

Annexes - Programmes de fidélité dans la grande distribution : Quelle place pour la vie privée des consommateurs?

Mémoire réalisé par
Charline Coppieters

Promotrices
Caroline Ducarroz
Virginie Vandenbulcke

Lectrice
Claude Pecheux

Année académique 2015-2016
Master en Ingénieur de gestion

TABLE DES MATIERES

1.1.	Annexe 1 : Guide d'entretien : Enseigne	4
1.2.	Annexe 2 : Supermarché Delhaize de Mons : retranscription	5
1.3.	Annexe 3 : Colruyt de Mons, retranscription	7
1.4.	Annexe 4 : Formulaire Papier de Colruyt	8
1.5.	Annexe 5 : Intermarché Mons : retranscription	10
1.6.	Annexe 6 : Formulaire Papier d'Intermarché	12
1.7.	Annexe 7 : Delhaize Rue de Nimy : Retranscription	15
1.8.	Annexe 8 : Colruyt Cuesmes : retranscription	16
1.9.	Annexe 9 : Intermarché Quaregnon : Retranscription	17
1.10.	Annexe 10 : Cora de La Louvière : Retranscription	19
1.11.	Annexe 11 : Cora d'Hornu : Retranscription	21
1.12.	Annexe 12 : Carrefour des Grands Prés : Retranscription	23
1.13.	Annexe 13 : Carrefour Market : Frameries : Retranscription	24
1.14.	Annexe 14 : Formulaire Carrefour de Frameries	25
1.15.	Annexe 15 : Formulaire Carrefour des Grands Prés	27
1.16.	Annexe 16 : Service Clients Colruyt : Retranscription	29
1.17.	Annexe 17 : Service Clients Carrefour : Retranscription	30
1.18.	Annexe 18 : Centrale téléphonique Delhaize : Retranscription	31
1.19.	Annexe 19 : Echange de mails avec Cora	33
1.20.	Annexe 20 : Guide d'entretien des consommateurs	36
1.21.	Annexe 21 : Retranscription Freddy, 65 ans	41
1.22.	Annexe 22 : Retranscription Maggy, 62 ans	49
1.23.	Annexe 23 : Retranscription Kristel, 30 ans	55
1.24.	Annexe 24 : Retranscription Cedric, 33 ans	60
1.25.	Annexe 25 : Retranscription Ingrid, 31 ans	68

1.26.	Annexe 26 : Retranscription Laurent, 37 ans	74
1.27.	Annexe 27 : Retranscription Chantal, 63 ans	81
1.28.	Annexe 28 : Retranscription Nicole, 63 ans	87
1.29.	Annexe 29 : Retranscription Erika, 36 ans	94
1.30.	Annexe 30 : Retranscription Laetitia, 27 ans	101
1.31.	Annexe 31 : Retranscription Julie, 27 ans	107
1.32.	Annexe 32 : Questionnaire quantitatif	114
1.33.	Annexe 33 : Alpha de Cronbach	139
1.34.	Annexe 34 : Clustering : Tests statistiques à une variable	149
1.35.	Annexe 35 : Test du chi-deux et de comparaisons de moyenne	151
1.36.	Annexe 36 : Comparaison de groupes indépendants	153
1.	Avez-vous déjà rempli un formulaire pour obtenir une carte de fidélité ?	153
2.	Lorsque vous avez rempli ce formulaire, avez-vous volontairement omis (oublié) d'indiquer certaines informations?	153
3.	Lecture charte de confidentialité	154
4.	Confiance supermarché	154
5.	Attitude mkt direct 1	154
6.	Attitude mkt direct 2	155
7.	Engagement supermarché	155
8.	Préoccupation RVP – Récolte informations	156
9.	Préoccupation – RVP	156
10.	Divulgateur usage information	157
11.	Régulation gouvernementale	157
12.	Connaissance lois	158
13.	Trahison	158
14.	Confiance internet	158
15.	Comportement de dévoilement habituel	159
16.	Implication courses	159

1.1. ANNEXE 1 : GUIDE D'ENTRETIEN : ENSEIGNE

Delhaize, Colruyt, Carrefour (carte de fidélité disponible en ligne)	Cora, Intermarché (carte de fidélité uniquement demandable à l'accueil)
Bonjour, excusez-moi de vous déranger mais j'aimerais obtenir une carte de fidélité dans votre enseigne. Est-ce possible ?	
- Dois-je remplir toutes les informations ? Et si ne souhaite pas donner mon adresse e-mail ? - À quoi vont-elles vous servir ? Qu'allez-vous en faire ? - Allez-vous garder mes données personnelles ou les donner à d'autres entreprises ? - Vais-je recevoir des offres de produits qui me correspondent ? Les produits envoyés seront-ils sélectionnés selon mes achats précédents ? Pourquoi ? - Si je ne veux pas que votre entreprise garde mes données, puis-je tout de même bénéficier des avantages fournis par la carte de fidélité ? - Que puis-je faire si je ne désire pas recevoir de coups de fil, de SMS ou d'e-mails de votre part ?	- Quelles informations dois-je fournir pour pouvoir l'obtenir ? - Pourquoi n'est-il pas possible de l'obtenir en ligne ? - Avez-vous une charte écrite concernant l'utilisation de mes données ? Où puis-je la trouver ? - Allez-vous garder mes données personnelles ou les donner à d'autres entreprises ? - À quoi vont-elles vous servir ? Qu'allez-vous en faire ? - Si je ne veux pas que votre entreprise garde mes données, puis-je tout de même bénéficier des avantages fournis par la carte de fidélité ? - Que puis-je faire si je ne désire pas recevoir de coups de fil, de SMS ou d'e-mails de votre part ?

1.2. ANNEXE 2 : SUPERMARCHÉ DELHAIZE DE MONS : RETRANSCRIPTION

28/12/2015

- Employée : Bonjour !
- **Nous : Bonjour. Excusez-moi. Heu...En fait, voilà j'aimerais avoir une carte de fidélité**
- Une carte-plus
- **Oui**
- Oui pas de soucis attendez... *(Se dirige vers son ordinateur)*. Vous en aviez déjà une avant de carte de fidélité ?
- **Non, je n'en avais pas du tout**
- Je la mets à quel nom ?
- **A mon nom.**
- Une date de naissance ?
- **Le 11-06-1993**
- Donc le nom ?
- **Heu Coppieters (épelle) Charline**
- Nombre de personnes dans le ménage ?
- **Heu aucune, je suis seule**
- L'adresse ? La rue ?
- **Rue Léon Save, 54, 7000, Mons**
- Un numéro de téléphone ?
- **Si je ne donne pas cette information...**
- C'est pas grave, voilà votre carte !
- **Au niveau des données, vous allez les garder pour vous ou bien les transmettre à d'autres sociétés ?**
- Ah non non non, ce n'est que pour nous hein
- **C'est que pour vous ?**
- Oui oui oui.
- **C'est pour m'envoyer des offres qui me correspondent ? Qu'allez-vous en faire ?**
- On offre des publicités, heu on donne des publicités, ouais, juste les publicités de la semaine
- **Donc ces publicités seront les mêmes pour tout le monde**
- Oui oui

- **Et si jamais je veux arrêter de recevoir ces publicités, que dois-je faire ?**
- Vous nous le dites
- **Ici à la caisse ou je dois envoyer un mail ?**
- Non vous pouvez nous le dire
- **Une dernière petite question, si par exemple j'ai envie de supprimer toutes mes données, je conserverai quand même les avantages de la carte-plus ?**
- Non non, on doit quand même les avoir. Si vous oubliez votre carte Plus, on peut passer une autre carte mais vous devez quand même figurer dans notre fichier client
- **D'accord merci beaucoup**
- Au revoir

1.3. ANNEXE 3 : COLRUYT DE MONS, RETRANSCRIPTION

28/12/2015

- **Nous : Excusez-moi, pouvez-vous nous renseigner à propos des cartes de fidélité ?**
- Employé : Heu... Oui je crois.
- **(Chez Colruyt, le formulaire est disponible à la caisse et il peut être pris par n'importe quel client le désirant). (Montrant le formulaire) : Il faut répondre à tous les champs ?**
- Heu bah oui normalement oui il faut noter les champs obligatoires
- **Et si on ne veut pas mettre notre numéro de téléphone pour ne pas recevoir d'appels ?**
- (rire) Bah vous ne le mettez pas
- **À quoi ces données vont-elles vous servir ? Qu'allez-vous en faire ?**
- Heu ça je ne sais pas vous aider madame
- **Vous ne connaissez personne ici qui peut nous renseigner ?**
- (Va se renseigner auprès d'un autre employé qui est occupé à la caisse) C'est juste au cas où qu'il y ait un problème avec la carte
- **Quel genre de problème ?**
- Perte de carte ou autres choses du genre
- **Allez-vous garder mes données personnelles ou les donner à d'autres entreprises ?**
- Ça reste chez Colruyt les données Madame
- **Vais-je recevoir des offres de produits qui me correspondent ?**
- **Les produits envoyés seront-ils sélectionnés selon mes achats précédents ?**
- **Pourquoi ?**
- Heu... Oui les catalogues comme ça vous êtes au courant des publicités en fait mais ce n'est pas selon vos achats précédents, vous n'aurez pas des offres différentes des autres
- **Et donc on rapporte le questionnaire ici et on a la carte ?**
- Oui
- **Parfait, merci de vos éclaircissements, merci.**
- Au revoir

1.4. ANNEXE 4 : FORMULAIRE PAPIER DE COLRUYT

LA SAISON COLRUYT
Edingensesteenweg 196, 1500 Halle, Belgique
TVA-BE-0400.378.485, RPM Bruxelles

Identification du créancier: BE0500740019485
Numéro de référence du mandat (à compléter par Colruyt)

☐ Particulier
☐ Entreprise / Association

Nom :

☐ Nouvelle carte
☐ Changement de numéro de compte en banque
Autres :

Demandez sans tarder votre carte Colruyt !

• **Titulaire 1^{re} carte** (titulaire du compte, champ à remplir obligatoirement)

Nom :
Prénom :
Rue :
Numéro : Boîte : Code postal : Langue : F ☐ N ☐
Localité :
Numéro de compte IBAN : **BE**
Code BIC :
Numéro de carte d'identité :
Date de naissance (jj/mm/aaaa) : Téléphone/GSM :
Adresse e-mail :
Dans quel magasin Colruyt désirez-vous aller chercher la nouvelle carte Colruyt ?

Titulaire 2^e carte (champ à remplir uniquement si une autre personne désire également une carte liée au même compte)

Le titulaire de la 1^{re} carte est pleinement responsable des suites de l'utilisation de la :

• **Titulaire 2^e carte** (champ à remplir uniquement si une autre personne désire également une carte liée au même compte)

Dans le cas où le titulaire de la 2^e carte ne dispose pas d'une procuration pour le compte susmentionné, alors le titulaire de la 1^{re} carte est pleinement responsable des suites de l'utilisation de la 2^e carte

Nom du titulaire 2^e carte :
Prénom du titulaire 2^e carte :
Numéro de carte d'identité : Langue : F ☐ N ☐
Date de naissance (jj/mm/aaaa) : Téléphone/GSM :
Dans quel magasin Colruyt désirez-vous aller chercher la nouvelle carte Colruyt ?

• En signant ce document, vous reconnaissez avoir pris connaissance des conditions générales d'utilisation de la carte de paiement Colruyt pour usage particulier, mentionnées plus loin dans ce dépliant, et les accepter dans leur intégralité. Ces conditions sont également consultables sur le site Internet de Colruyt (www.colruyt.be). Par ailleurs, vous autorisez (a) Colruyt à envoyer des instructions à votre banque pour débiter le compte repris ci-dessus ainsi que (b) votre banque à débiter ce compte conformément aux instructions reçues de Colruyt.

• Dans le cas d'une domiciliation européenne, vous bénéficiez d'un droit de remboursement par votre banque selon les conditions décrites dans la convention que vous avez passée avec elle. Toute demande de remboursement doit être introduite dans les 8 semaines suivant la date de débit de votre compte. Vous pourrez obtenir auprès de votre banque des informations relatives à vos droits concernant ce mandat.

Fait à Halle, le (jj/mm/aaaa)

□ □ - □ □ - □ □ □ □

! Veuillez remplir complètement ce formulaire, le signer et l'envoyer à :

Service carte Colruyt
Edingensesteenweg 196
B - 1500 Halle

Signature du titulaire de la 1^{re} carte

Signature du titulaire de la 2^e carte
(si d'application)

Colruyt Group et le respect de la vie privée - La S.A. Ets Fr. Colruyt s'engage à utiliser vos coordonnées exclusivement pour vous envoyer des informations de Colruyt Group et/ou pour assurer un traitement correct de votre contrat. Si vous souhaitez également être informé par e-mail, fax, SMS, ou si vous nous autorisez à vous contacter par téléphone, transmettez-nous vos coordonnées. Vos coordonnées seront conservées dans la liste des clients de Colruyt Group et seront traitées de manière strictement confidentielle. À tout moment, vous avez la possibilité de vérifier vos coordonnées, de les corriger, de les modifier ou même de nous demander de ne plus les utiliser. Vous pouvez également refuser que Colruyt utilise vos coordonnées pour vous envoyer des informations. Il vous suffit d'en faire la demande par écrit ou par e-mail. Pour plus d'informations, demandez la charte sur le respect de la vie privée de Colruyt Group ou rendez-vous sur www.colruytgroup.com.
Responsable de la liste de clients de Colruyt Group : S.A. Ets. Fr. Colruyt, Edingensesteenweg 196, 1500 Halle.

1.5. ANNEXE 5 : INTERMARCHÉ MONS : RETRANSCRIPTION

28/12/2015

- **Nous : Bonjour, j'aimerais avoir une carte de fidélité s'il vous plait, que dois-je donner comme informations ?**
- Employée : Vous pouvez remplir le formulaire avec un bic noir
- **Nous n'en avons pas**
- *(la dame en donne un)* Mais sinon vous pouvez le remplir chez vous car vous n'aurez pas la carte tout de suite hein
- **Ah on peut remplir chez soi ?**
- Oui oui oui
- **D'accord merci mais comment cela se fait-il qu'il n'est pas possible de la commander en ligne ?**
- Ah ça je ne sais pas vous aider madame
- **Donc c'est pour savoir, si je ne mets pas mon adresse email, c'est valide ou je dois absolument la mettre ?**
- Non, ce qui compte pour nous c'est nom, prénom, adresse et date de naissance.
- **Et à quoi vous serviront ces informations ?**
- Comment ça ?
- **Les informations que nous donnons en remplissant le formulaire, à quoi vont-elles vous servir ?**
- Je ne sais pas...
- **Et il n'y a personne d'autre dans le magasin qui pourrait nous renseigner ?**
- Non on ne sait pas. Je crois que c'est peut-être plus pour les promos que vous allez avoir sur Internet, c'est certainement ça. Mais ça (*désignant la partie du formulaire avec les autres personnes habitant dans le ménage*), c'est rare que je le fasse remplir, cela n'aura pas d'importance.
- **Si je ne veux pas que votre entreprise garde mes données, puis-je tout de même bénéficier des avantages fournis par la carte de fidélité ?**
- Non non il faut absolument que nous ayons les informations
- **Que puis-je faire si je ne désire pas recevoir de coups de fil, de SMS ou d'e-mails de votre part ?**
- Il y a une case à cocher sur le formulaire
- **D'accord merci quand même, au revoir**

- Au revoir

1.6. ANNEXE 6 : FORMULAIRE PAPIER D'INTERMARCHÉ

BULLETIN D'ADHESION CARTE DE FIDELITE
MERCI DE REMPLIR CE BULLETIN EN LETRES MAJUSCULES - STYLO NOIR

CADRE RESERVE AU PERSONNEL

Adhesion : Collier Ici le n° de carte du client
 1234567

Changements sur carte existante

N° de carte : ☐ Modification de renseignements client ☐ Résiliation ☐ Mise en opposition avec re-création: perte, vol, carte détectée usée (dans ce cas ne pas oublier de remplir la carte adhésion)

N° de carte fidélité obligatoire

N° du Point de Vente : _____ Date : ____/____/____ Initiales vendeur : ____/____

Mr ☐ Mlle ☐ M. ☒

Nom : _____

Prénom : _____

Adresse : _____

Numéro : _____

Localité : _____

Pays : _____

Tél. fixe : _____

E-mail : _____

Boîte : _____

Code postal : _____

Date de naissance : ____/____/____

GSM : _____

J'accepte de recevoir des informations ou offres par SMS. Oui ☐ Non ☐

J'accepte de recevoir des informations ou offres par email. Oui ☐ Non ☐

Numero : _____

Localite : _____

Pays : _____

Tel. fixe : _____

E-mail : _____

Boite : _____

Code postal : _____

GSM : _____

Je soussigne de recevoir des informations en vertu de la loi 2002. Oui ☐ Non ☐

Je soussigne de recevoir des informations en vertu de la loi 2002. Oui ☐ Non ☐

Autres personnes habitant dans votre ménage (même adresse) :

Conjoint ☐ né(e) le : _____ (jour) _____ (mois) _____ (année)

Enfant 1 ☐ né(e) le : _____ (jour) _____ (mois) _____ (année)

Enfant 2 ☐ né(e) le : _____ (jour) _____ (mois) _____ (année)

Enfant 3 ☐ né(e) le : _____ (jour) _____ (mois) _____ (année)

Enfant 4 ☐ né(e) le : _____ (jour) _____ (mois) _____ (année)

Enfant 5 ☐ né(e) le : _____ (jour) _____ (mois) _____ (année)

Votre profession :

Employé ☐ 1 Profession libérale ☐ 4

Ouvrier ☐ 2 Cadre ☐ 5

Artisan, commerçant ☐ 8

Autre ☐ 12

Indépendant ☐ 9

Chef d'entreprise ☐ 3 Etudiant ☐ 6

Agriculteur ☐ 7 Sans profession ☐ 10

Réformé ☐ 11

Autre ☐ 12

Je déclare avoir pris connaissance des conditions générales d'utilisation de la carte de fidélité.

Date : _____ (jour) _____ (mois) _____ (année)

Signature obligatoire : _____

Les données recueillies par l'ISA Alimentaire Belgium sont destinées pour alimenter la base de données des entreprises de la carte de fidélité. La transmission des données se fait conformément à la loi du 8 décembre 1992 relative au traitement des données à caractère personnel. Chaque titulaire d'une carte de fidélité dispose d'un droit de consultation, de modification et de rectification des données le concernant. L'ISA Alimentaire Belgium utilise les données fournies aux fins d'élaborer les études de son programme et de ses activités.

☐ Je suis opposé(e) à l'utilisation de mes données personnelles pour l'envoi de publicités personnelles.

Le programme de fidélisation et les développés par ITM Alimentaire Belgique et remis à sa propriété. Tous les documents et la carte de fidélité seront remis à titre de dépôt et demeureront la propriété d'ITM Alimentaire Belgique.

L'objectif est de récompenser les consommateurs fidèles à l'enseigne INTERMARCHÉ en les créditant d'unités monétaires en fonction de leurs achats.

Toute adhésion au programme de fidélisation, entronne l'acceptation pure et simple des présentes conditions générales.

Les présentes conditions générales sont disponibles sur simple demande à l'occasion de l'INTERMARCHÉ vous ayant délivré la carte ou sur demande écrite à : ITM Alimentaire Belgique - Service Carte de fidélité - Rue du Bosquet 4 - 1348 Louvain-la-Neuve.

I. COMMENT OBTENIR LA CARTE DE FIDELITE ?

La carte INTERMARCHÉ est une carte de fidélité délivrée gratuitement et proposée à toute personne âgée de 18 ans et plus, sur simple demande, dans les points de vente INTERMARCHÉ participant au programme de fidélisation. La présente carte est strictement réservée aux particuliers.

La liste des points de vente INTERMARCHÉ participant est consultable sur simple demande dans l'INTERMARCHÉ vous ayant délivré la carte ou sur demande écrite à ITM Alimentaire Belgique - Service Carte de fidélité - rue du Bosquet 4 - 1348 Louvain-la-Neuve.

Pour obtenir votre carte, un bulletin d'adhésion doit être rempli dans votre point de vente INTERMARCHÉ.

Tout bulletin d'adhésion incomplet, erroné ou illisible ne sera pas pris en compte.

Il ne sera remis qu'une seule carte par foyer (même nom, même adresse), occupée d'un jeu de trois portecartes (mini-cartes) comportant le même identifiant que la carte et permettant d'obtenir les mêmes avantages que la carte elle-même.

La mise en place du programme de fidélisation INTERMARCHÉ a fait l'objet d'une déclaration auprès de la Commission de la protection de la Vie Privée.

Conformément à la loi du 8 décembre 1992, tout porteur de carte peut exercer ses droits d'accès et de suppression sur les informations le concernant en écrivant à ITM Alimentaire Belgique, Service Carte de fidélité, Rue du Bosquet 4 - 1348 Louvain-la-

CONDITIONS GÉNÉRALES D'UTILISATION DE LA CARTE DE FIDELITE INTERMARCHÉ

Neu, ou de modification en ne présentant dans le point de vente INTERMARCHÉ, qui lui a délivré la carte, le porteur devra répondre à l'adhésion de ses données à l'adresse des données dans les mêmes conditions.

II. MODALITES D'UTILISATION

Dans le cadre du programme de fidélisation mis en place, la carte INTERMARCHÉ permet à son porteur ou à tout personnel habilité de la même façon de créditer les unités monétaires dans les points de vente INTERMARCHÉ participant à l'opération.

Vous INTERMARCHÉ se réserve le droit de limiter le cumul des unités monétaires pour l'achat de produits identiques. Ces limitations seront indiquées sur le livret bi-mensuel ou sur les prospectus hebdomadaires ou encore sur tout autre support.

Les unités monétaires sont créditées sur votre compte sur simple présentation en caisse de votre carte INTERMARCHÉ ou de l'un des portecartes, tous les jours, pour les produits supérieurs à l'ange Carte » dans le livret bi-mensuel ou sur les prospectus périodiques.

Les modalités d'obtention des unités monétaires sont définies librement par ITM Alimentaire Belgique, qui pourra à tout moment et à sa seule initiative les modifier. Dans ce cas, ITM Alimentaire Belgique informera les clients par tout moyen approprié.

Vous pouvez utiliser votre solde disponible en déduction de vos achats, sur présentation de votre carte, des votre prochain passage en caisse (sauf modalités particulières) uniquement dans le point de vente qui vous l'a délivrée.

Toutefois, les avantages obtenus par des achats réalisés dans un point de vente INTERMARCHÉ participant au programme de fidélité, outre que celui qui vous a délivré votre carte de fidélité, ne seront crédités sur votre compte que quotidiennement huit heures après l'achat considéré.

Pour utiliser votre solde disponible en déduction de vos achats, vous devrez vous munir de votre carte de fidélité principale (les portecartes ne suffisent pas) ainsi que d'une pièce d'identité. En effet, seul le titulaire de la carte est autorisé à se servir du solde disponible. Vous devrez également signer le ticket de caisse correspondant.

Le règlement de vos achats avec votre carte de fidélité ne donne pas droit à un rendu en monnaie. En cas de reprise de produits ou services ayant généré l'octroi d'avantages au porteur de la

carte INTERMARCHÉ, le titulaire d'avantages correspondants sera déduit du solde de votre carte.

En cas d'absence d'un produit ayant généré l'octroi d'avantages, le titulaire d'avantages correspondant ne sera pas crédité des avantages liés.

Les points de vente participant au programme de fidélisation pourront vous demander la validation de votre carte à l'achat d'une telle publication. Le magasin pourra valider de vos achats les avantages liés au système de fidélisation.

Vous recevrez des informations régulièrement par la voie de votre de caisse, dans le point de vente qui vous a délivré votre carte, concernant :

- les mouvements du compte (dépenses, crédits, soldes) ;
- les offres promotionnelles, par exemple.

III. RESERVES

En cas de perte, de vol ou d'usurpation de la carte, vous devez faire une déclaration dans le point de vente INTERMARCHÉ auquel vous êtes rattachés. Une nouvelle carte vous sera alors remise et les avantages déjà acquis à ce titre vous seront remboursés après acceptation par ITM Alimentaire Belgique.

Il est rappelé que la carte est personnelle et réservée aux particuliers dans des conditions normales d'utilisation. ITM Alimentaire Belgique décline toute responsabilité en cas d'utilisation frauduleuse ou abusive de la carte ou en violation des présentes conditions générales d'utilisation et se réserve le droit de désactiver une carte de fidélité et/ou d'engager toute action qu'elle jugera utile.

Il pourra à tout moment être décidé de modifier ou de compléter les présentes conditions générales. De même, le programme de fidélisation pourra être écourté, interrompu ou arrêté. Ces situations seront portées à votre connaissance par tout moyen approprié.

En cas de cessation du programme de fidélisation, les avantages acquis par les titulaires de la carte pourront être utilisés pendant le délai qui vous sera indiqué et à l'issue duquel ils seront définitivement perdus.

Le défaut d'utilisation de la carte pendant une durée de plus de douze (12) mois entraînera la perte de votre adhésion au programme de fidélisation et des avantages liés à celle-ci.

1.7. ANNEXE 7 : DELHAIZE RUE DE NIMY : RETRANSCRIPTION

29/12/2015

- **Bonjour, ce serait pour faire une carte de fidélité s'il vous plait**
- Oui, voici le formulaire
- **Donc, je dois remplir tout cela ?**
- Oui
- **Je dois tout remplir ?**
- Non pas tout, juste ceci (*montrant noms, adresses...*) mais pas ceci (*montrant les nombres de personnes dans les ménages*), signez et datez
- **Et si je ne veux pas recevoir d'emails ou de coups de téléphones ?**
- Vous ne remplissez pas les champs correspondants
- **Les données vous allez les gardez pour vous ?**
- C'est encodé dans l'ordinateur hein, voilà enfin vous recevrez vos chèques
- **Mais je veux dire, vous ne les donnez pas à d'autres entreprises ?**
- Non cela n'est que pour nous
- **À quoi vont-elles vous servir ? Qu'allez-vous en faire ?**
- Normalement comme cela vous recevrez des publicités par la poste mais heu avec des avantages (points heu...).
- **Centrés sur les achats que nous avons faits avant ou bien tous les clients reçoivent les mêmes ? Ce sont des produits sélectionnés pour nous ?**
- Non non non mais vous pouvez faire votre achat et par exemple à 50€ d'achats vous avez 200 points ou des trucs comme cela. Il y a des produits gratuits aussi
- **Que puis-je faire si je ne désire pas recevoir de coups de fil, de SMS ou d'e-mails de votre part ?**
- À ce moment-là, on demande que vous n'ayez plus les publicités ou vous venez avec votre carte et on la bloque
- **Et je n'aurais plus tous les avantages de la carte de fidélité alors ?**
- Non, nous avons besoin de vos données pour cela
- **Pourquoi ?**
- Pour pouvoir vous attribuer des points selon vos achats effectués
- **D'accord merci pour vos réponses, au revoir**
- Au revoir

1.8. ANNEXE 8 : COLRUYT CUESMES : RETRANSCRIPTION

29/12/2015

- **Excusez-moi, que devons-nous faire pour avoir une carte de fidélité ?**
- Attendez (*regarde sur sa caisse*), ah désolé je n'ai plus de formulaires de cartes de fidélité, il faut aller sur internet
- **Ah, et juste pour savoir avant de remplir le formulaire, je me demandais si les informations n'allaient être utilisées que par Colruyt ou bien seront-elles données à d'autres ?**
- Les informations ?
- **Toutes les données que nous remplissions dans le formulaire, les achats que nous faisons... ?**
- C'est pas une carte à points hein ce n'est qu'une carte de réduction pour bénéficier de prix avantageux. Dans les rayons sur les étiquettes de prix vous paierez le prix rouge avec la carte de fidélité.
- **Mais les données dans le formulaire elles ne sont destinées qu'à Colruyt ?**
- Oui oui nous les gardons pour nous
- **À quoi vont-elle servir ?**
- Vous recevrez les publicités Colruyt mais si vous voulez arrêter à tout moment les publicités vous pourrez le faire tout en gardant la carte Colruyt
- **Tout en gardant la carte donc j'aurais toujours les avantages ?**
- Vous aurez toujours les avantages mais il faut bien les réductions que vous avez à l'achat d'autant de pièces.
- **Vais-je recevoir des offres de produits qui me correspondent ?**
- **Les produits envoyés seront-ils sélectionnés selon mes achats précédents ? Pourquoi ?**
- Non l'enveloppe que vous allez recevoir est la même pour toutes les personnes, ce n'est pas selon ce que vous avez acheté avant
- **D'accord, au revoir et merci !**
- Au revoir je vous en prie

1.9. ANNEXE 9 : INTERMARCHÉ QUAREGNON : RETRANSCRIPTION

29/12/2015

- **Excusez-moi, pour les cartes de fidélité c'est ici qu'il faut demander ?**
- Oui, il vous en faut une ?
- **Oui, ce serait chouette**
- Je vais vous laisser remplir ça
- **Il faut la remplir ici ou je peux reprendre le formulaire chez moi et le rapporter ?**
- Non il faut le remplir ici
- **Pourquoi ?**
- Pour vérifier que vous avez tout rempli correctement
- **Et je dois mettre toutes les informations ?**
- Non hein, ici vous n'êtes pas obligé (montrant le nombre de personnes dans le ménage), c'est juste au-dessus là
- **Pourquoi n'est-il pas possible de l'obtenir en ligne ?**
- Heu c'est juste que ce n'est pas possible, se retourne vers sa collègue : pourquoi on ne peut pas la faire en ligne
- *Collègue : on ne sait pas la faire en ligne*
- **Pourquoi ?**
- *Collègue : ce n'est pas nous qui décidons m'dame (rire)*
- **Et tout ce que je note ici ce n'est que pour vous, ce n'est que pour Intermarché, pas pour d'autres entreprises ?**
- Oui oui ce n'est que pour nous
- **Ah d'accord tant mieux**
- **Et à quoi cela va-t-il vous servir ?**
- Je vais vous dire que cela va servir pour envoyer des publicités mais pour l'instant je n'ai pas encore eu de pubs
- **Non ?**
- Maintenant bien mettre votre adresse email parce que par exemple ici pour les fêtes ils ont heu, je sais pas pourquoi hein mais certains clients ont reçu heu, ils ont reçu un mail comme quoi si vous achetez pour 30€ de courses vous recevez 15€ sur votre carte de fidélité donc maintenant je dis à tout le monde de bien mettre son adresse email
- **Pour les avantages en plus donc**
- Oui parce que on ne dit pas non à 15€, enfin moi je n'ai pas eu le mail hein !

- **Que puis-je faire si je ne désire pas recevoir de coups de fil, de SMS ou d'e-mails de votre part ?**
- C'est très rare qu'on reçoive des mails mais si vous ne voulez plus vous devez passer au magasin et on annulera
- **Et je vais recevoir quand la carte ?**
- Je vais vous la faire tout de suite, je peux avoir le formulaire ?
- **Oui voici**
- D'accord merci (*revérifie que tout est rempli correctement*), voici la carte
- **Si je ne veux pas que votre entreprise garde mes données, puis-je tout de même bénéficier des avantages fournis par la carte de fidélité ?**
- Non nous avons besoin de vos données dans notre base pour relier les points
- **D'accord, merci beaucoup, au revoir**
- Au revoir !

1.10. ANNEXE 10 : CORA DE LA LOUVIÈRE : RETRANSCRIPTION

19/01/2016

- **Bonjour Madame, ce serait pour une carte de fidélité s'il vous plait**
- Bien sûr, hop voici le petit papier il suffit de répondre
- **Il faut répondre à tout Madame ?**
- Non, vous répondez le principal hein : nom, prénom, adresse maintenant la date de naissance, un numéro de téléphone parce que comme cela si vous la perdez on sait vous contacter pour dire qu'elle est chez nous
- **Et l'adresse email est obligatoire si je ne veux pas avoir de mail ?**
- Non vous n'êtes pas obligés
- **Non du tout ?**
- Non non
- **D'accord, et pourquoi on ne peut pas la faire en ligne ?**
- Ben parce qu'on doit vous la donner la carte
- **Ah oui d'accord, et à quoi vont vous servir les diverses informations ? Qu'allez-vous en faire ?**
- Vous avez des offres, donc dans le folder vous avez des petits bons, attendez je vais vous chercher une folder pour vous montrer. Par exemple, cette semaine, heu, sur les produits cora donc toute la marque cora c'est deux produits achetés et le troisième se met sur votre carte, alors vous avez des cachets cora comme ceci qui se mettent aussi sur votre carte, vous allez avoir de petits coupons style à ça qui sortent de l'imprimante chaque semaine mais faites attention il y a des dates, 10% sur le textile... ça dépend des achats du client. Ça ça se met sur votre carte aussi et une fois que ça atteint 5€, vous savez enlever de vos achats maintenant si vous ne voulez pas enlever à partir de 5€ vous pouvez cumuler jusqu'au montant que vous désirez du moment que vous passez la carte au moins une fois tous les six mois.
- **D'accord, et avez-vous une charte écrite concernant l'utilisation de mes données ? Où puis-je la trouver ?**
- Oh oui oui tout ça est confidentiel.
- **Vous savez où je peux trouver la charte ?**
- Attendez je vais demander à ma collègue. Avant on avait des papiers selon ma collègue mais apparemment on en a plus donc allez voir sur Internet

- **Que puis-je faire si je ne désire pas recevoir de coups de fil, de SMS ou d'e-mails de votre part ?**
- Les folders sont toutes boîtes donc si vous mettez un papier sur votre boîte aux lettres vous ne les recevrez plus. Par contre les offres personnalisées sont envoyées à votre adresse. Vous pouvez passer ici si vous ne désirez plus recevoir les coups de fils ou les emails.
- **Si je ne veux pas que votre entreprise garde mes données, puis-je tout de même bénéficier des avantages fournis par la carte de fidélité ?**
- Non, nous avons besoin de vos informations pour envoyer les offres qui vous correspondent.
- **D'accord merci, au revoir !**
- Au revoir.

1.11. ANNEXE 11 : CORA D'HORNU : RETRANSCRIPTION

19/01/2016

- **Excusez-moi, c'est bien ici pour faire une carte de fidélité ?**
- Oui, qui fait la carte de fidélité ?
- **Moi !**
- Vous avez votre carte d'identité ?
- **Oui attendez**
- Merci (la met dans un lecteur de carte). Rue Léon Save, 54 à Mons c'est bien ça ?
- **Oui c'est cela**
- Numéro de téléphone ?
- **Je suis obligée de le donner ?**
- Pas du tout, uniquement si vous perdez la carte, on vous téléphone
- **Non je ne préfère pas**
- L'adresse email non plus ?
- **Que vais-je recevoir si je la donne ?**
- C'est pour les offres par email. Alors à votre anniversaire on vous envoie un email comme quoi vous allez avoir deux pages galerie et une page cora.
- **Allez je la mets : charlinecoppieters@live.be**
- Il n'y a pas d'obligations non plus.
- **D'accord, et pourquoi on ne peut pas la faire en ligne ?**
- Il faut que nous vous donnions la carte en mains propres
- **Allez-vous garder mes données personnelles ou les donner à d'autres entreprises ?**
- Non non ce n'est que pour cora
- **Vous avez une charte sur comment vous utilisez les données ?**
- Ouais hein
- **À quoi vont-elles vous servir ? Qu'allez-vous en faire ?**
- Vous allez recevoir des petits bons personnalisés. Ici déjà 5€. Mais ce n'est pas moi qui l'ai dit hein c'est mon chef.
- **Qu'est-ce que cela veut dire personnalisé ?**
- Des bons personnalisés ? Un coupon par semaine à chaque passage en caisse par rapport à votre profil. Ils calculent par rapport à votre panier d'achat. Par exemple, si on voit que vous achetez plein de crèmeries vous allez recevoir des bons crèmeries. Au début ce sera des bons de 5€.

- **Que puis-je faire si je ne désire pas recevoir de coups de fil, de SMS ou d'e-mails de votre part ?**
- Vous venez ici et vous la rendez. Voici la carte.
- **Merci beaucoup, au revoir !**
- Au revoir

1.12. ANNEXE 12 : CARREFOUR DES GRANDS PRÉS : RETRANSCRIPTION

19/01/2016

- **Excusez-moi, c'est bien ici pour faire une carte de fidélité ?**
- Non, vous devez aller prendre la carte en bout de caisse et faire le formulaire en ligne
- **Ah d'accord mais avant j'aurais aimé savoir à quoi mes données vont servir ?**
- Tout est indiqué sur le papier que vous allez recevoir en même temps que la carte de fidélité
- **Vais-je recevoir des offres de produits qui me correspondent ?**
- Non, c'est la même chose pour chacun de nos clients
- **Allez-vous gardez mes données personnelles ou les donner à d'autres entreprises ?**
- Ah non non ce n'est que pour la société Carrefour
- **Si je ne veux pas que votre entreprise garde mes données, puis-je tout de même bénéficier des avantages fournis par la carte de fidélité ?**
- Non, nous avons besoin de vos informations pour vous permettre de bénéficier des avantages.
- **Que puis-je faire si je ne désire pas recevoir de coups de fil, de SMS ou d'e-mails de votre part ?**
- Ne pas remplir les cases correspondantes mais en ligne la case email est obligatoire donc vous devrez la remplir. Si vous ne voulez plus recevoir les avantages vous pourrez venir ici et on vous désactivera votre carte.
- **D'accord merci, au revoir**

1.13. ANNEXE 13 : CARREFOUR MARKET : FRAMERIES : RETRANSCRIPTION

19/01/2016

- Bonjour
- **Bonjour, ce serait pour une carte de fidélité**
- Une carte de fidélité oui, je vais vous donner un formulaire. Voilà s'il vous plaît, vous désirez le remplir aujourd'hui ?
- **Heu on peut le remplir en ligne ?**
- En ligne apparemment ça ne marcherait pas je ne sais pas je n'ai jamais essayé. Vous pouvez le remplir aujourd'hui ou le donner la prochaine fois que vous venez faire vos courses.
- **Je suis obligé de tout remplir ?**
- Oui, n'oubliez pas d'indiquer votre numéro de carte car certains ne le notent pas et bien retenir le code postal et le jour et le mois de naissance parce que sinon on ne sait pas donner les bons de 5€. Quand vous arrivez à 500points c'est un bon de 5€.
- **À quoi vont-elles vous servir ? Qu'allez-vous en faire ?**
- On reçoit des publicités avec la carte à la maison directement ou alors ils vous l'envoient sur votre adresse email
- **Et c'est personnalisé ou pas ?**
- Je ne sais pas vous dire madame
- **Et personne ici ne saurait ?**
- Non on ne sait pas ici.
- **Allez-vous gardez mes données personnelles ou les donner à d'autres entreprises ?**
- Pour tous les Carrefour et les informations ne restent que pour Carrefour hein ça il n'y a pas de soucis.
- **Si je ne veux pas que votre entreprise garde mes données, puis-je tout de même bénéficier des avantages fournis par la carte de fidélité ?**
- Non non on a besoin de vos informations pour vous donner les bons de 5€
- **Que puis-je faire si je ne désire pas recevoir de coups de fil, de SMS ou d'e-mails de votre part ?**
- Vous venez ici et on vous annule la carte de fidélité
- **D'accord merci, au revoir**

1.14. ANNEXE 14 : FORMULAIRE CARREFOUR DE FRAMERIES

Bulletin d'adhésion à Carrefour Bonus Card
 Merci d'écrire en lettres majuscules et d'utiliser un stylo à bille.

CHOISISSEZ

☐ Nouvelle carte 2 2 9

☐ Renouvellement
(ancienne carte perdue ou illisible)

N° du magasin _____

Collez ici le sticker de votre Carrefour Bonus Card ou indiquez le numéro présent au dos de votre Carrefour Bonus Card.

VOUS

☐ Monsieur ☐ Madame ☐ FR ☐ NL ☐ ALL

Nom* _____

Prénom* _____

Date de naissance* J J / M M / A A . A A A

Rue* _____

CP/Ville* _____

champs obligatoires

Recevez dans votre boîte aux lettres des offres exceptionnelles de Carrefour : nouveautés, offres Bonus Card...

☐ Je suis d'accord pour recevoir de la communication et des offres personnalisées de Carrefour Belgium et ses partenaires.

E-mail _____

@ _____

GSM _____ Téléphone _____

Tous les mois, recevez des courriers électroniques avec des recettes et des deals exclusifs en Points Bonus.

☐ Je suis d'accord pour recevoir les courriers électroniques de Carrefour Belgium et ses partenaires.

J'ai pris connaissance des conditions d'utilisation de la Carrefour Bonus Card et les accepte sans réserve. Une copie de ces conditions m'est remise sur simple demande et peut être librement imprimée sur le site www.carrefour.be

Date J J / M M / A A . A A A

Signature _____

Complétez le reste du formulaire. →

VOTRE FOYER

☐ Votre conjoint

☐ Monsieur

☐ Madame

Nom

Prénom

Date de naissance

J J / M M / A A A A A A

Combien de personnes compte votre foyer, vous compris ?

Nombre d'enfants dans le foyer

Date de naissance

Sexe

Date de naissance

Sexe

1 J J / M M / A A A A A A

M F

4

M F

2

M F

5

M F

3

M F

6

M F

CUMULEZ DES POINTS BONUS



2€** d'achat = 1 Point bonus

500 Points bonus
= 1 chèque Bonus de 5€

Avez-vous déjà une carte VISA de Carrefour ?

La carte VISA de Carrefour peut aussi vous servir de carte de fidélité !
Pour cela, mentionnez le numéro de code-barres qui se trouve au dos
de votre carte VISA de Carrefour.

Carte n° 2 2 9 9



* Les cartes VISA de Carrefour permettant d'obtenir des avantages et utilisables au comptant ou à crédit sont des ouvertures de crédit accordées sous réserve d'acceptation de votre carte de crédit par l'établissement bancaire. Carrefour Belgique S.A., intermédiaire de crédit agréé, av. des Olympiades 20, 1140 Bruxelles.

* Les données suivies d'un astérisque (*) sont nécessaires au traitement de votre demande.

** Hors vidanges, tabac, cigarettes, sacs-poubelles communaux, cartes de téléphone, chèques, cartes cadeaux et autres exceptions légales.

1.15. ANNEXE 15 : FORMULAIRE CARREFOUR DES GRANDS PRÉS

Inscrivez-vous sur

carrefour.eu Votre inscription est ainsi immédiate!

OU complétez ce formulaire
et déposez-le à l'accueil de votre magasin,
votre inscription sera effective après quelques semaines.

Votre inscription est indispensable pour pouvoir échanger vos Points Bonus mais aussi pour faire transférer vos points vers une nouvelle carte en cas de perte ou de remplacement de votre Carrefour Bonus Card.

Vous:

Nom

Prénom

Date de naissance / / 19

Sexe M ☐ F ☐

Langue FR ☐ NL ☐ ALL ☐

☐ Personne responsable des achats

Adresse

Numéro Boîte

Code postal

Localité

Pays B ☐ NL ☐ F ☐ L ☐ D ☐

AUTRE ☐

GSM 0 4 /

Téléphone 0

E-mail

@

☐ Oui, je souhaite recevoir mon solde de points par courrier électronique ainsi que les offres de Carrefour Belgium et de ses partenaires.

Le détenteur de la deuxième carte ou porte-clés:

Nom

Prénom

Date de naissance / / 19

Sexe M ☐ F ☐

Langue FR ☐ NL ☐ ALL ☐

☐ Personne responsable des achats

☐ Même adresse que vous

Adresse

Numéro Boîte

Code postal

Localité

Pays B ☐ NL ☐ F ☐ L ☐ D ☐

AUTRE ☐

GSM 0 4 /

Téléphone 0

E-mail

@

☐ Oui, je souhaite recevoir mon solde de points par courrier électronique ainsi que les offres de Carrefour Belgium et de ses partenaires.

CCKRF V.1.0

Mieux vous connaître pour pouvoir vous envoyer des offres personnalisées, proches de vos vrais besoins, nous vous demandons de nous donner quelques renseignements complémentaires.

Votre famille

Quel nombre de personnes compte votre foyer, vous compris?

Prénom enfant 1

Date de naissance

Sexe

M

F

Prénom enfant 2

Date de naissance

Sexe

M

F

Prénom enfant 3

Date de naissance

Sexe

M

F

Prénom enfant 4

Date de naissance

Sexe

M

F

Vos centres d'intérêts

Etes-vous intéressé par les sujets suivants? (Plusieurs réponses possibles):

☐

Cuisine

☐

Santé

☐

Famille, éducation des enfants

☐

Vin

☐

Technologie, multimédia

☐

Jardinage, décoration de la maison

☐

Voyage

☐

Culture (livres, musique, films)

☐

Produits bio, écologie, environnement

Avez-vous déjà une carte VISA de CARREFOUR* ?

La carte VISA de Carrefour peut aussi vous servir de carte de fidélité! Pour cela, mentionnez le numéro de code-barres qui se trouve au dos de votre carte VISA de Carrefour

Carte n°

2 2 9 9



* Les cartes VISA de Carrefour permettent d'obtenir des avantages et réductions supplémentaires si vous êtes titulaire d'une carte VISA de Carrefour. Pour plus d'informations, consultez le site internet de Carrefour Belgique ou contactez votre conseiller Carrefour.

N'oubliez pas de signer votre document ci-dessous

Date

J J

/

M M

/20

A A

Votre signature:

Merci d'avoir pris le temps de remplir ce questionnaire. N'oubliez pas de le déposer à l'accueil de votre magasin.

La responsabilité de l'entretien de cette information appartient à Carrefour Belgique. Vous garantissez que les informations fournies sont exactes et complètes. Carrefour Belgique ne pourra pas être tenue responsable de l'utilisation que vous ferez de ces informations. Carrefour Belgique ne pourra pas être tenue responsable de l'utilisation que vous ferez de ces informations. Carrefour Belgique ne pourra pas être tenue responsable de l'utilisation que vous ferez de ces informations.

Si vous ne souhaitez pas recevoir de communication ou d'offres personnalisées de Carrefour Belgique et de sociétés tierces, cochez cette case.

N° d'activation: A3217



Carrefour Belgique, Avenue des Olympiades 20, 1140 Bruxelles, Belgique. Tél: 02 44 44 44 44. Fax: 02 44 44 44 44.



1.16. ANNEXE 16 : SERVICE CLIENTS COLRUYT : RETRANSCRIPTION

- **Bonjour, j'aurais aimé avoir une carte Extra mais avant je me posais quelques questions...**
- Attendez, je vous passe le service des cartes Extra
- **Ah merci beaucoup**
- Je vous en prie Madame
Oui allô bonjour
- **Bonjour Madame, excusez-moi de vous déranger**
- Oui
- **En fait, je voudrais avoir une carte extra mais avant cela je me posais quelques questions**
- Oui
- **D'abord je me demandais, dans le formulaire qu'il faut transmettre, toutes les informations qu'on donne, ça va vous servir à quoi ?**
- Heu... c'est juste pour notre bande données donc heu... si vous changez d'adresse et vous ne la communiquez pas on sait vous retrouver via votre date de naissance ou votre téléphone. C'est pour facilement vous retrouver dans l'ordinateur aussi. Mais tout reste ici dans la firme hein ce n'est pas qu'on donne vos coordonnées à d'autres firmes ou à d'autres personnes par ici hein
- **Ah ça ne reste que pour Colruyt ?**
- Oui c'est confidentiel hein madame
- **Et je me demandais, avec tout ça je vais recevoir des offres qui sont sélectionnées pour moi ou est-ce que tout le monde reçoit la même chose ?**
- Heu si vous utilisez votre carte, après un certain temps, l'ordinateur va voir que vous achetez et va vous envoyer des réductions qui sont plus avantageuses pour vous parce que vous achetez certains produits, donc c'est pratique
- **Si je ne veux pas que votre entreprise garde mes données, puis-je tout de même bénéficier des avantages fournis par la carte de fidélité ?**
- Non, on en a besoin pour pouvoir vous retrouver et vous donner les avantages
- **D'accord merci beaucoup, au revoir !**
- Au revoir

1.17. ANNEXE 17 : SERVICE CLIENTS CARREFOUR : RETRANSCRIPTION

- **Bonjour excusez-moi de vous déranger, en fait je voulais faire une carte de fidélité Carrefour mais avant je me posais quelques questions**
- Je vous écoute
- **D'abord je me demandais, dans le formulaire qu'il faut transmettre, toutes les informations qu'on donne, ça va vous servir à quoi ?**
- C'est juste pour l'activation de votre carte bonus parce qu'en fait si vous avez 500 points et que votre carte n'est pas enregistrée vous n'allez pas pouvoir reprendre votre bon de 5€. Maintenant ces coordonnées là on ne les communique pas à tous nos partenaires à moins que vous donniez la permission vous-même
- **Et ça c'est une case à cocher pour ne pas les donner alors ?**
- Oui c'est à cocher maintenant comme vous remplissez le formulaire il y a juste vos coordonnées qui sont enregistrées et par contre ça ne veut pas dire que vous allez recevoir tout ce qui est promotions ou offres donc ça c'est quelque chose que vous-même vous devez nous communiquer par écrit et nous le faire savoir si vous souhaitez recevoir tout ce qui est folder ou promotions via votre carte bonus
- **Et justement les folders qu'on reçoit, ils sont sélectionnés pour moi ou tout le monde reçoit la même chose ?**
- Les folders ce sont les mêmes folders pour tout le monde maintenant si vous vous inscrivez pour tout ce qui est newsletter par mail là vous allez recevoir des promotions et des offres liées uniquement à votre carte bonus ce qui peut être différent de vos voisins ou des autres membres de votre famille par exemple
- **Ah donc selon mes achats je vais recevoir des promotions différentes ?**
- Oui
- **Si je ne veux pas que votre entreprise garde mes données, puis-je tout de même bénéficier des avantages fournis par la carte de fidélité ?**
- Non, nous devons absolument avoir vos coordonnées en cas de perte ou en cas d'oubli pour pouvoir vous donner les avantages
- **D'accord c'est bien gentil**
- Au revoir madame bonne journée

1.18. ANNEXE 18 : CENTRALE TÉLÉPHONIQUE DELHAIZE : RETRANSCRIPTION

- Delhaize, Marie à votre service
- **Bonjour madame, excusez-moi de vous déranger, j'ai quelques questions au sujet de la carte-plus, pouvez-vous m'aider ?**
- Oui je vous passe ma collègue de la carte-plus
Delhaize, Valérie, bonjour
- **Bonjour, excusez-moi de vous déranger, j'aimerais faire une carte plus mais avant je me posais quelques questions**
- Dites-moi
- **Quand on doit remplir le formulaire Delhaize, on met toute une série d'informations sur nous, à quoi ça va vous servir ?**
- Alors elles nous servent déjà à vous identifier en tant que porteuse de carte si vous devriez la perdre et que par exemple vous avez un petit porte-clés avec la carte qu'on puisse vous contacter personnellement et vous communiquer vos données. Et alors si vous sur le petit formulaire vous cochez que vous souhaitez recevoir nos offres d'envoi publicitaire ou promotions, on utilise effectivement votre nom et votre adresse à cette fin-là. Si vous autorisez à ce qu'on la communique uniquement à nos partenaires sur notre site vous avez la liste des partenaires et à leur demande on pourrait communiquer uniquement votre adresse et votre nom. Si vous complétez votre numéro de téléphone c'est uniquement à des fins internes pour vous contacter si jamais vous nous envoyez un mail et qu'on a besoin de plus d'informations c'est plus facile par téléphone. Si vous créez un compte online là c'est différent là vous complétez votre numéro de téléphone ou de GSM et c'est dans le cas où vous faites une commande online et qu'il y a un problème avec la préparation et qu'on vous demande si vous voulez une alternative ou qu'on l'annule. Et au niveau du formulaire, la carte est gratuite et comme je vous le disais si vous ne souhaitez pas communiquer l'adresse mais ce qu'on demande c'est de quand même vous identifier avec votre nom et prénom, c'est un champ obligatoire pour recevoir la carte.
- **D'accord, et donc si je l'accepte, mes données vont aller jusqu'à vos partenaires ?**
- Si vous cochez que vous voulez recevoir nos publicités et autres et que vous mettez votre accord aussi pour que vous communiquiez à nos partenaires aussi. La liste des partenaires est sur le site. C'est simplement les partenaires qui donnent des points

comme Q8 ou Di. Pour que eux puissent vous envoyer des promotions ou des offres par courrier alors.

- **Les offres envoyées seront-elles sélectionnées selon mes achats précédents?**

Pourquoi ?

- Il y a une partie des offres qui sont personnalisées c'est-à-dire qu'on va se fier à l'utilisation de votre carte-plus dans notre magasin et de vos achats et en fonction des offres des fournisseurs on va essayer de se rapprocher et de faire des offres personnalisées par rapport à ça. Aussi par rapport à votre moyenne d'achat pour ne pas vous envoyer un bon de, je prends un exemple, de 150€ alors que votre moyenne d'achat est de 70€. Il y a donc une partie personnalisée et une autre qui, si elle vient par exemple des partenaires, qui ne savent pas si vous avez un véhicule ou autre, qui vous enverront une publicité pour Q8. Et alors vous pouvez toujours changer d'avis en cours de route. Si vous ne souhaitez pas communiquer vos données ou recevoir des publicités, vous pouvez changer. On peut revenir en arrière
- **C'est bien gentil merci beaucoup pour vos réponses**
- De rien, au revoir

1.19. ANNEXE 19 : ECHANGE DE MAILS AVEC CORA

Bonjour,

Charline Coppieters a envoyé la question suivante via le formulaire de contact de cora.

Type de question : card
Message : Bonjour, Bonjour, J'aimerais souscrire une carte de fidélité mais j'ai quelques questions avant de le faire, pouvez-vous m'aider? - Pourquoi n'est-il pas possible de l'obtenir en ligne? - Avez-vous une charte écrite concernant l'utilisation de mes données? Où puis-je la trouver? - Allez-vous garder mes données personnelles ou les donner à d'autres entreprises? - À quoi vont-elles vous servir? Qu'allez-vous en faire? D'avance merci, Cordialement,
Adresse :
Zip:
Hypermarché : cora La Louvière

Données de contact

Prénom : Charline
Nom : Coppieters
Email : charline.coppieters@student.uclouvain.be
Genre : Mlle
Language : FR
Identifiant Utilisateur :

RE: Tr : [contact@card.cora.be] Questions - carte

MKT-RO (MKT-RO@cora.be)

À : charline.coppieters@student.uclouvain.be Cc : cartecora rocourt

Bonjour,

Nous avons bien reçu votre message et nous vous en remercions.

Vous êtes étudiante à Louvain? Résidez-vous à Louvain?

Vos questions sont-elles destinées à un travail d'études ou simplement à titre personnel?

Néanmoins, vous trouverez la majorité des réponses à vos questions sur notre site internet www.cora.be que je vous invite à consulter.

Et si vous souhaitez obtenir une carte cora, nos hôtesse à l'espace carte cora vous recevront et répondront à toutes vos questions.

Charline Coppieters

À : MKT-RO

Bonjour,

Je suis étudiante mais pose ces questions à titre totalement personnel car j'aurais aimé avoir réponse à ses questions avant de me déplacer pour faire ma carte de fidélité.

Cependant, si vous ne pouvez pas y répondre, je me renseignerai ailleurs.

Cordialement,

Coppieters Charline
UCL-Mons, Master 2
Ingéniorat de gestion

MKT-RO (MKT-RO@cora.be)

À : Charline Coppieters

Comme je vous l'ai déjà expliqué toutes les infos liées à la carte cora sont sur notre site www.cora.be.

Nous délivrons la carte cora de fidélité en magasin car nous n'avons pas encore développé l'outil en ligne.

Par ailleurs pour la carte de paiement il est obligatoire de venir en magasin muni de sa carte d'identité et d'une fiche de paie pour signer un contrat.

Vos données personnelles sont utilisées sous la législation du respect de la vie privée, ne sont pas remises à des tiers et peuvent être utilisées par cora à des fins de marketing.

Bien à vous

Dominique Van de Walle

MD Communication & Relation client

1.20. ANNEXE 20 : GUIDE D'ENTRETIEN DES CONSOMMATEURS

Bonjour, je m'appelle Charline Coppieters et je suis actuellement en 2^e master en ingéniorat de gestion à l'UCL Mons. Je réalise mon mémoire au sujet des cartes de fidélité dans les supermarchés. D'avance merci de répondre à mes questions. Vos réponses seront anonymes. Il n'y a ni bonne ni mauvaise réponse. Puis-je vous enregistrer (pour me permettre d'analyser vos réponses plus en détails) ?

Thème 1 : Achats dans les supermarchés

- Dans quels supermarchés faites-vous vos courses de consommation courante (c'est-à-dire, par exemple, l'eau, le pain,...) ? (*Expliquer surtout si la personne ne comprends pas bien la question – au pire, citez une enseigne. « des biens tels que chez Colruyt »...*)
- A quelle fréquence faites-vous vos courses ? (*Demander seulement si la personne n'en parle pas*)
- Faites-vous parfois des « grosses courses » (courses réalisées une fois par mois où vous achetez, par exemple, des essuie-tout, des produits de lessives),
- Allez-vous dans les supermarchés quand vous avez oublié un produit particulier ?

Thème 2 : fidélité

- Avez-vous des cartes de fidélité dans les supermarchés ? Lesquels ?
- Les avez-vous depuis longtemps ? Vous rappelez-vous comment vous avez pu les obtenir ?
- Qu'avez-vous dû faire pour obtenir ces cartes de fidélité?
 - Quelles informations avez-vous dû donner pour l'avoir ?
 - Nom, adresse, adresse email, numéro de téléphone
 - Nombre de personnes dans le ménage, préférences dans certains domaines (vin...)
 - Avez-vous fait attention aux informations que vous avez fournies ? Avez-vous délibérément omis de donner certaines informations ?
 - Lesquelles ?
 - Pourquoi ?
- Quels avantages tirez-vous de vos cartes de fidélité dans les supermarchés ? Pourquoi avez-vous désiré ces cartes ? (*Demander seulement si la personne n'en parle pas*)
 - Récolte de points
 - Cadeaux reçus
 - Réductions
 - Recevoir les publicités et les promotions
 - Recevoir des folders
 - Réductions en euros/en points

- Cadeaux
- Autres avantages
- Pour quelle(s) raison(s) pensez-vous que les supermarchés offrent ces cartes de fidélité aux consommateurs ? (cfr. Graeff, Timothy R; Harmon, Susan. *The Journal of Consumer Marketing* 19.4/5 (2002): 302-318.)
 - Pour récolter des informations sur mes habitudes d'achat, donc sur ce que j'ai l'habitude d'acheter
 - Pour récolter des informations afin de les transmettre aux différents producteurs (Ex : Coca-Cola, Milka...)
 - Pour me donner des promotions qui seront sélectionnées spécialement pour moi, selon mes goûts et mes préférences
 - Pour m'offrir des réductions de prix spéciales
 - Pour faire payer plus cher aux personnes n'ayant pas de carte
 - Pour augmenter la fidélité et me faire aller plus souvent faire du shopping
 - Pour attirer plus de consommateurs
 - Parce que les concurrents en font donc elles doivent rester compétitives et en faire aussi
 - Pour me surveiller
 - Parce que je suis un client particulier/régulier
- Que font, selon vous, ces supermarchés des informations que vous leur avez données ?
 - Les donner à d'autres entreprises
 - Les utiliser pour envoyer des offres personnalisées
 - Les vendre à d'autres entreprises
 - Rien en faire
 - Envoyer des publicités
- Lorsque vous avez souscrit la carte de fidélité, avez-vous lu les conditions générales et la charte la concernant ?
 - Pourquoi ?
 - Que contenait-elle ?

- Veuillez lire cet extrait de la charte concernant la vie privée d'une enseigne belge de la grande distribution (donc un supermarché):

X collecte des données vous concernant lorsque vous vous inscrivez chez nous ou lorsque vous demandez la prestation d'un service. Il s'agit de données que vous partagez avec nous via un formulaire d'inscription (nom, numéro de téléphone, adresse email,...) ou de données concernant vos réservations ou vos achats. Nous collectons aussi des données que vous nous transmettez volontairement lorsque vous nous envoyez votre CV, que vous remplissez des enquêtes, des tests d'évaluation, que vous nous donnez votre opinion ou que vous participez à un concours.

X vous demandera dans la plupart des cas votre autorisation expresse, mais il se peut que votre autorisation se déduise de certains de vos comportements ou de vos actions (par exemple, lorsque vous remplissez un formulaire ou que vous utilisez un de nos services). Lorsque vous naviguez sur un site de X, vous acceptez que X collecte, utilise ou transmette vos données conformément à cette Déclaration vie privée.

Vos données personnelles sont aussi enregistrées et traitées pour vous tenir au courant de nos activités et de celles des partenaires commerciaux de la carte de fidélité, et pour vous envoyer des offres intéressantes sélectionnées ou non sur la base de votre profil individuel et de votre historique d'achat chez les partenaires de la carte de fidélité

En règle générale, Nous ne partageons vos données avec personne en dehors des partenaires commerciaux de la carte de fidélité dont vous trouverez la liste sur ce site.

- Selon cet extrait :
 - Quelles informations sont-elles recueillies par cette enseigne ?
 - *Nom, numéro de téléphone, adresse mail, achats, données présentes sur les CV envoyés, sur les enquêtes remplies, opinions...*
 - Votre autorisation est-elle nécessaire dans leur traitement ?
 - Que font les entreprises des données qui sont récoltées ?
 - *Nous tenir au courant des activités de X et de ses partenaires*
 - *Envoyer des offres sélectionnées ou non sur base de mon profil ou de mon historique d'achat chez X ou chez ses partenaires*
- Que pensez-vous de la récolte de ces données ?
 - *Trouvez-vous cela intéressant ? déranger ? pratique ?*
 - *Etiez-vous au courant de ces pratiques ?*
- Imaginons maintenant cette situation : vous vous rendez dans votre supermarché habituel, décidez d'acheter une nouvelle marque de céréales et présentez votre carte de fidélité afin de pouvoir bénéficier de réductions. Quelques jours plus tard, vous recevez, à votre domicile, une

publicité de son supermarché où il vous est proposé la marque de céréales que vous aviez achetée auparavant.

- Cela signifie que ce supermarché garde vos informations personnelles (ici, votre adresse) et la liste de vos achats effectués (la marque de céréales). Quel est votre ressenti par rapport à cela ? Pourquoi ?
- Cela signifie également que votre supermarché habituel garde une liste de vos achats afin de vous envoyer des offres qui pourront vous correspondre, selon vos habitudes et vos préférences. Quel est votre ressenti par rapport à cela ? Pourquoi ?
 - *Pas d'accord car pas donné la permission*
 - *Pas d'accord car impression d'être surveillée*
 - *D'accord car c'est pratique de recevoir des offres qu'elle aime*
 - *D'accord car impression que le supermarché s'occupe bien d'elle*
- Pensez-vous être client privilégié étant donné que vous recevez des offres spécialement choisies pour vous ? Pourquoi ?
 - *Oui car le supermarché a passé du temps pour lui envoyer ce qu'elle aime*
 - *Oui car le supermarché a pris la peine de s'intéresser à elle ?*
 - *Non car le supermarché le fait pour tous ses clients*
 - *Non car le supermarché ne fait cela que dans un but d'augmentation des ventes*
- Imaginons à présent que vous ayez reçu à votre domicile des offres d'un autre magasin, pour lequel vous n'avez pourtant jamais demandé de recevoir les offres.
 - Cela signifie que votre supermarché habituel a transmis vos données à ses partenaires, ainsi que la liste des achats que vous avez effectués dans ce supermarché. Quel en est votre ressenti ? Pourquoi ?
 - Cela signifie également que votre supermarché ne vous a pas prévenu qu'il allait recueillir vos données et qu'il allait les utiliser (donner aux partenaires, envoyer des publicités spécialement pour vous...). Quel en est votre ressenti ? Pourquoi ?
 - *Comment aurait dû vous prévenir votre supermarché ?*

Thème 3 : Achats sur internet

- Depuis combien de temps utilisez-vous Internet ?
- Utilisez-vous internet de chez vous ? à votre travail ? sur votre gsm ? ailleurs ?
- Faites-vous des achats sur Internet ? Lesquels ? Avec quel moyen de paiement ? Est-ce régulier ? Pourquoi ces achats-là sont-ils faits sur internet ?

Thème 4 : Sécurité des données

- Connaissez-vous les lois en vigueur en Belgique concernant la protection des données sur Internet ? Qu'en savez-vous ?
 - *Saviez-vous, par exemple, que l'entreprise qui utilise vos données doit fournir le but de leur utilisation ainsi qu'un droit de s'y opposer ? Qu'en pensez-vous ?*
 - *Saviez-vous, par exemple, que l'entreprise qui utilise vos données doit vous fournir les destinataires, donc les personnes ou entreprises qui y auront accès ? Qu'en pensez-vous ?*
- Quel est votre âge ? Votre budget hebdomadaire pour vos courses ? Votre région ? Etes-vous l'acheteur principal ? Etes-vous en couple ? Avez-vous des enfants ?

1.21. ANNEXE 21 : RETRANSCRIPTION FREDDY, 65 ANS

- Bonjour, je m'appelle Charline Coppieters et je suis actuellement en 2^e master en ingéniorat de gestion à l'UCL Mons. Je réalise mon mémoire au sujet des cartes de fidélité dans les supermarchés. D'avance merci de répondre à mes questions. Vos réponses seront anonymes. Il n'y a ni bonne ni mauvaise réponse. Puis-je vous enregistrer (pour me permettre d'analyser vos réponses plus en détails) ?
- Oui bien sur
- Dans quels supermarchés faites-vous vos courses de consommation courante (c'est-à-dire, par exemple, l'eau, le pain,...) ?
- Delhaize, il y a Intermarché, il y aussi le Carrefour en France. Bioplanet aussi mais ce sont pour des achats plus spécifiques, pour cibler des produits qui ont été cultivés différemment
- D'accord. A quelle fréquence faites-vous vos courses ?
- Disons que comme on a le magasin juste en face de chez nous, on a pas beaucoup de problèmes de ce côté-là,, nous n'avons qu'à traverser la route, donc tous les jours
- Faites-vous parfois des « grosses courses » (courses réalisées une fois par mois où vous achetez, par exemple, des essuie-tout, des produits de lessives),
- Non non on les fait toujours tout en allant mais nous ne sommes pas un exemple normal. En général, je vais chez Aldi, hé bien il y en avait une devant moi qui avait un de ces chargements, c'est peut-être une qui avait 5enfants je ne sais pas mais
- Allez-vous dans les supermarchés quand vous avez oublié un produit particulier ?
- Oui
- Avez-vous des cartes de fidélité dans les supermarchés ? Lesquelles ?
- Oui donc chez Delhaize, chez Colruyt, chez Intermarché, on a une carte de Carrefour aussi
- Les avez-vous depuis longtemps ?
- Certaines cartes comme la Carte Plus, cela fait bien vingt ans ou alors les cartes d'Intermarché ça fait peut être 4ans
- Vous rappelez-vous comment vous avez pu les obtenir ?
- Pour les obtenir il a suffi de remplir un questionnaire et on l'a eu directement
- Toutes ?
- Oui
- Quelles informations avez-vous dû donner pour l'avoir ?

- Son nom, son adresse, son numéro de téléphone et maintenant ils demandent aussi ton adresse mail si tu en as une
- Il ne vous a pas demandé le nombre de personnes dans votre ménage ou vos préférences dans certains domaines ?
- Non non non
- Avez-vous fait attention aux informations que vous avez fournies ?
- Ben non parce que c'était des informations basiques car tu donnes ton nom, ton téléphone... mais ça tu n'es pas non plus obligé de le donner, si tu ne le donnes pas ils n'exigent pas. On demande l'adresse mail c'est la même chose, ils demandent pour envoyer des publicités ça leur simplifie un peu la vie car ça coûte moins cher
- Avez-vous délibérément omis de donner certaines informations ?
- Certaines oui
- Lesquelles ?
- Ben le téléphone qu'on essaie de laisser privé
- D'accord.
- Quels avantages tirez-vous de vos cartes de fidélité dans les supermarchés ? Pourquoi avez-vous désiré ces cartes ?
- Ben disons qu'en général c'est pour retrouver des points qui accumulés donnent de l'argent
- Ok, pour avoir des réductions ?
- Aussi
- Des cadeaux ?
- Non on a pas de cadeaux non
- Pour recevoir des publicités ?
- Non car tout le monde les reçoit sans cartes
- Autre chose ?
- Non pas vraiment car c'est ciblé sur les promotions reprises sur la carte ou le plus souvent ce sont des points qui s'additionnent et qui s'accumulent pour donner de l'argent
- Pour quelle(s) raison(s) pensez-vous que les supermarchés offrent ces cartes de fidélité aux consommateurs ?
- Fidélité ça veut dire fidéliser le client car ils se doutent bien que plus tu fidélises, plus le client a tendance à revenir et si il a la carte d'Intermarché et que c'est le même produit

il aura tendance à aller à Intermarché car les points s'accumulent plutôt que d'aller à Lidl où il n'y a pas de carte. Bon quelque fois on a peut-être intérêt à aller voir les prix mais on ne peut quand même pas faire 10 magasins pour comparer les prix dans ces magasins, une fois ça peut aller mais on ne peut pas toujours le faire

- Et vous n'avez pas d'autres idées de pourquoi ils offrent des CF aux consommateurs ?
- En dehors de fidéliser les gens et en dehors de distribuer et de cibler avec certaines publicités peut être
- Et pour récolter des informations sur mes habitudes d'achat, donc sur ce que j'ai l'habitude d'acheter ?
- Oui ça peut être que ça se fait à travers la carte qui voit ce que tu achètes, ça c'est possible
- Pour récolter des informations afin de les transmettre aux différents producteurs (Ex : Coca-Cola, Milka...) ?
- Je ne pense pas non
- Pour me donner des promotions qui seront sélectionnées spécialement pour moi, selon mes goûts et mes préférences
- Non ça je ne pense pas
- Pour m'offrir des réductions de prix spéciales ?
- Pas spécialement pour le client, la promotion elle est faite pour toute la clientèle
- Pour attirer plus de consommateurs ?
- Oui quelque fois ça peut attirer des consommateurs mais je pense que le but premier c'est de fidéliser le consommateur
- Parce que les concurrents en font donc elles doivent rester compétitives et en faire aussi ?
- Oui c'est vrai qu'il y a de ça mais par contre tu vois des magasins comme Lidl et Aldi qui ne donnent pas de cartes de fidélité et qui ont des clients quand même car ils font des prix plus bas. C'est selon le pouvoir d'achat du consommateur
- Pour me surveiller ?

- Non je ne pense pas
- Parce que je suis un client particulier/régulier ?
- Non car les promotions sont les mêmes pour tous
- Alors, que font, selon vous, ces supermarchés des informations que vous leur avez données ?
- On apprend maintenant qu'ils les vendent. Il n'y a pas longtemps on a acheté un salon et ils demandaient les informations et il paraît qu'un lot d'adresses mail revendu à un certain prix qui leur amène du bénéfice et qui leur permet de faire une remise sur le canapé par exemple
- Vous pensez donc que c'est la même chose pour les supermarchés alors ?
- Oui certainement
- Les utiliser pour envoyer des offres personnalisées
- Oui car très souvent quand on voit des offres qui arrivent sur l'internet de gens qu'on ne connaît pas c'est parce qu'ils ont reçu l'adresse de quelque part et c'est sûrement par ce créneau là
- Lorsque vous avez souscrit la carte de fidélité, avez-vous lu les conditions générales et la charte la concernant ?
- Non
- Pourquoi ?
- Car on part du principe que c'est pour avoir les points fidélité et les réductions qui correspondent ou dans certains magasins pour profiter des publicités donc on se dit qu'il ne saurait pas y avoir de petits caractères qui vont nous compliquer quoi
- Veuillez lire cet extrait de la charte concernant la vie privée d'une enseigne belge de la grande distribution (donc un supermarché).
- X collecte des données vous concernant lorsque vous vous inscrivez chez nous ou lorsque vous demandez la prestation d'un service. Il s'agit de données que vous partagez avec nous via un formulaire d'inscription (nom, numéro de téléphone, adresse email,...) ou de données concernant vos réservations ou vos achats. Nous collectons aussi des données que vous nous transmettez volontairement lorsque vous nous envoyez votre CV,
 - Oui bien sûr mais nous pour le CV c'est pas le cas

- que vous remplissez des enquêtes, des tests d'évaluation, que vous nous donnez votre opinion ou que vous participez à un concours.
 - Oui ça aussi ils te font des concours pour lesquels il y a une chance sur 100000 de gagner et t'es toujours dans le vide le plus complet
 - X vous demandera dans la plupart des cas votre autorisation expresse, mais il se peut que votre autorisation se déduise de certains de vos comportements ou de vos actions (par exemple, lorsque vous remplissez un formulaire ou que vous utilisez un de nos services). Lorsque vous naviguez sur un site de X, vous acceptez que X collecte, utilise ou transmette vos données conformément à cette Déclaration vie privée.
 - Ça aussi c'est les fameux pop-up et cookies. On l'a aussi sans arrêt, la fois passée on a regardé deux hôtels et après dès qu'on joue aux mots croisés ça s'affiche sans arrêt
 - Vos données personnelles sont aussi enregistrées et traitées pour vous tenir au courant de nos activités et de celles des partenaires commerciaux de la carte de fidélité, et pour vous envoyer des offres intéressantes sélectionnées ou non sur la base de votre profil individuel et de votre historique d'achat chez les partenaires de la carte de fidélité. En règle générale, Nous ne partageons vos données avec personne en dehors des partenaires commerciaux de la carte de fidélité dont vous trouverez la liste sur ce site.
- Selon cet extrait, quelles informations sont-elles recueillies par cette enseigne ?
 - Tout ce qu'on vient de dire maintenant : téléphone, adresse mail, nom adresse et éventuellement le CV, le cadastre de tes achats et un bilan de ce que tu as acheté pour pouvoir cibler ta personnalité dans les achats, ça c'est peut être bien vrai
 - Votre autorisation est-elle nécessaire dans leur traitement ?
 - A mon avis elle ne l'est plus, une fois que tu as donné ton autorisation tu es sensé donner tout le temps ton accord vu que c'est écrit dans les petites lignes
 - Et dans le texte ?
 - Ils ne le demandent jamais car ils disent dans la plupart des cas mais on les connaît
 - Que font les entreprises des données qui sont récoltées ?
 - Elle les communique à soi-disant uniquement les partenaires qui sont de toute façon tous des gens qui sont des usines et envoyer des offres selon les profils. Ça veut dire que selon un certain âge on envoi des offres ciblées pour cet âge-là ou si on voit que tu achètes du whisky toutes les semaines ils pourraient t'envoyer une publicité de whisky

à acheter. L'Intermarché ne nous a jamais rien envoyé, quelque fois le Colruyt ou le Delhaize le font mais je ne sais pas si c'est vraiment ciblé sur notre personne uniquement mais je pense que c'est ciblé sur un groupe de personnes. Mais il y a bien entendu des cas où ça se fait c'est bien possible

- Que pensez-vous de la récolte de ces données ?
- On pourrait dire que c'est quand même anormal en ce sens que quelque part qu'ils profitent de ta vie privée pour faire des affaires en plus de ce que tu achètes déjà chez eux. Ils ont déjà ton argent pour ce que tu achètes et ils essaient de profiter de ta vie privée pour s'enrichir sur ton compte sans que toi tu profites de rien du tout
- Etiez-vous au courant de ces pratiques ?
- Des suspicions mais je ne suis pas au courant de savoir que ça se fait dans de telles proportions
- Imaginons maintenant cette situation : vous vous rendez dans votre supermarché habituel, décidez d'acheter une nouvelle marque de céréales et présentez votre carte de fidélité afin de pouvoir bénéficier de réductions. Quelques jours plus tard, vous recevez, à votre domicile, une publicité de son supermarché où il vous est proposé la marque de céréales que vous aviez acheté auparavant. Cela signifie que ce supermarché garde vos informations personnelles (ici, votre adresse) et la liste de vos achats effectués (la marque de céréales). Quel est votre ressenti par rapport à cela ? Pourquoi ?
- Quelque part on ressent naturellement une sorte d'intrusion dans la vie privée mais à mon avis on y est tellement habitué que je ne sais pas si on en fait du cas. Mais bon peut être que ça marche sur certaines personnes. Nous ici c'est vrai que quelques fois on est tentés quand on voit les publicités. Par exemple on va voir des glaces moins chères on va les prendre. Mais de là à dire qu'on attend après ça, non quand même pas
- Cela signifie également que votre supermarché habituel garde une liste de vos achats afin de vous envoyer des offres qui pourront vous correspondre, selon vos habitudes et vos préférences. Quel est votre ressenti par rapport à cela ? Pourquoi ?
- On pourrait dire que c'est quand même impressionnant voire anormal de savoir ça car ça veut dire que ta vie privée ne tient qu'à un fil et est surveillée. Quelque part je n'ai pas donné ma permission mais si jamais on doit commencer à tout le monde son autorisation, ils attendent peut être une réaction négative du consommateur, qu'il vienne râler mais on doit certainement être fichés dans tous les domaines. Pour finir je pense qu'on est fichés et qu'on en est blasé tellement ça devient naturel. C'est pareil avec

Proximus, Electrabel... C'est d'ailleurs pour ça que parfois le téléphone est dérangent et une partie de ces gens ont eu le numéro par certaines autres entreprises.

- Trouvez-vous pratique de recevoir des offres selon ce que vous aimez ?
- Oui car je pense que ce n'est pas quand même si dérangent que ça car tu reçois la publicité, tu la mets à la poubelle et c'est tout
- Et vous avez l'impression d'être un client privilégié si le supermarché vous fait ça ?
- Non car c'est fait sur une grande échelle et en plus vu que tout est automatisé donc je ne sais même pas si on apparaît dans le magasin dans son fichier
- Imaginons à présent que vous ayez reçu à votre domicile des offres d'un autre magasin, pour lequel vous n'avez pourtant jamais demandé de recevoir les offres. Cela signifie que votre supermarché habituel a transmis vos données à ses partenaires, ainsi que la liste des achats que vous avez effectués dans ce supermarché. Quel en est votre ressenti ? Pourquoi ?
- Disons que si on y pense vraiment on pourrait trouver ça intrusif mais je pense qu'on est trop habitué et qu'on ne fait pas attention
- Cela signifie également que votre supermarché ne vous a pas prévenu qu'il allait recueillir vos données et qu'il allait les utiliser (donner aux partenaires, envoyer des publicités spécialement pour vous...). Quel en est votre ressenti ? Pourquoi ?
- Il ne préviendra jamais car je pense que ça se fait automatiquement donc je me demande même s'ils savent eux-mêmes à qui ils le font. Je ne sais même pas si il y a des gens du magasin qui voient les données car elles sont faites automatiquement. Je ne pense pas qu'il aurait du prévenir qu'il allait donner aux partenaires car si on donne à l'un on donne à l'autre. C'est banalisé
- Depuis combien de temps utilisez-vous Internet ?
- Depuis l'an 2000
- Utilisez-vous internet de chez vous ? à votre travail? sur votre gsm ? ailleurs ?
- Tablette ordinateur
- Faites-vous des achats sur Internet ? Lesquels ? Avec quel moyen de paiement ?
- Peu mais on en fait des achats par exemple de voyages, des groupons, via Visa
- Pourquoi ces achats-là sont-ils fait sur internet ?
- C'est pratique et parce qu'on trouve facilement toutes les informations, toutes les marchandises

- Connaissez-vous les lois en vigueur en Belgique concernant la protection des données sur Internet ? Qu'en savez-vous ?
- Aucune idée
- Saviez-vous, par exemple, que l'entreprise qui utilise vos données doit fournir le but de leur utilisation ainsi qu'un droit de s'y opposer ?
- Non je ne savais pas, je m'en doute mais je n'ai jamais approfondi.
- Qu'en pensez-vous ?
- Normalement elles devraient le faire mais c'est tellement qu'on est habitué qu'on y fait plus attention
- Saviez-vous, par exemple, que l'entreprise qui utilise vos données doit vous fournir les destinataires, donc les personnes ou entreprises qui y auront accès? Qu'en pensez-vous ?
- Elles ne le disent pas du tout, sauf en petites écritures. Comme la charte disait « à ses partenaires » mais peut être que cette année ce sera Coca-Cola et l'année d'après Pepsi donc ça change tout le temps et donc tout le monde à les informations
- Votre budget hebdomadaire pour vos courses ?
- 100€ pour nous deux
- Merci pour votre temps !

1.22. ANNEXE 22 : RETRANSCRIPTION MAGGY, 62 ANS

- Bonjour, je m'appelle Charline Coppieters et je suis actuellement en 2^e master en ingéniorat de gestion à l'UCL Mons. Je réalise mon mémoire au sujet des cartes de fidélité dans les supermarchés. D'avance merci de répondre à mes questions. Vos réponses seront anonymes. Il n'y a ni bonne ni mauvaise réponse. Puis-je vous enregistrer (pour me permettre d'analyser vos réponses plus en détails) ?
- Oui pas de problème
- Dans quels supermarchés faites-vous vos courses de consommation courante (c'est-à-dire, par exemple, l'eau, le pain,...) ?
- Intermarché, Lidl, Carrefour
- A quelle fréquence faites-vous vos courses ?
- Tous les jours ou tous les deux jours
- Faites-vous parfois des « grosses courses » (courses réalisées une fois par mois où vous achetez, par exemple, des essuie-tout, des produits de lessives),
- Oui. Des essuie-tout, des papiers WC, du Coca de l'eau en grosse quantité
- Allez-vous dans les supermarchés quand vous avez oublié un produit particulier ?
- Oui
- Avez-vous des cartes de fidélité dans les supermarchés ? Lesquels ?
- Oui, Intermarché, Carrefour, Colruyt
- Les avez-vous depuis longtemps ?
- Certaines oui
- Vous rappelez-vous comment vous avez pu les obtenir ?
- Je suis allée la première fois, on m'a demandé si je voulais une carte et j'ai dit oui
- Et vous n'avez pas dû donner votre nom...
- Si c'est vrai j'ai dû donner mon nom, mon adresse
- Et le nombre de personnes dans le ménage, vos préférences dans certains domaines ?
- Non
- Avez-vous fait attention aux informations que vous avez fournies ?
- Tout ce qu'on m'a demandé c'est combien j'avais d'enfants, si j'étais mariée, mais je n'ai pas fait plus attention que ça, c'était pas trop intrusif
- Et avez-vous délibérément omis de donner certaines informations ?
- Non j'ai donné ce qu'ils me demandaient

- Quels avantages tirez-vous de vos cartes de fidélité dans les supermarchés ? Pourquoi avez-vous désiré ces cartes ?
- Parfois on avait des réductions on alors on recevait des cadeaux ou des sous
- Et pour recevoir des publicités ?
- Oui aussi
- D'autres avantages ?
- Non pas d'autres
- Pour quelle(s) raison(s) pensez-vous que les supermarchés offrent ces cartes de fidélité aux consommateurs ?
- Je ne sais pas moi. Peut-être pour essayer d'aller plus souvent chez eux
- Et pour récolter des informations sur mes habitudes d'achat, donc sur ce que j'ai l'habitude d'acheter ?
- Peut être
- Pour récolter des informations afin de les transmettre aux différents producteurs (Ex : Coca-Cola, Milka...)
- Peut-être aussi
- Pour me donner des promotions qui seront sélectionnées spécialement pour moi, selon mes goûts et mes préférences
- Je pense oui
- Pour m'offrir des réductions de prix spéciales
- Ça je ne sais pas, je ne pense pas
- Pour faire payer plus cher aux personnes n'ayant pas de carte
- Ca je ne crois pas non plus
- Pour attirer plus de consommateurs
- Aussi

- Parce que les concurrents en font donc elles doivent rester compétitives et en faire aussi
- Peut être oui
- Pour me surveiller
- Non je ne crois pas
- Parce que je suis un client particulier/régulier
- Je ne crois pas non plus
- Que font, selon vous, ces supermarchés des informations que vous leur avez données ?
- Je ne crois pas qu'ils font quelque chose avec, c'est juste une affaire commerciale c'est tout
- Les donner à d'autres entreprises
- Non
- Les utiliser pour envoyer des offres personnalisées
- Non non
- Les vendre à d'autres entreprises
- non
- Donc elles n'en font rien selon vous ?
- Non, c'est juste pour envoyer des publicités
- Lorsque vous avez souscrit la carte de fidélité, avez-vous lu les conditions générales et la charte la concernant ?
- Non franchement non
- Pourquoi ?
- Je n'en voyais pas l'utilité donc je ne sais pas ce qu'elle contenait
- Veuillez lire cet extrait de la charte concernant la vie privée d'une enseigne belge de la grande distribution (donc un supermarché):
- D'accord
- Ok, selon cet extrait, quelles sont les informations recueillies par l'enseigne ?
- Nom, numéro de téléphone, enquêtes reçues
- Votre autorisation est-elle nécessaire dans leur traitement ?
- Je ne crois pas non
- Que font les entreprises des données qui sont récoltées ?

- Ils vont envoyer des informations sur les partenaires ou envoyer des offres selon mon profil
- Que pensez-vous de la récolte de ces données ?
- Non quand même on répond un peu ce qu'on veut je ne vois pas si on ne veut pas répondre à certaines questions on ne répond pas c'est tout. Quand on me demandait combien j'avais d'enfants et tout ça ça ne m'a pas vraiment dérangé de le dire. Par contre le fait qu'ils disent à leurs partenaires ce que j'achète je ne trouve pas vraiment cela correct
- Etiez-vous au courant de ces pratiques ?
- C'est toujours comme ça, ils demandent toujours des choses dans les formulaires. Mais je ne savais pas qu'ils donnaient les informations aux partenaires
- Imaginons maintenant cette situation : vous vous rendez dans votre supermarché habituel, décidez d'acheter une nouvelle marque de céréales et présentez votre carte de fidélité afin de pouvoir bénéficier de réductions. Quelques jours plus tard, vous recevez, à votre domicile, une publicité de son supermarché où il vous est proposé la marque de céréales que vous aviez acheté auparavant. Cela signifie que ce supermarché garde vos informations personnelles (ici, votre adresse) et la liste de vos achats effectués (la marque de céréales). Quel est votre ressenti par rapport à cela ? Pourquoi ?
- Je n'ai jamais eu l'occasion d'avoir cela auparavant mais je ne fais pas attention à ce que je reçois. Mais je trouve cela intrusif qu'ils profitent de mes achats pour me renvoyer des publicités correspondantes.
- Cela signifie également que votre supermarché habituel garde une liste de vos achats afin de vous envoyer des offres qui pourront vous correspondre, selon vos habitudes et vos préférences. Quel est votre ressenti par rapport à cela ? Pourquoi ?
- Si j'ai envie de l'acheter je l'achèterai si pas je l'achèterai pas mais cela ne me dérange pas trop car c'est bien de recevoir des offres que l'on aime
- Pensez-vous être client privilégié étant donné que vous recevez des offres spécialement choisies pour vous ? Pourquoi ?
- Je pense que oui car il a pris du temps pour moi. Je ne pense pas qu'ils le font à tout le monde car sinon ils ne s'en sortiraient pas, je pense qu'ils tirent un nom au hasard et qu'ils le font pour cette personne là
- Imaginons à présent que vous ayez reçu à votre domicile des offres d'un autre magasin, pour lequel vous n'avez pourtant jamais demandé de recevoir les offres.

- Cela signifie que votre supermarché habituel a transmis vos données à ses partenaires, ainsi que la liste des achats que vous avez effectués dans ce supermarché. Quel en est votre ressenti ? Pourquoi ?
- Un petit peu
- Cela signifie également que votre supermarché ne vous a pas prévenu qu'il allait recueillir vos données et qu'il allait les utiliser (donner aux partenaires, envoyer des publicités spécialement pour vous...). Quel en est votre ressenti ? Pourquoi ?
- Je ne pense rien vraiment. Je suis un peu mitigée. Si j'ai pas envie d'aller à l'autre magasin je n'irai quand même pas donc ce n'est pas trop grave. Mais ils devraient le dire aux clients.
- Depuis combien de temps utilisez-vous Internet ?
- Je n'utilise pas beaucoup internet, sauf pour envoyer des messages de chez moi. Je ne fais pas d'achat sur internet.
- Connaissez-vous les lois en vigueur en Belgique concernant la protection des données sur Internet ? Qu'en savez-vous ?
- Non je connais pas
- Saviez-vous, par exemple, que l'entreprise qui utilise vos données doit fournir le but de leur utilisation ainsi qu'un droit de s'y opposer ? Qu'en pensez-vous ?
- Les données que j'ai pu fournir ce sont des données que tout le monde peut avoir. Non je n'ai jamais vu ça
- Saviez-vous, par exemple, que l'entreprise qui utilise vos données doit vous fournir les destinataires, donc les personnes ou entreprises qui y auront accès? Qu'en pensez-vous ?
- Non je ne savais pas non plus. Je n'ai jamais reçu de réponse ni le fait qu'on me dise à qui on allait donner mes données
- Quel est votre âge ?
- 62 ans
- Votre budget hebdomadaire pour vos courses ?
- 100€
- Votre région ?
- Quaregnon
- Êtes-vous acheteur principal ?
- Oui

- Êtes-vous en couple ?
- Oui
- Avez-vous des enfants
- Oui 6

1.23. ANNEXE 23 : RETRANSCRIPTION KRISTEL, 30 ANS

- Bonjour, je m'appelle Charline Coppieters et je suis actuellement en 2^e master en ingéniorat de gestion à l'UCL Mons. Je réalise mon mémoire au sujet des cartes de fidélité dans les supermarchés. D'avance merci de répondre à mes questions. Vos réponses seront anonymes. Il n'y a ni bonne ni mauvaise réponse. Puis-je vous enregistrer (pour me permettre d'analyser vos réponses plus en détails) ?
- Oui d'accord
- Dans quels supermarchés faites-vous vos courses de consommation courante (c'est-à-dire, par exemple, l'eau, le pain,...) ?
- Lidl ou Colruyt
- A quelle fréquence faites-vous vos courses ?
- Quasiment tous les deux jours
- Faites-vous parfois des « grosses courses »
- Oui ça m'arrive, ce qui se conserve plus longtemps comme les boissons ou ce qui est congelé
- Allez-vous dans les supermarchés quand vous avez oublié un produit particulier ?
- Oui
- Avez-vous des cartes de fidélité dans les supermarchés ? Lesquels ?
- Oui, Intermarché et Colruyt
- Les avez-vous depuis longtemps ?
- Oui, surtout Colruyt
- Vous rappelez-vous comment vous avez pu les obtenir ?
- Par un formulaire remis en magasin
- Qu'avez-vous dû faire pour obtenir ces cartes de fidélité ?
- Remplir un formulaire avec nom, prénom, adresse et le magasin dans lequel j'allais le plus souvent
- Avez-vous fait attention aux informations que vous avez fournies ?
- Ils ont demandé des informations basiques donc j'ai répondu à tout
- Quels avantages tirez-vous de vos cartes de fidélité dans les supermarchés ? Pourquoi avez-vous désiré ces cartes ?
- Des réductions qui se font. Chez Intermarché c'est de l'argent utilisable après qui est remis sur la carte
- Et des cadeaux ?

- Non c'est surtout des réductions donc j'ai voulu des cartes car j'y allais souvent
- Pour quelle(s) raison(s) pensez-vous que les supermarchés offrent ces cartes de fidélité aux consommateurs ?
- Pour fidéliser la clientèle et pour attirer la clientèle
- Pour récolter des informations sur mes habitudes d'achat, donc sur ce que j'ai l'habitude d'acheter ?
- C'est possible mais je ne m'y connais pas
- Pour récolter des informations afin de les transmettre aux différents producteurs (Ex : Coca-Cola, Milka...) ?
- Possible aussi
- Pour me donner des promotions qui seront sélectionnées spécialement pour moi, selon mes goûts et mes préférences ?
- Possible (rire)
- Pour m'offrir des réductions de prix spéciales ?
- Je pense
- Pour faire payer plus cher aux personnes n'ayant pas de carte ?
- Non ça je ne pense pas
- Parce que les concurrents en font donc elles doivent rester compétitives et en faire aussi ?
- Chez Colruyt ils font déjà des prix rouges pour récompenser
- Pour me surveiller
- Non je ne pense pas
- Parce que je suis un client particulier/régulier
- Oui ça revient à la fidélité
- Que font, selon vous, ces supermarchés des informations que vous leur avez données ?

- Aucune idée
- Les donner à d'autres entreprises ?
- Oui d'ailleurs c'est une demande qu'ils te font parfois, si ça ne dérange pas que tes données soient fournies
- Les utiliser pour envoyer des offres personnalisées
- Non généralement les offres ne sont pas personnalisées. Pour Colruyt en tout cas non
- Envoyer des publicités
- Oui
- Lorsque vous avez souscrit la carte de fidélité, avez-vous lu les conditions générales et la charte la concernant ?
- Pas du tout
- Pourquoi ?
- Parce que c'est trop long
- Veuillez lire cet extrait de la charte concernant la vie privée d'une enseigne belge de la grande distribution (donc un supermarché): Selon cet extrait : Quelles informations sont recueillies par cette enseigne ?
- Nos données personnelles
- Votre autorisation est-elle nécessaire dans leur traitement ?
- Pas toujours
- Que font les entreprises des données qui sont récoltées ?
- Ils peuvent les transmettre à certains de leurs partenaires
- Que pensez-vous de la récolte de ces données ?
- Ça ne me dérange pas si ça peut amener à quelque chose qui est utile ça ne me dérange pas. Je n'étais pas au courant car je n'ai pas lu les conditions quand j'ai adhéré au programme de fidélité
- Imaginons maintenant cette situation : vous vous rendez dans votre supermarché habituel, décidez d'acheter une nouvelle marque de céréales et présentez votre carte de fidélité afin de pouvoir bénéficier de réductions. Quelques jours plus tard, vous recevez, à votre domicile, une publicité de son supermarché où il vous est proposé la marque de céréales que vous aviez achetée auparavant. Cela signifie que ce supermarché garde vos informations personnelles (ici, votre adresse) et la liste de vos achats effectués (la marque de céréales). Quel est votre ressenti par rapport à cela ? Pourquoi ?
- Ça ne me dérange pas de trop. Je pense que cela est leur travail

- Cela signifie également que votre supermarché habituel garde une liste de vos achats afin de vous envoyer des offres qui pourront vous correspondre, selon vos habitudes et vos préférences. Quel est votre ressenti par rapport à cela ? Pourquoi ?
- Ils m'envoient toutes les pubs qu'ils veulent, si j'ai besoin d'acheter j'achèterai et si pas je prends pas. Pourquoi pas
- Pensez-vous être client privilégié étant donné que vous recevez des offres spécialement choisies pour vous ? Pourquoi ?
- Privilégié non, je pense que c'est leur gagne-pain. C'est plus à eux qui pensent pour faire consommer. Ils le font pour tout le monde
- Imaginons à présent que vous ayez reçu à votre domicile des offres d'un autre magasin, pour lequel vous n'avez pourtant jamais demandé de recevoir les offres. Cela signifie que votre supermarché habituel a transmis vos données à ses partenaires, ainsi que la liste des achats que vous avez effectué dans ce supermarché. Quel en est votre ressenti ? Pourquoi ?
- Ça ne me dérange pas plus que ça car si je ne veux pas y aller je n'y vais pas
- Cela signifie également que votre supermarché ne vous a pas prévenu qu'il allait recueillir vos données et qu'il allait les utiliser (donner aux partenaires, envoyer des publicités spécialement pour vous...). Quel en est votre ressenti ? Pourquoi ?
- Je ne me suis jamais posée la question car je n'ai jamais été dans la situation mais c'est vrai que cela pourrait être assez dérangeant qu'ils ne demandent pas la permission
- Comment aurait dû vous prévenir votre supermarché ?
- Envoyer un mail et je ne coche pas les toutes petites cases où on me demande pour transmettre mes informations
- Depuis combien de temps utilisez-vous Internet ?
- Passé dix ans, depuis chez moi, mon travail ou sur mon GSM
- Faites-vous des achats sur Internet ?
- Oui
- Lesquels ?
- Principalement des achats de livres
- Avec quel moyen de paiement ?
- La carte de crédit
- Est-ce régulier ?
- Oui une fois tous les deux mois environ

- Pourquoi ces achats-là sont-ils faits sur internet ?
- Car cela me permet de choisir un produit bien défini et il y a un plus vaste choix sur internet que d'aller en magasin pour trouver
- Connaissez-vous les lois en vigueur en Belgique concernant la protection des données sur Internet ? Qu'en savez-vous ?
- Rien je ne me suis jamais penchée sur la question
- Saviez-vous, par exemple, que l'entreprise qui utilise vos données doit fournir le but de leur utilisation ainsi qu'un droit de s'y opposer ? Qu'en pensez-vous ?
- Non je ne savais pas et oui c'est très bien
- Saviez-vous, par exemple, que l'entreprise qui utilise vos données doit vous fournir les destinataires, donc les personnes ou entreprises qui y auront accès? Qu'en pensez-vous ?
- C'est plutôt bien mais les données que je ne veux pas donner je ne les donne pas.
- Et ça vous dérange ?
- Ils ne le disent pas clairement mais je ne trouve pas cela trop dérangeant
- Quel est votre âge ?
- 30 ans
- Votre budget hebdomadaire pour vos courses ?
- 500€ par mois donc environ 150€ par semaine
- Votre région ?
- Dour
- Etes-vous l'acheteur principal ?
- Oui
- Etes-vous en couple ?
- Oui
- Avez-vous des enfants ?
- Oui, trois
- Merci pour votre temps !

1.24. ANNEXE 24 : RETRANSCRIPTION CEDRIC, 33 ANS

- Bonjour, je m'appelle Charline Coppieters et je suis actuellement en 2e master en ingéniorat de gestion à l'UCL Mons. Je réalise mon mémoire au sujet des cartes de fidélité dans les supermarchés. D'avance merci de répondre à mes questions. Vos réponses seront anonymes. Il n'y a ni bonne ni mauvaise réponse. Puis-je vous enregistrer (pour me permettre d'analyser vos réponses plus en détails) ?

- Oui bien sur

- Dans quels supermarchés faites-vous vos courses de consommation courante (c'est-à-dire, par exemple, l'eau, le pain,...) ?

- Je les fais chez Okay et rarement Lidl

- A quelle fréquence faites-vous vos courses ?

- Une fois par semaine

- Faites-vous parfois des « grosses courses » (courses réalisées une fois par mois où vous achetez, par exemple, des essuie-tout, des produits de lessives),

- On va dire que oui tous les quinze jours

- Allez-vous dans les supermarchés quand vous avez oublié un produit particulier ?

- Oui ça m'arrive

- Avez-vous des cartes de fidélité dans les supermarchés ?

- Chez Okay

- Les avez-vous depuis longtemps ?

- Quand ça a ouvert il y a un an

- Vous rappelez-vous comment vous avez pu les obtenir ?

- Par internet

- Qu'avez-vous dû faire pour obtenir ces cartes de fidélité ?

- Remplir un formulaire

- Quelles informations avez-vous dû donner pour l'avoir ?

- Nom, adresse et mail
- Avez-vous fait attention aux informations que vous avez fournies ?
- Oui
- Avez-vous délibérément omis de donner certaines informations ?
- Oui, par exemple je n'ai pas mis mon numéro de téléphone
- Pourquoi ?
- Car je ne supporte pas qu'on essaie de me téléphoner à des fins commerciales
- Quels avantages tirez-vous de vos cartes de fidélité dans les supermarchés ? Pourquoi avez-vous désiré ces cartes ?
- Des réductions sur les produits
- Et pour la Récolte de points ?
- Non
- Cadeaux reçus ?
- Non
- Réductions ?
- Oui
- Recevoir des publicités et promotions ?
- Oui
- Pour quelle(s) raison(s) pensez-vous que les supermarchés offrent ces cartes de fidélité aux consommateurs ?
- Pour connaître la consommation par client tout simplement
- Et Pour récolter des informations sur mes habitudes d'achat, donc sur ce que j'ai l'habitude d'acheter ?
- Oui
- Pour récolter des informations afin de les transmettre aux différents producteurs (Ex : Coca-Cola, Milka...)

- Possible
- Pour me donner des promotions qui seront sélectionnées spécialement pour moi, selon mes goûts et mes préférences
- Ce n'est pas le cas j'ai déjà vérifié
- Pour m'offrir des réductions de prix spéciales
- Non pas vraiment
- Pour faire payer plus cher aux personnes n'ayant pas de carte
- C'est un peu le cas oui
- Pour augmenter la fidélité et me faire aller plus souvent faire du shopping
- Sans doutes oui
- Pour attirer plus de consommateurs
- Pas pour l'enseigne dans laquelle je vais mais pour d'autres oui
- Parce que les concurrents en font donc elles doivent rester compétitives et en faire aussi
- Vraisemblablement
- Pour me surveiller
- Je ne pense pas
- Parce que je suis un client particulier/régulier
- Oui
- Que font, selon vous, ces supermarchés des informations que vous leur avez données ?
- Des statistiques, des analyses
- Les donner à d'autres entreprises ?
- C'est probable
- Les utiliser pour envoyer des offres personnalisées ?
- Certaines peuvent le faire mais pas celle dans laquelle je fais
- Les vendre à d'autres entreprises ?

- Sans doute
- Rien en faire ?
- Ça m'étonnerait (rit)
- Envoyer des publicités ?
- J'ai pas l'impression que ce soit lié
- Lorsque vous avez souscrit la carte de fidélité, avez-vous lu les conditions générales et la charte la concernant ?
- Oui
- Pourquoi ?
- Car je veux savoir où sont les limites par rapport aux informations que je vais donner
- Et que contenait-elle ?
- Je ne me souviens pas ça fait un an
- Veuillez lire cet extrait de la charte concernant la vie privée d'une enseigne belge de la grande distribution (donc un supermarché): Selon cet extrait : Quelles informations sont-elles recueillies par cette enseigne ?
- Heu que je reprenne, nom, numéro de téléphone, adresse mail
- Pas d'autres ?
- Je ne pense pas avoir lu autre chose
- Aussi les données sur le CV, les achats...

Votre autorisation est-elle nécessaire dans leur traitement ?

- D'après eux oui mais en tiennent-elles vraiment compte ?
- Que font les entreprises des données qui sont récoltées ?
- Partager avec des partenaires commerciaux liés à la carte mais c'est très vague (rire) et tenir au courant des activités et des offres
- Que pensez-vous de la récolte de ces données ?

- Je pense que c'est une nécessité commerciale que je comprends de par mon expérience personnelle. C'est intéressant pour elle pour savoir ce que consomment les consommateurs et plus précisément par région éventuellement, d'un point de vue commercial c'est super important. D'un point de vue personnel, cela ne me dérange pas à partir du moment où ça n'interfère pas avec ma vie privée.
- Donc vous trouvez ça dérangeant ? pratique ?
- Non mais maintenant je vais de temps en temps chez Carrefour je ne prendrai jamais cette carte. C'est un système différent. Chez Okay ce sont des réductions directement sur ce que tu fais mais chez Carrefour ce sont des points donc c'est pousser à la consommation. Même si au final l'utilisation des données est la même, l'approche est moins invasive. Chez Okay je ne pense pas recevoir des offres personnalisées sauf s'ils font passer quelque chose de personnalisé pour quelque chose de normal mais je ne pense pas qu'ils vont faire du printing sur mesure.
- Etiez-vous au courant de ces pratiques ?
- Oui de par mon expérience professionnelle et ayant travaillé chez Carrefour également
- Imaginons maintenant cette situation : vous vous rendez dans votre supermarché habituel, décidez d'acheter une nouvelle marque de céréales et présentez votre carte de fidélité afin de pouvoir bénéficier de réductions. Quelques jours plus tard, vous recevez, à votre domicile, une publicité de son supermarché où il vous est proposé la marque de céréales que vous aviez acheté auparavant. Cela signifie que ce supermarché garde vos informations personnelles (ici, votre adresse) et la liste de vos achats effectués (la marque de céréales). Quel est votre ressenti par rapport à cela ? Pourquoi ?
- Je me positionnerai de deux points de vue : le côté invasif que ne n'apprécie pas mais dans n'importe quel point de vue en général, ça ne me dérange pas de le faire moi-même mais quand d'autres me le font je n'aime pas (rire) et de l'autre côté je préfère que mon supermarché me propose des offres sur des produits que je compte acheter et consommer que de ne pas me faire de réductions du tout. Entre les deux je vais dire c'est pas plus mal. Mais maintenant quand je vais au supermarché 90% du temps j'achète la même chose donc même s'ils me proposent quelque chose c'est pas parce qu'ils me proposent un bon que je vais l'acheter. Je ne regarde même pas les pubs. Cela ne m'influence pas, je n'ouvre pas l'enveloppe de chez Okay. Je trouve qu'il faut savoir faire la part des choses entre la violation de la vie privée et le fait qu'une société

s'intéresse plus particulièrement à ses clients pour proposer un service sur mesure. Ce sont des pratiques normales commerciales mais on n'est pas obligé d'être d'accord avec ça

- Pensez-vous être client privilégié étant donné que vous recevez des offres spécialement choisies pour vous ? Pourquoi ?

- Non même si je recevais des offres je ne me sens pas privilégié. Un exemple rien à voir c'est pas parce que VOO me téléphone que je me sens privilégié car ils le font pour tout le monde

- Imaginons à présent que vous ayez reçu à votre domicile des offres d'un autre magasin, pour lequel vous n'avez pourtant jamais demandé de recevoir les offres. Cela signifie que votre supermarché habituel a transmis vos données à ses partenaires, ainsi que la liste des achats que vous avez effectués dans ce supermarché. Quel en est votre ressenti ? Pourquoi ?

- C'est comme du SPAM donc j'envverrai un mail pour qu'ils ne m'envoient plus rien et je trouve cela dérangeant, pas qu'elle puisse étudier le marché en achetant des informations mais utiliser ça à des fins commerciales je trouve ça différent et là je trouve qu'on franchit une limite de la vie privée

- Cela signifie également que votre supermarché ne vous a pas prévenu qu'il allait recueillir vos données et qu'il allait les utiliser (donner aux partenaires, envoyer des publicités spécialement pour vous...). Quel en est votre ressenti ? Pourquoi ?

- Je pense qu'à la base le supermarché ne doit pas donner tes données. Il doit te poser la question : on travaille avec telle société qui propose tel service, cela vous intéresse-t-il ? je trouve cela beaucoup plus transparent et ne pas dire « nous allons transmettre vos données » c'est est-ce-que nous pouvons et entre guillemets dans votre intérêt

- Depuis combien de temps utilisez-vous Internet ?

- Depuis 1996

- Utilisez-vous internet de chez vous ?

- Oui

- à votre travail?

- Oui

- sur votre gsm ?

- Oui
- ailleurs ?
- Sur tablette
- Faites-vous des achats sur Internet ?
- Ça m'arrive
- Lesquels ?
- Plutôt des achats non-consommables
- Avec quel moyen de paiement ?
- Carte de crédit et Paypal
- Est-ce régulier ?
- Oui quand même
- Pourquoi ces achats-là sont-ils faits sur internet ?
- Pour des raisons de prix et de facilité d'accès pour certains services. Pour la facilité tout simplement
- Connaissez-vous les lois en vigueur en Belgique concernant la protection des données sur Internet ? Qu'en savez-vous ?
- Très vaguement
- Saviez-vous, par exemple, que l'entreprise qui utilise vos données doit fournir le but de leur utilisation ainsi qu'un droit de s'y opposer ? Qu'en pensez-vous ?
- On te le propose régulièrement mais chaque site internet dispose de sa propre charte avec des mots écrits différemment et donc à force du temps on accepte sans faire attention et par réflexe
- Saviez-vous, par exemple, que l'entreprise qui utilise vos données doit vous fournir les destinataires, donc les personnes ou entreprises qui y auront accès? Qu'en pensez-vous ?
- Oui mais j'ai l'habitude de travailler avec les mêmes sites internet et au final je pense que la plupart des sites avec lesquels je traite n'ont pas intérêt à fournir mes données

- Quel est votre âge ?
- 33 ans
- Votre budget hebdomadaire pour vos courses ?
- Entre 125 et 150 €
- Votre région ?
- Colfontaine
- Etes-vous l'acheteur principal ?
- Oui
- Etes-vous en couple ?
- Oui
- Avez-vous des enfants ?
- Oui deux

1.25. ANNEXE 25 : RETRANSCRIPTION INGRID, 31 ANS

Retranscription : Ingrid

- Bonjour, je m'appelle Charline Coppieters et je suis actuellement en 2^e master en ingéniorat de gestion à l'UCL Mons. Je réalise mon mémoire au sujet des cartes de fidélité dans les supermarchés. D'avance merci de répondre à mes questions. Vos réponses seront anonymes. Il n'y a ni bonne ni mauvaise réponse. Puis-je vous enregistrer (pour me permettre d'analyser vos réponses plus en détails) ?
- Oui
- Dans quels supermarchés faites-vous vos courses de consommation courante (c'est-à-dire, par exemple, l'eau, le pain,...) ?
- Chez Okay
- A quelle fréquence faites-vous vos courses ?
- Une fois par semaine
- Faites-vous parfois des « grosses courses » (courses réalisées une fois par mois où vous achetez, par exemple, des essuie-tout, des produits de lessives),
- Ça m'arrive
- Allez-vous dans les supermarchés quand vous avez oublié un produit particulier ?
- Oui parfois
- Avez-vous des cartes de fidélité dans les supermarchés ? Lesquelles ?
- Oui, Carrefour, Okay, Delhaize, Colruyt
- Les avez-vous depuis longtemps ?
- Pour Okay, un an, Colruyt ça fait 7 ans et Carrefour aussi
- Vous rappelez-vous comment vous avez pu les obtenir ?
- Rempli un petit document
- Qu'avez-vous dû faire pour obtenir ces cartes de fidélité ?
- Ils m'ont donné un document à remplir
- Quelles informations avez-vous dû donner pour l'avoir ?
- Nom, adresse, adresse email, numéro de téléphone
- Nombre de personnes dans le ménage, préférences dans certains domaines (vin...) ?
- Non je ne pense pas
- Avez-vous fait attention aux informations que vous avez fournies ?
- Ce sont toujours les mêmes
- Avez-vous délibérément omis de donner certaines informations ?

- Quand il n'y a pas d'astérisque, je ne le fais pas
- Quels avantages tirez-vous de vos cartes de fidélité dans les supermarchés ? Pourquoi avez-vous désiré ces cartes ?
- Chez Colruyt et Okay, il ne faut pas prendre les papiers dans les rayons ce sont des réductions et chez Delhaize c'est récolte de points
- Cadeaux reçus ?
- Non
- Réductions ?
- Oui
- Recevoir les publicités et les promotions
- Oui
- Pour quelle(s) raison(s) pensez-vous que les supermarchés offrent ces cartes de fidélité aux consommateurs ?
- Pour qu'on revienne dans leur magasin
- Pour récolter des informations sur mes habitudes d'achat, donc sur ce que j'ai l'habitude d'acheter ?
- Je pense mais j'espère pas
- Pour récolter des informations afin de les transmettre aux différents producteurs (Ex : Coca-Cola, Milka...) ?
- Je n'en sais rien du tout
- Pour me donner des promotions qui seront sélectionnées spécialement pour moi, selon mes goûts et mes préférences ?
- Non pas pour moi
- Pour m'offrir des réductions de prix spéciales ?
- Non
- Pour faire payer plus cher aux personnes n'ayant pas de carte ?
- Non

- Pour augmenter la fidélité et me faire aller plus souvent faire du shopping ?
- Oui
- Pour attirer plus de consommateurs ?
- Non
- Parce que les concurrents en font donc elles doivent rester compétitives et en faire aussi
- Je pense que oui
- Pour me surveiller ?
- Non
- Parce que je suis un client particulier/régulier ?
- Non
- Que font, selon vous, ces supermarchés des informations que vous leur avez données ?
- Ils l'encodent, j'ai vu les règles générales dans un cours il y a pas longtemps, ils peuvent vendre les données à d'autres centres téléphoniques
- Les utiliser pour envoyer des offres personnalisées
- Ça se peut mais surtout vendre les données
- Lorsque vous avez souscrit la carte de fidélité, avez-vous lu les conditions générales et la charte la concernant ?
- Non, sur le coup tu ne lis pas mais je l'ai lu après quand j'ai fait mon cours et que j'ai lu certaines conditions
- Et que contenait-elle ?
- Mise en garde de ce qu'ils en font, garder pour des actions commerciales et aussi parfois ils disent qu'ils peuvent les vendre
- Veuillez lire cet extrait de la charte concernant la vie privée d'une enseigne belge de la grande distribution (donc un supermarché): Selon cet extrait : Quelles informations sont-elles recueillies par cette enseigne ?
- Nom, prénom, numéro de téléphone, adresse mail, réservations, achats, données dans le CV, évaluations

- Votre autorisation est-elle nécessaire dans leur traitement ?
- Dans la plupart des cas ils demandent mais c'est pas forcément le cas tout le temps
- Que font les entreprises des données qui sont récoltées ?
- Elles sont enregistrées et traitées pour tenir au courant des activités des partenaires et envoyer des offres personnalisées
- Que pensez-vous de la récolte de ces données ?
- Moi personnellement j'ai pas de soucis avec ça vu que maintenant toutes les données sont partout. La plupart du temps ce sont des langes, de la viande, ce n'est pas un secret en soi. J'étais au courant de tout cela
- Imaginons maintenant cette situation : vous vous rendez dans votre supermarché habituel, décidez d'acheter une nouvelle marque de céréales et présentez votre carte de fidélité afin de pouvoir bénéficier de réductions. Quelques jours plus tard, vous recevez, à votre domicile, une publicité de son supermarché où il vous est proposé la marque de céréales que vous aviez acheté auparavant. Cela signifie que ce supermarché garde vos informations personnelles (ici, votre adresse) et la liste de vos achats effectués (la marque de céréales). Quel est votre ressenti par rapport à cela ? Pourquoi ?
- Je ne pense rien car si c'est moins cher je disais mince. Je ne regarde pas toutes les pubs donc je n'y fais pas trop attention mais je m'en moque un petit peu.
- Cela signifie également que votre supermarché habituel garde une liste de vos achats afin de vous envoyer des offres qui pourront vous correspondre, selon vos habitudes et vos préférences. Quel est votre ressenti par rapport à cela ? Pourquoi ?
- Je suis d'accord car c'est pratique de recevoir tout cela
- Pensez-vous être client privilégié étant donné que vous recevez des offres spécialement choisies pour vous ? Pourquoi ?
- Non je ne pense pas ils le font à tout le monde
- Imaginons à présent que vous ayez reçu à votre domicile des offres d'un autre magasin, pour lequel vous n'avez pourtant jamais demandé de recevoir les offres. Cela signifie que votre supermarché habituel a transmis vos données à ses partenaires, ainsi que la liste des achats que vous avez effectués dans ce supermarché. Quel en est votre ressenti ? Pourquoi ?
- Je m'en fous tout ce qui est manger je m'en fous. Cela me pose plus de problèmes quand Media Markt demande la carte d'identité car ils ont accès à plein d'informations très personnelles

- Cela signifie également que votre supermarché ne vous a pas prévenu qu'il allait recueillir vos données et qu'il allait les utiliser (donner aux partenaires, envoyer des publicités spécialement pour vous...). Quel en est votre ressenti ? Pourquoi ?
- A la base, quand tu ne connais pas le système ça peut être dérangeant mais vu que les gens savent que leurs données vont partout. En plus je ne regarde jamais les publicités donc voilà. Je ne pense pas qu'il aurait dû me prévenir mais s'ils devaient le faire ce serait par mail. Par contre on ne sait pas aller à l'encontre car c'est dans les chartes
- Depuis combien de temps utilisez-vous Internet ?
- Longtemps
- Utilisez-vous internet de chez vous ? à votre travail? sur votre gsm ? ailleurs ?
- Partout
- Faites-vous des achats sur Internet ?
- Oui
- Lesquels ?
- Livres, DVD, chaussures, vêtements
- Avec quel moyen de paiement ?
- Visa
- Est-ce régulier ?
- Oui
- Pourquoi ces achats-là sont-ils faits sur internet ?
- Plus rapide, pas obligée de voir les gens car trop de monde me stresse et on peut prendre le temps de bien choisir. Avant on faisait collect and go sur Colruyt c'était pratique car tout était dans le chariot
- Connaissez-vous les lois en vigueur en Belgique concernant la protection des données sur Internet ?
- Non
- Saviez-vous, par exemple, que l'entreprise qui utilise vos données doit fournir le but de leur utilisation ainsi qu'un droit de s'y opposer ? Qu'en pensez-vous ?
- Oui je savais c'est bien et normal mais je ne le vois pas souvent
- Saviez-vous, par exemple, que l'entreprise qui utilise vos données doit vous fournir les destinataires, donc les personnes ou entreprises qui y auront accès? Qu'en pensez-vous ?
- Je ne savais pas ça ils ne le montrent pas car ils disent qu'ils peuvent l'envoyer à des partenaires mais jamais on sait à qui ça va vraiment.

- Quel est votre âge ?
- 31
- Votre budget hebdomadaire pour vos courses ?
- Une centaine d'euros
- Votre région ?
- Colfontaine
- Etes-vous l'acheteur principal ?
- Oui
- Etes-vous en couple ?
- Oui
- Avez-vous des enfants ?
- Oui deux

1.26. ANNEXE 26 : RETRANSCRIPTION LAURENT, 37 ANS

- Bonjour, je m'appelle Charline Coppieters et je suis actuellement en 2e master en ingéniorat de gestion à l'UCL Mons. Je réalise mon mémoire au sujet des cartes de fidélité dans les supermarchés. D'avance merci de répondre à mes questions. Vos réponses seront anonymes. Il n'y a ni bonne ni mauvaise réponse. Puis-je vous enregistrer (pour me permettre d'analyser vos réponses plus en détails) ?

- Oui

- Dans quels supermarchés faites-vous vos courses de consommation courante (c'est-à-dire, par exemple, l'eau, le pain,...) ?

- Deux principaux : Colruyt et Aldi

- A quelle fréquence faites-vous vos courses ?

- 3 fois par semaine

- Faites-vous parfois des « grosses courses » (courses réalisées une fois par mois où vous achetez, par exemple, des essuie-tout, des produits de lessives),

- Non tout ce fait dans la semaine

- Allez-vous dans les supermarchés quand vous avez oublié un produit particulier ?

- Non jamais

- Avez-vous des cartes de fidélité dans les supermarchés ? Lesquelles ?

- Oui, chez Colruyt et Carrefour (le troisième magasin qu'on fait)

- Les avez-vous depuis longtemps ?

- Oui je pense

- Vous rappelez-vous comment vous avez pu les obtenir ?

- Le caissier me l'a proposé, en tout cas quelqu'un qui me l'a proposé avec un bulletin

- Qu'avez-vous dû faire pour obtenir ces cartes de fidélité ?

- J'ai dû remplir le bulletin que le caissier m'avait donné

- Quelles informations avez-vous dû donner pour l'avoir ?

- Les coordonnées basiques telles que nom, adresse, adresse email, numéro de téléphone
- Avez-vous fait attention aux informations que vous avez fournies ?
- C'était pas trop confidentiel donc ça va
- Avez-vous délibérément omis de donner certaines informations ?
- Je ne pense pas non j'ai répondu à toutes les questions
- Quels avantages tirez-vous de vos cartes de fidélité dans les supermarchés ? Pourquoi avez-vous désiré ces cartes ?
- Ils font des actions avec des réductions de prix d'achat
- Récolte de points ?
- Chez Carrefour oui, après x points tu obtiens une réduction de 5€
- Cadeaux reçus ?
- Non
- Recevoir les publicités et les promotions ?
- Oui
- Pour quelle(s) raison(s) pensez-vous que les supermarchés offrent ces cartes de fidélité aux consommateurs ?
- Pour avoir leurs coordonnées et envoyer leurs courriers commerciaux pour vendre
- Pour récolter des informations sur mes habitudes d'achat, donc sur ce que j'ai l'habitude d'acheter ?
- Oui
- Pour récolter des informations afin de les transmettre aux différents producteurs (Ex : Coca-Cola, Milka...)
- Oui, leurs partenaires certainement oui
- Pour me donner des promotions qui seront sélectionnées spécialement pour moi, selon mes goûts et mes préférences
- Non

- Pour m'offrir des réductions de prix spéciales
- Non non
- Pour faire payer plus cher aux personnes n'ayant pas de carte
- Non je pense pas
- Pour augmenter la fidélité et me faire aller plus souvent faire du shopping
- Oui certainement
- Pour attirer plus de consommateurs
- Oui
- Parce que les concurrents en font donc elles doivent rester compétitives et en faire aussi
- Oui
- Pour me surveiller
- Non
- Parce que je suis un client particulier/régulier
- Non non
- Que font, selon vous, ces supermarchés des informations que vous leur avez données ?
- Avec les toutes les personnes qui sont chez eux, ils recueillent des informations sur leurs habitudes de consommation et ça peut les aider pour faire certaines promotions sur des catégories de produits etc. Et aussi pour qu'ils puissent acheter leur stock, ça les aide à gérer leur stock. Ou alors peut être plus au niveau interne entre la centrale d'achat et les points locaux (supermarchés). Il y aura donc peut être des différences de chalandement entre les différents points de vente car certainement que les gens ne consomment pas de la même façon au même endroit et puis pour avoir des données pour envoyer leurs publicités
- Les donner à d'autres entreprises ?
- Je dirais peut être oui à des filiales mais à des concurrents je ne pense pas qu'elles le feraient
- Et les vendre ?

- Je ne pense pas
- Les utiliser pour envoyer des offres personnalisées
- Je ne pense pas non plus qu'ils fassent cela
- Lorsque vous avez souscrit la carte de fidélité, avez-vous lu les conditions générales et la charte la concernant ?
- Non du tout c'est trop long et écrit en petit, on ne voit rien dessus et on a pas le temps
- Veuillez lire cet extrait de la charte concernant la vie privée d'une enseigne belge de la grande distribution (donc un supermarché): Selon cet extrait : Quelles informations sont-elles recueillies par cette enseigne ?
- Coordonnées de base (téléphone, email... de chaque clients) mais aussi ce qui a sur le CV, les opinions, les achats
- Votre autorisation est-elle nécessaire dans leur traitement ?
- Oui
- Que font les entreprises des données qui sont récoltées ?
- Elles les exploitent en interne pour communiquer des offres intéressantes en fonction des saisons et aussi les donnent à leurs partenaires commerciaux
- Que pensez-vous de la récolte de ces données ?
- Si on est au courant, et que l'information est claire et transparente, on peut choisir si on donne ou pas mais si on donne pas on a pas droit à la carte de fidélité donc c'est quand même un problème quoi. Ils forcent à donner des informations même si on est pas d'accord avec ça et après c'est comme ça qu'ils te bombardent de mails commerciaux, ce qui coûte moins cher que d'envoyer une lettre. Je trouve ça dérangeant. Mais ce qu'on peut faire c'est se désinscrire des firmes qu'on ne veut pas. Donc ouais ça peut être contraignant au début car ils sont nombreux et qu'ils t'écrivent tous les jours mais bon on peut se déconnecter individuellement. Par contre recevoir des offres pour moi ce n'est pas vraiment dérangeant car plutôt que de recevoir un bête catalogue on a des offres qui peuvent plus intéresser
- Etiez-vous au courant ?

- Pas totalement, une partie oui mais pas tout. Par exemple, je ne savais pas qu'ils exploitaient quand tu postules chez eux quoi ou passer des tests. C'est grave parce que ce n'est pas parce que tu postules chez eux que tu es forcément client, ça ne veut rien dire
- Imaginons maintenant cette situation : vous vous rendez dans votre supermarché habituel, décidez d'acheter une nouvelle marque de céréales et présentez votre carte de fidélité afin de pouvoir bénéficier de réductions. Quelques jours plus tard, vous recevez, à votre domicile, une publicité de son supermarché où il vous est proposé la marque de céréales que vous aviez achetée auparavant. Cela signifie que ce supermarché garde vos informations personnelles (ici, votre adresse) et la liste de vos achats effectués (la marque de céréales). Quel est votre ressenti par rapport à cela ? Pourquoi ?
- Mon ressenti est que ça ne me dérange pas plus que ça
- Cela signifie également que votre supermarché habituel garde une liste de vos achats afin de vous envoyer des offres qui pourront vous correspondre, selon vos habitudes et vos préférences. Quel est votre ressenti par rapport à cela ? Pourquoi ?
- Je suis d'accord car ce sont des choses que j'aime bien. Parce que ce sont des offres sur des produits que tu achètes couramment car s'ils t'envoient des promotions sur des produits que tu n'achètes jamais ça ne sert à rien non plus
- Pensez-vous être client privilégié étant donné que vous recevez des offres spécialement choisies pour vous ? Pourquoi ?
- Non parce qu'ils regroupent sûrement les personnes, ils font des moyennes avec des prix et des catégories de produits
- Imaginons à présent que vous ayez reçu à votre domicile des offres d'un autre magasin, pour lequel vous n'avez pourtant jamais demandé de recevoir les offres. Cela signifie que votre supermarché habituel a transmis vos données à ses partenaires, ainsi que la liste des achats que vous avez effectués dans ce supermarché. Quel en est votre ressenti ? Pourquoi ?
- Je commence à ne pas être d'accord car ça commence à exagérer là. C'est peut être un magasin dans lequel je n'irai jamais faire mes courses et donc je ne suis pas d'accord du tout
- Cela signifie également que votre supermarché ne vous a pas prévenu qu'il allait recueillir vos données et qu'il allait les utiliser (donner aux partenaires, envoyer des publicités spécialement pour vous...). Quel en est votre ressenti ? Pourquoi ?

- Ça va beaucoup trop loin, ils ne respectent pas la décision du client qui a demandé sa carte de fidélité
- Comment aurait dû vous prévenir votre supermarché ?
- Sur le bulletin d'inscription, mettre au verso une liste de magasins qui sont susceptibles de recevoir mes données et donc là ça n'influence pas le consommateur car il peut choisir et il le sait, il accepte ou pas, il faut que ça soit clair. Et dire ce qu'ils en font ces partenaires (envoyer des tracts...)
- Depuis combien de temps utilisez-vous Internet ?
- Depuis plusieurs années
- Utilisez-vous internet de chez vous ? à votre travail? sur votre gsm ?
- Oui pour tout ça
- Faites-vous des achats sur Internet ?
- Rarement
- Lesquels ?
- Pas de l'alimentaire, des livres, des DVD, dans le divertissement quoi, billet pour un concert ou du textile
- Avec quel moyen de paiement ?
- VISA
- Est-ce régulier ?
- Une fois par mois
- Pourquoi ces achats-là sont-ils faits sur internet ?
- Parce que pas le temps de faire les magasins ou parce qu'il n'y a jamais la bonne taille et il y a toujours du stock. Pour l'alimentaire, je préfère choisir mes produits frais pour la date de péremption...
- Connaissez-vous les lois en vigueur en Belgique concernant la protection des données sur Internet ?
- Pas de trop non

- Saviez-vous, par exemple, que l'entreprise qui utilise vos données doit fournir le but de leur utilisation ainsi qu'un droit de s'y opposer ? Qu'en pensez-vous ?
- Je le savais oui je pense qu'ils mettent un petit texte tout fait de loi, ils informent mais ce n'est pas clair pour les consommateurs et ça peut porter à confusion
- Saviez-vous, par exemple, que l'entreprise qui utilise vos données doit vous fournir les destinataires, donc les personnes ou entreprises qui y auront accès? Qu'en pensez-vous ?
- Je ne savais pas ça non, c'est pas bien expliqué
- Quel est votre âge ?
- 37 ans
- Votre budget hebdomadaire pour vos courses ?
- 200€
- Votre région ?
- Frameries
- Etes-vous l'acheteur principal ?
- Oui
- Etes-vous en couple ?
- Oui
- Avez-vous des enfants ?
- Oui 6 enfants

1.27. ANNEXE 27 : RETRANSCRIPTION CHANTAL, 63 ANS

- Bonjour, je m'appelle Charline Coppieters et je suis actuellement en 2^e master en ingéniorat de gestion à l'UCL Mons. Je réalise mon mémoire au sujet des cartes de fidélité dans les supermarchés. D'avance merci de répondre à mes questions. Vos réponses seront anonymes. Il n'y a ni bonne ni mauvaise réponse. Puis-je vous enregistrer (pour me permettre d'analyser vos réponses plus en détails) ?
- Oui
- Dans quels supermarchés faites-vous vos courses de consommation courante (c'est-à-dire, par exemple, l'eau, le pain,...) ?
- Chez Delhaize et Colruyt
- A quelle fréquence faites-vous vos courses ?
- Régulièrement, normalement dans la semaine mais je repasse un peu tous les jours
- Faites-vous parfois des « grosses courses » ?
- Non une fois semaine
- Allez-vous dans les supermarchés quand vous avez oublié un produit particulier ?
- Oui
- Avez-vous des cartes de fidélité dans les supermarchés ? Lesquelles ?
- Oui, chez Colruyt, Delhaize, Carrefour, Cora, Intermarché
- Les avez-vous depuis longtemps ?
- Oui quand même
- Vous rappelez-vous comment vous avez pu les obtenir ?
- Dans les magasins, un document à remplir
- Quelles informations avez-vous dû donner pour l'avoir ?
- Nom, adresse, âge, date de naissance
- Nombre de personnes dans le ménage, préférences dans certains domaines (vin...) ?
- Oui pour le nombre de personnes dans le ménage mais pas mes préférences
- Avez-vous fait attention aux informations que vous avez fournies ?
- Oui bien sûr
- Avez-vous délibérément omis de donner certaines informations ?
- En général je ne donne pas mon téléphone
- Pourquoi ?
- Car je n'ai pas confiance

- Quels avantages tirez-vous de vos cartes de fidélité dans les supermarchés ? Pourquoi avez-vous désiré ces cartes ?
- Chez Delhaize, par exemple, j'ai un bon de 5€ après 500 points. Chez Colruyt, on a rien grand-chose car si on achète pas en quantité on a rien mais c'est pas pour ça que j'achète à cause des prix rouges
- Cadeaux reçus
- Non
- Recevoir les publicités et les promotions
- Des publicités oui
- Pour quelle(s) raison(s) pensez-vous que les supermarchés offrent ces cartes de fidélité aux consommateurs ?
- Pour fidéliser le client
- Pour récolter des informations sur mes habitudes d'achat, donc sur ce que j'ai l'habitude d'acheter ?
- Non je pense pas
- Pour récolter des informations afin de les transmettre aux différents producteurs (Ex : Coca-Cola, Milka...)
- Je ne crois pas non
- Pour me donner des promotions qui seront sélectionnées spécialement pour moi, selon mes goûts et mes préférences
- Non
- Pour m'offrir des réductions de prix spéciales
- Oui hein
- Pour faire payer plus cher aux personnes n'ayant pas de carte
- Non non tout le monde peut en avoir une
- Pour augmenter la fidélité et me faire aller plus souvent faire du shopping

- Surtout pour ça
- Pour attirer plus de consommateurs
- Oui
- Parce que les concurrents en font donc elles doivent rester compétitives et en faire aussi
- Oui
- Pour me surveiller
- Non
- Parce que je suis un client particulier/régulier
- Non
- Que font, selon vous, ces supermarchés des informations que vous leur avez données ?
- J'espère qu'ils ne font pas grand-chose avec
- Les donner à d'autres entreprises
- J'espère que non
- Les utiliser pour envoyer des offres personnalisées
- Ça c'est peut être possible
- Les vendre à d'autres entreprises
- Non
- Rien en faire
- J'espère !
- Lorsque vous avez souscrit la carte de fidélité, avez-vous lu les conditions générales et la charte la concernant ?
- Non je n'ai pas lu
- Pourquoi ?
- Je ne sais même pas si je l'ai eu, c'est toujours fait en vitesse et on se laisse avoir
- Veuillez lire cet extrait de la charte concernant la vie privée d'une enseigne belge de la grande distribution (donc un supermarché): Selon cet extrait : Quelles informations sont-elles recueillies par cette enseigne ?

- C'est pas une vraie charte hein ?
- Si
- Nom, numéro de téléphone, adresse mail, CV, enquêtes, achats...
- Votre autorisation est-elle nécessaire dans leur traitement ?
- En principe oui mais si je ne la lis pas ça n'aide pas ...
- Que font les entreprises des données qui sont récoltées ?
- Ils envoient des publicités et tiennent au courant des choses des partenaires
- Que pensez-vous de la récolte de ces données ?
- Ca ne me plaît pas beaucoup. C'est très dérangeant car on est toujours sollicités par toute sorte de coups de téléphones. Par contre avoir des offres pour moi c'est assez pratique.
- Etiez-vous au courant ?
- On voit quand même bien, c'est pour ça que je ne veux jamais donner mon numéro de téléphone
- Imaginons maintenant cette situation : vous vous rendez dans votre supermarché habituel, décidez d'acheter une nouvelle marque de céréales et présentez votre carte de fidélité afin de pouvoir bénéficier de réductions. Quelques jours plus tard, vous recevez, à votre domicile, une publicité de son supermarché où il vous est proposé la marque de céréales que vous aviez acheté auparavant. Cela signifie que ce supermarché garde vos informations personnelles (ici, votre adresse) et la liste de vos achats effectués (la marque de céréales). Quel est votre ressenti par rapport à cela ? Pourquoi ?
- Tu crois que ça arrive quelques fois ? Si je trouve ça désagréable, je n'aime pas qu'ils gardent toutes mes affaires, il ne faut pas exagérer
- Cela signifie également que votre supermarché habituel garde une liste de vos achats afin de vous envoyer des offres qui pourront vous correspondre, selon vos habitudes et vos préférences. Quel est votre ressenti par rapport à cela ? Pourquoi ?
- Ca se fait vraiment t'es sur ? C'est pas d'après les courses que tu fais quand même, si ? Mais s'ils le faisaient tant mieux. J'ai l'impression d'être une cliente privilégiée mais je ne pense pas que ça se fasse comme cela
- Pensez-vous être client privilégié étant donné que vous recevez des offres spécialement choisies pour vous ? Pourquoi ?
- Si c'est bien fait oui mais en général ça ne se fait pas comme cela. Mais le magasin je pense qu'il fait ça pour tout le monde

- Imaginons à présent que vous ayez reçu à votre domicile des offres d'un autre magasin, pour lequel vous n'avez pourtant jamais demandé de recevoir les offres. Cela signifie que votre supermarché habituel a transmis vos données à ses partenaires, ainsi que la liste des achats que vous avez effectués dans ce supermarché. Quel en est votre ressenti ? Pourquoi ?
- Ca ne me plaît pas du tout je n'aime pas c'est intrusif
- Cela signifie également que votre supermarché ne vous a pas prévenu qu'il allait recueillir vos données et qu'il allait les utiliser (donner aux partenaires, envoyer des publicités spécialement pour vous...). Quel en est votre ressenti ? Pourquoi ?
- Pas du tout d'accord c'est choquant
- Comment aurait dû vous prévenir votre supermarché ?
- S'ils m'avaient prévenu je n'aurais pas rempli. Pour moi, je ne veux pas qu'on donne mes coordonnées à quelqu'un d'autre, avec une case claire et pas écrit en tout petit
- Depuis combien de temps utilisez-vous Internet ?
- Pas chez moi, juste au boulot depuis pas très longtemps. Jamais sur GSM parfois sur tablette
- Faites-vous des achats sur Internet ?
- Non
- Connaissez-vous les lois en vigueur en Belgique concernant la protection des données sur Internet ? Qu'en savez-vous ?
- Les lois non je connais pas
- Saviez-vous, par exemple, que l'entreprise qui utilise vos données doit fournir le but de leur utilisation ainsi qu'un droit de s'y opposer ? Qu'en pensez-vous ?
- Ils font ça déjà, j'ai déjà vu ça. Mais est-ce qu'ils respectent réellement ça je ne sais pas
- Saviez-vous, par exemple, que l'entreprise qui utilise vos données doit vous fournir les destinataires, donc les personnes ou entreprises qui y auront accès ? Qu'en pensez-vous ?
- Je ne suis pas sûre qu'ils le font hein ou alors le problème c'est qu'on ne lit pas assez, il faut aller trop vite
- Quel est votre âge ?
- 63
- Votre budget hebdomadaire pour vos courses ?
- 120€ par semaine certainement, voire 150€
- Votre région ?

- Soignies
- Etes-vous l'acheteur principal ?
- Oui
- Etes-vous en couple ?
- Oui
- Avez-vous des enfants ?
- Deux enfants oui

1.28. ANNEXE 28 : RETRANSCRIPTION NICOLE, 63 ANS

- Bonjour, je m'appelle Charline Coppieters et je suis actuellement en 2e master en ingéniorat de gestion à l'UCL Mons. Je réalise mon mémoire au sujet des cartes de fidélité dans les supermarchés. D'avance merci de répondre à mes questions. Vos réponses seront anonymes. Il n'y a ni bonne ni mauvaise réponse. Puis-je vous enregistrer (pour me permettre d'analyser vos réponses plus en détails) ?
- Oui
- Dans quels supermarchés faites-vous vos courses de consommation courante (c'est-à-dire, par exemple, l'eau, le pain,...) ?
- Colruyt et Cora, Avant il y avait Delhaize et Carrefour mais je trouve que c'est trop cher donc je ne vais que chez Colruyt
- A quelle fréquence faites-vous vos courses ?
- Deux fois par semaine
- Faites-vous parfois des « grosses courses » (courses réalisées une fois par mois où vous achetez, par exemple, des essuie-tout, des produits de lessives),
- Oui fois par mois je fais les grosses course
- Allez-vous dans les supermarchés quand vous avez oublié un produit particulier ?
- Rarement, je reste fidèle à Colruyt et je n'oublie jamais rien
- Avez-vous des cartes de fidélité dans les supermarchés ? Lesquelles ?
- Chez Colruyt oui
- Les avez-vous depuis longtemps ?
- Oui hein car ça fait des années que je vais chez Colruyt
- Vous rappelez-vous comment vous avez pu les obtenir ?
- Oui il fallait remplir un formulaire à remplir qu'on prenait à la caisse et il y avait des questions comme nom, prénom, âge
- Avez-vous fait attention aux informations que vous avez fournies ?
- Pas nécessairement

- Avez-vous délibérément omis de donner certaines informations ?
- Le numéro de téléphone je n'aime pas trop
- Pourquoi ?
- Parce que je n'aime pas trop qu'on me téléphone pour les supermarchés quoi, je préfère par mail ou par courrier s'il y a des avantages
- Quels avantages tirez-vous de vos cartes de fidélité dans les supermarchés ? Pourquoi avez-vous désiré ces cartes ?
- Pas grand-chose, ils disent après certaines promos, c'est moins 1€ mais c'est rare. C'est avec les prix rouges mais dans les prix rouges il n'y a pas tout ce qui m'intéresse quoi
- Récolte de points ?
- Non
- Cadeaux reçus ?
- Non
- Recevoir les publicités et les promotions
- Oui oui Colruyt oui
- Pour quelle(s) raison(s) pensez-vous que les supermarchés offrent ces cartes de fidélité aux consommateurs ?
- Pour les inciter à aller chez eux mais j'y crois pas trop moi, je ne suis pas sûre que cela fonctionne
- Pour récolter des informations sur mes habitudes d'achat, donc sur ce que j'ai l'habitude d'acheter ?
- Oui éventuellement oui
- Pour récolter des informations afin de les transmettre aux différents producteurs (Ex : Coca-Cola, Milka...) ?
- Je ne pense pas non
- Pour me donner des promotions qui seront sélectionnées spécialement pour moi, selon mes goûts et mes préférences ?

- Non pas du tout
- Pour m'offrir des réductions de prix spéciales
- Eventuellement oui, peut être
- Pour faire payer plus cher aux personnes n'ayant pas de carte
- Bonne question, pas des masses quoi
- Pour augmenter la fidélité et me faire aller plus souvent faire du shopping
- Non
- Pour attirer plus de consommateurs
- Oui ça oui
- Parce que les concurrents en font donc elles doivent rester compétitives et en faire aussi
- Oui allez
- Pour me surveiller
- Non (rire)
- Parce que je suis un client particulier/régulier
- Je suis fidèle à Colruyt moi donc peut être
- Que font, selon vous, ces supermarchés des informations que vous leur avez données ?
- Alors là, aucune idée
- Les donner à d'autres entreprises
- Non je pense pas
- Les utiliser pour envoyer des offres personnalisées
- Personnalisées non
- Les vendre à d'autres entreprises
- Non
- Envoyer des publicités

- Ça oui
- Lorsque vous avez souscrit la carte de fidélité, avez-vous lu les conditions générales et la charte la concernant ?
- Je dois avouer que non
- Pourquoi ?
- Parce que je ne voyais pas ce qu'il pouvait y avoir de grave. C'est peut-être une négligence, j'aurais peut-être dû prendre conscience mais non je ne l'ai pas fait. Ça ne m'intéresse pas et ce sont des longues tartines et j'avais pas que ça à faire
- Veuillez lire cet extrait de la charte concernant la vie privée d'une enseigne belge de la grande distribution (donc un supermarché): Selon cet extrait : Quelles informations sont-elles recueillies par cette enseigne ?
- Enquêtes, test, évaluations, concours mais moi je ne suis pas pour tout ça, je n'aime pas. C'est très rare quand je réponds à des enquêtes
- Votre autorisation est-elle nécessaire dans leur traitement ?
- Je ne pense pas non
- Que font les entreprises des données qui sont récoltées ?
- Elles transmettent à des partenaires commerciaux et envoyer des offres particulières
- Que pensez-vous de la récolte de ces données ?
- Je ne suis pas pour tout ça, je n'aime pas, ça me dérange. Je n'aime pas qu'ils transportent mes données un petit peu partout
- Etiez-vous au courant de ces pratiques ?
- Non
- Imaginons maintenant cette situation : vous vous rendez dans votre supermarché habituel, décidez d'acheter une nouvelle marque de céréales et présentez votre carte de fidélité afin de pouvoir bénéficier de réductions. Quelques jours plus tard, vous recevez, à votre domicile, une publicité de son supermarché où il vous est proposé la marque de céréales que vous aviez acheté auparavant. Cela signifie que ce supermarché garde vos informations

personnelles (ici, votre adresse) et la liste de vos achats effectués (la marque de céréales). Quel est votre ressenti par rapport à cela ? Pourquoi ?

- C'est bien je pense, c'est pratique
- Cela signifie également que votre supermarché habituel garde une liste de vos achats afin de vous envoyer des offres qui pourront vous correspondre, selon vos habitudes et vos préférences. Quel est votre ressenti par rapport à cela ? Pourquoi ?
- Je suis quand même d'accord j'ai l'impression que le supermarché s'occupe bien de moi et veut que je sois satisfaite
- Pensez-vous être client privilégié étant donné que vous recevez des offres spécialement choisies pour vous ? Pourquoi ?
- Non car le supermarché le fait pour tout le monde
- Imaginons à présent que vous ayez reçu à votre domicile des offres d'un autre magasin, pour lequel vous n'avez pourtant jamais demandé de recevoir les offres. Cela signifie que votre supermarché habituel a transmis vos données à ses partenaires, ainsi que la liste des achats que vous avez effectués dans ce supermarché. Quel en est votre ressenti ? Pourquoi ?
- Faut peut-être voir, peut être que l'autre magasin sera un concurrent. Mais je n'aime pas ça
- Cela signifie également que votre supermarché ne vous a pas prévenu qu'il allait recueillir vos données et qu'il allait les utiliser (donner aux partenaires, envoyer des publicités spécialement pour vous...). Quel en est votre ressenti ? Pourquoi ?
- Dans un sens c'est bien mais d'un autre non car tu reçois des publicités de n'importe quoi. J'ai parfois des tas de publicité et ça je n'aime pas vraiment
- Comment aurait dû vous prévenir votre supermarché ?
- En envoyant un petit courrier ou dans une publicité où ils demandent clairement si on autorise ou pas d'envoyer à des partenaires
- Depuis combien de temps utilisez-vous Internet ?
- Ça fait déjà quand même pas mal de temps, 5 ou 6 ans
- Utilisez-vous internet de chez vous ?

- Maintenant oui
- à votre travail?
- Oui
- sur votre gsm ?
- non juste sur pc
- Faites-vous des achats sur Internet ? Lesquels ?
- Je ne fais que des courses alimentaires
- Avec quel moyen de paiement ?
- Bancontact
- Est-ce régulier ?
- Fin de mois et début de mois
- Pourquoi ces achats-là sont-ils faits sur internet ?
- Car c'est en grande quantité, eau, coca, litière pour chats... Comme moi je n'ai pas de véhicule, on vient me livrer chez moi et je prends pour un mois donc c'est par facilité. Par contre je ne prends pas d'autres choses car j'aime bien essayer et voir la qualité du vêtement ou des chaussures et c'est pareil pour la viande ou les légumes
- Connaissez-vous les lois en vigueur en Belgique concernant la protection des données sur Internet ? Qu'en savez-vous ?
- Non je n'en sais rien
- Saviez-vous, par exemple, que l'entreprise qui utilise vos données doit fournir le but de leur utilisation ainsi qu'un droit de s'y opposer ? Qu'en pensez-vous ?
- Non je ne savais pas et je ne trouve pas que c'est visible, il y a un manque de clarté à ce niveau-là. C'est comme les petites cases on ne les voit pas
- Saviez-vous, par exemple, que l'entreprise qui utilise vos données doit vous fournir les destinataires, donc les personnes ou entreprises qui y auront accès? Qu'en pensez-vous ?
- Ah non non je ne savais pas, c'est pas du tout visible.

- Quel est votre âge ?
- 63 ans
- Votre budget hebdomadaire pour vos courses ?
- 100€ par semaine et 200€ pour les grosses courses
- Votre région ?
- Havré
- Etes-vous l'acheteur principal ?
- Oui
- Etes-vous en couple ?
- Non
- Avez-vous des enfants ?
- Non

1.29. ANNEXE 29 : RETRANSCRIPTION ERIKA, 36 ANS

- Bonjour, je m'appelle Charline Coppieters et je suis actuellement en 2e master en ingéniorat de gestion à l'UCL Mons. Je réalise mon mémoire au sujet des cartes de fidélité dans les supermarchés. D'avance merci de répondre à mes questions. Vos réponses seront anonymes. Il n'y a ni bonne ni mauvaise réponse. Puis-je vous enregistrer (pour me permettre d'analyser vos réponses plus en détails) ?

- Oui

- Dans quels supermarchés faites-vous vos courses de consommation courante (c'est-à-dire, par exemple, l'eau, le pain,...) ?

- Chez Okay

- A quelle fréquence faites-vous vos courses ?

- Une fois par semaine

- Faites-vous parfois des « grosses courses » (courses réalisées une fois par mois où vous achetez, par exemple, des essuie-tout, des produits de lessives) ?

- Non, toujours en moyenne 50€

- Allez-vous dans les supermarchés quand vous avez oublié un produit particulier ?

- Ça m'est arrivé parfois mais donc je vais dans le magasin le plus proche, comme Intermarché ou Carrefour

- Avez-vous des cartes de fidélité dans les supermarchés ? Lesquels ?

- Chez Okay et à Intermarché

- Les avez-vous depuis longtemps ?

- Okay ça fait depuis le mois de juillet 2015 et Intermarché ça fait au moins deux ans

- Vous rappelez-vous comment vous avez pu les obtenir ?

- Je n'ai pas fait les démarches moi-même

- Quelles informations avez-vous dû donner pour l'avoir ?

- Nom, prénom, adresse, adresse au minimum. Pas l'adresse email car je n'en reçois pas

- Avez-vous fait attention aux informations que vous avez fournies ?
- Oui bien sûr
- Avez-vous délibérément omis de donner certaines informations ?
- Je mettrais l'adresse pour avoir les pubs mais l'adresse internet non sinon j'ai plein de spam et pas non plus mon numéro de téléphone je n'ai pas envie qu'on m'appelle
- Quels avantages tirez-vous de vos cartes de fidélité dans les supermarchés ? Pourquoi avez-vous désiré ces cartes ?
- Chez Okay ce sont des promotions pour certains articles et donc via les publicités qu'on reçoit chez soi on voit quelles promotions il y a chaque semaine et Intermarché c'est plus intéressant car on cumule des points et en échange on a de l'argent. Mais au point de vue ambiance je préfère Okay même si je n'ai pas de meilleurs avantages. Je fais partie des clients qui quand ils se sentent bien quelque part ils y restent
- Cadeaux reçus ?
- Non ça non
- Pour quelle(s) raison(s) pensez-vous que les supermarchés offrent ces cartes de fidélité aux consommateurs ?
- Pour fidéliser tout simplement leurs clients
- Pour récolter des informations sur mes habitudes d'achat, donc sur ce que j'ai l'habitude d'acheter ?
- Oui je pense
- Pour récolter des informations afin de les transmettre aux différents producteurs (Ex : Coca-Cola, Milka...)
- Ça je ne sais pas heu... ils ont certainement des accords et il y a des études derrière autant exploiter les données au maximum
- Pour me donner des promotions qui seront sélectionnées spécialement pour moi, selon mes goûts et mes préférences

- Je ne pense pas qu'ils fassent des folders personnalisés non, il y a peut-être des variantes mais les folders de Okay c'est toujours sur du poisson et de la viande alors que je n'achète pas ça du tout. Et Intermarché c'est sur tout
- Pour m'offrir des réductions de prix spéciales ?
- Oui certainement
- Pour faire payer plus cher aux personnes n'ayant pas de carte
- Non
- Pour me faire aller plus souvent faire du shopping
- Moi ça ne m'incite pas en tout cas
- Pour attirer plus de consommateurs
- Non
- Parce que les concurrents en font donc elles doivent rester compétitives et en faire aussi
- Je pense que oui c'est un effet de mode
- Pour me surveiller
- Non je ne pense pas
- Parce que je suis un client particulier/régulier
- Non
- Que font, selon vous, ces supermarchés des informations que vous leur avez données ?
- Déjà de 1 pour voir où habitent les clients et suivant les régions, leurs habitudes on peut faire toutes des études de marché, par exemple au BW ils achètent plus du bio, on a peut-être des différences et de 2, il y a des aspects positifs d'avoir des réductions sur son ticket
- Les donner à d'autres entreprises ?
- Ça je ne connais pas très bien le fonctionnement mais il y a certainement des accords et des échanges d'informations
- Les utiliser pour envoyer des offres personnalisées
- Oui je me dis s'ils doivent le faire pour tout le monde c'est compliqué

- Lorsque vous avez souscrit la carte de fidélité, avez-vous lu les conditions générales et la charte la concernant ?
- Non c'est vrai je ne le fais pas, sauf et encore, généralement on fait la carte dans le magasin et chez DI j'ai rempli le formulaire et j'avais deux personnes derrière donc je me sentais pressée de remplir très vite donc c'est peut être écrit dedans ce qu'ils en font. Par réflexe on remplit et on va pas trop loin. Peut-être qu'on fait confiance car on se dit que ça ne nous lie pas à vie au magasin. C'est un magasin où tu prends ton lait et ton beurre quoi.
- Veuillez lire cet extrait de la charte concernant la vie privée d'une enseigne belge de la grande distribution (donc un supermarché): Selon cet extrait : Quelles informations sont recueillies par cette enseigne ?
- Habitudes, comportements d'achat, les données personnelles basiques, ce qu'il y a sur son CV, les enquêtes aussi
- Votre autorisation est-elle nécessaire dans leur traitement ?
- Moi j'ai pas vraiment de secrets, cela pose peut être problème à certains que l'entreprise sache qu'ils achètent 10 paquets de chips. Dans certains cas ils demandent l'autorisation et dans d'autres non quoi. Mais je suppose que dans le cas où on demande notre avis, l'importance de l'information n'est peut-être pas si importante
- Que font les entreprises des données qui sont récoltées ?
- Elle les garde pour elle mais les transmet aussi à d'autres et tenir au courant des partenaires et envoyer des offres spécialement pour moi
- Que pensez-vous de la récolte de ces données ?
- Moi je peux comprendre qu'ils aient besoin de savoir où ils vont et pour rester compétitif c'est important pour l'entreprise de savoir tout. Mais si ça va trop loin dans la vie privée là je ne suis pas d'accord, je suis d'accord jusqu'à un certain point mais c'est tout
- Trouvez-vous cela intéressant ? dérangent ? pratique ?
- Ça nous dérange pas dans le sens où on s'en rend pas compte et chacun à au moins 10 cartes de fidélité dans son portemonnaie.
- Etiez-vous au courant de ces pratiques ?
- Faut pas être bête c'est évident qu'ils le fassent

- Imaginons maintenant cette situation : vous vous rendez dans votre supermarché habituel, décidez d'acheter une nouvelle marque de céréales et présentez votre carte de fidélité afin de pouvoir bénéficier de réductions. Quelques jours plus tard, vous recevez, à votre domicile, une publicité de son supermarché où il vous est proposé la marque de céréales que vous aviez achetée auparavant. Cela signifie que ce supermarché garde vos informations personnelles (ici, votre adresse) et la liste de vos achats effectués (la marque de céréales). Quel est votre ressenti par rapport à cela ? Pourquoi ?
- Si ça me permet d'avoir des promos après c'est bien
- Cela signifie également que votre supermarché habituel garde une liste de vos achats afin de vous envoyer des offres qui pourront vous correspondre, selon vos habitudes et vos préférences. Quel est votre ressenti par rapport à cela ? Pourquoi ?
- Dans un sens tu te dis c'est positif car ça répond bien, je vais là souvent et j'ai des promotions en fonction de ce que j'achète et pour savoir ça ils ont besoin de savoir ce que j'achète et dans un autre avec un peu plus de recul on peut se demander, on connaît vraiment tout sur nous, on a pas besoin de fouiller tes poubelles pour savoir ce que tu achètes, tu n'as plus de secrets quoi et encore c'est au point de vue des alimentaires mais bon pour avoir un service de qualité
- Pensez-vous être client privilégié étant donné que vous recevez des offres spécialement choisies pour vous ? Pourquoi ?
- Non c'est ce que la carte de fidélité veut faire ressentir au gens qu'il prend soin de lui. C'est plutôt via le contact avec le personnel que je vais me trouver privilégiée et non via des publicités en fonction de ce que tu achètes
- Imaginons à présent que vous ayez reçu à votre domicile des offres d'un autre magasin, pour lequel vous n'avez pourtant jamais demandé de recevoir les offres. Cela signifie que votre supermarché habituel a transmis vos données à ses partenaires, ainsi que la liste des achats que vous avez effectués dans ce supermarché. Quel en est votre ressenti ? Pourquoi ?
- Non je peux comprendre que ce soit un accord entre eux et peut être que dans le folder que je vais recevoir il y a quelque chose qui va m'intéresser. Il y a du positif et du négatif quoi.
- Cela signifie également que votre supermarché ne vous a pas prévenu qu'il allait recueillir vos données et qu'il allait les utiliser (donner aux partenaires, envoyer des publicités spécialement pour vous...). Quel en est votre ressenti ? Pourquoi ?

- C'était peut-être noté dans la charte mais vu que je ne l'ai pas lu ... Je suis en faute
- Comment aurait dû vous prévenir votre supermarché ?
- On ne présente pas la carte de fidélité de cette manière, c'est toujours la même manière, on peut toujours dire oui ou non si on veut la carte. Quand on accepte la carte on assume que ça va être traité quoi. Avoir une liste de tous les partenaires pourrait être intéressant mais on sait pas il y a peut-être beaucoup trop de partenaires
- Depuis combien de temps utilisez-vous Internet ?
- Depuis son début
- Utilisez-vous internet de chez vous ? à votre travail? sur votre Gsm ?
- Oui pour tout
- Faites-vous des achats sur Internet ?
- Oui, Zalando !
- Pas d'autres ?
- Des billets d'avion mais il faut faire attention à la compagnie, bien prendre des gros sécurisés avec lesquels on est certains
- Avec quel moyen de paiement ?
- Bancontact ou Mastercard
- Est-ce régulier ?
- Pas chaque semaine mais au moins tous les trois mois
- Pourquoi ces achats-là sont-ils fait sur internet ?
- Car je déteste faire les magasins mais par contre la nourriture je ne ferais pas. je préfère sélectionner moi-même, voir les marchandises, vérifier les dates de péremption. Par contre si c'est des vêtements je préfère faire un seul clic
- Connaissez-vous les lois en vigueur en Belgique concernant la protection des données sur Internet ? Qu'en savez-vous ?
- Non mais j'espère qu'elles sont bonnes !

- Saviez-vous, par exemple, que l'entreprise qui utilise vos données doit fournir le but de leur utilisation ainsi qu'un droit de s'y opposer ? Qu'en pensez-vous ?
- Je le sais qu'ils utilisent mes données. Mais de toute façon ça se voit quand je vais sur un site de dictionnaire, je vais avoir des pubs de Zalando. J'ai déjà cliqué dessus mais je sais très bien et j'en étais consciente
- Saviez-vous, par exemple, que l'entreprise qui utilise vos données doit vous fournir les destinataires, donc les personnes ou entreprises qui y auront accès ? Qu'en pensez-vous ?
- Non ça je ne savais pas il faudrait plus le mettre en avant
- Quel est votre âge ?
- 36
- Votre budget hebdomadaire pour vos courses ?
- 50€par semaine
- Votre région ?
- Mons
- Etes-vous l'acheteur principal ?
- Oui
- Etes-vous en couple ?
- Non
- Avez-vous des enfants ?
- Non

1.30. ANNEXE 30 : RETRANSCRIPTION LAETITIA, 27 ANS

- Bonjour, je m'appelle Charline Coppieters et je suis actuellement en 2e master en ingéniorat de gestion à l'UCL Mons. Je réalise mon mémoire au sujet des cartes de fidélité dans les supermarchés. D'avance merci de répondre à mes questions. Vos réponses seront anonymes. Il n'y a ni bonne ni mauvaise réponse. Puis-je vous enregistrer (pour me permettre d'analyser vos réponses plus en détails) ?
- Oui
- Dans quels supermarchés faites-vous vos courses de consommation courante (c'est-à-dire, par exemple, l'eau, le pain,...) ?
- Je peux tous les dire ?
- Oui bien sûr
- Delhaize, Carrefour, Aldi et plus rarement Colruyt
- A quelle fréquence faites-vous vos courses ?
- Delhaize tous les jours, Carrefour une fois par semaine et Colruyt une fois par mois
- Faites-vous parfois des « grosses courses » (courses réalisées une fois par mois où vous achetez, par exemple, des essuie-tout, des produits de lessives) ?
- Oui mais ça c'est plutôt Colruyt
- Allez-vous dans les supermarchés quand vous avez oublié un produit particulier ?
- Non j'attends les prochaines courses
- Avez-vous des cartes de fidélité dans les supermarchés ? Lesquels ?
- Oui chez Delhaize et chez Carrefour
- Les avez-vous depuis longtemps ?
- Depuis trois ans
- Vous rappelez-vous comment vous avez pu les obtenir ?
- J'ai été au magasin et la caissière me l'a proposé et j'ai dit oui et j'ai rempli un formulaire
- Quelles informations avez-vous dû donner pour l'avoir ?
- Nom, adresse, adresse email...
- Nombre de personnes dans le ménage, préférences dans certains domaines ?
- Ca non
- Avez-vous fait attention aux informations que vous avez fournies ? Avez-vous délibérément omis de donner certaines informations ?

- En général je fais toujours attention aux informations que je mets et aussi j'ai une adresse email déchet où je mets toutes les pubs. Je demande si c'est obligé et si non je ne mets pas mais je n'aime pas donner mon numéro de téléphone
- Quels avantages tirez-vous de vos cartes de fidélité dans les supermarchés ? Pourquoi avez-vous désiré ces cartes ? (Demander seulement si la personne n'en parle pas)
- Collectionner les points en échange des achats et avoir des réductions grâce à ces points
- Cadeaux reçus ?
- Non jamais
- Réductions
- Oui des bons de 5€
- Recevoir les publicités et les promotions
- Chez moi non je ne reçois rien
- Pour quelle(s) raison(s) pensez-vous que les supermarchés offrent ces cartes de fidélité aux consommateurs ?
- Pour qu'on revienne chez eux et qu'on soit fidèle
- Pour récolter des informations sur mes habitudes d'achat, donc sur ce que j'ai l'habitude d'acheter
- Oui mais je n'y aurais pas pensé avant, maintenant qu'on me le dit oui
- Pour récolter des informations afin de les transmettre aux différents producteurs (Ex : Coca-Cola, Milka...) ?
- Non je ne pense pas je suis naïve
- Pour me donner des promotions qui seront sélectionnées spécialement pour moi, selon mes goûts et mes préférences ?
- Je me dis que oui mais je n'y aurais pas pensé avant
- Pour m'offrir des réductions de prix spéciales
- Oui je pense
- Pour faire payer plus cher aux personnes n'ayant pas de carte
- Non je ne crois pas
- Pour attirer plus de consommateurs
- Oui
- Parce que les concurrents en font donc elles doivent rester compétitives et en faire aussi
- Non hein
- Pour me surveiller
- Non

- Parce que je suis un client particulier/régulier
- Non
- Que font, selon vous, ces supermarchés des informations que vous leur avez données ?
- Des statistiques pour analyser les consommateurs selon les régions, les familles...
- Les donner à d'autres entreprises
- Non je ne pense pas
- Les utiliser pour envoyer des offres personnalisées
- Oui
- Envoyer des publicités
- Oui
- Lorsque vous avez souscrit la carte de fidélité, avez-vous lu les conditions générales et la charte la concernant ?
- Non je n'ai rien lu c'est trop long et trop petit et on a jamais le temps de le remplir c'est ennuyant on est toujours pressé et on n'ose pas prendre son temps
- Veuillez lire cet extrait de la charte concernant la vie privée d'une enseigne belge de la grande distribution (donc un supermarché): Selon cet extrait : Quelles informations sont recueillies par cette enseigne ?
- Le nom, prénom, les achats, les CV, les achats, les concours...
- Votre autorisation est-elle nécessaire dans leur traitement ?
- Dans la plupart des cas oui mais ça peut se déduire de ce qu'on fait donc c'est bizarre car on ne sait pas trop ce qu'elles en font
- Que font les entreprises des données qui sont récoltées ?
- Elles offrent des offres intéressantes sélectionnées selon le profil et ne le partagent pas en dehors des partenaires commerciaux
- Que pensez-vous de la récolte de ces données ?
- Ce que je pense, c'est que ça leur est utile et que cela ne me coûte rien, donc ce n'est quand même pas trop grave. Enfin le truc des CV c'est quand même un peu choquant car il y a toute la vie privée mais en tout cas pour ce que j'achète ça ne me dérange pas du tout. Les partenaires c'est vrai qu'on ne s'en doute pas de trop. Je me doutais de tout ça mais je ne me posais pas trop de questions
- Imaginons maintenant cette situation : vous vous rendez dans votre supermarché habituel, décidez d'acheter une nouvelle marque de céréales et présentez votre carte de fidélité afin de pouvoir bénéficier de réductions. Quelques jours plus tard, vous recevez, à votre domicile, une publicité de son supermarché où il vous est proposé la marque de

céréales que vous aviez acheté auparavant. Cela signifie que ce supermarché garde vos informations personnelles (ici, votre adresse) et la liste de vos achats effectués (la marque de céréales). Quel est votre ressenti par rapport à cela ? Pourquoi ?

- Ça ça ne me dérange pas du tout car je suis contente de recevoir la publicité
- Cela signifie également que votre supermarché habituel garde une liste de vos achats afin de vous envoyer des offres qui pourront vous correspondre, selon vos habitudes et vos préférences. Quel est votre ressenti par rapport à cela ? Pourquoi ?
- Je suis d'accord car c'est pratique de recevoir des choses qu'on aime et pas des choses qu'on n'achète jamais
- Pensez-vous être client privilégié étant donné que vous recevez des offres spécialement choisies pour vous ? Pourquoi ?
- Non ils font les offres à tout le monde et ça se fait automatiquement je pense
- Imaginons à présent que vous ayez reçu à votre domicile des offres d'un autre magasin, pour lequel vous n'avez pourtant jamais demandé de recevoir les offres. Cela signifie que votre supermarché habituel a transmis vos données à ses partenaires, ainsi que la liste des achats que vous avez effectués dans ce supermarché. Quel en est votre ressenti ? Pourquoi ?
- Ouais là ça me dérange car je me demande qui a reçu mes informations. Je fais confiance à ce magasin là et je me dis qu'il garde ça pour lui et pourtant, je fais ça car ça l'aide lui et il partage à tout le monde
- Cela signifie également que votre supermarché ne vous a pas prévenu qu'il allait recueillir vos données et qu'il allait les utiliser (donner aux partenaires, envoyer des publicités spécialement pour vous...). Quel en est votre ressenti ? Pourquoi ?
- Il l'a sûrement mis dans la charte mais vu que je ne l'ai pas lu
- Comment aurait dû vous prévenir votre supermarché ?
- Ils devraient l'écrire en grand ou le dire, vu que moi une dame m'a donné le papier je pense qu'elle aurait dû à ce moment-là me prévenir
- Depuis combien de temps utilisez-vous Internet ?
- Au moins 10ans je pense
- Utilisez-vous internet de chez vous ?
- Oui
- à votre travail?
- Oui
- sur votre gsm ?

- Oui
- ailleurs ?
- Chez des amis
- Faites-vous des achats sur Internet ?
- Oui
- Lesquels ?
- Amazon, j'achète aussi à manger mais tout ce que je ne sais pas me procurer en Belgique et sinon Amazon c'est plutôt ce qui n'est pas alimentaire et je compare les offres et si c'est moins cher je prends en ligne
- Avec quel moyen de paiement ?
- PC Banking ou Visa
- Est-ce régulier ?
- Non, à mon avis pendant une semaine je vais acheter plein puis pendant un mois plus rien puis je vais m'y remettre
- Pourquoi ces achats-là sont-ils faits sur internet ?
- C'est souvent car c'est difficile de se les procurer ailleurs ou parce que c'est moins cher sur Internet
- Connaissez-vous les lois en vigueur en Belgique concernant la protection des données sur Internet ? Qu'en savez-vous ?
- Absolument pas
- Saviez-vous, par exemple, que l'entreprise qui utilise vos données doit fournir le but de leur utilisation ainsi qu'un droit de s'y opposer ? Qu'en pensez-vous ?
- Je ne savais pas et je trouve ça très bien mais ce n'est pas clairement énoncé
- Saviez-vous, par exemple, que l'entreprise qui utilise vos données doit vous fournir les destinataires, donc les personnes ou entreprises qui y auront accès? Qu'en pensez-vous ?
- Non je ne savais pas et j'ai l'impression qu'ils restent flous quand ils le font, ils disent les partenaires sans dire qui sont les partenaires on ne sait jamais qui c'est
- Quel est votre âge ?
- 27 ans
- Votre budget hebdomadaire pour vos courses ?
- Je pense qu'au Delhaize ça fait 10€ par jour mais environ 50€ par semaine
- Votre région ?
- Mons

- Etes-vous l'acheteur principal ?
- Oui
- Etes-vous en couple ?
- Oui
- Avez-vous des enfants ?
- Non
- Merci !

1.31. ANNEXE 31 : RETRANSCRIPTION JULIE, 27 ANS

- Bonjour, je m'appelle Charline Coppieters et je suis actuellement en 2e master en ingéniorat de gestion à l'UCL Mons. Je réalise mon mémoire au sujet des cartes de fidélité dans les supermarchés. D'avance merci de répondre à mes questions. Vos réponses seront anonymes. Il n'y a ni bonne ni mauvaise réponse. Puis-je vous enregistrer (pour me permettre d'analyser vos réponses plus en détails) ?

- Oui

- Dans quels supermarchés faites-vous vos courses de consommation courante (c'est-à-dire, par exemple, l'eau, le pain,...) ?

- Colruyt et Carrefour et Cora aussi

- A quelle fréquence faites-vous vos courses ?

- je dirais au minimum une fois tous les deux jours

- Faites-vous parfois des « grosses courses » (courses réalisées une fois par mois où vous achetez, par exemple, des essuie-tout, des produits de lessives) ?

- Oui une fois par semaine, j'achète les bouteilles d'eau, le coca...

- Allez-vous dans les supermarchés quand vous avez oublié un produit particulier ?

- je retourne au Colruyt qui est juste à côté

- Avez-vous des cartes de fidélité dans les supermarchés ? Lesquels ?

- Pas au carrefour mais au Colruyt oui

- Les avez-vous depuis longtemps ?

- Non pas très longtemps

- Vous rappelez-vous comment vous avez pu les obtenir ?

- On m'a donné un papier cartonné où il fallait remplir les données comme nom prénom etc et si je ne m'abuse les conditions générales étaient au dos de ce papier

- Avez-vous fait attention aux informations que vous avez fournies ?

- Oui

- Avez-vous délibérément omis de donner certaines informations ?
- Oui
- Lesquelles ?
- Heu si je me rappelle bien je n'ai pas mis mon numéro de téléphone et je n'ai mis que mon adresse mail privée car je n'ai pas envie qu'ils m'envoient des SMS (rire)
- Quels avantages tirez-vous de vos cartes de fidélité dans les supermarchés ? Pourquoi avez-vous désiré ces cartes ?
- Je pense que dans certains cas tu as des réductions en plus mais jusqu'à présent je la présente mais je n'en ai pas encore eu. Je sais que ma mère à Delhaize elle présente sa carte de fidélité et elle reçoit des points et des bons de 5euros grâce à sa carte en accumulant sa carte. J'aimerais des promotions particulières pour ceux qui ont une CF et j'aimerais aussi que ma fidélité soit remerciée donc qu'on m'offre des choses en plus que les autres
- Cadeaux reçus ?
- Non ça non
 - Des publicités ?
 - Etrangement non, je pense que ça s'est perdu
- Pour quelle(s) raison(s) pensez-vous que les supermarchés offrent ces cartes de fidélité aux consommateurs ?
- Pour pouvoir mieux cibler le consommateur car je pense qu'ils scannent les produits et la carte de fidélité et savent ce que t'achètent donc après ils peuvent mieux cibler et t'envoyer soit des biens que tu consommes rarement pour te pousser à l'acheter ou alors des biens que tu consommes souvent pour te pousser à acheter plus, je ne sais pas mais je dirais ça
- Pour récolter des informations sur mes habitudes d'achat, donc sur ce que j'ai l'habitude d'acheter ?
- Oui
- Pour récolter des informations afin de les transmettre aux différents producteurs (Ex : Coca-Cola, Milka...)
- Pour moi non, sauf s'ils m'en ont fait la demande expresse

- Pour me donner des promotions qui seront sélectionnées spécialement pour moi, selon mes goûts et mes préférences
- Ca serait un peu beau mais je dirais oui quand même mais toujours dans un but économique
- Pour m'offrir des réductions de prix spéciales ?
- Oui a priori mais je ne pense pas que ce soit leur but premier
- Pour faire payer plus cher aux personnes n'ayant pas de carte
- S'ils ne bénéficient pas de la promo car ils n'ont pas la carte techniquement je dirais oui
- Pour me faire aller plus souvent faire du shopping et augmenter la fidélité ?
- Oui
- Pour attirer plus de consommateurs
- Je ne pense pas car tout le monde a une CF
- Parce que les concurrents en font donc elles doivent rester compétitives et en faire aussi
- Elles ont compris pourquoi les concurrents le faisaient et donc elles se sont dit que cela valait la peine de le faire (rire)
- Pour me surveiller
- Non
- Parce que je suis un client particulier/régulier
- Non
- Que font, selon vous, ces supermarchés des informations que vous leur avez données ?
- En principe, d'après moi, elles les communiquent mais je suppose qu'ils vont les insérer dans une base de données, qui va leur permettre de cibler mes achats et donc de me faire des offres spécialement pour moi mais je pense qu'il y a une case à cocher comme quoi je ne veux pas qu'on transfère mes données à d'autres entreprises et ça je ne veux pas
- Les donner à d'autres entreprises ?
- Selon moi non car ils ne peuvent pas

- Les utiliser pour envoyer des offres personnalisées
- Ce serait trop beau pour être vrai
- Lorsque vous avez souscrit la carte de fidélité, avez-vous lu les conditions générales et la charte la concernant ?
- J'ai lu les conditions générales, car je suis juriste. Il n'y a rien qui m'a déplu car rien ne m'a fait tiquer, cela ne m'a pas choqué plus que cela. Sachant que je travaille beaucoup avec les clauses abusives en matière de conditions générales, rien ne m'a choqué après c'est Colruyt, je ne sais pas pour le reste
- Veuillez lire cet extrait de la charte concernant la vie privée d'une enseigne belge de la grande distribution (donc un supermarché)
- Après lecture, je n'aime pas qu'ils déduisent de soi-disant certains de mes comportements des acceptations tacites et deuxièmement qu'ils me tiennent au courant des actions de leurs partenaires commerciaux, oui si c'est par exemple tu sais si c'est Colruyt qui dit Coca Cola fait une promo, là OK ça c'est normal car ils ont vu certains de mes achats. Par contre qu'ils transmettent à Coca mes achats pour que Coca m'envoie une publicité, là je dis non.
 - Selon cet extrait : Quelles informations sont recueillies par cette enseigne ?
 - Je vois nom prénom adresse, adresse email, numéro de téléphone, réservations, achats, données via le CV, les enquêtes, en fait tout ce qu'ils peuvent réunir sur toi
- Votre autorisation est-elle nécessaire dans leur traitement ?
- Non car la plupart des cas c'est l'autorisation expresse mais vu qu'elle peut être déduite, ça veut dire qu'a priori ils n'ont pas besoin de mon autorisation
- Que font les entreprises des données qui sont récoltées ?
- elle les utilise pour cibler mes habitudes de consommatrices et elles les communiquent quand même à leurs partenaires commerciaux.
- Que pensez-vous de la récolte de ces données ?
- Je n'aime pas ça, ça me dérange. Ça me dérange sur le fait que ça empiète sur ma vie privée qu'ils prennent des informations comme celles-là. Après je peux comprendre qu'ils veuillent commercialement être proches des clients mais par exemple, mon nom mon numéro...

je ne vois pas pourquoi je recevrais des emails de partenaires que je ne connais pas. Du moment que cela reste dans mon sens, je m'en fous mais si c'est pour avoir des courriers, des spams, des emails, la je te dirais non c'est pas la peine

- Etiez-vous au courant de ces pratiques ?

- Oui

- Imaginons maintenant cette situation : vous vous rendez dans votre supermarché habituel, décidez d'acheter une nouvelle marque de céréales et présentez votre carte de fidélité afin de pouvoir bénéficier de réductions. Quelques jours plus tard, vous recevez, à votre domicile, une publicité de son supermarché où il vous est proposé la marque de céréales que vous aviez acheté auparavant. Cela signifie que ce supermarché garde vos informations personnelles (ici, votre adresse) et la liste de vos achats effectués (la marque de céréales). Quel est votre ressenti par rapport à cela ? Pourquoi ?

- Cela ne me dérange pas

- Cela signifie également que votre supermarché habituel garde une liste de vos achats afin de vous envoyer des offres qui pourront vous correspondre, selon vos habitudes et vos préférences. Quel est votre ressenti par rapport à cela ? Pourquoi ?

- Cela ne me dérange pas car c'est pour cela qu'on fait la carte de fidélité donc c'est bien d'avoir des offres sur des produits que j'aime

- Pensez-vous être client privilégié étant donné que vous recevez des offres spécialement choisies pour vous ? Pourquoi ?

- Non je pense qu'il veut juste augmenter ses ventes

- Imaginons à présent que vous ayez reçu à votre domicile des offres d'un autre magasin, pour lequel vous n'avez pourtant jamais demandé de recevoir les offres. Cela signifie que votre supermarché habituel a transmis vos données à ses partenaires, ainsi que la liste des achats que vous avez effectués dans ce supermarché. Quel en est votre ressenti ? Pourquoi ?

- Si ça arrive je débarque directement au siège social de Colruyt et je m'énerve (rire). Je n'apprécierai pas et j'enverrai directement un courrier à Colruyt pour dire que je ne suis pas d'accord

- Cela signifie également que votre supermarché ne vous a pas prévenu qu'il allait recueillir vos données et qu'il allait les utiliser (donner aux partenaires, envoyer des publicités spécialement pour vous...). Quel en est votre ressenti ? Pourquoi ?
- Tout à fait, c'est honteux.
- Comment aurait dû vous prévenir votre supermarché ?
- Normalement je me souviens avoir coché une case disant j'accepte que Colruyt garde mes données à des fins publicitaires mais j'ai du mal à me souvenir si j'ai coché cette case là ou si je n'ai pas coché car je ne voulais pas en avoir. Si c'est une carte Colruyt je vais la cocher car je suis intéressée à recevoir les offres. Par contre si je dois donner mes données à des partenaires ils doivent m'en informer clairement et je dois avoir la possibilité de devoir donner mon accord express. A priori ça devrait l'être car il y a des lois sur le respect de la vie privée et une commission qui vérifie ça donc ça devrait être fait. C'est pas clair selon moi
- Depuis combien de temps utilisez-vous Internet ?
- Depuis que j'ai 11 ans (rire)
- Utilisez-vous internet de chez vous ? à votre travail? sur votre Gsm ?
- Oui mais pas sur le GSM
- Faites-vous des achats sur Internet ?
- Non pas d'achats car je n'ai pas confiance dans les systèmes de paiement en ligne et de deux ça m'agace vachement d'aller voir une paire de bottes sur Zalando et puis de voir cette paire de bottes se balader absolument partout où je vais après. Je ne veux pas non plus introduire mes données dans des systèmes informatisés. Internet n'est pas gérable mais pourtant je suis sur Facebook. Mais j'ai tout verrouillé et j'ai déjà envoyé un mail à Facebook concernant mes données personnelles.
- Connaissez-vous les lois en vigueur en Belgique concernant la protection des données sur Internet ? Qu'en savez-vous ?
- En grosses lignes oui. Celui qui collecte des données ne peut pas les transmettre sans l'accord de la personne qui les a données et normalement et il y a tout un truc qui fait que si on utilise des cookies la personne doit donner son accord

- Saviez-vous, aussi, que l'entreprise qui utilise vos données doit fournir le but de leur utilisation ainsi qu'un droit de s'y opposer ? Qu'en pensez-vous ?
- Oui c'est vrai
- Saviez-vous, par exemple, que l'entreprise qui utilise vos données doit vous fournir les destinataires, donc les personnes ou entreprises qui y auront accès? Qu'en pensez-vous ?
- effectivement oui et tu dois aussi pouvoir les modifier mais ce n'est pas clairement indiqué. Je te dirais que pour moi il y a de grosses entreprises (comme Google) qui ne respectent pas cela et souvent elles sont américaines. Et je pense qu'il y a des entreprises qui respectent mais ce n'est pas toujours évident quand tu es un consommateur qui ne s'y connaît pas de faire le bon choix et de comprendre non plus la raison pour laquelle ils posent la question. Par exemple, ils vont te poser la question et si tu ne sais pas pourquoi ils te le mettent tu vas te dire bah oui pourquoi pas et on ne sait pas dans quoi on s'engage. Il faudrait un préambule disant attention vos données personnelles font partie de votre vie privée et expliquer tout cela et elles ont le droit d'être protégée et donc tout le monde doit pouvoir dire non
- Quel est votre âge ?
- 27ans
- Votre budget hebdomadaire pour vos courses ?
- Faut que je le calcule... Grosso Modo je dirais que je suis plus ou moins quand même à 160euros, c'est énorme
- Votre région ?
- La Louvière
- Etes-vous l'acheteur principal ?
- Oui
- Etes-vous en couple ?
- Oui
- Avez-vous des enfants ?
- Non

1.32. ANNEXE 32 : QUESTIONNAIRE QUANTITATIF

Bonjour, Je m'appelle Charline Coppieters et suis étudiante en 2ème Master à l'UCL Mons. Je réalise mon mémoire au sujet des cartes de fidélité dans la grande distribution (=supermarchés) en Belgique.

Je vous remercie d'avance pour vos réponses aux diverses questions, cela ne vous prendra que quelques minutes et m'aidera énormément pour l'obtention de mon diplôme. Notez que les réponses sont totalement anonymes.

N° question	Intitulé	Format de réponse	Hypothèse	Construit	Référence
1	Tout d'abord, dans quelle(s) enseigne(s) de la grande distribution possédez-vous une carte de fidélité?				
a	Delhaize	A cocher		Carte de fidélité	
b	Colruyt - Okay - Bioplanet				
c	Intermarché				
d	Cora				
e	Carrefour				
f	Autre:	Question ouverte			
2	Avez-vous déjà rempli un formulaire afin d'obtenir une carte de fidélité dans un supermarché ?	1: Oui - 2: Non		Formulaire rempli	
3	Lorsque vous avez rempli ce formulaire, avez-vous volontairement omis	1: Jamais - 2 : Parfois - 3: Souvent - 4 : Toujours		Omission d'informations	

	(oublié) d'indiquer certaines informations ?				
4	Lesquelles?				
a	N° de téléphone fixe	A cocher		Omission d'informati ons	
b	N° de GSM				
c	Adresse email				
d	Adresse postale				
e	Autre	Question ouverte			
5	Lorsque vous avez rempli le formulaire afin d'obtenir une carte de fidélité dans un supermarché, avez-vous lu les conditions générales et la charte correspon dante?	1: Jamais - 2 : Parfois - 3: Souvent - 4 : Toujours	5	Lecture des conditions générales	

6	Pourquoi?				
a	Manque de temps	A cocher	5	Lecture des conditions générales	
b	Trop long à lire		5		

c	Ecriture trop petite		5		
d	Je pensais qu'il n'y pouvait rien avoir d'important dans cette charte		5		
e	Autre	Question ouverte	5		
7	J'ai l'impression que mon supermarché habituel est...				Sirdeshmukh, Deepak, Jagdip Singh, and Barry Sabol (2002), “Consumer Trust, Value, and Loyalty in Relational Exchanges,” JM, 66 (January), 15-37.
a	Très peu fiable - très fiable	Sémantique différentielle - 10 points	4	Confiance dans le supermarché	
b	Très incompetent - Très compétent	Sémantique différentielle - 10 points	4		
c	D'une très faible intégrité - D'une très grande intégrité	Sémantique différentielle - 10 points	4		
d	Très insensible à ses clients - Très sensible à ses clients	Sémantique différentielle - 10 points	4		
8	Merci d'indiquer dans quelle mesure vous				

	êtes d'accord avec les affirmations suivantes:				
a	La plupart des publicités et des emails publicitaires que je reçois m'aident et m'informent	1: Pas du tout d'accord - 5: Tout à fait d'accord	2	Attitude envers le marketing direct	Phelps, J., Nowak, G. & Ferrell, E. (2000). Privacy Concerns and Consumer Willingness to Provide Personal Information. Journal of Public Policy and Marketing, 19(1), 27-41.
b	J'aime lire ou regarder la plupart des publicités et des emails publicitaires que je reçois	1: Pas du tout d'accord - 5: Tout à fait d'accord			
c	Les sollicitations téléphoniques sont une invasion de ma vie privée	1: Pas du tout d'accord - 5: Tout à fait d'accord	2	Attitude envers le marketing direct	Donthu, N. & Garcia, A. (1999). The Internet Shopper. JAR, 39, 52-58 ; Donthu, N. & Gilliland, D. (1996). The Informercial Shopper. JAR, 3, 69-76.
d	J'aime recevoir des courriers indésirables (SPAM)	1: Pas du tout d'accord - 5: Tout à fait d'accord			
e	J'utilise parfois des publicités pour m'aider à faire mes courses	1: Pas du tout d'accord - 5: Tout à fait d'accord			

f	Je serais prêt à me dépasser pour rester un consommateur de mon supermarché habituel	1: Pas du tout d'accord - 7: Tout à fait d'accord	2	Engagement envers le magasin	Cho, Jinsook (2006), “The Mechanism of Trust and Distrust Formation and Their Relational Outcomes,” Journal of Retailing, 82 (1), 25-35. ; De Wulf, Kristof, Gaby Odekerken-Schröder, and Dawn Iacobucci (2001), “Investments in Consumer Relationships: A Cross-Country and Cross-Industry Exploration,” Journal of Marketing, 65 (October), 33-50. ; Odekerken-Schröder, Gaby (2004), personal correspondence.
g	Je me sens fidèle à mon supermarché habituel	1: Pas du tout d'accord - 7: Tout à fait d'accord			
h	Même si mon supermarché habituel était plus difficile à atteindre, je continuerais tout de même à y acheter mes marchandises	1: Pas du tout d'accord - 7: Tout à fait d'accord			
9	Quand un supermarché me demande des informations personnelles (telles que mon nom,				

	adresse, adresse mail)...				
a	En général, cela m'ennuie.	1: Pas du tout d'accord - 7: Tout à fait d'accord	1 b	Préoccupation au sujet de la vie privée- récolte d'informations	(Okazaki, Shintaro, Hairong Li, and Morikazu Hirose (2009), "Consumer Privacy Concerns and Preference for Degree of Regulatory Control," Journal of Advertising, 38 (4), 63-77. & Smith, H. Jeff, Sandra J. Milberg, and Sandra J. Burke (1996), "Information Privacy: Measuring Individuals’Concerns about Organizational Practices," MIS Quarterly, 20 (June), 167–196 .
b	Je réfléchis parfois à deux reprises avant de les donner	1: Pas du tout d'accord - 7: Tout à fait d'accord			
c	Cela m'ennuie de les donner à autant de supermarchés	1: Pas du tout d'accord - 7: Tout à fait d'accord			
d	Le fait que les supermarchés collectent autant d'informations personnelles à mon sujet m'inquiète	1: Pas du tout d'accord - 7: Tout à fait d'accord			
10	Seriez-vous favorable à fournir vos				

	données personnelles (nom, prénom, adresse, adresse email, numéro de téléphone..) dans chacun des cas suivants?				
a	Pour gagner du temps (Pour ne pas avoir à redonner l'information plusieurs fois, par exemple)	1: Très favorable - 5 : Très défavorable	4	Avantages recherchés contre le dévoilement de ses données personnelles	Lancelot Miltgen, C. (2010). Dévoilement de données personnelles et contreparties attendues en e- commerce : une approche typologique et interculturelle. <i>Systèmes d'information & management</i> , 15(4), 45-91
b	Pour bénéficier d'un meilleur service de la part de ce supermarché	1: Très favorable - 5 : Très défavorable	4		
c	Pour le plaisir d'obtenir une carte de fidélité	1: Très favorable - 5 : Très défavorable	4		
d	Pour aider le supermarché et lui faire plaisir	1: Très favorable - 5 : Très défavorable	4		
e	Pour rester en contact avec	1: Très favorable - 5 : Très défavorable	4		

	le supermarché				
f	Pour que mon supermarché puisse m'envoyer des offres basées sur ce que j'aime et ai l'habitude d'acheter	1: Très favorable - 5 : Très défavorable	4		
g	Pour que mon supermarché me donne des échantillons ou des cadeaux	1: Très favorable - 5 : Très défavorable	4		
h	Pour que mon supermarché me donne des bons de réduction ou de l'argent	1: Très favorable - 5 : Très défavorable	4		
i	Pour que mon supermarché puisse m'envoyer ses publicités	1: Très favorable - 5 : Très défavorable	4		
1 1	Pouvez-vous classer les avantages suivants en commençant par ceux qui sont les plus importants à vos yeux et pour lesquels vous seriez plus favorables à fournir vos données personnelles et en terminant par les moins importants?				
a	Pour gagner du temps (Pour ne pas avoir à	Classement	5 a	Avantages recherchés contre le dévoilement de	Lancelot Miltgen, C. (2010).

	redonner l'information plusieurs fois, par exemple)			ses données personnelles	Dévoilement de données personnelles et contreparties attendues en e-commerce : une approche typologique et interculturelle. <i>Systèmes d'information & management</i> , 15(4), 45-91
b	Pour bénéficier d'un meilleur service de la part de ce supermarché	Classement	5 a		
c	Pour le plaisir d'obtenir une carte de fidélité	Classement	5 a		
d	Pour aider le supermarché et lui faire plaisir	Classement	5 a		
e	Pour rester en contact avec le supermarché	Classement	5 a		
f	Pour que mon supermarché puisse m'envoyer des offres basées sur ce que j'aime et ai l'habitude d'acheter	Classement	5 a		
g	Pour que mon supermarché me donne des échantillons	Classement	5 a		

	ou des cadeaux				
h	Pour que mon supermarché me donne des bons de réduction ou de l'argent	Classement	5 a		
i	Pour que mon supermarché puisse m'envoyer ses publicités	Classement	5 a		
1 2	Etes-vous inquiets des risques suivants si vous fournissez vos données personnelles aux supermarchés:				
a	Les supermarchés possèdent des informations sur moi que je considère comme privées (par exemple, la liste de mes achats)	1: Très inquiet - 5 : Pas du tout inquiet	4	Préoccupation pour le respect de la vie privée	Lancelot Miltgen, C. (2010). Dévoilement de données personnelles et contreparties attendues en e-commerce : une approche typologique et interculturelle. <i>Systèmes d'information & management</i> , 15(4), 45-91
b	Mes données personnelles sont utilisées sans que j'en ai connaissance	1: Très inquiet - 5 : Pas du tout inquiet	4		
c	Mes données personnelles sont partagées	1: Très inquiet - 5 : Pas du tout inquiet	4		

	avec des tiers sans mon accord				
d	Mon comportement et mes achats peuvent être surveillés en ligne	1: Très inquiet - 5 : Pas du tout inquiet	4		
e	Mes données personnelles en ligne sont utilisées pour m'envoyer des offres commerciales de la part des supermarchés	1: Très inquiet - 5 : Pas du tout inquiet	4		
1 3	Merci d'indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les affirmations suivantes:				
a	Je suis d'accord que les supermarchés puissent <u>vendre</u> des informations au sujet des habitudes d'achat des consommateurs à d'autres entreprises	1: Pas du tout d'accord - 5: Tout à fait d'accord	3	Vente des données personnelles	Graeff, T. & Harmon, S. (2002). Collecting and using personal data: Consumers' awareness and concerns. The Journal of Consumer Marketing 19(4/5), 302-318.
b	Je suis d'accord que les	1: Pas du tout d'accord - 5: Tout à fait d'accord	3	Dons des données personnelles	

	supermarchés puissent <u>donner</u> des informations au sujet des habitudes d'achats des consommateurs à leurs partenaires				
1 4	CONDITION : 12 a et 12 b = 1-2-3 : Seriez-vous davantage d'accord que votre supermarché transmette vos données personnelles (nom, adresse, adresse email, numéro de téléphone, liste de vos achats précédents, dates de visite, moyens de paiement utilisés...) si cela vous permettait de bénéficier des avantages suivants:				
a	Pour gagner du temps (Pour ne pas avoir à redonner l'information plusieurs fois, par exemple)	1: Très favorable - 5 : Très défavorable	5 b	Avantages recherchés contre la transmission des données par le supermarché	
b	Pour bénéficier d'un meilleur service de la part de ce supermarché (par exemple, il pourra m'envoyer des newsletters)	1: Très favorable - 5 : Très défavorable	5 b		
c	Pour le plaisir d'obtenir une	1: Très favorable - 5 : Très défavorable	5 b		

	carte de fidélité			
d	Pour aider le supermarché et lui faire plaisir	1: Très favorable - 5 : Très défavorable	5 b	
e	Pour rester en contact avec le supermarché	1: Très favorable - 5 : Très défavorable	5 b	
f	Pour que mon supermarché puisse m'envoyer des offres basées sur ce que j'aime et ai l'habitude d'acheter	1: Très favorable - 5 : Très défavorable	5 b	
g	Pour que mon supermarché me donne des échantillons ou des cadeaux	1: Très favorable - 5 : Très défavorable	5 b	
h	Pour que mon supermarché me donne des bons de réduction ou de l'argent	1: Très favorable - 5 : Très défavorable	5 b	
i	Pour que mon supermarché puisse m'envoyer ses publicités	1: Très favorable - 5 : Très défavorable	5 b	

1 5	Merci d'indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les affirmations suivantes:				
a	Les supermarchés qui cherchent de l'information devraient révéler la façon dont les données sont collectées, traitées et utilisées	1: Pas du tout d'accord - 7: Tout à fait d'accord	6	Divulcation de l'usage des informations	Malhotra, Naresh K., Sung S. Kim, and James Agarwal (2004), "Internet Users' Information Privacy Concerns (IUIPC): The Constructs, the Scale, and a Causal Model," Information Systems Research, 15 (4), 336–355
b	Une bonne politique de vie privée des consommateurs dans les supermarchés devrait comporter des renseignements clairs et visibles	1: Pas du tout d'accord - 7: Tout à fait d'accord	6		
c	Il est très important pour moi que je sois au courant et instruit sur comment mes informations personnelles seront	1: Pas du tout d'accord - 7: Tout à fait d'accord	6		

	utilisées par les supermarchés				
d	Je connais beaucoup de choses sur les lois en vigueur en Belgique concernant la protection de mes données personnelles en ligne	1: Pas du tout d'accord - 7: Tout à fait d'accord			
e	Ma connaissance au sujet des lois en vigueur en Belgique concernant la protection de mes données personnelles en ligne est...	Inférieure - Supérieure (7points)	1 a	Connaissance des lois	Gurhan-Canli, Zeynep (2003), "The Effect of Expected Variability of Product Quality and Attribute Uniqueness on Family Brand Evaluations," JCR, 30 (June), 105-114.
f	Ma connaissance au sujet des lois en vigueur en Belgique concernant la protection de mes données personnelles en ligne est...	Très pauvre - Très bonne (7points)			

g	Les lois existantes dans mon pays sont suffisantes pour protéger la vie privée des consommateurs en ligne	1: Pas du tout d'accord - 7: Tout à fait d'accord	1 b	Régulation gouvernementale	(Lwin, May, Jochen Wirtz, and Jerome D. Williams (2007), “Consumer Online Privacy Concerns and Responses: A Power-Responsibility Equilibrium Perspective,” <i>Journal of the Academy of Marketing Research</i> , 35 (4), 572-585.)
h	Il existe des lois internationales strictes pour protéger les informations personnelles des individus sur Internet	1: Pas du tout d'accord - 7: Tout à fait d'accord			
i	Le gouvernement fait assez pour assurer le fait que les consommateurs soient protégés contre la violation de leur vie privée en ligne	1: Pas du tout d'accord - 7: Tout à fait d'accord			
16	Si vous nous disions que votre supermarché transmet vos données personnelles à d'autres entreprises, diriez-vous que...				

a	Je me sens trahis par mon supermarché	1: pas du tout d'accord - 7 : tout à fait d'accord	3		
b	Mon supermarché a brisé la promesse qu'il m'avait faite	1: pas du tout d'accord - 7 : tout à fait d'accord	3		
c	Mon supermarché m'a laissé tomber au moment où j'avais besoin de lui	1: pas du tout d'accord - 7 : tout à fait d'accord	3	Trahison - transmission des données à des tiers	Grégoire, Yany and Robert J. Fisher (2008), "Customer Betrayal and Retaliation: When Your Best Customers Become Your Worst Enemies," Journal of the Academy of Marketing Science, 36 (2), 247-261. ; Grégoire, Yany, Thomas M. Tripp, and Renaud Legoux (2009), "When Customer Love Turns into Lasting Hate: The Effects of Relationship Strength and Time on Customer Revenge and Avoidance," Journal of Marketing, 73 (6), 18-32.
1 7	Vous utilisez Internet depuis...				
a	Après ou en 2010	A cocher		Utilisation Internet	

b	Entre 2009 et 2000			
c	Avant 2000			
1 8	Réalisez-vous les activités suivantes sur Internet			
a	Envoyer et vérifier mes emails	A cocher	Expérience en ligne	Lancelot Miltgen, C. (2010). Dévoilement de données personnelles et contreparties attendues en e-commerce : une approche typologique et interculturelle. <i>Systèmes d'information & management</i>, 15(4), 45-91
b	Gérer vos affaires personnelles (banques...)			
c	Utiliser une messagerie instantanée (Skype, Messenger, WhatsApp...)			
d	Participer à des chats ou à des forums			
e	Utiliser un moteur de recherche pour trouver une information (Google, Yahoo...)			
f	Partager des photos, des vidéos, des films sur des sites (YouTube, Flickr...)			

g	Passer ou recevoir des appels téléphoniques sur internet		
h	Gérer votre profil sur des réseaux sociaux (Facebook, Twitter...)		
i	Créer ou modifier des sites web		
j	Actualiser ou poster un commentaire sur un blog		
k	Installer des plug-ins dans le navigateur pour étendre ses capacités		
l	Utiliser des logiciels Peer-to-peer pour échanger des films, de la musique...		
m	Faire des achats en ligne		
1 9	Concernant Internet, diriez-vous que...		

a	Internet est suffisamment protégé pour que je n'hésite pas à donner mes informations personnelles en ligne	1: pas du tout d'accord - 7 : tout à fait d'accord	4	Confiance dans internet	Lancelot Miltgen, C. (2010). Dévoilement de données personnelles et contreparties attendues en e-commerce : une approche typologique et interculturelle. <i>Systèmes d'information & management</i> , 15(4), 45-91
b	En général, Internet est un environnement sûr et robuste dans lequel j'effectue mes transactions	1: pas du tout d'accord - 7 : tout à fait d'accord	4		
c	Internet fournit un environnement de confiance pour mes loisirs ou mon travail	1: pas du tout d'accord - 7 : tout à fait d'accord	4		
d	Internet est suffisamment sûr pour préserver ma vie privée lorsque je l'utilise	1: pas du tout d'accord - 7 : tout à fait d'accord	4		
e	J'ai confiance dans le fait de pouvoir protéger ma	1: pas du tout d'accord - 7 : tout à fait d'accord	4		

	vie privée en ligne				
20	Lorsque vous remplissez un formulaire pour obtenir une carte de fidélité dans un supermarché, avec quelle fréquence...				
a	Vous donnez votre identité réelle	1: Jamais - 2 : Parfois - 3: Souvent - 4 : Toujours	4	Comportement de dévoilement habituel	Lancelot Miltgen, C. (2010). Dévoilement de données personnelles et contreparties attendues en e-commerce : une approche typologique et interculturelle. <i>Systèmes d'information & management</i> , 15(4), 45-91
b	Vous utilisez un pseudonyme	1: Jamais - 2 : Parfois - 3: Souvent - 4 : Toujours	4		
c	Vous donnez un minimum d'informations	1: Jamais - 2 : Parfois - 3: Souvent - 4 : Toujours	4		
d	Vous donnez des informations fausses	1: Jamais - 2 : Parfois - 3: Souvent - 4 : Toujours	4		
e	Vous ne répondez pas à des questions	1: Jamais - 2 : Parfois - 3: Souvent - 4 : Toujours	4		
21	Pour quelle(s) raison(s) pensez-vous que les supermarchés offrent ces cartes de fidélité aux consommateurs ?				
a	Pour récolter des informations sur mes habitudes d'achat, donc sur ce que j'ai l'habitude d'acheter	A cocher		Raisons des cartes de fidélité	Graeff, T. & Harmon, S. (2002). Collecting and using personal data: Consumers' awareness and concerns. The

b	Pour récolter des informations afin de les transmettre aux différents producteurs (Ex : Coca-Cola, Milka...)		Journal of Consumer Marketing 19(4/5), 302-318.
c	Pour me donner des promotions qui seront sélectionnées spécialement pour moi, selon mes goûts et mes préférences		
d	Pour m'offrir des réductions de prix spécialement pour moi		
e	Pour faire payer plus cher aux personnes n'ayant pas de carte		
f	Pour augmenter la fidélité et me faire aller plus		

	souvent à ce supermarché			
g	Pour attirer de nouveaux consommateurs			
h	Parce que les concurrents en font donc elles doivent rester compétitives et en faire aussi			
u	Pour me surveiller			
j	Parce que je suis un client particulier/régulier			
k	Pour avoir mon adresse et m'envoyer des publicités			
l	Pour connaître la consommation par client			
22	Etes-vous la personne qui fait les courses la plupart du temps dans votre ménage?	Oui-non	Courses	
23	Faites-vous vos courses...	En magasin - En ligne - Les deux	Courses	

2	Selon moi, faire les courses alimentaires dans mon supermarché est...			
4				
a	Important - pas important	Sémantique différentielle - 7 points	Implication dans les courses	Linchtenstein, D., Netemeyer, R., & Burton, S. (1990). Distinguishing Coupon Proneness From Value Consciousness: An acquisition-transaction Utility theory Perspective. JM, 54, 54-67. ; Zaichkowsky, J. (1985). Measuring the Involvement Construct. JCR, 12, 341-352.
b	Ne me concerne pas - me concerne			
c	Pas pertinent - Pertinent			
d	Signifie beaucoup pour moi - Ne signifie rien pour moi			
e	Précieux - Sans valeur			
f	Pas bénéfique - bénéfique			
g	Compte pour moi - ne compte pas pour moi			
h	Ennuyant - Intéressant			
i	Trop calme - passionnant			
j	Repoussant - attrayant			
k	Essentiel - non essentiel			
2	Quel est votre	1: Féminin ; 2 : Masculin	Questions sociodémographiques	
5	sexe?			
2	Quel est votre			
6	âge			
a	18-25 ans	A cocher		

b	26-35 ans			
c	36-49 ans			
d	50-65 ans			
e	> 65 ans			
2 7	Quelle est votre situation professionnelle?			
a	Etudiant	A cocher		
b	Commerçant - Artisan - ouvrier			
c	Employé			
d	Sans emploi			
e	Retraité			
2 8	Quel est votre diplôme du niveau le plus élevé ?			
a	Primaire ou pas de diplôme	A cocher		
b	Secondaire			
c	Baccalauréat			
d	Master			
e	Doctorat			
f	Post-doctorat			
2 9	Vous habitez dans...			
a	Zone rurale	A cocher		
b	Zone urbaine			
3 0	Combien avez-vous d'enfants?	Question ouverte	Questions sociodémograph iques	
3 1	Dans quel supermarché faites-vous le plus fréquemment vos courses?			

1.33. ANNEXE 33 : ALPHA DE CRONBACH

1.

Echelle - Confiance dans le
supermarché

Q07a	Q07b	Q07c	Q07d	total
2,21759777	2,75307263	2,98311608	3,60136561	35,713563
			11,5551521	

k 4

k/k-1 1,33333333

var(y)/var(x) 0,32355081

1-

var(y)/var(x) 0,67644919

Alpha 0,90193226

2.

Echelle engagement

Q08f	Q08g	Q08h	total
2,91927374	2,9314401	2,80893855	19,199131
		8,65965239	

k 3

1,5

0,45104398

0,54895602

Alpha 0,82343403

3.

Echelle mkt direct 1 (a et b)

Q08a	Q08b	total
1,21076971	1,78184358	5,09633768
	2,99261328	

k 2

2

0,58720859

0,41279141

Alpha 0,82558281

4.

Préoccupation RVP

Q09a	Q09b	Q09c	Q09d	total
2,39885164	1,9700807	1,89804469	2,58547486	26,6926133
			8,85245189	
k	4			
	1,33333333			
	0,33164426			
	0,66835574			
Alpha	0,89114099			

5.

Echelle préoccupation RVP

Q012a	Q012b	Q012c	Q012d	Q012e	total
1,66989448	0,85446927	0,61812539	1,32762259	1,50726257	18,7851955
				5,9773743	

k	5
	1,25
	0,31819601
	0,68180399
Alpha	0,85225499

6.

Echelle divulgation

Q015a	Q015b	Q015c	somme
1,07250155	0,89196151	0,84419615	6,49345127
		2,80865922	

k	3
	1,5
	0,4325372

0,5674628

0,8511942

7.

Echelle connaissance

Q015d	Q015e	Q015f	total
2,99391682	2,0748293	2,27346369	17,986468
		7,34220981	

k 3 0,40820743

1,5 0,59179257

Alpha **0,88768886**

8.

Echelle régulation gouvernementale

Q015g	Q015h	Q015i	total
2,56793917	2,30698324	2,49469274	17,2293917
		7,36961515	

k 3

1,5

0,42773508

0,57226492

Alpha 0,85839739

9.

Echelle trahison

Q016a	Q016b	Q016c	total
2,18758535	2,64615146	3,20620732	17,7671943
		8,03994413	

k 3

1,5

0,45251625

0,54748375

Alpha 0,82122562

10.

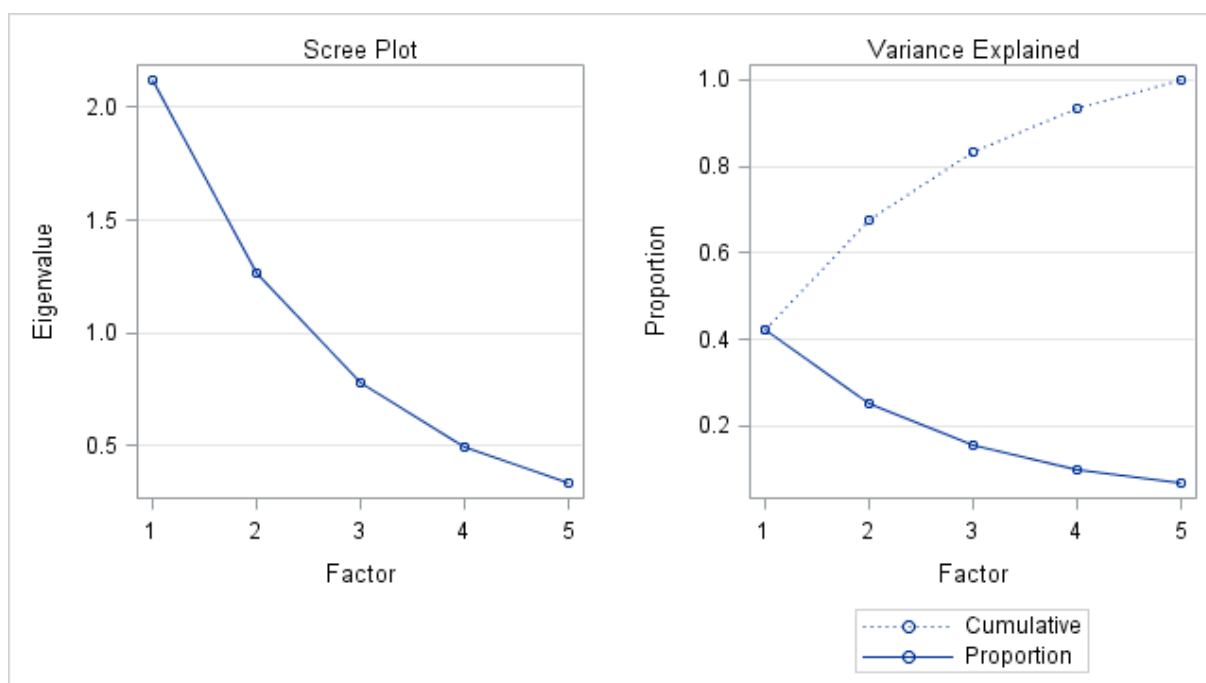
Echelle confiance

internet

Q019a	Q019b	Q019c	Q019d	Q019e	somme
2,82094972	2,28339541	2,28339541	2,29605835	2,79317194	46,0960894
				12,4769708	
k	5				
	1,25				
	0,27067309				
	0,72932691				
Alpha	0,91165864				

11. Comportement de dévoilement habituel

2 dimensions



Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 5 Average = 1				
Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative	
12.1195798	10.85256723	0.4239	0.4239	
21.26701257	0.48374695	0.2534	0.6773	
30.78326562	0.28714424	0.1567	0.8340	
40.49612138	0.16210076	0.0992	0.9332	
50.33402062		0.0668	1.0000	
	0.78946	-0.41132	-0.07522	

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 5 Average = 1			
Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
Q020b			
Q020c	0.38325	0.76543	0.31001
Q020d	0.77794	-0.10465	-0.50095
Q020e	0.64359	0.56076	-0.06927

Factor Pattern		
	Factor1	Factor2
Q020abonsens	0.57450	-0.43189
Q020b	0.78946	-0.41132
Q020c	0.38325	0.76543
Q020d	0.77794	-0.10465
Q020e	0.64359	0.56076

Variance Explained by Each Factor	
Factor1	Factor2
2.1195798	1.2670126

Orthogonal Transformation Matrix		
	1	2
1	0.84978	0.52713
2	-0.52713	0.84978

Rotated Factor Pattern		
	Factor1	Factor2
Q020abonsens	0.71587	-0.06417
Q020b	0.88769	0.06661
Q020c	-0.07781	0.85248
Q020d	0.71624	0.32115
Q020e	0.25131	0.81579

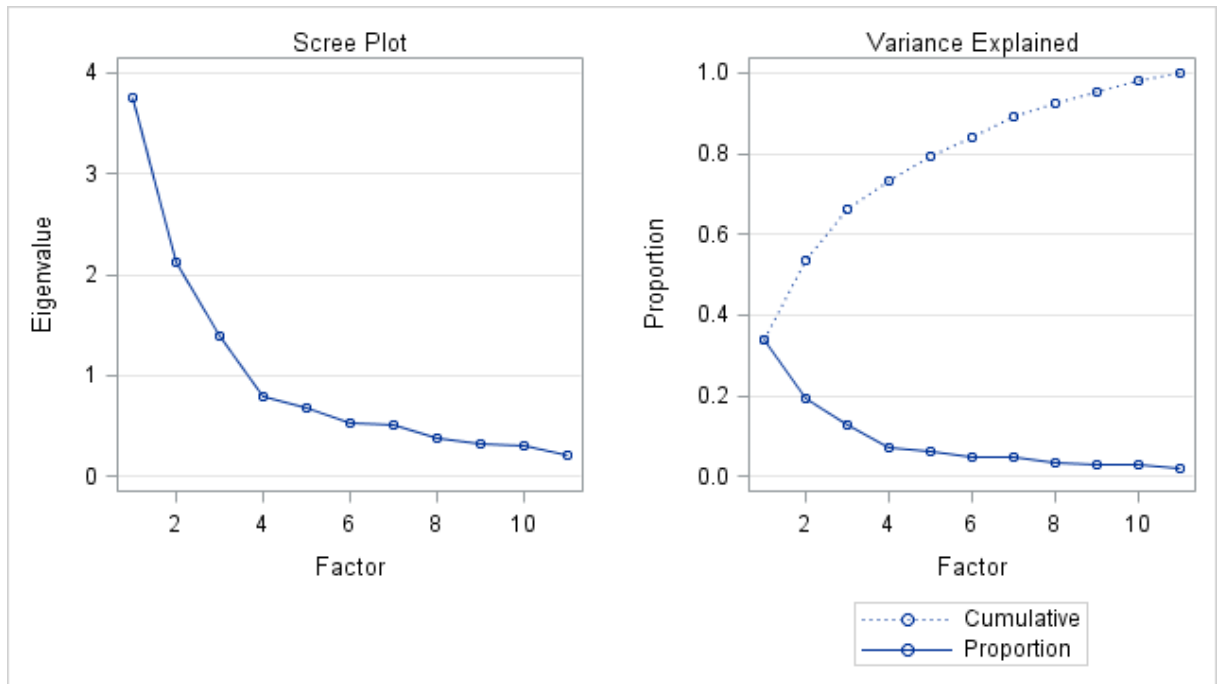
Final Commuality Estimates: Total = 3.386592				
Q020abonsens	Q020b	Q020c	Q020d	Q020e
0.516583430	0.792431820	0.732767830	0.616144320	0.72866497

K	3	2
	1,5	2
	0,43498335	0,64159703
	0,56501665	0,35840297
	0,84752498	0,71680594
Dimension 1		Dimension 2

12. Implication dans les courses

3 dimensions

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 11 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
13.74867881	11.62278834	0.3408	0.3408	
22.12589047	0.73526881	0.1933	0.5341	
31.39062166	0.58906255	0.1264	0.6605	
40.80155911	0.12458313	0.0729	0.7333	
50.67697598	0.14937293	0.0615	0.7949	
60.52760305	0.00880471	0.0480	0.8428	
70.51879834	0.14073156	0.0472	0.8900	
80.37806678	0.05711473	0.0344	0.9244	
90.32095205	0.01664233	0.0292	0.9536	
100.30430972	0.09776568	0.0277	0.9812	
110.20654404		0.0188	1.0000	



Factor Pattern			
	Factor1	Factor2	Factor3
Q024abonsens	0.61369	-0.30894	0.41494
Q024b	0.55154	0.03863	0.59926
Q024c	0.63157	-0.04175	0.37061
Q024d	-0.67735	0.34721	0.38772
Q024ebonsens	0.67541	-0.39547	-0.44878
Q024f	0.61131	0.30845	0.12552
Q024gbonsens	0.65252	-0.44954	-0.40345
Q024h	0.52633	0.67285	-0.15859
Q024i	0.37290	0.67880	-0.29885
Q024j	0.55202	0.65069	-0.01146
Q024kbonsens	0.48344	-0.34078	0.27773

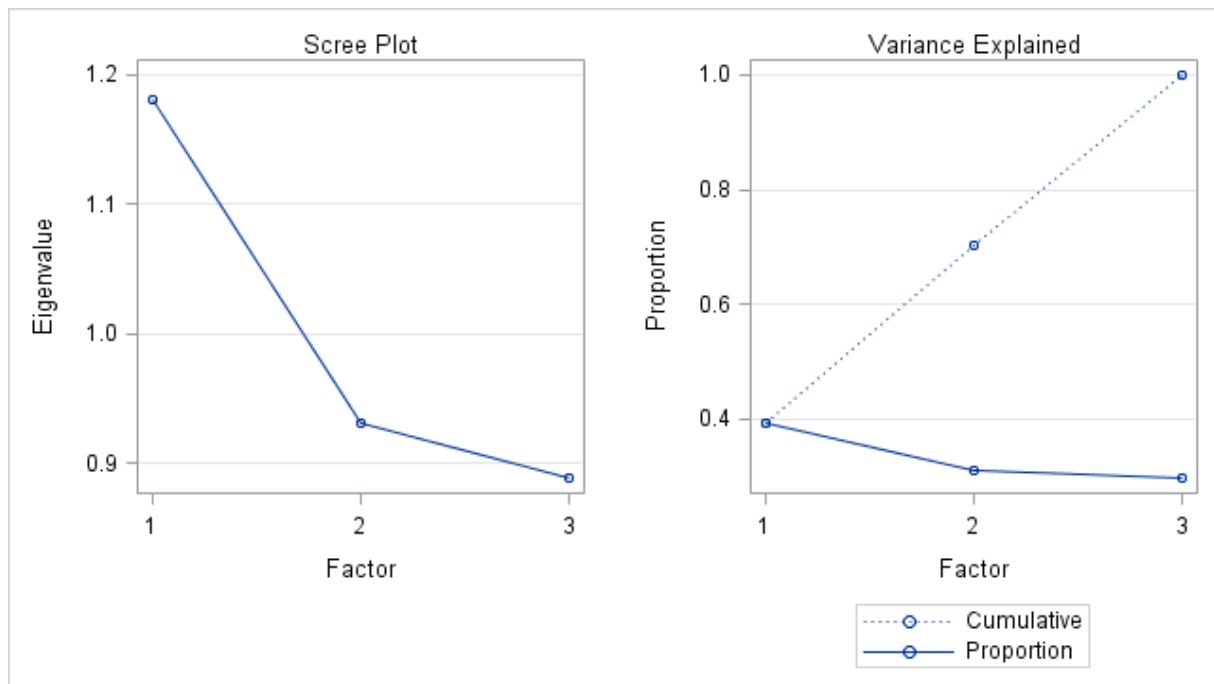
Orthogonal Transformation Matrix			
	1	2	3
1	0.50551	0.60523	0.61495
2	0.84121	-0.50422	-0.19526
3	-0.19190	-0.61600	0.76401

Rotated Factor Pattern			
	Factor1	Factor2	Factor3
Q024abonsens	-0.02928	0.27159	0.75473
Q024b	0.19631	-0.05482	0.78947
Q024c	0.21303	0.17499	0.67968
Q024d	-0.12473	-0.82385	-0.18811
Q024ebonsens	0.09488	0.88463	0.14969
Q024f	0.54441	0.13713	0.41160
Q024gbonsens	0.02912	0.87012	0.18080
Q024h	0.86251	0.07697	0.07112
Q024i	0.81686	0.06751	-0.13155
Q024j	0.82862	0.01307	0.20366
Q024kbonsens	-0.09558	0.29334	0.57602

Final Communality Estimates: Total = 7.265191										
Q024abonsens	Q024b	Q024c	Q024d	Q024ebonsens	Q024f	Q024gbonsens	Q024h	Q024i	Q024j	Q024kbonsens
0.644243	0.6647	0.5379	0.7296	0.813984	0.4845	0.790640	0.7549	0.6891	0.7282	0.426979
68	9778	7228	7750	44	9896	81	0207	3132	6263	46

Dim1	4	Dim2	3	Dim3	4
1,33333333		1,5		1,33333333	
0,40559308		0,424399		0,46329519	
0,59440692		0,575601		0,53670481	
0,79254256		0,8634015		0,71560641	

- Mkt direct : échelle 2



2 facteurs → là où la courbe des eigenvalues s'aplatit. Représente un J à l'envers.

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 3 Average = 1			
	Eigenvalue	Difference	ProportionCumulative
	11.18072988	0.24958306	0.3936 0.3936
	20.93114682	0.04302353	0.3104 0.7040
	30.88812329		0.2960 1.0000

Les deux premiers facteurs représentent 70,40% de la variance total, ce qui est assez bon.

Factor Pattern		
	Factor1	Factor2
Q08cbonsens	0.61420	-0.63088
Q08d	0.59402	0.72716
Q08e	0.67129	-0.06624
Orthogonal Transformation Matrix		
	1	2
1	0.78705	0.61689
2	-0.61689	0.78705

Rotated Factor Pattern		
	Factor1	Factor2
Q08cbonsens	0.87259	-0.11764
Q08d	0.01895	0.93875
Q08e	0.56920	0.36198

⇒ Deux dimensions

Rotated Factor Pattern		
	Factor1	Factor2
Q08cbonsens	0.87259	
Q08d		0.93875
Q08e	0.56920	

Variance Explained by Each Factor	
Factor1	Factor2
1.0857501	1.0261266

Final Communality Estimates: Total = 2.111877		
Q08cbonsens	Q08d	Q08e
0.77524364	0.88161749	0.45501557

k

2
2
0,55871567
0,44128433
0,88256867

1.34. ANNEXE 34 : CLUSTERING : TESTS STATISTIQUES À UNE VARIABLE

Tests statistiques à une variable

Nous allons, tout d'abord, effectuer des tests statistiques à une variable selon l'hypothèse suivante :

H0 : les critères moyens des groupes sont égaux

H1 : les critères moyens des groupes sont différents.

Univariate Test Statistics							
F Statistics, Num DF=3, Den DF=176							
Variable	Total Standard Deviation	Pooled Standard Deviation	Between Standard Deviation	R-Square	R-Square / (1-RSq)	F Value	Pr > F
stnd_Q07moyenne	1.0000	0.9756	0.2919	0.0642	0.0687	4.03	0.0084
stnd_Q08abmoyenne	1.0000	0.9276	0.4520	0.1541	0.1821	10.68	<.0001
stnd_Q08cdemoyenne	1.0000	0.9700	0.3150	0.0749	0.0809	4.75	0.0033
stnd_Q08fghmoyenne	1.0000	0.9366	0.4270	0.1375	0.1594	9.35	<.0001
stnd_Q09 moyenne	1.0000	0.9046	0.5091	0.1955	0.2430	14.25	<.0001
stnd_Q012moyenne1	1.0000	0.7855	0.7221	0.3933	0.6482	38.03	<.0001
stnd_Q015abcmoyenne	1.0000	0.9794	0.2746	0.0569	0.0603	3.54	0.0159
stnd_Q015ghimoyenne	1.0000	0.9901	0.2191	0.0362	0.0376	2.20	0.0894
stnd_Q016moyenne	1.0000	0.9590	0.3564	0.0958	0.1059	6.22	0.0005
stnd_Somme Q018	1.0000	0.9909	0.2140	0.0345	0.0358	2.10	0.1021
stnd_Q019moyenne	1.0000	1.0031	0.1184	0.0106	0.0107	0.63	0.5985
stnd_Q020moyenne	1.0000	0.9809	0.2676	0.0540	0.0571	3.35	0.0203
stnd_Q023	1.0000	1.0016	0.1339	0.0135	0.0137	0.80	0.4932
stnd_Q024moyenne	1.0000	0.9455	0.4007	0.1211	0.1378	8.08	<.0001
stnd_Q017	1.0000	1.0058	0.0836	0.0053	0.0053	0.31	0.8176
stnd_Q025	1.0000	1.0001	0.1485	0.0166	0.0169	0.99	0.3980
stnd_Q026	1.0000	0.9900	0.2195	0.0364	0.0377	2.21	0.0883
stnd_Q027	1.0000	0.9962	0.1793	0.0243	0.0249	1.46	0.2277
stnd_Q028	1.0000	0.9851	0.2464	0.0458	0.0480	2.82	0.0407
stnd_Q029	1.0000	1.0067	0.0676	0.0034	0.0035	0.20	0.8944
stnd_Q030	1.0000	0.9794	0.2745	0.0568	0.0603	3.54	0.0160

Univariate Test Statistics							
F Statistics, Num DF=3, Den DF=176							
Variable	Total Standard Deviation	Pooled Standard Deviation	Between Standard Deviation	R-Square	R-Square / (1-RSq)	F Value	Pr > F
stnd_Q031	1.0000	1.0051	0.0939	0.0067	0.0067	0.39	0.7581

Nous rejetons donc H0 pour toutes les variables qui sont en gras dans le tableau à savoir :

- Q07 : Confiance dans le supermarché (p=0.0084)
- Q08ab : Attitude envers le marketing direct (1) (p<0,0001)
- Q08cde : Attitude envers le marketing direct (2) (p=0,0033)
- Q08fgh : Engagement envers le magasin (p<0,0001)
- Q09 : Préoccupation envers la vie privée : récolte d'informations (p<0,0001)
- Q012 : Préoccupation envers la vie privée (p<0,0001)
- Q015abc : Divulgence de l'usage de l'information (p=0.010159)
- Q016 : Trahison – transmission des données à des tiers (p=0,0005)
- Q020 : Comportement de dévoilement (p=0,0203)
- Q024 : Implication dans les courses (p<0,0001)
- Q028 : Niveau d'éducation (p=0,0407)
- Q030 : Nombre d'enfants (p=0,0160)

1.35. ANNEXE 35 : TEST DU CHI-DEUX ET DE COMPARAISONS DE MOYENNE

Hypothèse 3b : Cette proportion sera plus forte si le consommateur est une femme.

- Test du Chi-deux

Vente des données personnelles	Transmission des données personnelles																								
<i>Tableau 1: Test Chi-deux Hypothèse H3b : Vente des données personnelles</i>	<i>Tableau 2: Test du Chi-deux : Transmission des données personnelles H3b</i>																								
<table><tr><th>Sexe</th><th>O Observé</th><th>E Théorique</th></tr><tr><td>Femme</td><td>91</td><td>80</td></tr><tr><td>Homme</td><td>69</td><td>80</td></tr><tr><td></td><td>160</td><td>160</td></tr></table>	Sexe	O Observé	E Théorique	Femme	91	80	Homme	69	80		160	160	<table><tr><th>Sexe</th><th>O Observé</th><th>E Théorique</th></tr><tr><td>Femme</td><td>79</td><td>72.5</td></tr><tr><td>Homme</td><td>66</td><td>72.5</td></tr><tr><td></td><td>145</td><td>145</td></tr></table>	Sexe	O Observé	E Théorique	Femme	79	72.5	Homme	66	72.5		145	145
Sexe	O Observé	E Théorique																							
Femme	91	80																							
Homme	69	80																							
	160	160																							
Sexe	O Observé	E Théorique																							
Femme	79	72.5																							
Homme	66	72.5																							
	145	145																							
Dans ce cas, $k=2$ car il y a deux catégories et $v=1$ ($k-1$). L'alpha est de 0.05 ce qui correspond à un χ_{critique} de 3.841. $X^2 = (91-80)^2/160 + (69-80)^2/160 = 1.5125$. Le χ^2 étant inférieur au χ_{critique}, nous acceptons H_0 selon laquelle il n'y a pas de différence significative entre hommes et femmes pour la vente de données personnelles.	Dans ce cas, $k=2$ car il y a deux catégories et $v=1$. L'alpha est de 0.05 ce qui correspond à un χ_{critique} de 3.841. $X^2 = 0.5828$. Le χ^2 étant inférieur au χ_{critique}, nous acceptons H_0 selon laquelle il n'y a pas de différence significative entre hommes et femmes pour la transmission de données personnelles.																								

- Test de comparaison de moyennes

Catégorie	Effectif	Moyenne	Ecart-type
Hommes	69	1.41	0.74
Femmes	91	1.42	0.78

$$-1.96 * 0.1208 < d < 1.96 * 0.1208$$

$$-0.2368 < d < 0.2368$$

$D = -0.01 \rightarrow$ différence pas significative entre les deux groupes car d est situé dans l'intervalle

Hypothèse 3c : Cette proportion sera plus forte si le consommateur est âgé entre 18 et 35 ans.

- Test du Chi-Deux.

Vente des données personnelles			Transmission des données personnelles		
Tableau 3: Test Chi-Deux : Vente des données H3c			Tableau 4: Test Chi-Deux : Transmission données personnelles H3c		
Âge	O Observé	E Effectif	Âge	O Observé	E Effectif
18-35 ans	64	80	18-35 ans	53	72.5
35+	96	80	35+	92	72.5
Total	160	160	Total	145	145
Dans ce cas, $k=2$ car il y a deux catégories et $v=1$. L'alpha est de 0.05 ce qui correspond à un χ_{critique} de 3.841. $X^2 = 3,2$. Le χ^2 étant inférieur au χ_{critique}, nous acceptons H_0 selon laquelle il n'y a pas de différence significative entre hommes et femmes pour la transmission de données personnelles.			Dans ce cas, $k=2$ car il y a deux catégories et $v=1$. L'alpha est de 0.05 ce qui correspond à un χ_{critique} de 3.841. $X^2 = 5,24$. Le χ^2 étant supérieur au χ_{critique}, nous rejetons H_0 selon laquelle il n'y a pas de différence significative entre hommes et femmes pour la transmission de données personnelles. L'âge influence donc l'accord des répondants envers la transmission de leurs données personnelles à des tiers.		

- Test de comparaison de moyennes

Catégorie	Effectif	Moyenne	Ecart-type
Hommes	66	1.67	0.98
Femmes	79	1.56	0.96

$$-1.96 * 0.363 < d < 1.96 * 0.363$$

$$-0.7121 < d < 0.7121$$

$D = 0,11 \rightarrow$ différence pas significative entre les deux groupes car d est situé dans l'intervalle

1.36. ANNEXE 36 : COMPARAISON DE GROUPES INDÉPENDANTS

1. Avez-vous déjà rempli un formulaire pour obtenir une carte de fidélité ?

Test d'égalité des espérances: deux observations de variances
différentes

	<i>F</i>	<i>i</i>
Moyenne	1,13333333	1,16666667
Variance	0,11685393	0,14044944
Observations	90	90
Différence hypothétique des moyennes	0	
Degré de liberté	177	
	-	
Statistique t	0,62341502	
P(T<=t) unilatéral	0,26690717	
Valeur critique de t (unilatéral)	1,653508	
P(T<=t) bilatéral	0,53381434	
Valeur critique de t (bilatéral)	1,9734572	

2. Lorsque vous avez rempli ce formulaire, avez-vous volontairement omis (oublié) d'indiquer certaines informations?

Test d'égalité des espérances: deux observations de variances
différentes

	<i>F</i>	<i>I</i>
Moyenne	13638,4545	16668,5778
Variance	1191137306	1404396257
Observations	88	90
Différence hypothétique des moyennes	0	
Degré de liberté	175	
	-	
Statistique t	0,56132594	
P(T<=t) unilatéral	0,28764673	
Valeur critique de t (unilatéral)	1,65360744	
P(T<=t) bilatéral	0,57529345	
Valeur critique de t (bilatéral)	1,97361246	

3. Lecture charte de confidentialité

Test d'égalité des espérances: deux observations de variances différentes

	<i>F</i>	<i>i</i>
Moyenne	13637,3864	16667,8
Variance	1191166772	1404422474
Observations	88	90
Différence hypothétique des moyennes	0	
Degré de liberté	175	
	-	
Statistique t	0,56137371	
P(T<=t) unilatéral	0,28763049	
Valeur critique de t (unilatéral)	1,65360744	
P(T<=t) bilatéral	0,57526097	
Valeur critique de t (bilatéral)	1,97361246	

4. Confiance supermarché

Test d'égalité des espérances: deux observations de variances différentes

	<i>F</i>	<i>i</i>
Moyenne	7,33522727	7,48611111
Variance	2,52713558	1,90500156
Observations	88	90
Différence hypothétique des moyennes	0	
Degré de liberté	171	
	-	
Statistique t	0,67555623	
P(T<=t) unilatéral	0,25011748	
Valeur critique de t (unilatéral)	1,65381332	
P(T<=t) bilatéral	0,50023497	
Valeur critique de t (bilatéral)	1,97393395	

5. Attitude mkt direct 1

Test d'égalité des espérances: deux observations de variances différentes

	<i>F</i>	<i>i</i>
Moyenne	3,03409091	2,82777778
Variance	1,08503135	1,47843321
Observations	88	90
Différence hypothétique des moyennes	0	
Degré de liberté	173	
Statistique t	1,21662169	
P(T<=t) unilatéral	0,1127027	
Valeur critique de t (unilatéral)	1,65370918	
P(T<=t) bilatéral	0,22540541	

6. Attitude mkt direct 2

Test d'égalité des espérances: deux observations de variances différentes

	<i>F</i>	<i>i</i>
Moyenne	3,06439394	3,1037037
Variance	0,50283002	0,92795117
Observations	88	90
Différence hypothétique des moyennes	0	
Degré de liberté	164	
	-	
Statistique t	0,31053287	
P(T<=t) unilatéral	0,37827504	
Valeur critique de t (unilatéral)	1,65419793	
P(T<=t) bilatéral	0,75655007	
Valeur critique de t (bilatéral)	1,97453458	

7. Engagement supermarché

Test d'égalité des espérances: deux observations de variances différentes

	<i>F</i>	<i>i</i>
Moyenne	3,86742424	3,8037037
Variance	2,30789214	1,97976141
Observations	88	90

Différence hypothétique des moyennes	0
Degré de liberté	174
Statistique t	0,29016869
P(T<=t) unilatéral	0,38601635
Valeur critique de t (unilatéral)	1,65365802
P(T<=t) bilatéral	0,77203271
Valeur critique de t (bilatéral)	1,97369144

8. Préoccupation RVP – Récolte informations

Test d'égalité des espérances: deux observations de variances différentes

	<i>F</i>	<i>i</i>
Moyenne	5,47222222	5,42934783
Variance	1,74641074	1,58011825
Observations	90	92
Différence hypothétique des moyennes	0	
Degré de liberté	179	
Statistique t	0,22417004	
P(T<=t) unilatéral	0,41144033	
Valeur critique de t (unilatéral)	1,6534108	
P(T<=t) bilatéral	0,82288066	
Valeur critique de t (bilatéral)	1,97330543	

9. Préoccupation – RVP

Test d'égalité des espérances: deux observations de variances différentes

	<i>F</i>	<i>i</i>
Moyenne	4,07777778	3,97173913
Variance	0,62264669	0,86556617
Observations	90	92
Différence hypothétique des moyennes	0	
Degré de liberté	176	
Statistique t	0,8298813	
P(T<=t) unilatéral	0,20386506	

Valeur critique de t (unilatéral)	1,65355744
P(T<=t) bilatéral	0,40773012
Valeur critique de t (bilatéral)	1,97353439

10. Divulgateur usage information

Test d'égalité des espérances: deux observations de variances différentes

	<i>F</i>	<i>i</i>
Moyenne	6,24814815	6,21014493
Variance	0,71051463	0,73679461
Observations	90	92
Différence hypothétique des moyennes	0	
Degré de liberté	180	
Statistique t	0,3013544	
P(T<=t) unilatéral	0,38174605	
Valeur critique de t (unilatéral)	1,65336301	
P(T<=t) bilatéral	0,76349211	
Valeur critique de t (bilatéral)	1,97323082	

11. Régulation gouvernementale

Test d'égalité des espérances: deux observations de variances différentes

	<i>F</i>	<i>i</i>
Moyenne	3,71481481	3,87318841
Variance	1,69178804	2,14125126
Observations	90	92
Différence hypothétique des moyennes	0	
Degré de liberté	178	
Statistique t	-0,7721214	
P(T<=t) unilatéral	0,22053323	
Valeur critique de t (unilatéral)	1,65345913	
P(T<=t) bilatéral	0,44106645	
Valeur critique de t (bilatéral)	1,97338089	

12. Connaissance lois

Test d'égalité des espérances: deux observations de variances différentes

	<i>F</i>	<i>i</i>
Moyenne	2,68518519	2,92028986
Variance	1,70626994	2,23533471
Observations	90	92
Différence hypothétique des moyennes	0	
Degré de liberté	178	
	-	
Statistique t	1,13041973	
P(T<=t) unilatéral	0,12991014	
Valeur critique de t (unilatéral)	1,65345913	
P(T<=t) bilatéral	0,25982028	
Valeur critique de t (bilatéral)	1,97338089	

13. Trahison

Test d'égalité des espérances: deux observations de variances différentes

	<i>F</i>	<i>i</i>
Moyenne	4,55555556	4,76086957
Variance	2,04494382	1,92265223
Observations	90	92
Différence hypothétique des moyennes	0	
Degré de liberté	179	
	-	
Statistique t	0,98305042	
P(T<=t) unilatéral	0,16345474	
Valeur critique de t (unilatéral)	1,6534108	
P(T<=t) bilatéral	0,32690948	
Valeur critique de t (bilatéral)	1,97330543	

14. Confiance internet

Test d'égalité des espérances: deux observations de variances différentes

	<i>F</i>	<i>i</i>
Moyenne	3,14222222	3,39434783
Variance	1,57684894	2,02415671
Observations	90	92
Différence hypothétique des moyennes	0	
Degré de liberté	178	
	-	
Statistique t	1,82153876	
P(T<=t) unilatéral	0,06510186	
Valeur critique de t (unilatéral)	1,65345913	
P(T<=t) bilatéral	0,07020372	
Valeur critique de t (bilatéral)	1,97338089	

15. Comportement de dévoilement habituel

Test d'égalité des espérances: deux observations de variances différentes

	<i>F</i>	<i>i</i>
Moyenne	1,95333333	2,02608696
Variance	0,23105618	0,27711419
Observations	90	92
Différence hypothétique des moyennes	0	
Degré de liberté	179	
	-	
Statistique t	0,97400416	
P(T<=t) unilatéral	0,16568444	
Valeur critique de t (unilatéral)	1,6534108	
P(T<=t) bilatéral	0,33136887	
Valeur critique de t (bilatéral)	1,97330543	

16. Implication courses

Test d'égalité des espérances: deux observations de variances différentes

	<i>F</i>	<i>i</i>
Moyenne	4,54141414	4,42490119
Variance	0,88177382	0,67334642

Observations	90	92
Différence hypothétique des moyennes	0	
Degré de liberté	176	
Statistique t	0,89056807	
P(T<=t) unilatéral	0,18718835	
Valeur critique de t (unilatéral)	1,65355744	
P(T<=t) bilatéral	0,37437671	
Valeur critique de t (bilatéral)	1,97353439	
