet et ça s'est très bien passé jusqu'en 2013 je dirais enfin ça n'a fait que progresser jusqu'en 2013 et en 2013 on a malheureusement eu des travaux de voiries qui ont commencé dans notre quartier et qui ont pendant un an bloquer l'accès au point de vente. Donc il fallait que les clients fassent tout un détour pour arriver chez nous. Donc là petit à petit ils ont... ça a commencé à être un petit peu plus difficile. Et donc depuis 2013 on a perdu du chiffre d'affaires où on a dû réduire le personnel, on a dû commencer à gérer plus drastiquement. En 2015, on a fait des travaux de transformation du point de vente pour un peu relancer la machine. Donc les travaux de voirie eux ont duré de Août 2013 à Octobre 2014 exactement. Ça a duré plus d'un an et notamment septembre et octobre 2014 la route était fermée donc vraiment... on ne pouvait venir qu'à pied. Début 2015 on a lancé des travaux de mise au concept donc de rénovation du point de vente de façon à de relancer la machine mais bon le problème c'est que les clients ont perdu l'habitude de venir chez nous à ce moment-là donc pour les faire revenir ça a été très difficile et c'est toujours très difficile puisque les travaux qu'on a effectué à l'époque bah aujourd'hui, on va dire ont permis de ... du chiffre d'affaires mais n'ont pas amélioré la situation. Donc ben il faut trouver d'autres biais pour retrouver une croissance et puis... sachant que le marché lui il est en train d'évoluer beaucoup donc forcément il faut s'adapter à ça quoi.

J: Maintenant par rapport à votre situation actuelle et par rapport à vos concurrents, est-ce que vous pouvez décrire plus les forces et les faiblesses dans ce cas-là donc quel est votre avantage concurrentiel que vous percevez en tout cas ?

E: L'avantage concurrentiel devrait être le prix mais il ne l'a pas été pendant plusieurs années donc je dirais justement que 2013 a correspondu au moment où on a arrêté le livret fidélité qu'on reprend ce mois-ci, qu'on vient de reprendre tout juste, la semaine dernière. Donc pendant 3 ans il ne s'est rien passé, on avait une bonne clientèle, un bon retour client par rapport à la carte de fidélité par rapport à ça. Retour client dans le sens où le client utilise leur carte donc si vous regardez les chiffres de la fidélité ici, je crois qu'on est dans les bons points de vente. Et le fait d'avoir un peu laissé tomber cette partie commerciale on va dire, bah elle nous a pénalisé plus qu'ailleurs quoi donc puisqu'on avait pas mal mis là-dessus donc le prix n'a plus non plus été la première priorité de l'enseigne parce qu'on avait d'autres chats à fouetter. Malheureusement il fallait tenir les budgets, il fallait faire toute une série de choses que j'ai vécu malheureusement pas tout près parce que j'étais surtout à Tréville à ce moment-là mais je sais que ça a pas été évident ici. Mais en même temps ça veut dire qu'on était 5e ou 6e en prix. Donc notre force était devenue une faiblesse en fait.

J: Mais vous avez encore beaucoup de client donc vous avez quelque chose qui fait qu'ils viennent chez vous.

E: Ben on a des clients qui sont restés fidèles, on a essayé de tenir le point de vente, on n'a pas laissé aller les choses. On a fait ce qu'il fallait pour que le client trouve ce qu'il cherchait, une boucherie en bon état, des fruits et légumes accueillants, d'avoir un personnel qui tienne la route enfin voilà, on a évidemment travaillé là-dessus, on ne s'est pas laissé aller. Mais ce n'était pas évidemment.

J: Pour revenir sur les deux points que vous venez de citer, quel produit marche bien chez vous ? Boucherie c'est ça ?

E: Boucherie, oui ça marche mais ce n'est pas les cas d'or de la boucherie quoi. Bon j'ai eu mon chef boucher pendant presque 10 ans, il nous a quitté il y a 6 mois maintenant. Lui qui était très bon nous a permis d'avoir une boucherie pour ne pas dire au top mais qui était bonne facture quoi. Ce n'est pas vraiment la boucherie qui a attiré les clients, je ne pense pas. C'est un ensemble je dirais, bon les fruits et légumes on n'était pas mal non plus, boulangerie on n'était pas mal non plus.

J: Vous savez que vous étiez pas mal de quelle façon enfin comment savez-vous que ça marche bien ?

E: Ben je vois par rapport au chiffre d'affaires qu'on faisait, par rapport au quota qu'on pouvait sortir dans ces rayons-là, c'est quand même un indicateur par rapport aux collègues aussi. On voit si on est plutôt dans les bons ou dans les mauvais quoi. Il y a des endroits où on n'était pas bon, on n'était pas bon en trad par exemple. Trad en général, que ce soit boucherie, charcuterie ou fromage, on n'était très mauvais. On a toujours été très mauvais alors peut-être que ça tient au personnel derrière le comptoir qui n'était peut-être pas à la hauteur, ça tient peut-être à autre chose, peut-être que je n'étais pas un bon manager à ce niveau-là c'est possible. Et donc quand on a fait les transformations, j'ai liquidé tout ce qui était trad et on est passé en full LS mais la boucherie néanmoins produit sur place quoi. Donc peut-être qu'on a perdu des clients à cause de ça même si on n'était pas des cas d'or, loin de là en trad. Il y a certainement des clients qui nous ont quitté parce qu'on avait plus le comptoir et qu'il n'y avait plus la fille derrière avec qui on pouvait discuter et voilà enfin mais on l'a remplacé par des produits frais de qualité voilà donc on a notamment élargi notre gamme en tout ce qui était traiteur etc., grâce à ça quoi.

J: Est-ce que vous pouvez me dire le nombre de personnes que vous employez ?

E: Alors pour le moment, j'ai...

J: La superficie peut-être comme ça...

E: Alors la superficie du point de vente 1267m² de vente. Donc le bâtiment fait à peu près 2000m² avec les réserves et tout ça. Personnel on a 10 personnes aujourd'hui.

J: 10 personnes ?

E: Oui 10 personnes, ce n'est pas beaucoup. 10 employés, bon je ne vais pas rentrer dans les détails parce qu'il y en a qui sont en maladie longue durée qui ont été remplacés par des intérimaires à la place mais il y a quand même aussi en plus de ces 10 -là. Donc on est 4, on va dire 3 parce que le 4e c'est le comptable mais il est là une demi-journée par semaine quoi. On est 3 avec mes deux fils en fait à bosser dans le point de vente en plus donc on est 13 si on compte l'ensemble des personnes. Plus quelques étudiants qui sont là le weekend.

J: Parmi les 13, est-ce que vous avez des gens qu'on peut considérer comme experts ?

E: Oui, oui, mon chef boucher, l'ancien était un super expert, l'actuel qui était son second est devenu expert au contact du premier, donc aujourd'hui ça se passe très bien. Mon responsable fruits & légumes est quelqu'un qui est très pro à ce niveau-là et ma boulangère ben pour citer les principaux, c'est des gens qui connaissent leur métier quoi. Et en caisse j'ai une chef caissière aussi qui est à la hauteur.

J: Et est-ce que vous avez des employés que vous pouvez qualifier de polyvalents capables de faire plusieurs tâches ?

E: Oui, pratiquement tout le monde. Bon à part le chef boucher, le responsable légume, le responsable boulot ce sont des métiers bien précis. Mais tout le reste, les gens qui travaillent dans le sec ou dans le frais, LS oui on tourne, on tourne, on ne fait que ça. On est obligé de faire ça sinon on ne s'en sort pas.

J: Alors une autre question par rapport au client. Selon vous qu'est-ce qui déclenche chez vos clients l'envie ou le besoin de faire leurs courses ?

E: Je dirais qu'on essaie d'être... bon dans ce qu'on leur présente, d'avoir les bons produits au bon prix. C'est important, je suis sûr que la proximité joue certainement aussi parce que nos clients viennent de pas très loin finalement quand on fait des enquêtes plus précises. C'est vraiment dans le quartier. On a aussi des clients qui viennent de plus loin mais je dirais que c'est 5% complémentaire on va dire.

J: Comment vous faites pour attirer de nouveaux clients ?

E: Ben c'est tout le problème aujourd'hui c'est de faire venir des clients d'abord. On est un peu excentré par rapport à la ville et aux autres concurrents donc on est dans le quartier de Soignies Nord-Ouest mais sortie de ville vers Lissine et effectivement pour venir chez nous faut venir exprès chez nous quoi. On ne passe pas devant comme ça pour le plaisir de faire la route. Donc c'est compliqué de les faire venir et c'est notamment pour ça que le fait d'avoir les travaux de voirie nous a fortement handicapé parce qu'ils n'ont plus aucune raison de venir par là. Donc même ceux qui avaient envie de venir c'était compliqué. Comment faire ben on voudrait bien le savoir, on aimerait trouver des solutions, je pense que la relance de la carte de fid va nous y aider. Effectivement la première semaine était positive à ce niveau-là donc voilà. Et on ne peut compter que là-dessus sur nos propres forces. Peut-être qu'il faut faire la pub aussi mais bon ça, ça coûte cher.

J: Vous m'avez parlé des clients que vous considérez comme fidèle. Est-ce que vous pouvez me dire comment vous identifiez ces clients ?

E: C'est ceux qu'on voit régulièrement déjà. Ce sont ceux qui viennent tous les jours ou presque. Ceux

quand on regarde un peu l'utilisation de la carte de fidélité, ceux qui viennent souvent et qui cagnottent pas mal. Donc ça c'est des clients fidèles. Et je pense qu'on en a quand même un paquet important sinon on serait plus là quoi. Donc ceux qui nous ont permis de tenir pendant le moment où on avait des soucis quoi.

J: Et vous savez pourquoi ils restent fidèles ?

E: Ben je pense qu'il y en a qui aiment le magasin parce qu'ils s'y sentent bien d'une part. Bon je crois qu'on les accueille bien d'une manière générale que ce soit à la caisse ou que ce soit les différents rayons. Oui et puis j'espère qu'il y trouve quelques avantages sonnants et rébuchants hein. Quand même, sinon à mon avis ils ne viendraient pas. Et puis bon ben peut-être des produits qu'on trouve chez nous et qu'on ne trouve pas ailleurs. Un problème un peu plus spécifique.

J: Est-ce que vous avez reçu des échos sur votre point de vente ? Des retours des clients, des personnes, des avis en fait. Plus qualitatif.

E: On a aussi une page Facebook donc de temps en temps on a quelques remontées comme ça et elles sont plutôt positives. Je ne me souviens pas avoir reçu un avis négatif par rapport à ça. À mon avis les gens qui ont un avis négatif, ils viennent plus et puis c'est tout quoi. Mais de là à venir déblatérer non je ne pense pas, je n'ai pas entendu de choses négatives au sens où vous l'entendez. Les retours sont plutôt positifs mais on est aussi ignoré de beaucoup de gens et eux n'ont pas d'avis.

J: Par rapport à la concurrence, comment est-elle vécue ?

E: Nos clients ils ont la carte de tout le monde, la plupart en tout cas. Ils vont chez tout le monde. En fonction des promotions, ils vont chez l'un, chez l'autre. Je vous dis on est dans un périmètre très compétitif, très étroit donc faut pas faire beaucoup de kilomètre pour aller chez l'un, chez l'autre. Donc forcément si le mardi c'est la promo chez Aldi, on va chez Aldi, si mercredi c'est chez nous, on vient chez nous, si jeudi c'est chez carrefour, on va chez carrefour quoi. Non la concurrence est vraiment importante et les concurrents viennent nous voir aussi. Nous on va les voir de temps en temps aussi. Enfin voilà on vit en bonne intelligence mais ce n'est pas facile, dès qu'on peut se mettre de la peau de banane sous leur pieds on le fait.

J: C'est normal, je crois *rires*. Pendant votre tiers-temps à la centrale, quels sont les points importants que vous abordez d'habitude ? Ou ces derniers temps.

E: Ces derniers temps, je n'ai pas été souvent. Déjà depuis quelques mois. Pendant 20 ans, j'ai quand même été là plus qu'il n'en faut donc euh... Quels sont les points importants, je dirais que... ça dépend du type de tiers-temps qu'on occupe mais bon c'est important de savoir si notre action est efficace déjà, voir si nos permanences sont motivées à la bonne place. Et puis de faire en sorte qu'on travaille en cohérence avec les collègues quoi. Il ne faut pas qu'on tire chacun de son côté.

J: Vous avez un exemple de...

E: Problème qui se serait passé ?

J: Plutôt qu'est-ce que vous voulez dire par ça pourrait diverger quelque part ?

E: Ben on peut avoir des points de vue différents sur certaines choses. Par exemple aujourd'hui, on n'a pas de SCA fruit. SCA fruit c'est notre catégorie qui s'occupe des achats fruits & légumes, tout ce qui est le rayon fruits & légumes on va dire. Et aujourd'hui on a sous-traité ça chez des fournisseurs, qui sont référencés. Bon moi je trouve que c'est une erreur, grave. Parce que Intermarché sans SCA fruit, ce n'est pas Intermarché et parce qu'on n'a pas la maîtrise. En fait on donne tous nos portefeuilles aux fournisseurs avec qui on a un partenariat certes mais ça reste un fournisseur. Ça reste quelqu'un d'extérieur qui a ses propres intérêts et pas forcément les nôtres. Et donc ça, ça peut être. On va me

dire que je reviens toujours avec cette idée-là mais moi je ne trouve pas ça normal. Alors aujourd'hui on a longuement déjà souvent discuté avec mes collègues. Je suis minoritaire dans cette façon de penser donc voilà.

J: Vous parlez de la partie d'internaliser les compétences etc., les contacts...

E: La SCA fruit ben en fait c'est maîtriser nous, la filière du début à la fin. Comme on en a dans les autres catégories si vous regardez les autres achats des acheteurs. En crèmerie, en boucherie, en charcuterie et tout ça. On a un acheteur qui a ses fournisseurs, qui pilote son cadencier et pour lequel on maîtrise la totalité de notre assortiment. Et pour la SCA fruit ce n'est pas le cas, on a quelqu'un qui est ici pour superviser l'ensemble de nos fournisseurs mais on n'a pas les manettes. On est tributaire de ses achats, s'il nous dit qu'il nous a pas trouvé tel produit ben, on n'a pas ce produit-là. Ben l'intérêt c'est qu'on a plusieurs fournisseurs possibles donc on peut éventuellement passer de l'un à l'autre. Encore dans certaines conditions ce n'est pas totalement libre. Donc voilà c'est par exemple euh... là par exemple là où il faut travailler dans le même sens ben à partir du moment où on a décidé qu'on travaillait comme ça ben faut rentrer dans le rang, même si je ne suis pas d'accord.

J: Alors un autre thème maintenant, le site web. Qu'est-ce que vous en pensez, du site web d'Intermarché ?

E: Intermarché.be, j'en pense pas grand-chose parce que c'est vrai que j'y vais pas souvent enfin j'y vais surtout pour le Drive. De manière générale, quand on y va, on trouve qu'il est bien foutu enfin il a évolué ces derniers temps. Il est nettement plus dynamique, plus... Enfin moi je l'ai connu au début il y a 7, 8 ans d'ici, c'était un petit peu comme tous les sites qui débutent, un peu pénible. Bon maintenant je ne suis pas un spécialiste des sites web donc je ne vais pas vous dire si c'est bien si ce n'est pas bien mais je crois qu'il y a moyen de se débrouiller dessus, de trouver ce qu'on cherche de manière relativement facile.

J: Qu'est-ce que vous pensez par rapport à son utilité pour les clients ?

E: L'utilité pour les clients, être au courant pour les folders parce que les folders sont sur le site. S'ils ne le reçoivent pas chez eux ce qui est très possible. Donc c'est une possibilité d'être au courant lorsqu'on ne reçoit pas le folder chez soi.

J: Et ça marche ? Vous avez des retours des clients ?

E: Ben moi systématiquement, quand un client me dit qu'il ne reçoit pas le folder alors je leur dis « écoutez, vous allez sur internet, vous allez voir Intermarché.be et vous avez toutes les pubs, et vous pouvez même les commander en ligne et aller les chercher chez nous, parce qu'on a le Drive ». Mais par contre, vous êtes au courant de tout ce qui se passe dans le magasin en général. Dans le temps, avant que le site n'existe ou alors que l'internet ne se développe, on envoyait le folder par la poste. Maintenant je ne le fais plus parce que ça coûte trop cher. Enfin je l'ai fait pendant quelques années et puis avec le développement de l'internet, je crois que c'est devenu un peu superfétatoire, comme on dit. Voilà, donc je pense qu'avec le site, il y a moyen de s'en sortir par rapport à ça. L'intérêt principal, c'est le folder je pense.

J: Vous, vos clients vous savez qu'ils viennent sans avoir vu le folder ? Ou alors en l'ayant vu sur internet.

E: Ils l'ont vu, si. Je distribue quand même 11 000 exemplaires sur Soignies et les environs.

J: Ah, du coup vous continuez ?

E: Oui, mais je distribue par "toutes boîtes", ce n'est pas nominatif. Vous avez la possibilité de distribuer par la poste nominativement avec un envoi adressé. Mais ça coûte très cher ou alors par

"Belgique diffusion" en "toutes boîtes". C'est ce que je fais aujourd'hui. Aujourd'hui c'est 11 000 exemplaires et nos clients, 11 000 exemplaires, ça couvrent la ville de Soignies on va dire. Grosso modo c'est ça. Et quelques villages environnants, pas tous. Faut sélectionner là-dedans, par rapport aux retours. Les clients viennent avec le folder en général. J'en ai certains qui viennent, qui n'ont pas le folder. Ils ont pu se renseigner sur internet éventuellement ou venir le prendre en magasin parce qu'on a quelques exemplaires disponibles en magasin.

J: A propos des campagnes publicitaires d'Intermarché, vous en êtes souvent au courant ?

E: En général oui.

J: Qu'est-ce que vous en pensez ?

E: Des fois c'est bien, des fois c'est moins bien. En général c'est plutôt positif.

J: Dans les faits est-ce que ça marche ?

E: C'est plutôt positif quand on fait une pub sur la radio par exemple, on a souvent des retours. Je dirais que c'est probablement là... J'allais dire la radio parce qu'on ne fait pratiquement jamais de télé. Peut-être que si on faisait de la télé ça aurait 10 fois plus d'impact, j'en sais rien. Mais les prix exploseraient aussi. Je dirais que les retours des campagnes radio sont pas mal.

J: Comment vous êtes au courant des retours ?

E: Parce que nos clients nous disent "Tiens j'ai entendu à la radio que y avait tel truc, y avait ça en promo, etc.". C'est comme ça qu'on sait que ça a un certain impact. Ça a plus d'impact que quand on fait une pub dans la presse ou des choses comme ça. Ça c'est certain.

J: Qu'est-ce que vous pensez justement des différents canaux utilisés par Intermarché ?

E: Aujourd'hui on utilise le folder, on utilise la radio de temps en temps, on utilise la presse de temps en temps aussi, ce n'est pas tout le temps. Certains collègues font aussi de la presse gratuite, « Vlan » des machins comme ça. Moi je fais ça très épisodiquement, ce n'est pas dans mon budget. Tout est une question de coup. Si on pouvait faire tous les jours de la télé on ferait que de la télé et je peux vous dire qu'on ferait 10 fois plus de chiffre d'affaire, c'est certain.

J: Du coup c'est le coût d'investissement qui vous fait perdre, pas le retour

E: Oui c'est l'investissement. Aujourd'hui pour distribuer 11 000 folders sur Soignies et environ c'est à peu près 80 000 euros par an.

J: Est-ce que vous serez prêt à dépenser des grandes sommes d'investissement si vous avez un retour chiffré, en quelque sorte ? Plus ou moins chiffré, évidemment c'est plus facile si vous savez que vous gagnez d'office.

E: Si on sait qu'on gagne d'office c'est sûr qu'on va investir, si maintenant on a un retour qui n'est pas sûr ... Aujourd'hui je suis plutôt prudent. Je dirais non.

J: Est-ce que vous utilisez votre budget pour créer vous-même vos propres campagnes publicitaires ?

E: A priori c'est exceptionnel. Ça peut arriver mais ce n'est pas la règle, la règle c'est que je suis le folder national et éventuellement quand il y a tel ou tel événement.

J: J'allais dire justement, c'est arrivé pour quelle raison ?

E: Par exemple quand on a fait les travaux de rénovation, on s'est dit « Bon là on fait un peu plus que ce qu'on fait d'habitude ». On a certes distribué les folders, on a aussi bénéficié de la campagne que le E-commerce ici à Louvain met en place pour les ouvertures, puis on a fait un petit peu de presse

gratuite dans le « Vlan » etc. Des choses un peu plus importantes que ce qu'on fait d'habitude. Mais pour des événements bien précis.

J: Et c'est à gain ou, sur le moment même ?

E: C'est difficile à dire. Je ne sais pas si... Oui c'est clair que quand on a fait les travaux, qu'on a rouvert, qu'on a rénové le magasin, forcément la semaine suivante on a plus de monde que d'habitude.

J: Vous n'avez jamais essayé, une semaine normale, vous faites une campagne publicitaire et voir justement le résultat si c'est à gain ou à perte ?

E: Ce que je peux vous dire c'est que la semaine dernière avec la carte de fidélité c'est exactement ça. Parce qu'il n'y avait rien de spécial dans le folder, à part le fait qu'on ravive la carte de fidélité. Y avait pas d'événement, que ça soit un colis bas, un colis boucherie ou je ne sais quoi, y avait rien de particulier sauf qu'on a fait beaucoup de communication sur la carte et ça a fait venir les gens. C'est peut-être un signe que ça marche quand même. Mais je suppose que les soldes qui ont été mises en jeu sont en rapport avec ce qu'on a sorti.

J: Je vous avoue que je ne sais pas très bien non plus. Comme je suis en digital marketing j'ai la trace des gens, d'où ils viennent sur internet et des newsletters qui ont été ouvertes, le nombre de clics, les proportions, on va dire. Mais je ne sais pas la partie en amont comment ils ont créé la campagne. Est-ce que vous utilisez une page Facebook pour promouvoir votre point de vente ?

E: Oui. Pour promouvoir le point de vente, je dirais que ce n'est pas tellement ça. Le but n'est pas tellement de promouvoir, oui certes y a toujours une idée de promouvoir notre point de vente derrière. Mais, en fait on l'a créée pendant les travaux de la voirie, quand on n'avait plus de client chez nous. C'était une manière un petit peu de reprendre contact avec eux quelque part, de se dire « écoutez, nous n'oublions pas, on est toujours là, on existe à chaussée de Lessines même si c'est difficile d'y arriver ».

J: Ça marchait bien ?

E: Disons qu'on a pas mal de clients qui sont devenus nos amis sur Facebook et puis voilà quoi. Je dirais qu'on échange plus, ce n'est pas tellement de la pub pour dire « Ouais venez chez nous y a un colis, machin,... » C'est plus des petites réflexions, des réactions par rapport à telle chose, de l'actualité ou alors on fait venir Saint Nicolas chez nous, « Faites quelques photos avec Saint Nicolas », on met ça sur Facebook et puis le client dit « Ah, c'est chouette. ». C'est plus un petit peu de faire de la convivialité plus que de la pub. C'est plutôt ça. Faire en sorte d'être plutôt le point de vente sympa que le point de vente « Venez chez nous, ce n'est pas cher. » C'est un discours qu'on passe sur un autre type de canal qu'est le folder. Je pense que sur Facebook on doit avoir un autre discours que simplement dire « Faut venir chez Intermarché ». On a plutôt choisi ce profil-là. Qui est venu un peu naturellement du fait que « Ecoutez, on n'a plus de clients, je prends contact avec vous via internet ».

J: C'est chouette, je pense aussi que c'est une bonne façon d'utiliser Facebook.

E: C'est comme ça que ça a démarré en fait.

J: Maintenant je vais un peu plus parler de l'e-commerce justement. Mais avant, vous, vous savez bien du coup qu'il y a une différence entre le site d'Intermarché et l'e-commerce ?

E: Oui, là, je suis au courant.

J: Qu'est-ce que vous pensez du coup du site, partie e-commerce ?

E: La partie e-commerce, je suis juge et partie parce que c'est un peu moi qui suis chargé de le faire vivre, un petit peu avec Christelle.

J: Peut-être, du coup, la partie où vous ne pouvez pas toucher. Ce qu'on a reçu de la France par exemple.

E: Oui, bon ben ça on est fortement bridé. Ça c'est clair qu'on n'a pas quartier libre pour faire un petit peu ce qu'on veut. Et même on n'a pas quartier libre pour faire ce que la France peut faire aujourd'hui. On ne peut pas le faire parce qu'on n'a pas, entre guillemets, acheté les droits. Vu que malheureusement le e-commerce n'est pas la priorité commerciale sur la Belgique aujourd'hui. Donc bon, je dirai qu'on a lancé ce site e-commerce parce que je pense qu'il faut être présent, qu'il faut être moderne, il faut montrer qu'on n'est pas ringard, il faut aussi renouveler notre clientèle qui vieillit, on a tendance à avoir beaucoup de petits vieux dans nos clients mais bon les petits vieux un moment ils disparaissent. Donc si on veut attirer des jeunes, des nouvelles générations, il faut leur offrir le média qui est le leur. Donc si on n'est pas en e-commerce on va se priver de pas mal de possibilités, de potentiel.

J: Du coup, pour revenir sur le site, est-ce que vous aimeriez quelque chose qui change ?

E: Je dirais que Christelle fait pas mal de boulot pour essayer de l'activer, de le dynamiser, on va mettre en place des promotions, on va mettre en place des trucs spécifiques au e-commerce, bon ça c'est le scoop que je vous donne, sans entrer dans le détail. Mais effectivement si on pouvait avoir une liberté beaucoup plus, ne fut-ce déjà que pouvoir relayer les promotions du folder ou d'autres promotions éventuellement sur le Drive ou le e-commerce. Aujourd'hui on peut le faire mais de manière limitée uniquement les avantages carte client parce que techniquement on ne peut pas faire autrement. Oui, j'aimerais bien ça, franchement il faudrait qu'on puisse avancer là-dedans mais je sais que c'est une question de sous.

J: Ça aide. Personnellement je pense qu'il y a un côté de flemmardise du côté français.

E: Et il y a surtout, du côté français, une grande volonté de laisser tomber les pays, de ne pas s'en occuper et de les laisser se démerder.

J: Vous le ressentez ?

E: Ah oui. Attendez, j'ai été 4 ans à Tréville, même si le discours n'est pas dans ce sens-là. On fait partie d'un groupe international, mais quand vous rentrez dans les détails, ITM Alimentaire International n'a d'international que le nom.

J: J'ai un peu ça aussi quand je négocie avec les agences, je sens qu'il y a un blocage parce que du coup je prends un peu de leur partie en digital marketing et je l'internalise. Et la France ce n'est pas exactement la même chose mais je ressens quand même qu'il y a un blocage, pas du même type mais je sens qu'il y a un blocage de rapidité.

E: Y a eu un moment où la France s'impliquait beaucoup plus. Ils ont essayé de s'impliquer beaucoup plus, sauf que là c'est devenu un peu directif, en même temps ça a démoralisé un peu les gens ici, ça les a démotivé un peu quelque part. Et donc le résultat était pire qu'avant. Donc il vaut mieux qu'on se débrouille tout seul. Alors ce qui est embêtant c'est que la France développe des tas de choses intéressantes, avec le digital entre autres. Les paiements sans contacts et ces machins-là, chez nous on en est encore aux balbutiements, on n'y est pas encore alors que ça existe en France. Tous ces trucs-là n'arrivent pas chez nous parce que, peut-être qu'on n'est pas non plus assez proactifs et qu'on n'y va pas suffisamment. Moi je suis certain que si nous allions dans les services qui sont concernés, si l'adhérent qui s'occupe de ça va voir ses collègues français du service concerné on va avancer beaucoup plus vite.

J: Vous n'avez pas pris le contact avec les adhérents français ?

E: J'en ai eu pas mal, oui. Mais bon, moi je n'étais malheureusement pas dans l'opérationnel, j'étais

au-dessus. Donc là effectivement tout le monde il est beau, tout le monde il est gentil, ça se passait très bien sauf que vous ne rentrez pas dans le vif du sujet. Ce qu'il faut c'est entrer dans le vif du sujet. Si on veut se donner les moyens, je crois qu'il n'y a rien d'impossible. Si on veut vraiment arriver à quelque chose il faut aller chercher en France et il faut le ramener nous-même. Il ne faut pas attendre que la France vous dise « Tiens on va vous donner ça ». Et ça, ça veut dire qu'il faut être à Montrouge ou à Tréville. Là il faut être, quasi en permanence. En tout cas y aller tous les 15 jours, toutes les 3 semaines. Ça c'est un peu notre problème et c'est le problème des adhérents belges qui ont un peu de mal à se bouger pour aller en France parce qu'on a trop... On a aussi cette vision de la France qui ne s'occupe pas de nous donc on ne s'en occupe pas. Or on a des choses à aller chercher, mais bon il faut aller à la bonne porte, il faut trouver les bonnes personnes, ça ce n'est pas toujours évident. Là où j'étais j'ai pu identifier pas mal de choses intéressantes, là où il fallait aller. Bon on ne va pas tout faire quoi.

J: Je vais recadrer à nouveau sur le Drive du coup. Est-ce que vous pouvez me parler un peu de votre Drive, de votre service e-commerce ? Comment vous le voyez ?

E: Je le vois comme un service au client. Ce n'est pas tellement comme... C'est un petit un plus au chiffre d'affaire mais ce n'est pas pour ça qu'on le fait. C'est surtout un service au client, une manière d'être moderne quelque part. Une manière de dire « Intermarché, on est aussi sur internet », on se modernise, on est à l'écoute de nos clients, y compris des jeunes. Je pense qu'on a un e-commerce, un Drive assez performant puisqu'on essaie de gérer la rupture le mieux possible. Je crois qu'on doit être à environ 3 % de rupture ce qui est très bien dans la norme e-commerce, sachant que la France doit être autour de 7. Donc nous on est plutôt bon par rapport à ça. Je sais que les collègues belges ont plus de mal à ce niveau-là mais bon ça demande une grande rigueur dans la gestion de notre fichier, de notre stock, de notre personnel aussi c'est clair. Mais je dirais que le Drive m'a permis d'être beaucoup plus performant dans le magasin par les exigences que ça demandait pour justement être 0 rupture. Parce que quand un client commence sur le Drive, on ne va pas lui donner le yaourt qui périmé demain. Forcément on va essayer de lui donner celui qu'il pourra encore manger dans 15 jours.

J: C'est vous qui choisissez ?

E: Le client n'a pas accès à ça. Et puis le client a accès au stock qui est disponible en point de vente. Si j'ai plus que 2 pièces et qu'elles sont à date de demain, je vais dire au client « Ecoutez, j'ai ce que vous m'avez demandé... »

J: Excusez-moi je vais vous couper. C'est vous qui annoncez au client ou eux demandent le check ?

E: Non, non, c'est nous qui le disons. Quand on a un produit à date courte on prévient le client quand il arrive. On dit « Voilà, ou bien vous prenez ce produit là parce que c'est celui que vous avez commandé, ou alors je vous propose un substitut du même type et d'une autre marque. » Et alors là le client choisit, oui ou non, en fonction. Ou alors il ne prend rien du tout. Il y a toutes les réactions. Certains prennent, certains ne prennent pas. Mais effectivement on s'oblige à systématiquement, quand on a des dates courtes comme ça à dire au client « Ecoutez la date est courte, on vous propose un substitut ou bien vous prenez le produit si vous le voulez, ou vous ne prenez rien ». Et la plupart des ruptures qu'on a c'est dû à des choses comme ça. Là, forcément, on est aussi tributaire de ce qu'on reçoit de la base.

J: Est-ce que tout se passe comme prévu ?

E: Dans le Drive ? Oui, on n'a pas de mauvaise surprise je dirais. Non, ça se passe plutôt bien.

J: A propos des retours ?

E: Au niveau des clients ? L'intérêt c'est que nos clients actuels, ceux qui testent le Drive reviennent.

C'est le truc positif. Le problème c'est de gagner de nouveaux clients. Ceux qui y sont reviennent régulièrement, c'est qu'ils sont satisfaits.

J: Ça devient des clients fidèles ou c'était déjà des clients fidèles ?

E: On a les deux. On a des clients qui venaient en magasin et qui continuent le magasin et font du Drive aussi de temps en temps. Notre tout premier client Drive c'était un nouveau client. C'est quelqu'un qui n'avait jamais mis les pieds chez nous, qui passait devant le magasin qui a vu « Ah, Drive! », qui ont essayé et puis voilà ils étaient contents et ils sont revenus.

J: Ils reviennent encore aujourd'hui ?

E: Aujourd'hui ils reviennent mais on les voit plus souvent en magasin qu'au Drive. Peut-être qu'ils ont trouvé qu'au Drive - il n'y a pas toute la gamme – il y avait moins de choix. Donc effectivement ils sont venus au Drive pendant plusieurs mois mais systématiquement au Drive, jamais en magasin et puis un beau jour en magasin et depuis lors on les voit plus souvent en magasin.

J: Est-ce que vous avez de l'information sur la manière dont vos clients fonctionnent par rapport au Drive ?

E: Des informations ?

J: Des infos comme leurs habitudes, la façon dont ils commandent, ils achètent ?

E: Les seules infos qu'on a c'est les différentes commandes qui passent. Donc nous on sait que tel client va nous commander tel truc, celui-là va nous commander ça, le pack de lait, le lait toujours à la fin.

J: C'est le reçu ?

E: Le bon de commande qu'on reçoit à la fin.

J: Vous n'avez pas plus ? Des rapports sur le comportement, la façon de penser ?

E: Non.

J: Est-ce que vous en voudrez ?

E: Ce serait intéressant de pouvoir travailler là-dessus. En fait on fonctionne au Drive comme on a fonctionné avec la carte de fidélité pendant 10 ans. Donc pendant 10 ans on faisait des cartes aux clients, le client profitait de sa carte, il dépensait, il cagnottait, il décagnottait, etc. Mais on avait aucune donnée sur le profil de nos clients, il ne s'est rien passé, parce qu'on était bloqué par la France par rapport à ça. La France qui a concédé d'ailleurs la gestion de la base de données des cartes de fidélité à un sous-traitant qui s'appelle Le Groupe Bernard. Ça se passait dans les années 2000 à une époque où les data on ne savait pas trop ce que c'était, on s'en foutait, et puis on s'est rendu compte qu'en fait l'intérêt c'était ça. Et donc on a sous-traité l'essentiel de l'information dont on avait besoin en fin de compte, et donc on n'a plus la main dessus par contrat. Oui, c'est un peu con. Et donc le fait de travailler avec Freedelity, ici en Belgique, c'est justement pour arriver à contourner ça. Et au Drive on est dans la même situation, on n'a aucune informations sur nos clients. Alors aujourd'hui, ce qu'il est possible d'avoir, j'en sais rien.

J: Je suis optimiste évidemment, mais on a reçu un mail disant que les accès à...

E: Oui c'est ce que Christelle m'a dit tout à l'heure. Ça fait un an et demi qu'on travaille dessus donc oui. Mais à date on n'a rien. Sauf reprendre chaque commande et voir ils achètent ça, ils achètent ça. Mais on ne fait aucune étude avec ça.

J: Est-ce que vous savez ce qu'ils commandent habituellement ?

E: Oui, on sait que tel client à machin, on sait qu'on va retrouver dans sa commande ça, ça et ça.

J: Et c'est quoi les produits phares ou habituels ?

E: C'est du basique. Tel client va commander systématiquement du steak.

J: C'est une habitude par rapport au client ?

E: Oui par rapport au client.

J: Il n'y a pas une mouvance générale ?

E: Non, il n'y a pas de tendance générale. En fait on commande un peu de tout. On commande de la viande, on commande des légumes, on commande du pain, on commande de l'épicerie. Tous les rayons sont représentés, peut-être pas de la même façon qu'en magasin. Parce que tout dépend de ce qu'on a mis aussi en disponibilité sur le site. Mais globalement, à quelques pourcentages près, on retrouve à peu près la structure de ce qu'on vend en magasin.

J: Est-ce que vous savez comment ils commandent ? A l'avance. Par exemple, est-ce qu'ils utilisent un Smartphone, un pc ?

E: Alors ça je n'ai pas d'info. Mais ce que je peux vous dire c'est qu'ils vont tous sur pc parce que sur l'appli sur Smartphone ça fonctionne moins bien. On en a parlé ? Je ne sais plus.

J: Christelle m'en a parlé. Mais je crois qu'en effet il y a un problème à ce niveau-là.

E: C'est moins pratique. Il n'y a pas d'application dédiée, contrairement à la France, ne nous on l'a pas.

J: Oui, ça s'adapte à la taille de l'écran.

E: Oui ça s'adapte à peu près mais ce n'est pas aussi ergonomique. Mais par contre la France en a un. La France a un site Drive et une application Drive qui fonctionnent, je crois à peu près bien. Même si parfois elle est lente.

J: C'est une application, ce n'est pas le site qui se transforme, c'est l'ensemble.

E: Non, ça c'est une application à ce moment-là. Mais, aujourd'hui, on devrait avoir ce type d'outils, parce qu'aujourd'hui les gens utilisent de plus en plus la tablette, le Smartphone et de moins en moins le pc et surtout pour faire leurs commandes internet, leurs achats sur internet. Donc si on ne donne pas ça rapidement on va être à la rue, comme d'habitude. Je compte sur vous pour aller dans ce sens-là.

J: J'y travaille, je travaille dessus. Enfin, pas sur la programmation.

E: Encore une fois ça demande des investissements, donc ce n'est pas prévu au budget 2017.

J: Ça demande des jobs en plus ou alors une agence.

E: Non mais ça demande surtout d'avoir un budget consacré à ça et ITM Belgium n'a pas prévu je crois.

J: Par rapport au temps en avance, est-ce que vous savez quand est-ce que le client commande ?

E: Alors là on a de tout. Je dirais qu'on a tout, des clients qui commandent 2 heures avant, des clients qui commandent 3 jours avant. On essaie de dire à nos clients « Commandez le plus proche possible de votre enlèvement, parce que plus vous commandez longtemps à l'avance, plus vous risquez d'avoir des ruptures. Vous allez commander sur le stock présent en magasin quand vous commandez, et vous allez être livré ce qu'il y a en magasin 3 jours après. »

J: Du coup vous ne faites pas de...

E: On le fait à posteriori, on le fait à posteriori. C'est à dire, quand on a une commande qui arrive 3 jours à l'avance, on regarde un petit peu ce qu'il y a.

J: Vous la voyez déjà ?

E: Oui, on la voit, donc ça c'est bien, donc on peut mettre de côté les produits qu'on va juger sensible par rapport à ça. Ceux dont on sait, tiens celui-là on ne peut pas le recommander avant la semaine prochaine, donc on va le mettre de côté. Ceux qu'on peut recommander le jour même ou le lendemain, bon pas de problème, ça n'y aura pas de souci. Mais on doit tenir compte des circuits logistiques, et donc quand le client se présente pour enlever sa marchandise, on le prévient. L'idéal c'est de faire ça dans la foulée. Vous commandez à 11 heures du matin, vous venez le chercher à 3 heures de l'après-midi.

J: Si jamais ils commandent 3 jours à l'avance justement ?

E: Il y a plus de risques de rupture sur une commande 3 jours à l'avance que sur une commande immédiate.

J: Pour quelle raison vous ne faites pas directement quand vous recevez la commande ? Directement, je veux dire le jour où vous recevez la commande ?

E: Parce que ce n'est pas une priorité du jour, et qu'on a mille choses à faire dans la journée, et que les gens qui préparent le Drive sont aussi des gens qui travaillent dans le magasin, et dont ils font ça en plus de leur boulot habituel. Donc quand on voit un Drive qui n'est pas pour demain ou pour après-demain, on se dit bon on fera ça le jour même. Ne fut-ce que parce que aussi, si ils commandent de la viande ou du pain, on ne va pas le lui préparer 2 jours à l'avance.

J: J'allais dire justement, est-ce que c'est une question de stockage aussi ?

E: Alors c'est une question de fraîcheur d'une part, et c'est une question de stockage, et de disponibilité de la marchandise. Plus vous commandez longtemps à l'avance, plus vous aurez un risque de rupture. Parce qu'au moment où je commande le yaourt machin qui arrive à date dans 6 jours, si je viens le chercher dans 4 jours il n'y a plus que 2 jours. Donc là je risque de ne pas le prendre. Donc on préconise de commander dans un délai rapproché. Sur le Drive, la logique veut qu'on commande comme ça. Donc l'idéal c'est la ménagère qui commande à midi, sur son temps de pause quand elle est en train de manger, et puis qu'elle vienne chercher ses courses à 5 heure.

J: C'est surtout le soir qu'ils viennent chercher ?

E: Oui, oui, surtout l'après-midi. Surtout, on va dire l'essentiel des commandes sont emportées entre 15 et 18h.

J: Est-ce que vous êtes au courant de comment ils se concertent pour commander ? Par exemple, dans ce que vous venez de raconter c'était une personne qui travaille et qui commande pendant sa pause de midi. Est-ce que vous savez que c'est souvent comme ça ?

E: Non, moi je ne sais rien, on n'a pas d'info là-dessus. On sait simplement l'heure à laquelle la personne a commandé. On voit que si elle a commandé à midi et demie, on se dit bah tiens elle est en pause à ce moment-là, elle en profite pour faire sa commande et elle vient chercher ses courses à 4-5 heure du soir. Mais on n'a pas plus d'infos que ça.

J: D'accord. Par rapport à l'accueil, au moment où ils arrivent, est-ce que tout se passe bien ?

E: Oui, je pense que nos employés sont bridés, tout se passe bien, ils sont 4-5 à pouvoir faire ça correctement. Donc, bon, ça dépend qui est là à ce moment. En fait celui qui livre, qui accueille st celui qui est présent en magasin à ce moment-là. Il se peut très bien que ça soit un collègue qui a

préparé la commande le matin et puis la personne arrive à 2 heures chercher sa commande et c'est l'autre collègue qui va servir. Et il y a de la communication entre les 2, donc si il y a quelque chose de spécifique sur la commande, on indique sur le bon de livraison « Attention, on a dû substituer tel produit » ou bien « Attention, tel produit est manquant parce que date courte », des choses comme ça. Ou alors « Attention, le client a demandé d'avoir- parce que parfois si il y a de la viande en commande, il faut que le boucher aille la préparer etc...Donc le client a commandé un steak 200g, pas oublié d'aller le chercher etc. ».

J: Est-ce que vous avez des retours de vos employés par rapport au Drive ?

E: Oui, les retours sont plutôt satisfaisants.

J: Ils aiment bien aussi participer à la tâche du Drive ou ?

E: Ca dépend, quand ils sont à la bourre, non. Quand ils sont à la bourre dans leur boulot, qu'en plus il y a un Drive qui arrive, « Ah merde, faut tout laisser tomber pour aller faire le Drive », ça c'est un peu chiant, ça le fait chier. Par contre, si ils ne sont pas à la bourre, ou ils sont un peu en ordre dans leur boulot, le Drive arrive, « Oui ok, je vais m'en occuper ». Ca ne rechigne pas, non, non. Je dirais que globalement ça se passe bien.

J: Pensez-vous que le Drive a amélioré la satisfaction de vos clients ?

E: Je pense que oui. Parce qu'elle nous a obligés à être plus pros.

J: Ça se voit en tant que client ?

E: Je le vois dans mes chiffres d'affaire, on a des tas de rayons dans lesquels on a une progression du chiffre d'affaire, parce qu'on a moins de rupture à cause du Drive, on est obligé de pas avoir de rupture donc on remplit plus les rayons donc on est beaucoup plus attentif par rapport à ça donc on a augmenté notre professionnalisme, je pense, grâce au Drive.

J: Comment ça se passe le contrôle de...

E: Parce qu'il faudra que je dise aux collègues pour les convaincre mais...ce sera plus compliqué

J: En fait je parlais avec un autre adhérent à propos du contrôle du stock justement comment ça se passe avec les livraisons.

E: Au Drive ?

J: Non en général, je ne sais pas comment ça se passe.

E: Alors nous quand on reçoit une livraison on, tout est scanner tout à la réception, nos marchandises ne passent en rayon que lorsqu'elle a été scannée, contrôlée.

J: Donc déjà pour la partie vous recevez des livraisons n'importe quand ou il y a un jour précis hebdomadaire.

E: Alors on a un camion par jour, tous les jours à la base qui vient plus quelques fournisseurs direct mais qui eux sont... la base vient quand elle veut ça c'est en fonction de ses besoins. Alors nous actuellement on est livré entre 10 et 19h. Ça peut arriver

J: Tous les jours ?

E: Oui ça varie tous les jours, la base nous envoie un mail pour nous dire dans quels créneaux horaires ils vont arriver ? Donc aujourd'hui c'est 16-18, aujourd'hui on est livré entre 16 et 18h

J: Vous pouvez choisir ce qui...

E: On choisit rien du tout, non non on a passé notre commande et c'est demain matin quand on arrive

sur le point monte on va voir nos mails et dans les mails y a heure de livraison de la base de telle heure à telle heure.

J: Mais par contre les produits vous pouvez commander si y vous manque quelque chose.

E: Ah oui oui bien sûr, sauf que si je les commande je les commande aujourd'hui mais je les aurai que camion demain après-midi, donc disponible en rayon vendredi.

J: Ah oui oui oui y a encore aussi un temps de... on est mercredi.

E: On va prendre le circuit. On est mardi aujourd'hui le camion livre entre 16 et 18h la commande qui a été passé hier matin, lundi. Donc lundi matin avant midi je commande mes produits, les produits ultra frais c'est même avant 9h donc si je commence à 9h et demi je les ai pas. Lundi matin je commande, je suis livré 16-18h aujourd'hui, on est mardi c'est ça, 16-18h, on scanne toute la marchandise mais ça va nous prendre 2-3h certainement à tout scanner. Et une fois que tout est scanné on va mettre en rayon et comme on est livré tard aujourd'hui, la mise en rayon se fera demain matin. Donc ça veut dire produits disponible pour le client demain matin et qui a été commandé lundi donc dispos mercredi. Maintenant si on avait été comme ça avec certains jours on est livré à 11h du matin, bon ben là on a le temps de scanner jusqu'à 15-16h et après sa mise en rayon et quasiment tout est mis en rayon... donc là on est un peu tributaire de la logistique et ça peut jouer sur le chiffre d'affaire aussi bon parce que nous cherchons jamais si le rayon sera rempli le soir même ou le lendemain matin. C'est mieux de le remplir le soir même parce que les clients arrivent la plupart après 4h.

J: Tout à fait. Est-ce que vous savez comment les clients ont-ils eu connaissance du Drive ?

E: Ah non, ça je ne sais pas du tout. Faudra que je leur pose la question mais... Est ce qu'ils ont eu un folder, un flyer, un... ça je ne sais pas. Bon je sais qu'au début on a fait passer un camion dans la ville annonçant l'ouverture du Drive mais bon voilà.

J: Affichage ou avec audio aussi ?

E: Affichage, c'était les camions. Oui comme ça avec un pub donc voilà. Il est passé 1 semaine dans la ville de Soignies donc tout le monde est sensé l'avoir vu. Mais je ne sais pas comment, peut être que c'est par bouche à oreille.

J: D'accord. Selon vous qu'est ce qui les poussent à tenter l'expérience Drive ?

E: Déjà la praticité le fait que je n'ai pas le temps de venir faire mes courses aujourd'hui. Ben j'ai ma belle-sœur qui fait de temps en temps des courses au Drive mais pas systématiquement, généralement elle passe en magasin. Puis une fois de temps en temps on la voit pas parce que à partir du moment où je suis occupé ben je ferai la commande sur le Drive. Elle fait sa commande et vient la chercher le samedi matin. Je dirai praticité je crois que la plupart des gens c'est comme ça. J'ai une autre cliente, un gros client, elle vient à chaque fois au Drive pour 200 euros. Parce qu'elle tient un manège de chevaux en ville donc elle a des activités avec différentes personnes etc. donc elle c'est le chic elle commande, allez... il est midi moi 5 hop elle passe sa commande, à 14h elle est là pour venir chercher. C'est elle qui a le moins de rupture parce que... Nous on est obligé, « ha ca y est sa commande arrive », il faut la faire tout de suite mais c'est celle sur laquelle elle commande je ne sais pas 50 produits y aura 0 rupture quoi parce qu'elle a commandé vraiment sur le stock réel et qui sera préparé tout de suite.

J: Ok je revenir un peu plus dans le passé maintenant. Comment s'est déroulée la mise en place du travail ? Est-ce que tout s'est bien passé ?

E: Oui tout s'est bien passé, ça s'est fait sur un mois. Une formation qui forme le point de vente à se préparer à ça. Ensuite on a la formation à l'informatique, l'utilisation du logiciel etc... Et puis les 2

premiers jours on a un formateur pour le lancement, le personnel qui prépare etc... Non ça s'est très bien passé, c'était pro. Les gens à qui on avait à faire étaient vraiment à la hauteur.

J: Comment vous êtes-vous décider de vous lancez dans le Drive ?

E: Parce que j'ai vu qu'en France que ça marchait bien, je suis conscient que le commerce sur internet est appelé à se développer, donc j'étais prêt à faire le pilote pour lancer le projet, même si je n'étais pas sûr du résultat. Même s'il faut bien qu'il y en ait qui commencent.

J: C'est une bonne initiative, personnellement, rien à voir avec cette discussion, mais je suis sûr que ça va permettre de...

E: Que ça prenne, je crois qu'à long terme ça va prendre.

J: Que pensez-vous des points de vente qui n'ont pas encore de Drive ?

E: Ils sont ringards *rires*. Non mais ça dépend de la situation, des régions, de la concurrence, de plein de facteurs. Globalement, aujourd'hui pour offrir une solution internet, c'est obligatoire. Alors c'est comme si on décidait de ne pas vendre de vin ou pas vendre de fruits et légumes dans un magasin.

J: Vous avez déjà pu discuter avec d'autres franchisés de...

E: Oui on discute souvent oui. C'est souvent eux qui demandent comment se passe mon Drive. Je suis obligé de dire que le chiffre d'affaire n'est pas terrible mais malgré tout que c'est un service... d'autant plus que certains de mes collègues font déjà le service "Kyala". C'est une espèce de dépôt, pour une société qui s'appelle kyala, qui propose sur internet aux clients de venir commander tout ce qu'ils veulent et de venir chercher à un point d'enlèvement leurs produits. Donc certains points de vente sont déjà points de dépôt, pour des produits qui ne sont pas les leurs, alors autant vendre nos produits. Si on est prêt à faire ça, alors autant passer le pas directement, passez au Drive, vous vendrez vos produits au lieu de ceux des autres.

J: Selon vous, qu'est ce qui détermine que le Drive est une réussite ?

E: Je dirais que la réussite du Drive c'est déjà d'avoir un taux de service 100%, le plus haut possible, 0 rupture. Je pense que les clients vont mordre au Drive ou l'abandonner si il y a "bah de tout ce que je commande, je reçois rien quoi...", "si je commande 50 produits et que dans les 50 il en manque 10, prochaine fois j'irai en magasin, peut-être que je trouverai ce que je cherche". Par contre si sur les 50 produits j'en trouve 50, alors je suis content, là je reviendrai. Donc le succès du Drive viendra comme ça. Ça c'est hyper important. Pour cela que pour la gestion des stocks il faut qu'on soit très très très pointilleux.

J: L'idéal du Drive ce serait qu'il n'y ait pas de rupture ?

E: Oui, je pense que la principale faiblesse du Drive c'est quand il y a des ruptures. Oui parce que pour le reste on fait les courses à la place, on les mets dans votre coffre, si vous avez tout ce que vous voulez, bah, vous êtes contents quoi.

J: Est-ce que vous avez des remarques à faire en plus sur le Drive ? Sur le concept même ?

E: Non je n'ai pas de remarques particulières, j'en ai certainement mais pas en tête pour le moment.

J: A la fin des questions j'ai 2 vidéos à vous montrer, peut-être que ça pourra vous donner des idées. Alors comment a évolué le Drive depuis sa première commande jusqu'à aujourd'hui ? Est-ce qu'il y a eu des changements ?

E: Le Drive chez moi a commencé en même temps que les travaux de rénovation, on a fait la rénovation puis on a lancé le Drive juste après. Donc euh... on n'a pas connu l'ancien point de vente

avec le Drive. Comment ça a évolué, bah ça a évolué dans le bon sens puisqu'on est plus pointu aujourd'hui qu'au début, on a réussi à améliorer encore notre taux de service.

J: Ok. Je parlais aussi des changements au niveau du point de vente, donc vous en avez eu aussi ? Pour la partie...

E: Oui, déjà il a fallu baliser tout le point de vente pour qu'il y a un chemin logique, qui soit le plus court possible, parce que la aussi on a...

J: Est ce que les rayons ont changé ou bien...

E: Non les rayons n'ont pas changé. Parce que quand on prépare le Drive, on va là-bas, puis ici, etc... Ça c'est aberrant, c'est le meilleur moyen de perdre son temps partout. Il y a cette idée de productivité qui existe, le taux de service à 0 rupture.

J: Chez les clients, est-ce qu'il y a un changement dans le comportement ? Depuis qu'il y a un Drive ?

E: Non je ne pense pas. Il y a en a qui sont très content de l'utiliser, d'autres qui... non, ça ne les intéresse pas plus que ça.

J: Plus du côté personnel, avez-vous déjà commandé vous-même des produits sur internet ?

E: Oui.

J: Quels types de produits ?

E: Ça, mon Smartphone.

J: Ok. Sur quels sites allez-vous ? De la revente comme EBay...

E: Non non, en général sur le site de la marque même. EBay et tout ça, ce n'est pas mon truc.

J: Vous n'avez jamais essayé ?

E: Euh EBay, je crois que j'ai jamais essayé. Amazon si... C'est juste en fonction des besoins... ce n'est pas fréquemment.

J: Pour avoir une idée de la fréquence, c'est une fois par mois ? Une fois par 2 mois ?

E: Oui je dirais ça.

J: Ok. Des produits alimentaires vous avez déjà commandé ?

E: Non... Sauf chez moi pour tester *rires*.

J: Que pensez-vous de l'e-commerce en Belgique ? Autour de vous, dans votre entourage ?

E: L'e-commerce en Belgique est en retard par rapport...enfin ça c'est les données qu'on a des marchés européens...en Belgique on est en retard, déjà par rapport à la France, mais aussi par rapport à d'autres pays comme l'Allemagne ou l'Angleterre.

J: Ça se développe quand même ou...

E: Oui oui ça se développe, en Belgique si si. Je crois qu'il y a une croissance de l'ordre de 5% tous les ans, ce qui n'est pas du tout le cas dans le commerce classique, où l'on est à quasiment 0. Donc voilà une raison supplémentaire pour être dans ce domaine-là.

J: Par rapport aux concurrents qui sont déjà lancé dans ce domaine-là, qu'est-ce que vous en pensez ?

E: Ce que j'en pense c'est qu'ils n'ont jamais fait beaucoup de...surtout Collect&Go... qui existe depuis quelques années, n'ont jamais fait énormément de pubs, et finalement, je pense que c'est un créneau sur lequel on est occupé de se regarder, où l'on se dit qu'on doit être là, prêt à prendre les parts

de marché dès que c'est possible, mais personne n'est prêt à vraiment investir à fond pour le moment parce que le client belge n'est pas tout à fait....encore prêt par rapport à ça.

J: Ces derniers temps il n'y a pas mal de pubs qui se font sur l'e-commerce, sur le site ou sur les bus comme pour Delhaize...

E: Oui on est en train de placer ses pions. C'est pour ça que je dis qu'aujourd'hui il faut qu'on soit là. Ça va exploser un moment ou un autre.

J: Ok. Est-ce que vous avez un message que vous aimeriez faire passer aux adhérents qui n'utilisent pas le Drive ?

E: Bien sûr. Ça va aider, ça va vous rendre plus moderne, ça va vous donner du professionnalisme en plus parce que vous serez obligé d'être rigoureux dans vos commandes, dans vos préparations et dans votre travail de tous les jours pour éviter les ruptures entre autres, et puis vous allez pouvoir offrir un service supplémentaire pour vos clients, même si le chiffre d'affaire aujourd'hui n'est pas faramineux, mais peut-être que demain ça va permettre de faire la petite progression qu'il n'est plus possible de faire sur le carrelage.

J: Qu'est ce qui pourrait les convaincre de les faire passer au Drive ?

E: Il faudrait que le chiffre d'affaire monte en flèche, qu'il fasse une progression de 20% tous les mois. Je dis 20 mais c'est peut-être 10. Qu'il y a une évolution. Parce qu'aujourd'hui on stagne. Il faut qu'il y ait une évolution marquée. Parce qu'ils savent qu'aujourd'hui, il y a moyen de faire un Drive pour 30 000 euros d'investissement, mais derrière ça demande de la rigueur et du travail. Et puis...bon bah...voilà quoi.

J: Très bien, je vais vous montrer maintenant quelques petites vidéos. Après je vous demanderai simplement ce que vous en avez pensé.

E: C'est ça, pas de checkout, pas de file d'attente, faites ce que vous voulez. Ah bah, moi je suis convaincu.

J: Si vous étiez un client, vous seriez intéressé d'essayer ?

E: Oui.

J: Plus qu'essayer, ça deviendrait un de vos magasins préféré ?

E: Oui et un moment j'ai voulu lancé le self scanning, bon je ne l'ai pas fait pour une raison idiote et que ça a pris du retard ici, il a fallu un pilote...on en a pas eu. Pilote c'est-à-dire un point de vente qui va tester le système. Il fallait un pilote pour la Belgique, on a décidé que ça serait Anu qui le ferait, du coup je devais attendre Anu le fasse mais Anu a décidé de ne pas le faire. Moi à ce moment-là je suis passé à autre chose, au Drive. Je ne l'ai pas fait finalement. Mais aujourd'hui je pense que c'est plutôt un truc comme ça qu'il faut faire. Nous on est dépassé la.

J: C'est des capteurs qu'on met sur les packagings...

E: C'est de la RFID ?

J: Je crois...du beacons...des capteurs mais je ne sais pas vraiment le nom. Mais en gros il y en a dans le packaging, dans le sac et surtout dans la zone de paiement qui fait que soit quand on la traverse, on arrive et tout est scanné d'un coup. En fonction de si c'est à l'extrême avec Amazon, tout est déduit du compte, mais en Amérique il y a déjà d'autres enseignes, pas seulement alimentaire, où tout est scanné d'un coup et il n'y a plus qu'à...il n'y a pas besoin de transvaser.

E: Donc ça je suis convaincu, c'est une concurrence potentielle fabuleuse. Le jour où les magasins concurrents mettent ça en place, on aura plus que les petits vieux.

J: Mais ça va encore prendre un peu de temps, et puis...est ce que ça vous intéresserait de mettre en place cette technologie complètement ou une partie ?

E: Moi ça m'intéresse, tout.

J: Jusqu'au bout ? Le fait que ce soit crédité directement ?

E: Pourquoi pas. Si le client est prêt oui. Parce que VISA c'est un peu ça. On peut encore donner le choix au client à la limite.

J: Voici une deuxième vidéo plus appliquée...

E: J'ai déjà vu fonctionné ce truc-là. Carrefour en France je crois. Le principal problème c'est la livraison. Je dirai qu'aujourd'hui l'intérêt du Drive c'est d'éviter la livraison effectivement parce que c'est le client qui vient chercher. On n'en a pas parlé ici mais il y a aussi le Clic&Collect, un Drive d'entreprise. A Tréville, ils ont mis en retrait un bâtiment, une espèce de bloc dans lequel les employés du parc peuvent commander sur internet et venir chercher quand ils quittent le boulot le soir. Ils viennent chercher dans les casiers, il y a du frais, du gel, etc. Ça c'est intéressant aussi. Par contre il faut alimenter ce truc-là, ça c'est une possibilité aussi de se développer dans les entreprises, les écoles, les gares, pourquoi pas...

J: Justement, j'en parlais à Christelle aujourd'hui, il y a une catégorie Drive 24h/24h dans...

E: Oui c'est ça, 24/24 c'est ce truc-là. Donc quand le client fait sa commande, il reçoit un code qui lui permet d'accéder au casier. Il y va quand il veut.

J: Par rapport aux nouvelles technologies, est ce que ça vous intéresserait d'appliquer ce genre de choses ?

E: Oui, c'est pratique, on demande tout ce qu'il faut, au pire on peut même se dire que ça puisse se faire en Drive. Mais la livraison, malgré tout... Ça permet de faire une liste de courses, vous aller sur le site commander puis vous venez chercher. On pourrait imaginer une variante améliorée du Drive dessus.

J: Est-ce que vous pensez qu'Intermarché devrait se lancer dans ces nouvelles technologies ?

E: Intermarché se lance dedans. En France c'est le cas, en Belgique non. Intermarché France est bien branché dessus.

J: Une dernière question, est ce que vous savez si de notre côté ça avance ?

E: Le problème c'est qu'on pourrait aller chercher ce qu'il faut en France, sauf que vous allez dire ici que ça coûte autant pour transférer ou acquérir la technologie, mais ici on dira non pour le budget et du coup l'année prochaine peut-être. Mais bon c'est clair que...

J: Si on trouve un budget moins cher grâce à une solution locale...

E: Freedelity.

J: Oui voilà, mais pour les technologies.

E: Oui pourquoi pas. Il faut voir comment ça peut se mettre en cohérence avec notre système informatique gérée par la France. Si ça se met bien avec ça, pourquoi pas. S'il n'y a pas des crashes ou des bugs.

J: Parfait, merci beaucoup pour tout le temps que vous avez passé pour cette interview.