




Annexes

Table des matières

Annexe 1. La loi de cadenas	2
Annexe 2. Enquête quantitative au magasin "Carrefour Mons Grands Prés"	3
Annexe 3. Guide d'entretien qualitatif.....	4
Annexe 4. Questionnaire quantitatif.....	7
Annexe 5 - Résultats SAS relatifs au test Chi ² pour l'hypothèse H1b.....	9
Annexe 6 - Comparaison de moyenne (t-test). Scores de l'hypothèse "H1b"	10
Annexe 7 - Résultats SAS Enterprise guide pour l'hypothèse 4.	11
Annexe 8. Tableau récapitulatif de la revue de la littérature	14
Annexe 9. Retranscription des interviews qualitatives	19

Annexe 1. La loi de cadenas

Document législatif n° 3-816/3

[Fiche du dossier](#)   

3-816/3

3-816/

Sénat de Belgique

SESSION DE 2003-2004

17 JUILLET 2004

Projet de loi relative à l'autorisation d'implantations commerciales

Procédure d'évocation

RAPPORT

FAIT AU NOM DE LA COMMISSION DES FINANCES ET DES AFFAIRES ÉCONOMIQUES PAR MME. [VIENNE](#) ET M. [WILLE](#)

I. INTRODUCTION

Le présent projet de loi, qui relève de la procédure facultativement bicamérale (article 78 de la Constitution), a été déposé par le gouvernement à la Chambre des représentants le 20 avril 2004 (doc. Chambre, 1 51-1035/1) et adopté par cette dernière par 87 voix contre 39 et 7 abstentions et transmis au Sénat le 15 juillet 2004. Le Sénat a évoqué le projet le 16 juillet 2004.

Le présent projet de loi, qui relève de la procédure facultativement bicamérale (article 78 de la Constitution), a été déposé par le gouvernement à la Chambre des représentants le 20 avril 2004 (doc. Chambre, n° 51-1035/1) et adopté par cette dernière par 87 voix contre 39 et 7 abstentions et transmis au Sénat le 15 juillet 2004. Le Sénat a évoqué le projet le 16 juillet 2004.

La commission a examiné le projet au cours de ses réunions des 16 et 17 juillet 2004, en présence de la ministre de l'Économie.

II. EXPOSÉ INTRODUCTIF DE LA MINISTRE DE L'ÉCONOMIE

L'actuelle procédure d'implantation est régie par la loi du 29 juin 1975 relative aux implantations commerciales et par ses arrêtés d'exécution. Cette loi, également appelée « loi cadenas », a été approuvée en réponse à l'évolution sociale et économique de l'époque. C'est en effet à cette époque que les grands magasins ont commencé à se multiplier. Selon la procédure actuelle, tout complexe commercial (commerce de détail) d'une surface déterminée à savoir 1 500 m² de surface bâtie brute et 1 000 m² de surface commerciale nette en zone 1 et respectivement 600 m² et 400 m² hors zone 1 est tenu de demander une autorisation socioéconomique pour l'implantation d'un nouveau magasin, l'extension ou la modification importante de la nature de l'activité commerciale de magasins ou complexes commerciaux existants.

Près de trente ans plus tard, la loi de 1975 présente toutefois plusieurs lacunes et différents responsables politiques s'attèlent à sa réforme depuis dix ans déjà. Sous la législature 1995-1999, beaucoup de travaux ont eu lieu afin d'aboutir à un nouveau projet de loi. Sous la précédente législature, ce projet de loi a cependant été rejeté par le Conseil des ministres (octobre 2001). Un nouveau projet nettement plus simple (Picqué-Daems) réduisant le délai de traitement des demandes de 165 à 90 jours a finalement été approuvé par le Conseil des ministres en octobre 2002. En dépit du large consensus que réunissait ce projet, la commission de l'Économie de la Chambre n'a pu examiner le texte dans son intégralité, par manque de temps en fin de législature. Aujourd'hui, cet examen a bien eu lieu et c'est hier que la commission de l'Économie a approuvé le texte légal à la majorité (14 juillet 2004).

Le projet de loi ne vise nullement à libéraliser le secteur de la distribution ou à cadenciser la création d'implantations commerciales de moyenne ou grande taille, mais bien à améliorer le cadre légal vieux de trente ans et à mettre en place une procédure simplifiée, transparente et équitable.

En effet, contrairement à celle des autres États membres européens, la loi belge sur les implantations n'a pas du tout évolué, alors qu'en Belgique, comme dans le reste de l'Europe, la structure des villes, la demande et les besoins des consommateurs ainsi que l'aménagement du territoire ont connu une évolution significative.

La réglementation relative aux implantations doit être adaptée aux besoins et aux caractéristiques du paysage commercial actuel. Car, si la Belgique se caractérisait autrefois par un nombre élevé de points de vente de taille restreinte dans le centre des villes et des villages, notre pays compte surtout à présent des commerces de taille moyenne, magasins de périphérie qui relient les noyaux urbains entre eux. La tendance la plus récente est toutefois l'expansion de grandes chaînes de distribution européennes à proximité des entrées et sorties de grands axes de pénétration.

Par conséquent, il convient d'améliorer la cohésion entre les petites, les moyennes et les grandes entreprises de distribution sans entraver la création de nouvelles implantations commerciales ou l'extension d'implantations existantes et sans vider les noyaux urbains.

Annexe 2. Enquête quantitative au magasin "Carrefour Mons Grands Prés"





Annexe 3. Guide d'entretien qualitatif

Etude qualitative concernant les habitudes de consommation

Thème 1 : Introduction et discussion sur la grande distribution

(Comment le consommateur perçoit-il la grande distribution ? En apprendre plus sur le répondant, la multi-fidélité, les magasins de références,...)

- 1) Pouvez-vous me raconter la dernière fois où vous avez fait des courses en grande distribution ?
- 2) Quelle est la fréquence de vos courses dans la grande distribution ?
- 3) Pourquoi cette fréquence ?
- 4) Quel(s) est(sont) le(s) enseigne(s) où vous-vous rendez pour faire vos courses ?
- 5) Dans laquelle de ces enseignes dépensez-vous le plus d'argent ?

Pourquoi ?

- 6) Quelle est l'enseigne dans laquelle vous-vous rendez le plus souvent ?
- 7) Vous arrivez-t-il de visiter plusieurs magasins d'une même enseigne ?

Thème 2 : Les formats de distribution

- 8) Quels sont les différents types de magasins que vous connaissez ?
- 9) Quelles distinctions faites-vous entre ces différents formats ? Qu'est-ce qui fait la différence ?

10) Et combien de types de magasins connaissez-vous dans une même enseigne ?

11) Pourquoi, selon vous, les enseignes de distribution proposent-elles plusieurs formats de magasin ?

Thème 3 : On dévoile les différents formats après avoir creusé un maximum dans les parties précédentes. Il y en a 4 principaux qui sont brièvement expliqués au répondant.

12) Pour chacun des formats suivants, veuillez citer un magasin.

- *Hypermarché (non spécialisé, 1/3 du CA en alimentaire et +2500m²)*
- *Supermarché (entre 1000m² et 2500m²)*
- *Magasin de proximité ou supérette (120m² à 400m², peu de références)*
- *Hard discount (moyenne 600m², prix bas)*

13) Pour chacun des magasins cités, veuillez expliquer les critères qui ont motivé votre choix.

14) Qu'est ce qui va vous motiver à vous rendre dans l'un ou l'autre format ?

Pourquoi ?

15) En fonction des situations suivantes, dans quel format de magasin allez-vous vous rendre? Pour quelles raisons ?

A) C'est l'anniversaire de mon ami Joe et je n'ai pas de cadeau. Il est approximativement 18h et je dois être à la fête pour 19h, laquelle se situe à 15 minutes de chez moi. Je suis prêt à partir.

B) Finalement, je reçois un appel dès que j'arrive à ma voiture. Une amie me prévient que Joe est un grand amateur de vin et qu'une bouteille de Meli Carignan lui ferait sans doute plaisir.

C) Mon compagnon ou ma compagne me demande d'aller chercher du lait et du sel pour le plat qu'elle(il) prépare. Il est 19h30 et j'ai eu une longue journée de travail. Je pense en profiter pour acheter des chewing-gum et une cannette de soda.

D) J'organise une fête surprise ce soir pour mon meilleur ami et j'ai besoin de produits frais pour le repas. Mon ami aime la fraîcheur et les produits sains donc je vais proposer des corbeilles de fruits pour les invités. Je cuisinerai ensuite un plat à base de légumes et d'une belle pièce de viande. Il est 10h du matin et je n'ai rien d'autre à faire de spécial aujourd'hui.

16) Quelles sont, selon vous, les grandes enseignes de distribution en Belgique ? Pourquoi est-ce une grande enseigne ?

17) Quels sont les formats de magasins proposés par les enseignes suivantes ?

	Hypermarché	Supermarché	Proximité
Aldi		x	
Carrefour	x	x	x

Colruyt		x	
Delhaize		x	x
Intermarché		x	
Lidl		x	
Autre:			
Autre:			
Autre:			

18) Quel est, selon vous, le format le plus important ?

Remarques éventuelles :

Informations personnelles

Age :

Sexe :

Nombre de personnes dans le ménage :

Nombre d'enfants :

Métier :

Je vous remercie d'avoir participé à cette enquête

Ferrari Gauthier

Annexe 4. Questionnaire quantitatif

Etude quantitative portant sur la grande distribution

Question 1

Veillez citer les différents formats (types de magasins) qui sont présents en Belgique.

Question 2

Veillez citer 2 enseignes pour représenter chaque format

- Hypermarché
- Supermarché
- Magasin de proximité
- Hard Discount

Question 3

Veillez choisir 2 critères pour qualifier chacun des formats de distribution.

Pas cité	Services disponibles
Atmosphère	Galerie commerciale
Prix bas	Accessibilité du magasin
Taille	Marques De Distributeur
Situation d'achat et besoins	Performance des employés
Variété de l'assortiment	Horaires
Localisation du magasin	Autre
Prix élevé	

Question 4

1). Quel type de course faites vous pour chaque format ?

Grosses courses/courses principales - Petites courses/courses de remplissage

2). Quel est la fréquence de visite en moyenne pour chaque format ?

1x/jour - 3x/semaine - 2x/semaine - 1x/semaine - 2x/mois - 1x/mois - <1x/mois - Jamais

3). Quel est le montant total que vous dépensez, par visite, dans chaque format ?

0 - 1 à 25 - 26 à 50 - 51 à 75 - 76 à 100 - 101 à 150 - 151 à 200 - 200+

Question 5

Dans les situations suivantes, dans quel(s) format(s) allez-vous vous rendre et pourquoi ?

Situation 1

Je viens de rentrer à mon domicile, suite à une longue journée de travail. Mon compagnon (compagne) me demande d'aller chercher du lait et du sel pour le plat qu'il (elle) prépare. Il est 19h00 et je pense en profiter pour acheter des chewing-gum et une cannette de soda.

Situation 2

J'organise une soirée chez moi demain soir et j'ai invité 5 amis et leurs familles. J'ai besoin d'une certaine quantité de viande, de légumes et de boissons. Je pense également acheter quelques décorations ainsi que des apéritifs.

Situation 3

Je prévois un important voyage en famille et je dois absolument économiser durant ce moi-ci. Cette après-midi, il faut que j'aille faire les courses pour toute la famille et je pense prendre des produits portant la marque du magasin.

Question 6

Connaissez-vous 2 enseignes dans lesquelles on y fabrique des produits frais (boulangerie, boucherie,...)

Question 7

L'enseigne Carrefour propose-t-elle plusieurs formats de magasin ?

Veillez associer 2 critères à chaque format de Carrefour.

Pas cité	Services disponibles
Atmosphère	Galerie commerciale
Prix bas	Accessibilité du magasin
Taille	Marques De Distributeur
Situation d'achat et besoins	Performance des employés
Variété de l'assortiment	Horaires
Localisation du magasin	Autre
Prix élevé	

Informations sociodémographiques

Age :

Sexe :

Nombre d'enfants :

Profession :

Ville :

Je vous remercie d'avoir participé à cette enquête,

Ferrari Gauthier

Annexe 5 - Résultats SAS relatifs au test Chi² pour l'hypothèse H1b

Table of Nbr d'enfants by Hypermarché				
		Hypermarché		
Nbr d'enfants		0	1	Total
0	Frequency	5	40	45
	Percent	2.50	20.00	22.50
	Row Pct	11.11	88.89	
	Col Pct	25.00	22.22	
1	Frequency	8	43	51
	Percent	4.00	21.50	25.50
	Row Pct	15.69	84.31	
	Col Pct	40.00	23.89	
2	Frequency	2	53	55
	Percent	1.00	26.50	27.50
	Row Pct	3.64	96.36	
	Col Pct	10.00	29.44	
3	Frequency	1	35	36
	Percent	0.50	17.50	18.00
	Row Pct	2.78	97.22	
	Col Pct	5.00	19.44	
4	Frequency	3	7	10
	Percent	1.50	3.50	5.00
	Row Pct	30.00	70.00	
	Col Pct	15.00	3.89	
5	Frequency	0	2	2
	Percent	0.00	1.00	1.00
	Row Pct	0.00	100.00	
	Col Pct	0.00	1.11	
6	Frequency	1	0	1
	Percent	0.50	0.00	0.50
	Row Pct	100.00	0.00	
	Col Pct	5.00	0.00	
Total	Frequency	20	180	200
	Percent	10.00	90.00	100.00

Statistics for Table of Nbr d'enfants by Hypermarché

Statistic	DF	Value	Prob
Chi-Square	6	20.1218	0.0026
Likelihood Ratio Chi-Square	6	15.7870	0.0149
Mantel-Haenszel Chi-Square	1	0.0088	0.9251
Phi Coefficient		0.3172	
Contingency Coefficient		0.3023	
Cramer's V		0.3172	

Table of Nbr d'enfants by Supermarché				
		Supermarché		
Nbr d'enfants		0	1	Total
0	Frequency	19	26	45
	Percent	9.50	13.00	22.50
	Row Pct	42.22	57.78	
	Col Pct	30.16	18.98	
1	Frequency	18	33	51
	Percent	9.00	16.50	25.50
	Row Pct	35.29	64.71	
	Col Pct	28.57	24.09	
2	Frequency	15	40	55
	Percent	7.50	20.00	27.50
	Row Pct	27.27	72.73	
	Col Pct	23.81	29.20	
3	Frequency	4	32	36
	Percent	2.00	16.00	18.00
	Row Pct	11.11	88.89	
	Col Pct	6.35	23.36	
4	Frequency	4	6	10
	Percent	2.00	3.00	5.00
	Row Pct	40.00	60.00	
	Col Pct	6.35	4.38	
5	Frequency	2	0	2
	Percent	1.00	0.00	1.00
	Row Pct	100.00	0.00	
	Col Pct	3.17	0.00	
6	Frequency	1	0	1
	Percent	0.50	0.00	0.50
	Row Pct	100.00	0.00	
	Col Pct	1.59	0.00	
Total	Frequency	63	137	200
	Percent	31.50	68.50	100.00

Statistics for Table of Nbr d'enfants by Supermarché

Statistic	DF	Value	Prob
Chi-Square	6	16.9877	0.0093
Likelihood Ratio Chi-Square	6	18.6730	0.0048
Mantel-Haenszel Chi-Square	1	1.5865	0.2078
Phi Coefficient		0.2914	
Contingency Coefficient		0.2798	
Cramer's V		0.2914	

Table of Nbr d'enfants by Magasin Proximité					
		Magasin Proximité		Total	
		0	1		
Nbr d'enfants	0	Frequency	26	19	45
		Percent	13.00	9.50	22.50
		Row Pct	57.78	42.22	
		Col Pct	29.55	16.96	
1	1	Frequency	22	29	51
		Percent	11.00	14.50	25.50
		Row Pct	43.14	56.86	
		Col Pct	25.00	25.89	
2	2	Frequency	23	32	55
		Percent	11.50	16.00	27.50
		Row Pct	41.82	58.18	
		Col Pct	26.14	28.57	
3	3	Frequency	8	28	36
		Percent	4.00	14.00	18.00
		Row Pct	22.22	77.78	
		Col Pct	9.09	25.00	
4	4	Frequency	7	3	10
		Percent	3.50	1.50	5.00
		Row Pct	70.00	30.00	
		Col Pct	7.95	2.68	
5	5	Frequency	1	1	2
		Percent	0.50	0.50	1.00
		Row Pct	50.00	50.00	
		Col Pct	1.14	0.89	
6	6	Frequency	1	0	1
		Percent	0.50	0.00	0.50
		Row Pct	100.00	0.00	
		Col Pct	1.14	0.00	
Total		Frequency	88	112	200
		Percent	44.00	56.00	100.00

Statistics for Table of Nbr d'enfants by Magasin Proximité

Statistic	DF	Value	Prob
Chi-Square	6	14.5632	0.0239
Likelihood Ratio Chi-Square	6	15.4493	0.0170
Mantel-Haenszel Chi-Square	1	1.8585	0.1728
Phi Coefficient		0.2698	
Contingency Coefficient		0.2605	
Cramer's V		0.2698	

Table of Nbr d'enfants by Hard Discount					
		Hard Discount		Total	
		0	1		
Nbr d'enfants	0	Frequency	38	7	45
		Percent	19.00	3.50	22.50
		Row Pct	84.44	15.56	
		Col Pct	23.75	17.50	
1	1	Frequency	41	10	51
		Percent	20.50	5.00	25.50
		Row Pct	80.39	19.61	
		Col Pct	25.63	25.00	
2	2	Frequency	46	9	55
		Percent	23.00	4.50	27.50
		Row Pct	83.64	16.36	
		Col Pct	28.75	22.50	
3	3	Frequency	26	10	36
		Percent	13.00	5.00	18.00
		Row Pct	72.22	27.78	
		Col Pct	16.25	25.00	
4	4	Frequency	8	2	10
		Percent	4.00	1.00	5.00
		Row Pct	80.00	20.00	
		Col Pct	5.00	5.00	
5	5	Frequency	0	2	2
		Percent	0.00	1.00	1.00
		Row Pct	0.00	100.00	
		Col Pct	0.00	5.00	
6	6	Frequency	1	0	1
		Percent	0.50	0.00	0.50
		Row Pct	100.00	0.00	
		Col Pct	0.63	0.00	
Total		Frequency	160	40	200
		Percent	80.00	20.00	100.00

Statistics for Table of Nbr d'enfants by Hard Discount

Statistic	DF	Value	Prob
Chi-Square	6	10.6261	0.1006
Likelihood Ratio Chi-Square	6	9.2087	0.1622
Mantel-Haenszel Chi-Square	1	2.4050	0.1209
Phi Coefficient		0.2305	
Contingency Coefficient		0.2246	
Cramer's V		0.2305	

Annexe 6 - Comparaison de moyenne (t-test). Scores de l'hypothèse "H1b"

t Test
The TTEST Procedure
Variable: Score

Enfant	N	Mean	Std Dev	Std Err	Minimum	Maximum
<2	96	2.1563	0.9099	0.0929	0	4.0000
>=2	104	2.5192	0.9652	0.0946	0	4.0000
Diff (1-2)		-0.3630	0.9391	0.1329		

Enfant	Method	Mean	95% CL Mean	Std Dev	95% CL Std Dev
<2		2.1563	1.9719 2.3406	0.9099	0.7969 1.0606
>=2		2.5192	2.3315 2.7069	0.9652	0.8495 1.1177
Diff (1-2)	Pooled	-0.3630	-0.6251 -0.1009	0.9391	0.8550 1.0417
Diff (1-2)	Satterthwaite	-0.3630	-0.6245 -0.1015		

Method	Variances	DF	t Value	Pr > t
Pooled	Equal	198	-2.73	0.0069
Satterthwaite	Unequal	197.91	-2.74	0.0068

Equality of Variances					
Method	Num DF	Den DF	F Value	Pr > F	
Folded F	103	95	1.13	0.5607	

Generated by the SAS System ("Local", X64_7PRO) on 21 mai 2015 at 4:04:53 PM

Page Break

Annexe 7 - Résultats SAS Enterprise guide pour l'hypothèse 4.

Tableau de résultats	Illustrations et graphiques																																																																														
<p>1). La fréquence de visite et le type de courses permettent ils d'expliquer le montant dépensé dans un hypermarché ?</p>																																																																															
<p>Linear Regression Results</p> <p>The REG Procedure Model: Linear_Regression_Model Dependent Variable: Paiement</p> <table border="1"> <tr> <td>Number of Observations Read</td> <td>200</td> </tr> <tr> <td>Number of Observations Used</td> <td>200</td> </tr> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="6">Analysis of Variance</th> </tr> <tr> <th>Source</th> <th>DF</th> <th>Sum of Squares</th> <th>Mean Square</th> <th>F Value</th> <th>Pr > F</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Model</td> <td>2</td> <td>371.85223</td> <td>185.92611</td> <td>167.14</td> <td><.0001</td> </tr> <tr> <td>Error</td> <td>197</td> <td>219.14277</td> <td>1.11240</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Corrected Total</td> <td>199</td> <td>590.99500</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <tr> <td>Root MSE</td> <td>1.05470</td> <td>R-Square</td> <td>0.6292</td> </tr> <tr> <td>Dependent Mean</td> <td>4.75500</td> <td>Adj R-Sq</td> <td>0.6254</td> </tr> <tr> <td>Coeff Var</td> <td>22.18094</td> <td></td> <td></td> </tr> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="6">Parameter Estimates</th> </tr> <tr> <th>Variable</th> <th>DF</th> <th>Parameter Estimate</th> <th>Standard Error</th> <th>t Value</th> <th>Pr > t </th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Intercept</td> <td>1</td> <td>-0.88717</td> <td>0.37889</td> <td>-2.34</td> <td>0.0202</td> </tr> <tr> <td>Fréquence</td> <td>1</td> <td>0.32182</td> <td>0.07224</td> <td>4.45</td> <td><.0001</td> </tr> <tr> <td>Course</td> <td>1</td> <td>2.56403</td> <td>0.15782</td> <td>16.25</td> <td><.0001</td> </tr> </tbody> </table>	Number of Observations Read	200	Number of Observations Used	200	Analysis of Variance						Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F	Model	2	371.85223	185.92611	167.14	<.0001	Error	197	219.14277	1.11240			Corrected Total	199	590.99500				Root MSE	1.05470	R-Square	0.6292	Dependent Mean	4.75500	Adj R-Sq	0.6254	Coeff Var	22.18094			Parameter Estimates						Variable	DF	Parameter Estimate	Standard Error	t Value	Pr > t	Intercept	1	-0.88717	0.37889	-2.34	0.0202	Fréquence	1	0.32182	0.07224	4.45	<.0001	Course	1	2.56403	0.15782	16.25	<.0001	<p>Fit Diagnostics for Paiement</p>		
Number of Observations Read	200																																																																														
Number of Observations Used	200																																																																														
Analysis of Variance																																																																															
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F																																																																										
Model	2	371.85223	185.92611	167.14	<.0001																																																																										
Error	197	219.14277	1.11240																																																																												
Corrected Total	199	590.99500																																																																													
Root MSE	1.05470	R-Square	0.6292																																																																												
Dependent Mean	4.75500	Adj R-Sq	0.6254																																																																												
Coeff Var	22.18094																																																																														
Parameter Estimates																																																																															
Variable	DF	Parameter Estimate	Standard Error	t Value	Pr > t																																																																										
Intercept	1	-0.88717	0.37889	-2.34	0.0202																																																																										
Fréquence	1	0.32182	0.07224	4.45	<.0001																																																																										
Course	1	2.56403	0.15782	16.25	<.0001																																																																										
<p>2). La fréquence de visite et le type de courses permettent ils d'expliquer le montant dépensé dans un supermarché ?</p>																																																																															
<p>Linear Regression Results</p> <p>The REG Procedure Model: Linear_Regression_Model Dependent Variable: VSUPERMON</p> <table border="1"> <tr> <td>Number of Observations Read</td> <td>800</td> </tr> <tr> <td>Number of Observations Used</td> <td>200</td> </tr> <tr> <td>Number of Observations with Missing Values</td> <td>600</td> </tr> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="6">Analysis of Variance</th> </tr> <tr> <th>Source</th> <th>DF</th> <th>Sum of Squares</th> <th>Mean Square</th> <th>F Value</th> <th>Pr > F</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Model</td> <td>2</td> <td>306366</td> <td>153183</td> <td>132.77</td> <td><.0001</td> </tr> <tr> <td>Error</td> <td>197</td> <td>227295</td> <td>1153.78383</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Corrected Total</td> <td>199</td> <td>533662</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <tr> <td>Root MSE</td> <td>33.96739</td> <td>R-Square</td> <td>0.5741</td> </tr> <tr> <td>Dependent Mean</td> <td>74.49750</td> <td>Adj R-Sq</td> <td>0.5698</td> </tr> <tr> <td>Coeff Var</td> <td>45.59535</td> <td></td> <td></td> </tr> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="6">Parameter Estimates</th> </tr> <tr> <th>Variable</th> <th>DF</th> <th>Parameter Estimate</th> <th>Standard Error</th> <th>t Value</th> <th>Pr > t </th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Intercept</td> <td>1</td> <td>-26.09273</td> <td>7.70005</td> <td>-3.39</td> <td>0.0008</td> </tr> <tr> <td>FREQSUPER</td> <td>1</td> <td>3.52904</td> <td>1.93537</td> <td>1.82</td> <td>0.0698</td> </tr> <tr> <td>COURSSUP</td> <td>1</td> <td>68.68622</td> <td>5.14995</td> <td>13.34</td> <td><.0001</td> </tr> </tbody> </table>	Number of Observations Read	800	Number of Observations Used	200	Number of Observations with Missing Values	600	Analysis of Variance						Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F	Model	2	306366	153183	132.77	<.0001	Error	197	227295	1153.78383			Corrected Total	199	533662				Root MSE	33.96739	R-Square	0.5741	Dependent Mean	74.49750	Adj R-Sq	0.5698	Coeff Var	45.59535			Parameter Estimates						Variable	DF	Parameter Estimate	Standard Error	t Value	Pr > t	Intercept	1	-26.09273	7.70005	-3.39	0.0008	FREQSUPER	1	3.52904	1.93537	1.82	0.0698	COURSSUP	1	68.68622	5.14995	13.34	<.0001	<p>Fit Diagnostics for Paiement</p>
Number of Observations Read	800																																																																														
Number of Observations Used	200																																																																														
Number of Observations with Missing Values	600																																																																														
Analysis of Variance																																																																															
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F																																																																										
Model	2	306366	153183	132.77	<.0001																																																																										
Error	197	227295	1153.78383																																																																												
Corrected Total	199	533662																																																																													
Root MSE	33.96739	R-Square	0.5741																																																																												
Dependent Mean	74.49750	Adj R-Sq	0.5698																																																																												
Coeff Var	45.59535																																																																														
Parameter Estimates																																																																															
Variable	DF	Parameter Estimate	Standard Error	t Value	Pr > t																																																																										
Intercept	1	-26.09273	7.70005	-3.39	0.0008																																																																										
FREQSUPER	1	3.52904	1.93537	1.82	0.0698																																																																										
COURSSUP	1	68.68622	5.14995	13.34	<.0001																																																																										
<p>3). La fréquence de visite et le type de courses permettent ils d'expliquer le montant dépensé dans un magasin de proximité ?</p>																																																																															

Linear Regression Results

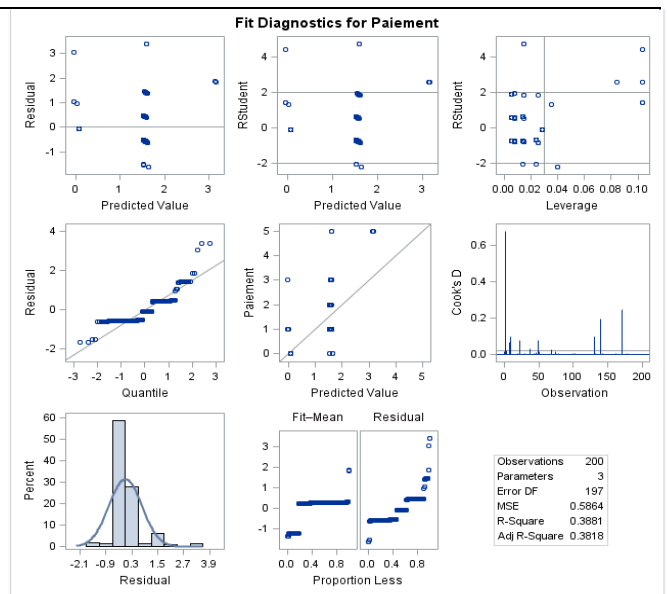
The REG Procedure
Model: Linear_Regression_Model
Dependent Variable: VPROXIMON

Number of Observations Read	800
Number of Observations Used	199
Number of Observations with Missing Values	601

Analysis of Variance					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	2	21563	10782	29.33	<.0001
Error	196	72056	367.63400		
Corrected Total	198	93619			

Root MSE	19.17378	R-Square	0.2303
Dependent Mean	22.40955	Adj R-Sq	0.2225
Coeff Var	85.56078		

Parameter Estimates					
Variable	DF	Parameter Estimate	Standard Error	t Value	Pr > t
Intercept	1	1.49698	3.23278	0.46	0.6438
FREQPROX	1	-0.88438	0.90267	-0.98	0.3284
COURSPROX	1	29.16118	4.57291	6.38	<.0001



4). La fréquence de visite et le type de courses permettent ils d'expliquer le montant dépensé dans un Hard Discount?

Linear Regression Results

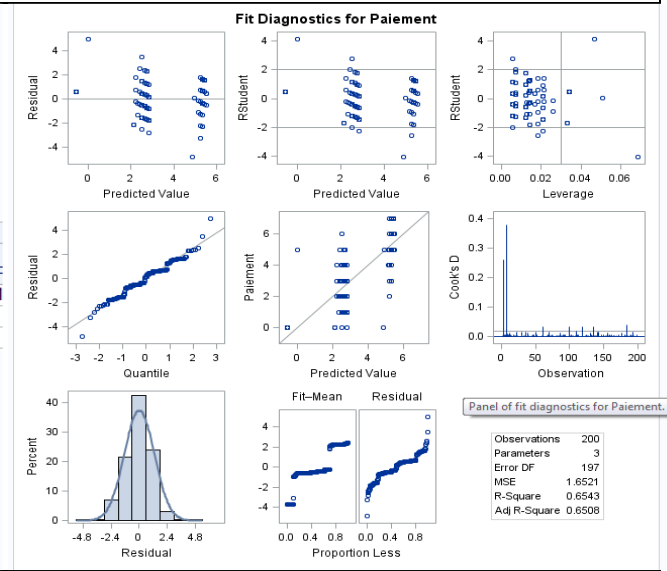
The REG Procedure
Model: Linear_Regression_Model
Dependent Variable: VHDMON

Number of Observations Read	800
Number of Observations Used	200
Number of Observations with Missing Values	600

Analysis of Variance					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	2	526120	263060	164.38	<.0001
Error	197	315259	1600.29766		
Corrected Total	199	841379			

Root MSE	40.00372	R-Square	0.6253
Dependent Mean	75.66000	Adj R-Sq	0.6215
Coeff Var	52.87301		

Parameter Estimates					
Variable	DF	Parameter Estimate	Standard Error	t Value	Pr > t
Intercept	1	-25.71857	7.40471	-3.47	0.0006
FREQHD	1	0.08203	1.65871	0.05	0.9606
COURSHD	1	84.18479	5.38347	15.64	<.0001



5). La fréquence de visite appliquée à l'ensemble des données

Linear Regression Results

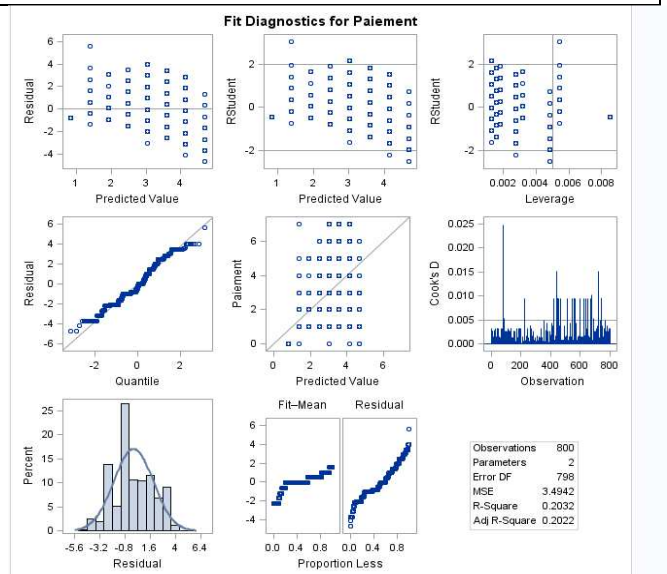
The REG Procedure
Model: Linear_Regression_Model
Dependent Variable: MONTANT

Number of Observations Read	800
Number of Observations Used	799
Number of Observations with Missing Values	1

Analysis of Variance					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	1	511011	511011	153.22	<.0001
Error	797	2658027	3335.03968		
Corrected Total	798	3169037			

Root MSE	57.74980	R-Square	0.1613
Dependent Mean	74.08323	Adj R-Sq	0.1602
Coeff Var	77.95260		

Parameter Estimates					
Variable	DF	Parameter Estimate	Standard Error	t Value	Pr > t
Intercept	1	13.06383	5.33611	2.45	0.0146
FREQUENCE	1	14.80550	1.19608	12.38	<.0001



6) Le type de courses (grosses ou petites) appliqué à l'ensemble des données

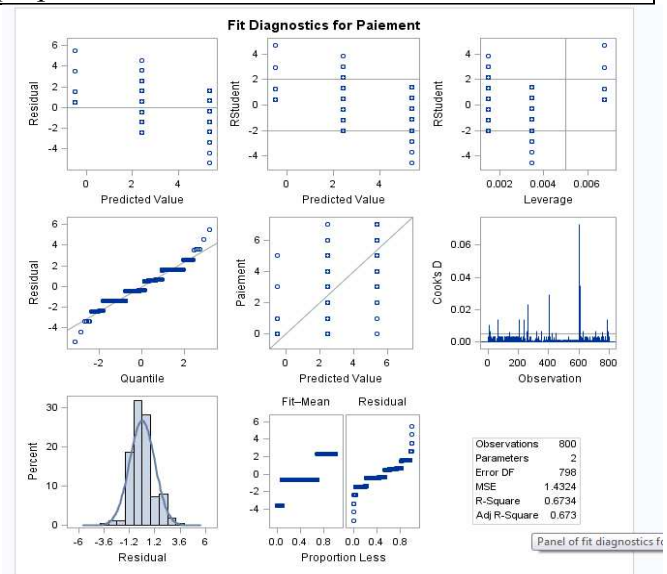
Linear Regression Results
The REG Procedure
Model: Linear_Regression_Model
Dependent Variable: MONTANT

Number of Observations Read	800
Number of Observations Used	799
Number of Observations with Missing Values	1

Analysis of Variance					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	1	2035872	2035872	1431.91	<.0001
Error	797	1133166	1421.78867		
Corrected Total	798	3169037			

Root MSE	37.70661	R-Square	0.6424
Dependent Mean	74.08323	Adj R-Sq	0.6420
Coeff Var	50.89764		

Parameter Estimates					
Variable	DF	Parameter Estimate	Standard Error	t Value	Pr > t
Intercept	1	-32.03061	3.10535	-10.31	<.0001
COURSE	1	86.51527	2.28631	37.84	<.0001



7). Type de courses et fréquence de visite appliqués à l'ensemble des données

Linear Regression Results
The REG Procedure
Model: Linear_Regression_Model
Dependent Variable: MONTANT

Number of Observations Read	800
Number of Observations Used	799
Number of Observations with Missing Values	1

Analysis of Variance					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	2	2035983	1017992	715.17	<.0001
Error	796	1133054	1423.43465		
Corrected Total	798	3169037			

Root MSE	37.72843	R-Square	0.6425
Dependent Mean	74.08323	Adj R-Sq	0.6416
Coeff Var	50.92709		

Parameter Estimates					
Variable	DF	Parameter Estimate	Standard Error	t Value	Pr > t
Intercept	1	-31.44678	3.74197	-8.40	<.0001
FREQUENCE	1	-0.25390	0.90680	-0.28	0.7796
COURSE	1	86.89240	2.65473	32.73	<.0001

8). Format appliqué au montant (hypermarché)

Linear Regression Results
The REG Procedure
Model: Linear_Regression_Model
Dependent Variable: MONTANT

Number of Observations Read	800
Number of Observations Used	799
Number of Observations with Missing Values	1

Analysis of Variance					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	3	1020447	340149	125.86	<.0001
Error	795	2148590	2702.62923		
Corrected Total	798	3169037			

Root MSE	51.98682	R-Square	0.3220
Dependent Mean	74.08323	Adj R-Sq	0.3194
Coeff Var	70.17353		

Parameter Estimates					
Variable	DF	Parameter Estimate	Standard Error	t Value	Pr > t
Intercept	1	123.50750	3.67602	33.60	<.0001
SUPER	1	-49.01000	5.19868	-9.43	<.0001
PROXI	1	-101.09795	5.20521	-19.42	<.0001
HD	1	-47.84750	5.19868	-9.20	<.0001

9)Format appliqué au montant (supermarché et magasin de proximité)

Linear Regression Results					
The REG Procedure					
Model: Linear_Regression_Model					
Dependent Variable: MONTANT					
Number of Observations Read					800
Number of Observations Used					799
Number of Observations with Missing Values					1
Analysis of Variance					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	3	1020447	340149	125.86	<.0001
Error	795	2148590	2702.62923		
Corrected Total	798	3169037			
Root MSE		51.98682	R-Square	0.3220	
Dependent Mean		74.08323	Adj R-Sq	0.3194	
Coeff Var		70.17353			
Parameter Estimates					
Variable	DF	Parameter Estimate	Standard Error	t Value	Pr > t
Intercept	1	74.49750	3.67602	20.27	<.0001
HYPERS	1	49.01000	5.19868	9.43	<.0001
PROXI	1	-52.08795	5.20521	-10.01	<.0001
HD	1	1.16250	5.19868	0.22	0.8231

Linear Regression Results					
The REG Procedure					
Model: Linear_Regression_Model					
Dependent Variable: MONTANT					
Number of Observations Read					800
Number of Observations Used					799
Number of Observations with Missing Values					1
Analysis of Variance					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	3	1020447	340149	125.86	<.0001
Error	795	2148590	2702.62923		
Corrected Total	798	3169037			
Root MSE		51.98682	R-Square	0.3220	
Dependent Mean		74.08323	Adj R-Sq	0.3194	
Coeff Var		70.17353			
Parameter Estimates					
Variable	DF	Parameter Estimate	Standard Error	t Value	Pr > t
Intercept	1	22.40955	3.68525	6.08	<.0001
HYPERS	1	101.09795	5.20521	19.42	<.0001
SUPER	1	52.08795	5.20521	10.01	<.0001
HD	1	53.25045	5.20521	10.23	<.0001

10) Format appliqué au montant (hard discount) + toutes les variables réunies

Linear Regression Results					
The REG Procedure					
Model: Linear_Regression_Model					
Dependent Variable: MONTANT					
Number of Observations Read					800
Number of Observations Used					799
Number of Observations with Missing Values					1
Analysis of Variance					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	3	1020447	340149	125.86	<.0001
Error	795	2148590	2702.62923		
Corrected Total	798	3169037			
Root MSE		51.98682	R-Square	0.3220	
Dependent Mean		74.08323	Adj R-Sq	0.3194	
Coeff Var		70.17353			
Parameter Estimates					
Variable	DF	Parameter Estimate	Standard Error	t Value	Pr > t
Intercept	1	75.66000	3.67602	20.58	<.0001
HYPERS	1	47.84750	5.19868	9.20	<.0001
SUPER	1	-1.16250	5.19868	-0.22	0.8231
PROXI	1	-53.25045	5.20521	-10.23	<.0001

Linear Regression Results					
The REG Procedure					
Model: Linear_Regression_Model					
Dependent Variable: MONTANT					
Number of Observations Read					800
Number of Observations Used					799
Number of Observations with Missing Values					1
Analysis of Variance					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	5	2174620	434924	346.83	<.0001
Error	793	994418	1253.99438		
Corrected Total	798	3169037			
Root MSE		35.41178	R-Square	0.6862	
Dependent Mean		74.08323	Adj R-Sq	0.6842	
Coeff Var		47.80000			
Parameter Estimates					
Variable	DF	Parameter Estimate	Standard Error	t Value	Pr > t
Intercept	1	3.42497	5.04373	0.68	0.4973
FREQUENCE	1	-0.21443	0.85693	-0.25	0.8025
COURSE	1	74.73721	2.78135	26.87	<.0001
SUPER	1	-22.24291	3.65049	-6.09	<.0001
PROXI	1	-41.85146	4.04880	-10.34	<.0001
HD	1	-16.51684	3.70142	-4.46	<.0001

Annexe 8. Tableau récapitulatif de la revue de la littérature

Le tableau suivant donne un aperçu des thèmes traités dans la revue de la littérature. Ce récapitulatif est loin de comprendre toutes les informations contenues dans la revue de la littérature mais il fournit une vue d'ensemble des concepts et des thèmes principaux qui y sont abordés. La première colonne reprend les propos mentionnés dans la revue de la littérature. La seconde cite les auteurs qui ont émis leur avis par rapport à ce point. La troisième colonne démontre comment les auteurs expliquent leur point de vue et la dernière colonne reprend les

conclusions que nous pouvons retirer de ces propos. La revue de la littérature ne comprend pas d'interprétations, cette dernière colonne représente plutôt la compréhension de l'étudiant par rapport aux propos rapportés.

Tableau 4 : Tableau récapitulatif de la revue de la littérature

Thème	Auteurs	Explications	Commentaires
Evolution de l'environnement de la Grande Distribution et étude de l'évolution des formats de magasins.	Cliquet (2000); Cardinali et Bellini (2014); Binninger (2013); Morganosky et Cude (2000); Poncin (2013); Lizhu et Hodges (2012); Maruyama et Wu (2014); Flavian, Haderberg et Polo (2002); Gonzalez (2003)	Les auteurs sont d'accord pour dire que la complexité de la grande distribution s'est intensifiée avec l'apparition de l'hypermarché dans les années 60. Suite à cela, une classification des formats devient indispensable et les auteurs se rejoignent sur la croissance des différents formats.	L'évolution des formats de magasins relève plutôt de données historiques et les auteurs se contredisent peu dans ce cas-ci. Il est important de comprendre quels sont les formats et d'où ils viennent avant d'entamer une quelconque analyse sur le sujet.
Définition du format de magasin.	Gonzalez (2003); Dawson (2012).	Plusieurs auteurs cités dans le point précédent donnent un début de définition du format de magasins mais ce sont Dawson (2012) et Gonzalez (2003) qui résument le mieux cette définition. La formule est caractérisée par une surface de vente, une localisation, une certaine politique de prix mais aussi un assortiment spécifique et bien d'autres critères. La "formule spécifique" est la formule utilisée par un détaillant et adaptée pour se différencier des autres enseignes.	Une définition des formats est disponible dans les cours universitaires ou sur les sites de distribution. Peu d'auteurs donnent une définition claire du format de distribution mais celle reprise par Dawson (2012) est particulièrement intéressante.
Il y a 3 formats de distribution principaux.	Swoboda, Bettina et Dabija, 2014; Gaurav et Kartik, 2013; Solgaard et Hansen, 2003; Gonzalez, 2003	Les auteurs s'accordent pour dire que l'hypermarché, le supermarché et le discounter sont les 3 formats de distribution principaux.	On remarque que les auteurs ne disent pas être contre l'ajout d'un 4e format dans les analyses.
Il y a 4	Cardinali et Bellini,	D'autres auteurs sont	Il semble préférable

formats de distribution principaux.	2014; Flavian, Haderberg et Polo, 2002	d'accord avec les éléments précités mais ajoutent un 4e format, à savoir le format de dépannage.	d'analyser les 4 formats de magasins dans une optique d'analyse générale de la littérature.
Le déclin des "petits formats".	Colla (2004); Gonzalez (2001); Reutterer et Teller (2009).	Avec l'arrivée des grandes surfaces, les petits formats ont perdu beaucoup. Cependant, les auteurs s'accordent pour dire que ce n'est pas la fin de ces formats et qu'ils sont aujourd'hui stabilisés et qu'ils ont tout à fait leur place dans la grande distribution.	On comprend que malgré les évolutions, les formats de magasins perdurent en s'adaptant aux nouvelles tendances. Les petits formats conservent un rôle important en grande distribution et ne sont pas voués à disparaître.
La croissance des Discounters	Zielke (2014); Marnik et al. (2011); Solgaard et Hansen (2003); Gaurav et Kartik, (2013).	Plusieurs auteurs s'attardent sur la croissance impressionnante des Discounters qui ont réussi à trouver leur place au bon moment. En effet, les discounters vont continuer à croître si ils s'attaquent à d'autres classes sociales. Les auteurs insistent également sur la perception du consommateur qui voit le discounter négativement.	Les discounters évoluent pour attirer et fidéliser les consommateurs. Pour ce faire, on remarque que de plus en plus de discounters proposent des marques nationales, ils tentent en effet de limiter le besoin des consommateurs de visiter plusieurs formats en proposant de nouveaux produits.
La croissance des Marques de Distributeur (MDD) et leur impact sur les formats de magasins.	Nenycz et Romaniuk (2012); Poncin (2013); Hansen et Singh (2009); Kumar et Steenkamp (2007)	Il y a aujourd'hui 3 types de MDD, à savoir les marques bon marché, intermédiaires et haut de gamme. La MDD a toujours été inférieure aux marques nationales et la marque Premium casse donc les codes en proposant une qualité et un prix supérieurs.	Il est intéressant d'étudier l'évolution des MDD car celles-ci sont différentes en fonction des enseignes et des formats. En effet, certains formats proposent plus de MDD que d'autres. On remarque que les auteurs n'utilisent pas les MDD comme critère de choix d'un format par le consommateur. Il conviendra de l'ajouter en tant que critère de distinction entre les formats durant les études qualitatives et quantitatives de ce

			mémoire.
Les évolutions du comportement du consommateur ont conduit les distributeurs à proposer plusieurs formats.	Reutterer et Teller, 2009; Hansen et Singh, 2009; Flavian, Haderberg et Polo, 2002; Marnik et al., 2011	Plusieurs auteurs affirment que les évolutions du comportement du consommateur (sociodémographiques, ...) qui sont responsables d'une offre de formats accrue. En analysant les nombreuses évolutions reprises dans la revue de la littérature, on peut aisément soutenir ce point de vue.	La perception et le comportement du consommateur ont un impact important sur les formats de distribution. C'est un thème incontournable dans le cadre de ce mémoire.
La responsabilité est partagée entre consommateur et distributeur, en ce qui concerne l'origine des formats.	Morganosky et Cude, 2000; Gonzalez, 2003; Flavian, Harderberg et Polo, 2002	En consultant les travaux d'autres auteurs, on comprend que la responsabilité semble partagée entre le distributeur, qui veut toujours plus segmenter les clients, et le consommateur, qui modifie ses comportements.	Le distributeur semble avoir sa part de responsabilité dans l'offre de formats de distribution mais la littérature est beaucoup plus riche lorsque l'on parle du rôle du consommateur.
Les caractéristiques générales des formats : - surface de vente - localisation - politique de prix - assortiment	Swoboda, Bettina et Dabija (2014); Maruyama et Wu (2014); Zielke (2014); Waterschoot, Sinha, Van Kenhove et De Wulf (2008)	Le consommateur choisit un format puis un magasin en particulier dans ce format. Le format de magasin a un impact sur la multi-fidélité.	En consultant les travaux des différents auteurs, on comprend que les caractéristiques de base des formats de magasins sont semblables dans la plupart des pays développés, avec des adaptations locales.
Les attributs des formats de distribution	Fowler et Bridges (2010), Bustos et Gonzalez (2008), Solgaard et Hansen (2003), Reutterer et Teller (2009), Goldman, Ramaswami et Krider (2002), Gonzalez (2003), Gonzales, Gallego et Kopalle, (2005), Morganosky et Cude, (2000),	En étudiant les auteurs précités, on arrive à la liste d'attributs suivante : - Le prix - L'atmosphère - L'assortiment - La taille - Les performances des employés - La localisation géographique du magasin - Les services - L'accessibilité	Les attributs valorisés par les consommateurs sont repris dans la littérature. On peut aussi parler de critères de choix d'un format de distribution. Les critères de choix ne sont pas forcément les mêmes que les critères de distinction entre les formats. Il conviendra donc de vérifier ces critères lors de l'enquête

	Gaurav et Kartik, (2013), Maruyama et Wu (2014) et enfin Cardinali et Bellini (2014)		qualitative.
La distinction faite par les consommateurs entre les différents formats de distribution	Cardinali et Bellini (2014)	Peu d'auteurs étudient directement la distinction qui est faite entre les différents formats de distribution, le choix d'un format étant le thème le plus étudié. Les auteurs ont demandé aux répondants d'associer des critères aux formats et ils semble que seuls les magasins de dépannage et les hard discounters gardent leurs identités (prix élevé et assortiment étroit pour le magasin de dépannage et prix bas pour le hard discounter).	Les distributeurs affirment qu'ils proposent plusieurs formats pour mieux segmenter les consommateurs en fonction des situations mais ceux-ci ne semblent pas faire de réelle distinction en fonction des besoins ou de la situation d'achat.
La concurrence intra-format et la concurrence inter-format.	Gonzalez, Gallego et Kopalle (2005); Gonzalez (2003); Cardinali et Bellini (2014)	La concurrence intra-format est la concurrence entre les magasins d'un même formats alors que la concurrence inter-format est la concurrence qui existe entre les différents formats de distribution. De nos, jours, la concurrence inter-formats est aussi importante que la concurrence intra-format.	La concurrence inter-format étant de plus en plus intense, l'étude de la problématique de ce mémoire prend tout son sens. En effet, si une confusion existe dans l'esprit du consommateur quant aux formats de distribution, comment ceux-ci pourraient ils communiquer correctement ? Comment savoir si les efforts de vente pour le format d'hypermarché, par exemple, n'est pas attribué au supermarché par le consommateur.
Les formats de distribution "hybrides"	Binninger (2013); Marnik et al., (2011); Cardinali et Bellini, (2014)	Les formats de distribution hybrides sont apparus suite à la crise économique d'une part et la volonté de différenciation d'autre part. Les formats évoluent et les concepts de "trading up" et trading down"	Les formats hybrides combinent les caractéristiques de différents formats pour diminuer la valeur ajoutée d'un changement de magasin par le consommateur. Les

		apparaissent. On citera par exemple l'hypermarché, qui propose de plus en plus de produits à bas prix, ainsi que le hard discounter qui propose de plus de plus de marques nationales pour concurrencer les hypermarchés.	formats de distribution "hybrides" sont très intéressants et il
--	--	---	---

Annexe 9. Retranscription des interviews qualitatives

Etude qualitative concernant les habitudes de consommation (consommateur)

Objectifs de l'enquête

- Est-ce que les consommateurs distinguent les différents formats de magasin ?
- Qu'en est-il du contexte ? En effet, en Belgique, les zones de chalandises se superposent et il y a beaucoup de concurrence.
- Qu'est ce que les consommateurs belges sont capable de dire spontanément lorsque l'on parle de grande distribution?
- Il s'agira ensuite de faire une comparaison avec la littérature

Thème 1 : Introduction et discussion sur la grande distribution

- Comment le consommateur perçoit il la grande distribution ?

- En savoir plus sur le répondant.

- La multi-fidélité, les magasins de références,...

1) Pouvez-vous me raconter la dernière fois où vous avez fait des courses en grande distribution ?

J'ai été au Colruyt il y a 1 semaine. J'ai fait une liste par écrit mais les tentations étaient nombreuses donc j'ai acheté plus. Je prends de tout, des conserves, des viandes,... et j'essaye de stocker un peu pour ne pas aller faire les courses tous les jours.

2) Quelle est la fréquence de vos courses dans la grande distribution?

Je vais faire les courses une fois par semaine.

3) Pourquoi cette fréquence ?

Soit j'ai pas de nourriture essentielle comme la viande,... donc il faut prendre à manger. Soit, j'ai des invités et je prends des apéritifs et des ingrédients pour le dîner.

Je vais faire les courses le weekend pour la semaine suivante.

4) Quel(s) est(sont) le(s) enseignes(s) où vous-vous rendez pour faire vos courses?

Je vais chez Colruyt mais si je n'ai pas le temps et qu'il me faut quelque chose, je vais chez Carrefour Market. J'habites dans le centre de Mons.

5) Dans laquelle de ces enseignes dépensez-vous le plus d'argent ?

Je dépense le plus chez Colruyt.

Pourquoi ?

C'est moins cher et le niveau rapport qualité-prix est idéal. Je dirais que c'est une habitude et même une éducation, j'y allais avec mes parents quand j'étais petite. J'ai toujours trouvé mon bonheur là-bas.

6) Quelle est l'enseigne dans laquelle vous-vous rendez le plus souvent ?

Colruyt.

7) Vous arrives t-il de visiter plusieurs magasins d'une même enseigne ?

Oui cela m'arrive régulièrement. Quand je suis à Mons, je vais à celui de Mons. Quand je vais un weekend chez mes parents, je vais au Colruyt le plus proche. Je travaille à une plaine de jeux pour enfants et je vais faire les courses au Colruyt le plus proche. La proximité est donc le critère le plus important mais parfois je vais à différents Colruyt car certains magasins proposent des produits que l'on ne trouve pas ailleurs.

Mes parents ont toujours été chez Colruyt et je ne vois pas pourquoi je changerais de magasin.

Thème 2 : Les formats de distribution

8) Quels sont les différents types de magasins, dans la grande distribution, que vous connaissez ?

Il y a les grands magasins de distribution comme Colruyt ou Carrefour Planet ou encore Auchan.

Petits magasins comme Carrefour Market où il y a l'essentiel. C'est beaucoup plus cher et dans le centre ville.

Il y aussi les magasins qui attirent le client avec la musique, le parfum, ... et d'autres qui sont plus soft et qui se focalisent sur le service. On ne trouve pas d'animations ou de beaux locaux.

(elle ne cite pas les formats)

Les magasins comme Cora qui sont liés à d'autres bâtiments et les magasins seuls dans une zone.

9) Quelles distinctions faites-vous entre ces différents formats ? Qu'est ce qui fait la différence?

Il y a la volonté d'attirer le client qui est ressentie dans certains magasins. Dans d'autres, c'est vraiment le rapport qualité-prix qui est visé.

10) Et combien de types de magasins connaissez-vous dans une même enseigne ?

Carrefour fait Planet et Market. A part cela, je ne vois pas vraiment d'autres enseignes qui proposent plusieurs types de magasins.

11) Pourquoi, selon vous, les enseignes de distribution proposent-elles plusieurs formats de magasin ?

Pour être polyvalent et attirer plus de types de publics. C'est le profit qui est visé à mon avis.

Thème 3 : On dévoile les différents formats après avoir creusé un maximum dans les parties précédentes. Il y en a 4 principaux qui sont brièvement expliqués au répondant.

12) Pour chacun des formats suivants, veuillez citer un magasin. **Le répondant peut avoir un magasin de référence pour une enseigne mais ne jamais y aller**

- *Hypermarché (non spécialisé, 1/3 du CA en alimentaire et +2500m²)*
Le Colruyt de Mons. C'est grand et il y a de tout. Il y a de l'alimentation et des produits ménagers ou autres. On trouve des prix bas mais ce n'est pas un hard discount car il y a des bonnes marques. Ils proposent vraiment de tout, électronique,...
- *Supermarché (entre 1000m² et 2500m²)*
Carrefour Market car c'est petit mais on vend quand même un peu de tout.
- *Magasin de proximité ou supérette (120m² à 400m², peu de références)*
Le night shop près de l'UCL. Parce que le vendeur est typé et que c'est ouvert très tardivement. Les produits sont alcool, chips et cigarettes. Il y a des achats compulsifs comme des glaces. Il y a des produits de secours qui constituent l'essentiel. C'est aussi plus cher
- *Hard discount (moyenne 600m², prix bas)*
Aldi car les prix sont très bas et qu'il y a des produits de sous marque. Les emballages sont pas très beaux et on s'attend à un goût spécial. La grande différence avec Colruyt c'est le choix.

13) Pour chacun des magasins cités, veuillez expliquer les critères qui ont motivé votre choix. **Certains répondants n'ont peut-être toujours pas compris malgré les brèves explications**

Pour différencier hyper et super, j'utilise le nombre de caisses et la taille générale. La diversité des produits et des marques montrent que c'est un hypermarché.

Supermarché, c'est la même chose mais en plus réduit.

Le night shop, je le vois en fonction des produits, il n'y en a pas beaucoup et le mag est petit.

Hard Discount, ouvert jusqu'à 4h du matin (?) et propose le minimum.

=== (elle confond beaucoup hyper et super, et aussi discount et proxi)

14) Qu'est ce qui va vous motiver à vous rendre dans l'un ou l'autre format ?

Le prix et le choix sont importants ainsi que la proximité en dernier. Quand je peux je vais dans le magasin qui me plaît.

15) En fonction des situations suivantes, dans quel format de magasin allez-vous vous rendre? Pour quelles raisons ?

A) *C'est l'anniversaire de mon ami Joe et je n'ai pas de cadeau. Il est approximativement 18h et je dois être à la fête pour 19h, laquelle se situe à 15 minutes de chez moi. Je suis prêt à partir. **HYPHER***

Je suis tout le temps en retard donc je vais aller au Colruyt pour acheter de l'alcool et des chips pour ne pas arriver les mains vides et également un cadeau. Il y a pleins d'articles chez Colruyt et je pense trouver mon bonheur.

Quelle soit ma destination, il y a des Colruyt autour de chez moi. Donc j'irai au magasin qui est sur ma route. La configuration est plus ou moins la même partout.

B) *Finally, je reçois un appel dès que j'arrive à ma voiture. Une amie me prévient que Joe est un grand amateur de vin et qu'une bouteille de Meli Carignan lui ferait sans doute plaisir.*

Je vais quand même au Colruyt et je suis certaine de trouver ce vin dans leur grand assortiment.

C) *Je rentre du travail et mon compagnon ou ma compagne me demande par téléphone d'aller chercher du lait et du sel pour le plat qu'il(elle) prépare. Il est 19h30 et j'ai eu une longue journée de travail. Je pense en profiter pour acheter des chewing-gum et une cannette de soda. **PROXIMITE***

Je vais au plus proche mais pas au magasin de proximité car je ne vais pas trouver ce que je veux. Je pense aller à l'Intermarché car c'est sur ma route et que cela va plus vite.

D) *J'organise une fête surprise ce soir pour mon meilleur ami et j'ai besoin de produits frais pour le repas. Mon ami aime la fraîcheur et les produits sains donc je vais proposer des corbeilles de fruits pour les invités. Je cuisinerai ensuite un plat à base de légumes et d'une belle pièce de viande. Il est 10h du matin et je n'ai rien d'autre à faire de spécial aujourd'hui. **SUPERMARCHE***

Je vais chez Colruyt et spécialement à celui de Toing où il y a vraiment un bon service de boucherie et un coin frais. Il y a des recettes pour avoir de bonnes idées.

16) Quelles sont, selon vous, les grandes enseignes de distribution en Belgique ? Pourquoi est-ce une grande enseigne ?

Carrefour : C'est une chaîne de distribution qui propose plusieurs types de magasins. Elle est implantée partout et satisfait tout les types de publics. La diversité des produits est très bonne et la part d'animations est excellente. Je pense que c'est un leader et la plus grande enseigne de Belgique.

Colruyt : Il joue sur le rapport qualité prix et l'enseigne essaie d'économiser un maximum sur tout pour diminuer le prix. La diversité des produits et la fraîcheur montrent la qualité des produits.

Intermarché : C'est plus familial et le point fort est le service boulangerie pâtisserie.

Lidl : Ils ont beaucoup de sous marques et font beaucoup de pubs. Tout le monde les connaît et on sait que c'est pas cher.

17) Quels sont les formats de magasins proposés par les enseignes suivantes ?

	Hypermarché	Supermarché	Proximité	Hard Discount
Aldi				X oui
Lidl			oui	x
Carrefour	X oui	X oui	X	
Colruyt	Oui	x		
Delhaize	oui	x	x	
Intermarché	oui	x		
Cora	X oui			
Autre :				
Autre :				
Autre :				

Notes: Red marlet (discount de Delhaize), Intermarché a 3 formats mais principalement supermarché en Belgique, Colruyt a aussi Okay en magasin de proximité mais l'enseigne sur le magasin est Okay

18) Quel est, selon vous, le format le plus important ?

Si il ne devait y en avoir qu'un, cela serait sans doute l'hypermarché.

Remarques éventuelles :

Je pense qu'on est trop influencé par les pubs et les promotions. Je parle beaucoup de Colruyt mais je me base beaucoup sur ce qui dit l'entreprise. Je ne pense pas être objective et je crois en l'image que les enseignes montrent.

---(ne cite pas spontanément Carrefour express et ProxiDelhaiz, elle les connaît mais ne s'en rappelle qu'à la fin, quand on a un peu plus discuté des formats). Elle ne fait vraiment pas la différence entre supermarché et hypermarché. Elle n'a pas de critères pour les différencier.

Informations personnelles

Age : 23

Sexe : Femme

Nombre de personnes dans le ménage : 4

Nombre d'enfants : 0

Métier : Etudiante Information&Communication + agrégation psychologie

Je vous remercie d'avoir participé à cette enquête

Ferrari Gauthier

Etude qualitative concernant les habitudes de consommation (consommateur)

Attention, les () sont des pensées de l'interviewer

Thème 1 : Introduction et discussion sur la grande distribution

- Comment le consommateur perçoit-il la grande distribution ?

- En savoir plus sur le répondant.

- La multi-fidélité, les magasins de références,...

1) Pouvez-vous me raconter la dernière fois où vous avez fait des courses en grande distribution ?

Je suis allé chez Lidl faire mes courses pour le mois. J'ai acheté des légumes et des fruits ainsi que les céréales et les boissons car c'est moins cher. Je connais le magasin par cœur car je vais souvent et j'ai une liste dont je ne m'écarte pas. Je fais attention aux promotions. J'achète aussi les croquettes et les pâtées pour le chat. Je passe à la caisse mais mes courses ne sont pas terminées. Je n'ai pas acheté la viande ou d'alcool, il n'y a que des bières en cannettes et du vin rouge. Il n'y a pas d'alcool pour les jeunes.

Je vais ensuite chez Delhaize juste à côté pour compléter mes courses. J'achète l'alcool et les boissons énergisantes. Il y a plus de choix mais le prix est plus cher. J'achète de la viande surgelée car il n'y en a pas au Lidl. J'achète aussi des cigarettes sur la borne électronique car j'aime bien et j'essaie de ne pas prendre trop de choses pour passer aux caisses manuelles (elle aime les services) et je prévois mes sachets pour ne pas avoir à en acheter.

Chez Lidl je prends un cadis et chez Delhaize je prends un panier. Si j'ai vraiment besoin de choses spécifiques pour mon chat, je m'arrête chez Tom&Co.

2) Quelle est la fréquence de vos courses dans la grande distribution ?

1 fois par mois pour les grosses courses et 1 fois au milieu du mois pour des petites courses.

3) Pourquoi cette fréquence ?

1 fois par mois pour prévoir les menus de la semaine puis une 2e fois si on reçoit des invités où si on veut faire des menus spécifiques. Je fais les courses pour mon compagnon et moi. Si mon compagnon vient avec moi, il ne connaît pas le magasin donc les courses durent plus longtemps et d'autres achats s'ajoutent. Quand je suis seule, je fais attention aux quantités car c'est moi qui doit tout porter.

4) Quel(s) est(sont) le(s) enseigne(s) où vous-vous rendez pour faire vos courses?

Lidl, Delhaize et Carrefour

5) Dans laquelle de ces enseignes dépensez-vous le plus d'argent ?

Lidl

Pourquoi ?

C'est la que je fais mes courses principales pour le mois. C'est la quantité et pas la qualité.

6) Quelle est l'enseigne dans laquelle vous-vous rendez le plus souvent ?

Lidl et voir Q précédentes

7) Vous arrive t-il de visiter plusieurs magasins d'une même enseigne ?

Non, je fais les magasins qui sont le plus près de chez moi et je les compare ensuite pour sélectionner les produits les plus avantageux. Je ne fais que 2 magasins ou 3 maximum.

Thème 2 : Les formats de distribution

8) Quels sont les différents types de magasins que vous connaissez ?

Il y a les petits magasins (pakis) ou night shop qui sont ouvert tout le temps pour la dépanne.

Il y a les magasins classiques comme Delhaize qui ne se déclinent qu'en 1 seul format.

Ensuite il y a Carrefour, les hypermarchés OU supermarché (elle ne fait pas la différence entre hyper et super), c'est quand je veux aller faire un tour et voir du monde et quand je veux faire d'autres magasins en même temps. Pour manger une gaufre et acheter des vêtements. Je peux ensuite passer chez Carrefour mais je ne fais pas forcément d'achat. Il y a des zones et je peux me balader. Il y a des animations et je prends plaisir à y aller. C'est très diversifié et il y a des zones (univers). J'ai l'impression qu'ils n'ouvrent pas les caisses quand il le faut et qu'il y a au moins 20 caisses mais qu'ils n'en ouvrent que 5. Si je prends quelques articles quand je me balade, je les repose si il y a trop de monde en caisse. Il n'y a pas de caisses manuelles donc c'est le premier frein à l'achat pour moi. C'est un hypermarché donc je viens pour me balader et je ne veux pas attendre en caisse.

=== Je parle du Carrefour en galerie des Grands prés. Je pense que c'est rare d'avoir un Carrefour seul. Je connais le service DRIVE mais je ne l'utiliser pas car je préfère sortir et prendre l'air.

Je sais qu'il y a Carrefour market - entre le petit et le moyen - mais je n'habite pas dans le centre donc je n'y vais pas souvent et je pense que les prix sont chers car ils rendent un service à ceux qui habitent à côté. Carrefour Market, ca me fait penser aux magasins BIO qui sont un peu hors format. La couleur n'est pas vert ou bleu mais plutôt pastel, on dirait un magasin nouvelle génération. C'est fait pour la classe aisée.

9) Quelles distinctions faites-vous entre ces différents types de magasins? Qu'est ce qui fait la différence?

- petits magasins: taille petite et ouvert 7/7 et 24/24 mais c'est de la dépanne. Très peu de choix.

- mag classiques: choix normal cad 2 ou 3 déclinaisons de produits. Du choix dans certains produits mais d'autres produits sont absent. Il y a par ex, 3 sortes d'haricots mais pas de coeur d'artichaud.

- hyper et super: beaucoup de choix et magasin très grand. C'est accueillant et il faut faire attention à la manière de s'habiller car on voit du monde et on peut croiser quelqu'un qu'on connaît.

- Drive : Je connais mais ca ne m'intéresse pas, il faut vraiment ne pas avoir de temps.

- Carrefour market - entre petit et moyen - : Choix moyen, prix élevé mais c'est les mêmes horaires que Carrefour classique-hyper- et proximité, souvent en centre-ville.

De manière générale, il y a deux formats. L'hypermarché et le magasin normal.

10) Et combien de types de magasins connaissez-vous dans une même enseigne ?

Carrefour : market, hyper, drive, Carrefour city(?)-Auchan : hyper, drive--Après il n'y a pas d'autres magasins qui se déclinent.

11) Pourquoi, selon vous, les enseignes de distribution proposent-elles plusieurs formats de magasin ?

Ca sert à toucher différents public et à s'implanter partout. On peut pas mettre un hyper en centre ville donc c'est bien de pouvoir mettre des petits magasins. Ca permet d'augmenter le chiffre d'affaire et pour qu'on voit la marque un peu partout.

Pourquoi certaines enseignes ne mettent pas leur marque sur tous les formats?

Parce qu'ils n'ont pas les fonds (?). Pour étonner le conso et changer des choses et des normes. On touche d'autres public. Si la personne aime pas la marque, un autre nom est une solution. Et aussi pour changer de fournisseur.

Thème 3 : On dévoile les différents formats après avoir creusé un maximum dans les parties précédentes. Il y en a 4 principaux qui sont brièvement expliqués au répondant.

12) Pour chacun des formats suivants, veuillez citer un magasin. Le répondant peut avoir un magasin de référence pour une enseigne mais ne jamais y aller

Elle ne connaît pas la différence même après quelques indices.

- *Hypermarché (non spécialisé, 1/3 du CA en alimentaire et +2500m²)*
Carrefour et Auchan. Colruyt aussi mais c'est beaucoup de l'alimentaire. Ca me donne pas envie d'acheter, il fait froid et c'est pas de la qualité. Mais j'aime bien les animations qui proposent de la nourriture. L'hyper c'est grand et rattaché à une galerie.
- *Supermarché (entre 1000m² et 2500m², nombreuses références, alimentaire et non alimentaire)*
Intermarché : c'est plus petit qu'un hypermarché mais y a pas d'autre différence avec l'hypermarché. Je ne vois pas la différence entre Lidl-petit magasin- et Intermarché le supermarché à part la taille.
- *Magasin de proximité ou supérette (120m² à 400m², peu de références)*
Le paki du coin. Les critères sont la proximité et le prix très élevé. Le vendeur est aussi typé, ca me permet de reconnaître les magasins de proximité.
- *Hard discount (moyenne 600m², prix bas)*
Pour moi c'est un magasin avec plein de panneaux et de promotions. Lidl ne propose pas tout ca et ne met pas des panneaux fluo en avant. Les prix sont affichés et faibles mais les promos ne sont pas fantastiques. Lidl ne met pas plein de promotions sur la nourriture car ca fait basse qualité.
Un exemple de Hard discount ? je ne sais pas, Lidl est le moins cher

13) Pour chacun des magasins cités, veuillez expliquer les critères qui ont motivé votre choix. Certains répondants n'ont peut-être toujours pas compris malgré les brèves explications

14) Qu'est ce qui va vous motiver à vous rendre dans l'un ou l'autre format ?

Le prix ainsi que les promotions quotidiennes et la proximité et choix. C'est tout ce que je sais dire.

15) En fonction des situations suivantes, dans quel format de magasin allez-vous vous rendre? Pour quelles raisons ?

A) C'est l'anniversaire de mon ami Joe et je n'ai pas de cadeau. Il est approximativement 18h et je dois être à la fête pour 19h, laquelle se situe à 15 minutes de chez moi. Je suis prêt à partir. **HYPÉR**

Si c'est ouvert, je vais chez Delhaize pour une bouteille de vin et une boîte de chocolat ou quelque chose qui fait fête. Et un bouquet de fleur si c'est une fille. Il y a aussi des cartes chez Delhaize. Sinon, je vais chez le Paki car je pense qu'ils ont des bouteilles de vin mais il y a plus de choix au Delhaize.

Je ne vais pas à l'hyper car cela prend trop de temps et j'ai trop de choix donc je n'aurai jamais le temps de choisir le cadeau. Si j'avais le temps j'irais à l'hyper ou dans un magasin spécialisé.

B) Finalement, je reçois un appel dès que j'arrive à ma voiture. Une amie me prévient que Joe est un grand amateur de vin et qu'une bouteille de Meli Carignan lui ferait sans doute plaisir.

Il y a un magasin de vin dans la rue qui ferme à 20h donc je tenterai ma chance là. Sinon je vais au Delhaize acheter un livre sur le vin.

C) Je rentre du travail et mon compagnon ou ma compagne me demande par téléphone d'aller chercher du lait et du sel pour le plat qu'il(elle) prépare. Il est 19h30 et j'ai eu une longue journée de travail. Je pense en profiter pour acheter des chewing-gum et une cannette de soda. **PROXIMITE**

Je vais à Lidl car c'est sur mon chemin et que c'est le plus proche. Il y a des produits de base et je sais que je les trouverai làbas.

D) J'organise une fête surprise ce soir pour mon meilleur ami et j'ai besoin de produits frais pour le repas. Mon ami aime la fraîcheur et les produits sains donc je vais proposer des corbeilles de fruits pour les invités. Je cuisinerai ensuite un plat à base de légumes et d'une belle pièce de viande. Il est 10h du matin et je n'ai rien d'autre à faire de spécial aujourd'hui. **SUPERMARCHE**

Je vais à l'hypermarché pour me balader et stimuler ma créativité. Je peux discuter avec les spécialistes des rayons. Je tombe sur des produits auxquels je n'aurais pas pensé. Quand je pense à l'hypermarché, je vois les légumes arrosés et le poisson frais ainsi que du choix pour la bonne viande. J'en profiterai pour acheter de la décoration pour la table.

16) Quelles sont, selon vous, les grandes enseignes de distribution en Belgique ? Pourquoi est-ce une grande enseigne ?

Carrefour : Beaucoup de magasins répartis un peu partout en Belgique dans différents formats.

Colruyt : Le magasin est grand et ils comparent les prix de la région.

Delhaize : On en voit partout et c'est spécifique à la Belgique.

Lidl : Le prix est bas et beaucoup de gens sont intéressés. Il y en a partout et c'est pour la classe en dessous de la moyenne.

17) Quels sont les formats de magasins proposés par les enseignes suivantes ?

	Hypermarché	Supermarché	Proximité	Hard Discount
Aldi				X oui
Lidl				X oui
Carrefour	X oui	X oui	X	

Colruyt	Oui : très grand	x		
Delhaize		X oui	X oui proxi	
Intermarché		X oui		
Cora	X oui			
Autre : paki			oui	
Autre :				
Autre :				

Notes: Red marlet (discount de Delhaize), Intermarché a 3 formats mais principalement supermarché en Belgique, Colruyt a aussi Okay en magasin de proximité mais l'enseigne sur le magasin est Okay

18) Quel est, selon vous, le format le plus important ?

L'hypermarché car il y a tout et qu'on trouve des produits haut de gamme et bas de gamme.

Remarques éventuelles :

Questionnaire trop long. Je m'embrouille facilement quand on me demande pourquoi. Je n'ai jamais vraiment fait attention aux formats, je fais plus attention à l'utilité. Lidl devrait proposer des paniers car il n'y a que des cadis. Je n'aime pas quand les vigiles me regardent quand je mets des choses dans mon cadis et cela me gêne. Je ne suis pas à mon aise et j'ai l'impression d'être dans un magasin de banlieue.

Informations personnelles

Age : 26

Sexe : Femme

Nombre de personnes dans le ménage : 2

Nombre d'enfants : 0

Métier : Educateur spécialisé

Je vous remercie d'avoir participé à cette enquête

Ferrari Gauthier

Etude qualitative concernant les habitudes de consommation (consommateur)

Objectifs de l'enquête

- Est-ce que les consommateurs distinguent les différents formats de magasin ?
- Qu'en est-il du contexte ? En effet, en Belgique, les zones de chalandises se superposent et il y a beaucoup de concurrence.
- Qu'est ce que les consommateurs belges sont capable de dire spontanément lorsque l'on parle de grande distribution?
- Il s'agira ensuite de faire une comparaison avec la littérature

Thème 1 : Introduction et discussion sur la grande distribution

- Comment le consommateur perçoit il la grande distribution ?

- En savoir plus sur le répondant.

- La multi-fidélité, les magasins de références,...

1) Pouvez-vous me raconter la dernière fois où vous avez fait des courses en grande distribution ?

J'ai fait les courses hebdomadaires avec ma liste. Je me maintiens à ma liste et je vais généralement faire les courses avec ma femme. Il m'arrive d'acheter plus de choses.

Je suis quelqu'un qui veut que ça aille vite mais ma femme prend plus son temps. Quand je suis seul, cela va beaucoup plus vite. Si je vois une belle promotion, je suis facilement tenté d'acheter.

Je vais souvent chez Cora car c'est le magasin qui est le plus proche de chez moi et mes parents sont beaucoup allé donc je vais par habitude. Je vais en voiture pour pouvoir emporter toutes les courses qui m'intéressent. En général, je vais le samedi et je prends les sacs réutilisables. J'ai un sac spécial pour les produits congelés.

Ce Cora est dans une galerie commerciale mais je ne me promène pas souvent sauf si il me faut quelque chose. Mon coiffeur est également dans cette galerie mais je ne vais pas dans beaucoup de magasin. Je vais au bar, snack, magasin de téléphone et une ou deux boutiques de téléphone.

Je vais souvent le matin car c'est plus calme et que cela a plus vite. Les produits sont plus frais, je parle des fruits et de la viande par exemple.

2) Quelle est la fréquence de vos courses dans la grande distribution?

Je vais faire les courses 1x par semaine pour les grosses courses et il m'arrive de faire des petits achats complémentaires. Quand j'ai une envie imprévue, je vais à n'importe quel magasin, je ne fais pas attention. Pour ce type d'achat, je vais dans le magasin le plus proche, que ce soit une supérette ou un grand magasin.

3) Pourquoi cette fréquence ?

Cela permet d'avoir des produits frais plus souvent. Y aller plusieurs fois dans la semaine n'est pas possible à cause de mon travail.

4) Quel(s) est(sont) le(s) enseignes(s) où vous-vous rendez pour faire vos courses?

Je vais principalement chez Cora et chez Delhaize. De temps en temps je vais dans le Louis Delhaize qui est assez petit pour faire des petits achats. C'est le plus proche de chez moi et facile pour les petits achats. Je vais dans le supermarché Delhaize pour acheter de quoi manger à midi si je n'ai rien préparé ou si j'ai besoin de petites courses.

Je vérifie les promotions dans les autres magasins même si je n'y vais pas. Par exemple, je ne vais jamais chez Carrefour, pourtant je regarde toujours le Folder.

Je vais aussi chez Auchan pour faire de grands ravitaillements quand il y a de bonnes promotions.

5) Dans laquelle de ces enseignes dépensez-vous le plus d'argent ?

Sans hésitation, Cora car c'est le grand magasin le plus proche. Il y a les marques que je connais et que je cherche mais je ne regarde pas trop le prix donc je ne sais pas vraiment faire de comparaison avec les autres.

6) Quelle est l'enseigne dans laquelle vous-vous rendez le plus souvent ?

Cora. C'est parce qu'il y a les produits que je connais car mes parents y allaient car c'est le plus proche de chez eux. J'habite dans le même quartier donc je ne change pas trop mes habitudes.

Par rapport au Carrefour qui est le plus proche de chez moi, j'ai l'impression que le Carrefour est un peu délaissé. Il y a des endroits mal entretenus et les caisses sont tout le temps fermées. Je pense que le Cora est mieux. (ici on voit le magasin de référence de Carrefour)

En ce qui concerne le Colruyt qui est plus loin, je trouve les allées très serrées et elles rendent la situation pénible quand il y a trop de gens.

Carrefour de Haine St Pierre (pourquoi ?) ---- creuser un peu. Magasin de référence ?

Je pense que ce magasin est presque laissé à l'abandon et qu'il y a peu de caisses ouvertes donc je n'y vais pas, cela m'encourage à aller chez Cora. J'ai été à d'autres Carrefour donc cela ne fait pas l'image de Carrefour pour moi. Je me rends compte que c'est un cas isolé.

7) Vous arrivez-t-il de visiter plusieurs magasins d'une même enseigne ?

Cora n'a qu'un seul type de magasins et je vais toujours au même. Je vais à plusieurs magasins Carrefour. Je vais au Delhaize et au Louis Delhaize.

Les Carrefours sont fort semblables mais il y a une différence entre les gros Carrefour et les Carrefour Market. Mais c'est rare que j'aille dans ces magasins.

je vais aussi au Carrefour Market quand je vais dans le centre-ville. Il est plus petit et je vais acheter quelques courses en charcuterie. C'est du dépannage.

Thème 2 : Les formats de distribution

8) Quels sont les différents types de magasins que vous connaissez ?

Il y a les supermarchés, les hypermarchés, les magasins de dépannage, les magasins à côté des stations essence... Les "pakis" ou night shop sont aussi à part.

9) Quelles distinctions faites-vous entre ces différents formats ? Qu'est ce qui fait la différence?

La taille est importante pour les distinguer. Le magasin de la pompe est forcément à côté d'une pompe. Les produits des night shops sont moins frais et il y en a moins. Il y a plus de produits dans les supermarchés et les hypermarchés. Dans les hypermarchés il y a plus de produits que dans les supermarchés. Un hypermarché a un grand parking et le supermarché a un plus petit parking. Si il y a une galerie, cela sera sûrement un hypermarché.

Il ne parle pas du fait qu'on trouve des produits alimentaires et non alimentaires dans les grand magasins.

10) Et combien de types de magasins connaissez-vous dans une même enseigne ?

Cora en a une. Je suppose qu'il y a des enseignes qui peuvent avoir jusqu'à 5 types de magasins. Carrefour est celle qui a le plus de types de magasins en Belgique. Colruyt a un seul type et Delhaize aussi.

11) Pourquoi, selon vous, les enseignes de distribution proposent-elles plusieurs formats de magasin ?

Elles font cela pour toucher un maximum de clients. Sinon, les différentes formes permettent de vendre des choses différentes et faire des stratégies différentes par format.

Je pense que c'est bien de proposer plusieurs formats (il dit format) car j'ai plus de chances de trouver ce que je veux dans l'un ou l'autre magasin.

Thème 3 : On dévoile les différents formats après avoir creusé un maximum dans les parties précédentes. Il y en a 4 principaux qui sont brièvement expliqués au répondant.

12) Pour chacun des formats suivants, veuillez citer un magasin. Le répondant peut avoir un magasin de référence pour une enseigne mais ne jamais y aller

- *Hypermarché (non spécialisé, 1/3 du CA en alimentaire et +2500m²)*
Cora, je vais. Grand, beaucoup de produits, grand parking, une galerie
- *Supermarché (entre 1000m² et 2500m²)*
Carrefour Market, je vais peu mais cela me sert aux achats de dépannage de fruits ou de charcuterie. Critère : c'est une taille moyenne et il est dans le centre de la ville. Il n'y a pas de galerie.

- *Magasin de proximité ou supérette (120m² à 400m², peu de références)*
Louis Delhaize, c'est les mêmes raisons que pour Carrefour Market mais j'y vais quand je suis chez moi. C'est le plus proche. C'est un petit magasin et il est proche de chez moi donc c'est un magasin de proximité.
- *Hard discount (moyenne 600m², prix bas)*
Aldi, je n'y vais jamais. Je sais que c'est un magasin avec des prix bas et qu'il y a peu de produits de marque. Ce n'est pas très beau, les étalages sont peu soignés. Les palettes sont encore sous les produits. Prix bas et peu d'efforts dans la présentation. Peu de variété de produits, beaucoup de produits blancs.

13) Pour chacun des magasins cités, veuillez expliquer les critères qui ont motivé votre choix.
Certains répondants n'ont peut-être toujours pas compris malgré les brèves explications

14) Qu'est-ce qui va vous motiver à vous rendre dans l'un ou l'autre format ?

Proche de chez moi, habitude grâce aux parents. C'est vraiment la proximité qui prime et l'habitude.

15) En fonction des situations suivantes, dans quel format de magasin allez-vous vous rendre ?
Pour quelles raisons ?

A) *C'est l'anniversaire de mon ami Joe et je n'ai pas de cadeau. Il est approximativement 18h et je dois être à la fête pour 19h, laquelle se situe à 15 minutes de chez moi. Je suis prêt à partir. **HYPER***

Je n'ai pas le temps donc je vais prendre un petit cadeau. Je vais aller chez Cora car il y a aussi la galerie au cas où je ne trouve rien. J'achète une boîte de chocolat ou un cadeau dans ce genre.

B) *Enfin, je reçois un appel dès que j'arrive à ma voiture. Une amie me prévient que Joe est un grand amateur de vin et qu'une bouteille de Meli Carignan lui ferait sans doute plaisir.*

Je vais à Cora car c'est près de chez moi. Je sais que Carrefour a plus de choix de vin mais Cora est plus proche et propose beaucoup de vin donc je pense trouver mon bonheur là-bas.

C) *Mon compagnon ou ma compagne me demande d'aller chercher du lait et du sel pour le plat qu'elle prépare. Il est 19h30 et j'ai eu une longue journée de travail. Je pense en profiter pour acheter des chewing-gum et une cannette de soda. **PROXIMITE***

Je vais dans le petit Louis Delhaize qui est proche de chez moi. Il y a des produits de base et je serai ensuite proche de chez moi. C'est cher mais il y aura ces produits.

D) *J'organise une fête surprise ce soir pour mon meilleur ami et j'ai besoin de produits frais pour le repas. Mon ami aime la fraîcheur et les produits sains donc je vais proposer des corbeilles de fruits pour les invités. Je cuisinerai ensuite un plat à base de légumes et d'une belle pièce de viande. Il est 10h du matin et je n'ai rien d'autre à faire de spécial aujourd'hui. **SUPERMARCHE***

Je vais à Cora, toujours pour les mêmes raisons car c'est le magasin que je connais, j'ai mes habitudes, je peux demander aux vendeurs, je peux faire un tour rapide dans la galerie.

16) Quelles sont, selon vous, les grandes enseignes de distribution en Belgique ? Pourquoi est-ce une grande enseigne ?

Cora : C'est un grand magasin et il y a beaucoup de produits. Je sais qu'il y a beaucoup de Cora et que ce sont tous des hypermarchés.

Carrefour : C'est le plus grand distributeur de Belgique. Il y a plus de Carrefour que de Cora dans mon quartier. Il y en a un peu partout, des petits dans le centre ville et des grands hypermarchés autour des villes. - planet : Planet, grand parking et beaucoup de choix et market : taille moyenne avec des produits frais, pas de galerie et petit parking

Dehaize : Je pense que c'est uniquement en Belgique et qu'il représente la Belgique. Il est historiquement important et très innovateur.

Colruyt : Ils sont très bon dans ce qu'ils font. C'est à dire ouvrir des magasins un peu partout et proposer des prix assez bas. Je sais qu'ils font des magasins pauvre en esthétique pour pouvoir proposer des produits moins chers.

17) Quels sont les formats de magasins proposés par les enseignes suivantes ?

	Hypermarché	Supermarché	Proximité	Hard Discount
Aldi				X oui
Lidl				x
Carrefour	X oui	X oui	X	
Colruyt		X oui		
Delhaize		X oui	X oui : louis Delhaize	
Intermarché		X oui		
Cora	X oui			
Autre :				
Autre :				
Autre :				

Notes: Red marlet (discount de Delhaize), Intermarché a 3 formats mais principalement supermarché en Belgique, Colruyt a aussi Okay en magasin de proximité mais l'enseigne sur le magasin est Okay

18) Quel est, selon vous, le format le plus important ?

Je suppose que cela serait l'hypermarché car cela englobe un peu tout et c'est le plus grand.

Remarques éventuelles :

Il a du mal à différencier supermarché et hypermarché. Il hésite pour un Delhaize par exemple et pour le Cora. Sinon il semble avoir une bonne connaissance des formats. Il regarde beaucoup la tv et se tient informé. Il lit les revues à caractère économiques même si il ne s'intéresse pas spécialement à la grande distribution.

Informations personnelles

Age : 31

Sexe : Homme

Nombre de personnes dans le ménage : 3

Nombre d'enfants : 1

Métier : Account Manager ING

Je vous remercie d'avoir participé à cette enquête

Ferrari Gauthier

Etude qualitative concernant les habitudes de consommation (consommateur)

Objectifs de l'enquête

- Les consommateurs connaissent-ils les différents formats?
- Est-ce que les consommateurs distinguent les différents formats de magasin ?
- Qu'en est-il du contexte ? En effet, en Belgique, les zones de chalandises se superposent et il y a beaucoup de concurrence.
- Qu'est ce que les consommateurs belges sont capable de dire spontanément lorsque l'on parle de grande distribution?
- Il s'agira ensuite de faire une comparaison avec la littérature

Thème 1 : Introduction et discussion sur la grande distribution

- Comment le consommateur perçoit il la grande distribution ?

- En savoir plus sur le répondant.

- La multi-fidélité, les magasins de références,...

1) Pouvez-vous me raconter la dernière fois où vous avez fait des courses en grande distribution ?

Je fais en général les courses pour 1 semaine maximum. Je vais principalement au Delhaize car c'est le magasin le plus proche. Il y a la nourriture et les autres produits tels que les sacs poubelle,... Je vais aussi au Lidl quand je passe devant.

En général je prends le moins cher possible mais j'achète aussi selon mes envies (chips,...) J'achètes beaucoup de sous-marques.

2) Quelle est la fréquence de vos courses dans la grande distribution?

1x par semaine

3) Pourquoi cette fréquence ?

Je ne réfléchis pas beaucoup à ce que je vais manger donc je vais souvent faire les courses. Ça me fait une sortie et je vais souvent dans les petits magasins acheter des produits supplémentaires.

4) Quel(s) est(sont) le(s) enseignes(s) où vous-vous rendez pour faire vos courses?

Delhaize, Lidl, Aldi, Carrefour.

5) Dans laquelle de ces enseignes dépensez-vous le plus d'argent ?

Chez Delhaize car c'est là ou je vais le plus souvent. Je vais souvent car c'est le plus proche. Le reste n'impacte pas (selfscan, ...) la proximité est le plus important.

6) Quelle est l'enseigne dans laquelle vous-vous rendez le plus souvent ?

C'est aussi le Delhaize, c'est mon magasin préféré. Il y a la marque Delhaize qui est bonne et les prix ne sont pas trop chers. Il y a des prix bas et des prix élevés sur certains produits. Il y a du haut de gamme et du bas de gamme dans toutes les catégories.

Je vais aussi au Spar acheter des petites choses mais c'est très rare.

7) Vous arrivez-t-il de visiter plusieurs magasins d'une même enseigne ?

J'ai été dans plusieurs Delhaize, Carrefour Hyper et Carrefour Market. C'est vraiment 2 choses différentes. Hyper très grand avec électro-ménager et tout alors que le Market n'a que de l'alimentaire.

Le Market est en plein milieu de la ville alors que l'hyper est plus à l'écart. Il y a un immense parking et souvent d'autres magasins.

Thème 2 : Les formats de distribution

8) Quels sont les différents types de magasins que vous connaissez ?

Hypermarché : La taille est grande - Supermarché : plus petit - Supérettes (mini-Delhaize) : pour les petits achats

9) Quelles distinctions faites-vous entre ces différents formats ? Qu'est-ce qui fait la différence ?

Hypermarché : La taille est grande, plus de choix,

Supermarché : taille moyenne, je ne sais pas ce qu'ils vendent de plus dans les hyper que dans les super ?

Supérettes (mini-Delhaize) : on trouvera que de la nourriture et pas d'électro-ménager

Il ne parle pas des Discount (la taille est le plus important pour différencier)

10) Et combien de types de magasins connaissez-vous dans une même enseigne ?

Carrefour Hyper, Market, Super, Proxi - Delhaize et Proxi Delhaize - Aldi a un format

11) Pourquoi, selon vous, les enseignes de distribution proposent-elles plusieurs formats de magasin ?

En fonction des besoins des gens. Supérettes c'est pour les besoins journaliers ou les courses pour quelques jours. - Hyper c'est pour les courses du mois et acheter une télévision ou de l'électro-ménager. - Market fait partie des proximités, il n'y a pas grand chose dedans. - Je ne vois pas de différence entre super et hyper. À part la taille, c'est le même.

Thème 3 : On dévoile les différents formats après avoir creusé un maximum dans les parties précédentes. Il y en a 4 principaux qui sont brièvement expliqués au répondant.

12) Pour chacun des formats suivants, veuillez citer un magasin. **Le répondant peut avoir un magasin de référence pour une enseigne mais ne jamais y aller**

- *Hypermarché (non spécialisé, 1/3 du CA en alimentaire et +2500m²)*
Carrefour
- *Supermarché (entre 1000m² et 2500m²)*
Colruyt, Carrefour Market, Delhaize,
- *Magasin de proximité ou supérette (120m² à 400m², peu de références)*
Quasiment tous le font (carrefour, delhaize, colruyt)
- *Hard discount (moyenne 600m², prix bas)*
Aldi, Lidl

13) Pour chacun des magasins cités, veuillez expliquer les critères qui ont motivé votre choix. **Certains répondants n'ont peut-être toujours pas compris malgré les brèves explications**

C'est un gros bâtiment et c'est le seul qui me vient à l'esprit. Je me rappelle des grands magasins collés au Lunch ou à un restaurant. Grand Parking.

Super c'est très gros mais pas autant qu'un hyper

Supérette: Carrefour Market, ... C'est tout petit et il y a pas grand chose. C'est coincé entre 2 bâtiments en ville.

Hard Discount : Ca se voit directement car c'est moins bien présenté. Il y a moins de choix. C'est pas cher et le bâtiment est simple.

14) Qu'est ce qui va vous motiver à vous rendre dans l'un ou l'autre format ?

Hyper pour les grosses courses de 2 semaines ou 1 mois. Avec une liste de courses. - Le Super, c'est pareil. - Le hard discount c'est moins cher donc c'est pour quand on a pas trop d'argent - Supérette c'est pour quand on est dans le besoin.

15) En fonction des situations suivantes, dans quel format de magasin allez-vous vous rendre? Pour quelles raisons ?

A) *C'est l'anniversaire de mon ami Joe et je n'ai pas de cadeau. Il est approximativement 18h et je dois être à la fête pour 19h, laquelle se situe à 15 minutes de chez moi. Je suis prêt à partir. **HYPHER***

Je vais au Super ou Hyper car il y a pas que de l'alimentaire. Je trouverai bien quelque chose et au pire il y a de la nourriture pour ne pas arriver les mains vides. Y a des rayons jouets et divertissement. Je vais au scan express et je me dépêche.

B) *Finalement, je reçois un appel dès que j'arrive à ma voiture. Une amie me prévient que Joe est un grand amateur de vin et qu'une bouteille de Meli Carignan lui ferait sans doute plaisir.*

Dans les gros formats comme super ou Hyper. Aldi et Market il n'y a surement pas. Je sais qu'il y aura surement au Delhaize.

C) Mon compagnon ou ma compagne me demande d'aller chercher du lait et du sel pour le plat qu'elle(il) prépare. Il est 19h30 et j'ai eu une longue journée de travail. Je pense en profiter pour acheter des chewing-gum et une cannette de soda. **PROXIMITE**

Magasin de proximité car c'est pas loin, il n'y a pas de file, c'est rapide et il y a ces petites choses.

D) J'organise une fête surprise ce soir pour mon meilleur ami et j'ai besoin de produits frais pour le repas. Mon ami aime la fraîcheur et les produits sains donc je vais proposer des corbeilles de fruits pour les invités. Je cuisinerai ensuite un plat à base de légumes et d'une belle pièce de viande. Il est 10h du matin et je n'ai rien d'autre à faire de spécial aujourd'hui. **SUPERMARCHE**

Hyper car il y a beaucoup de choix et je peux me balader pour trouver les produits dont on a besoin. C'est plus loin mais j'ai le temps. Il y a parfois de vraies boucheries donc plus de possibilités. (il y a des boucheries au Colruyt et certains Delhaizes)

16) Quelles sont, selon vous, les grandes enseignes de distribution en Belgique ? Pourquoi est-ce une grande enseigne ?

Carrefour : On en voit partout et il y en a plein de différents. Il y a Hyper puis Market en ville et les supermarchés Carrefour. Si ils font des hypers c'est qu'ils ont des moyens.

Colruyt : Pubs à la télévision

Delhaize

Aldi

17) Quels sont les formats de magasins proposés par les enseignes suivantes ?

	Hypermarché	Supermarché	Proximité	Hard Discount
Aldi				X oui
Lidl				X oui
Carrefour	X oui	X oui	X oui	
Colruyt		X oui	oui	
Delhaize		X oui	X oui	
Intermarché		X oui		
Cora	X oui			
Autre :				
Autre :				
Autre :				

Notes: Red marlet (discount de Delhaize), Intermarché a 3 formats mais principalement supermarché en Belgique, Colruyt a aussi Okay en magasin de proximité mais l'enseigne sur le magasin est Okay

18) Quel est, selon vous, le format le plus important ?

L'hypermarché car il y a tout et des prix bas et élevé.

Remarques éventuelles :

Je n'ai jamais fait de recherches préalables sur aucun magasin. Je me décide sur place.

Informations personnelles

Age : 46

Sexe : Homme

Nombre de personnes dans le ménage : 4

Nombre d'enfants : 2

Métier : Directeur de centre technique

Je vous remercie d'avoir participé à cette enquête

Ferrari Gauthier

Etude qualitative concernant les habitudes de consommation (consommateur)

Objectifs de l'enquête

- Les consommateurs connaissent-ils les différents formats?
- Est-ce que les consommateurs distinguent les différents formats de magasin ?
- Qu'en est-il du contexte ? En effet, en Belgique, les zones de chalandises se superposent et il y a beaucoup de concurrence.
- Qu'est ce que les consommateurs belges sont capable de dire spontanément lorsque l'on parle de grande distribution?
- Il s'agira ensuite de faire une comparaison avec la littérature

Thème 1 : Introduction et discussion sur la grande distribution

- Comment le consommateur perçoit il la grande distribution ?

- En savoir plus sur le répondant.

- La multi-fidélité, les magasins de références,...

1) Pouvez-vous me raconter la dernière fois où vous avez fait des courses en grande distribution ?

Nous allons à Intermarché (ma femme et moi). C'est ouvert le dimanche matin, on va en général en famille avec les enfants. Les viandes sont moins chers qu'ailleurs. Vente libre à la découpe avec des prix très bas.

En semaine, nous allons plutôt au Delhaize pour acheter les petites choses qui manquent. Nous allons aussi chez Aldi et Lidl, c'est les grosses courses.

2) Quelle est la fréquence de vos courses dans la grande distribution?

2x par mois car on n'est quand même 7. Et Delhaize Intermarché c'est 2x par semaine pour ajouter les choses qui manquent.

3) Pourquoi cette fréquence ?

2x les grandes courses et dépannage ensuite.

4) Quel(s) est(sont) le(s) enseigne(s) où vous-vous rendez pour faire vos courses?

Lidl - Aldi - Delhaize - Intermarché - Carrefour : pain, viande, promotions intéressantes. C'est surtout pour faire une sortie en famille.

5) Dans laquelle de ces enseignes dépensez-vous le plus d'argent ?

Aldi car on fait les grosses courses. C'est vraiment pour les prix. C'est moins cher qu'ailleurs. Il n'y a pas de viande fraîche, ... On va plutôt dans les autres magasins et les produits frais.

6) Quelle est l'enseigne dans laquelle vous-vous rendez le plus souvent ?

On va le plus souvent au Delhaize pour faire les petites courses (pain, fromage, cigarettes,...).

7) Vous arrivez-t-il de visiter plusieurs magasins d'une même enseigne ?

Nous allons parfois au petit Delhaize. On va au Cora d'Hornu et d'ailleurs mais ils ne vendent pas les mêmes produits. Cora Louvière c'est beaucoup de produits italiens alors que l'autre c'est des produits communs.

Thème 2 : Les formats de distribution

8) Quels sont les différents types de magasins que vous connaissez ?

Hypermarché : Supermarché et Hyper, on trouve tout ce qu'on cherche. - Supérette : Supérette et Pakis y a pas grand chose et c'est très cher. - Pakis : mais on va jamais.

Beaucoup de discussions dans le couple, ils ne comprennent pas et ne savent pas.

9) Quelles distinctions faites-vous entre ces différents formats ? Qu'est-ce qui fait la différence ?

Supermarché et Hyper, on trouve tout ce qu'on cherche.

Le selfscanning de Delhaize est très bien.

Supérette et Pakis y a pas grand chose et c'est très cher.

Le prix est un facteur important et différenciant.

10) Et combien de types de magasins connaissez-vous dans une même enseigne ?

Carrefour Market, hyper - Delhaize, proxi Delhaize - Le service de Drive,...

Aucune distinction entre Hyper et super

11) Pourquoi, selon vous, les enseignes de distribution proposent-elles plusieurs formats de magasin ?

Pour s'intégrer dans des villages ou des lieux différents. Pour que les personnes gagnent du temps. Pour plaire à tout le monde. Certains n'aiment pas les grandes surfaces et ont donc accès à des plus petits.

On fait moins la file dans une supérette que dans un grand magasin. J'aime aller dans les petits magasins car on peut rencontrer les vendeurs et les connaître. En grande surface c'est plus froid et on a pas de relation avec les gens.

Thème 3 : On dévoile les différents formats après avoir creusé un maximum dans les parties précédentes. Il y en a 4 principaux qui sont brièvement expliqués au répondant.

12) Pour chacun des formats suivants, veuillez citer un magasin. Le répondant peut avoir un magasin de référence pour une enseigne mais ne jamais y aller

- *Hypermarché (non spécialisé, 1/3 du CA en alimentaire et +2500m²)*

Cora, Carrefour, Makro, Colruyt, - Hyper = Cora, c'est marqué dans l'enseigne. La variété des produits, la superficie des magasins, la galerie signifie aussi que c'est un hypermarché. Il y a des marques et des produits du plus cher au moins cher. Beaucoup plus de marques.

- *Supermarché (entre 1000m² et 2500m²)*

Delhaize - Super = Ils vendent pas d'électronique et pas d'électro-ménager.

- *Magasin de proximité ou supérette (120m² à 400m², peu de références)*

Proxi Delhaize, pakis, - Supérette = Beaucoup de surgelé, conserves, ils vendent pas du frais, pas de rayon boucherie et charcuterie, tout est prêt à emporter

- *Hard discount (moyenne 600m², prix bas)*

Aldi - Hard discount = Ils vendent leurs marques à des prix très bas par rapport aux autres. Il y a moins de choix mais les prix sont mieux.

13) Pour chacun des magasins cités, veuillez expliquer les critères qui ont motivé votre choix. Certains répondants n'ont peut-être toujours pas compris malgré les brèves explications

Hyper = Cora, c'est marqué dans l'enseigne. La variété des produits, la superficie des magasins, la galerie signifie aussi que c'est un hypermarché. Il y a des marques et des produits du plus cher au moins cher. Beaucoup plus de marques.

Grand assortiment

Super = Ils vendent pas d'électronique et pas d'électro-ménager.

Supérette = Beaucoup de surgelé, conserves, ils vendent pas du frais, pas de rayon boucherie et charcuterie, tout est prêt à emporter

Hard discount = Ils vendent leurs marques à des prix très bas par rapport aux autres. Il y a moins de choix mais les prix sont mieux.

14) Qu'est ce qui va vous motiver à vous rendre dans l'un ou l'autre format ? Attentes en fonction du format

Si j'ai des sous, je vais dans les grands magasins. Si j'ai des envies, je vais en hyper pour être certain de trouver. En général, c'est pour se promener dans l'hyper en famille. - Super c'est pareil. y a des promotions qui ne sont pas ailleurs - Les magasins de proximité : Les courses qu'on a oublié et le dépannage.

15) En fonction des situations suivantes, dans quel format de magasin allez-vous vous rendre? Pour quelles raisons ?

A) C'est l'anniversaire de mon ami Joe et je n'ai pas de cadeau. Il est approximativement 18h et je dois être à la fête pour 19h, laquelle se situe à 15 minutes de chez moi. Je suis prêt à partir. **HYPER**

Je vais au Carrefour mais si je n'ai pas le temps nous allons au paki ou au Delhaize.

B) Finalement, je reçois un appel dès que j'arrive à ma voiture. Une amie me prévient que Joe est un grand amateur de vin et qu'une bouteille de Meli Carignan lui ferait sans doute plaisir.

Au Delhaize, si pas au Carrefour car il y a un grand rayon vin.

C) Mon compagnon ou ma compagne me demande d'aller chercher du lait et du sel pour le plat qu'elle(il) prépare. Il est 19h30 et j'ai eu une longue journée de travail. Je pense en profiter pour acheter des chewing-gum et une cannette de soda. **PROXIMITE**

Je vais au Delhaize mais si c'est fermé, au paki.

D) J'organise une fête surprise ce soir pour mon meilleur ami et j'ai besoin de produits frais pour le repas. Mon ami aime la fraîcheur et les produits sains donc je vais proposer des corbeilles de fruits pour les invités. Je cuisinerai ensuite un plat à base de légumes et d'une belle pièce de viande. Il est 10h du matin et je n'ai rien d'autre à faire de spécial aujourd'hui. **SUPERMARCHE**

Je vais au Aldi pour les légumes et la boucherie est intéressante. Puis chez Intermarché qui ont du frais aussi.

16) Quelles sont, selon vous, les grandes enseignes de distribution en Belgique ? Pourquoi est-ce une grande enseigne ?

Carrefour : c'est plus connu, il y a plus de magasins différents.

Cora : C'est plus cher qu'ailleurs, C'est très grand et connu.

Delhaize : Beaucoup de magasins et fort connu. On trouve ce qu'on a besoin.

On veut acheter au moins cher.

17) Quels sont les formats de magasins proposés par les enseignes suivantes ?

	Hypermarché	Supermarché	Proximité	Hard Discount
Aldi			oui	X oui
Lidl			oui	X oui
Carrefour	X oui	X oui	X	
Colruyt	oui	X oui magasin OK		
Delhaize		X oui	x	
Intermarché		X oui		
Cora	X oui			

Autre :				
Autre :				
Autre :				

Notes: Red marlet (discount de Delhaize), Intermarché a 3 formats mais principalement supermarché en Belgique, Colruyt a aussi Okay en magasin de proximité mais l'enseigne sur le magasin est Okay

18) Quel est, selon vous, le format le plus important ?

L'hypermarché car il y a tout et que c'est le plus grand. Mais personnellement, le plus important est le moins cher donc je dirais les magasins discount.

Remarques éventuelles :

Il ne distingue pas hyper et super, peu de distinction entre les formats.

Informations personnelles

Age : 40

Sexe : homme

Nombre de personnes dans le ménage : 7

Nombre d'enfants : 5

Métier : Menuisier

Je vous remercie d'avoir participé à cette enquête

Ferrari Gauthier

Etude qualitative concernant les habitudes de consommation (consommateur)

- 3 questions principales
- - **Pourquoi propose t-on plusieurs formats ? Réponses dans la littérature**
- - **Est ce que le consommateur perçoit les formats ? Connaissance des formats**
- - **Le consommateur fait-il une véritable distinction entre les formats ? Distinction des formats**
- Les autres questions découlent des 3 principales
- -Quel est le degré de cette distinction ? De manière générale, quelles sont les connaissances du consommateur en matière de formats de distribution ?
- - Quelle est l'efficacité de la stratégie qui consiste à proposer plusieurs formats ?
- - Quelle valeur le consommateur associe-t-il à cette diversité de formats pour une même enseigne ?
- - Quelle est l'influence du format sur les choix de consommation du consommateur ? Les besoins du consommateur à un moment donné vont ils le diriger vers l'un ou l'autre format ?
- -Quelles sont les attentes du consommateur en fonction du format de magasin ?
- - *Le consommateur a-t-il un ou plusieurs magasins de référence pour une marque ? Comment cela se répercute-t-il sur les autres formats de l'enseigne ?--- BOF*
- - *Le client fait-il une différence notable entre l'enseigne et le point de vente ?--- BOF*
- Qu'en est-il du contexte ? En effet, en Belgique, les zones de chalandises se superposent et il y a beaucoup de concurrence.
- Qu'est ce que les consommateurs belges sont capable de dire spontanément lorsque l'on parle de grande distribution?
- Il s'agira ensuite de faire une comparaison avec la littérature

Thème 1 : Introduction et discussion sur la grande distribution

- Comment le consommateur perçoit il la grande distribution ?

- En savoir plus sur le répondant.

- La multi-fidélité, les magasins de références,...

1) Pouvez-vous me raconter la dernière fois où vous avez fait des courses en grande distribution ?

C'était vendredi, j'ai prit ma voiture et je suis allé avec mon mari faire les courses pour tout le mois. On emporte souvent 1 enfant ou même les 3. Mais en général, on ne prend que les 2 plus grand. On va dans le grand hypermarché car ils aiment bien s'amuser dans le magasin. On leur explique avant qu'on va leur acheter quelque chose mais qu'ils doivent être sage.

Je vais à Carrefour et on ne se sépare pas, on fait les courses ensemble. En général on laisse le plus grand au rayon BD. Les 2 petits restent avec nous.

On achète pour tout le mois (viande puis légumes puis accompagnements et gouters pour les enfants). On demande en général leur avis pour les goûters et les céréales. On achète aussi des boîtes de conserve.

2) Quelle est la fréquence de vos courses dans la grande distribution?

Nous allons 1 fois par mois au Carrefour puis à la boulangerie et chez le boucher. Nous allons aussi au Delhaize ou à l'Intermarché pour les petits achats. Nous retournons parfois au Carrefour pour balader et surtout profiter de la galerie.

3) Pourquoi cette fréquence ?

ok

4) Quel(s) est(sont) le(s) enseignes(s) où vous-vous rendez pour faire vos courses?

Nous allons donc au Carrefour, au Delhaize et à l'Intermarché + Boulangerie et boucher

5) Dans laquelle de ces enseignes dépensez-vous le plus d'argent ?

Carrefour - Car nous faisons 1x les grosses courses, le magasin a de bons prix pour une grande famille. Nous avons la carte de fidélité et souvent des promotions. C'est très grand et il y a beaucoup de choses, on trouve tout ce qu'on veut.

En général nous achetons les promotions et les grandes quantités mais pas spécialement des produits Carrefour. Nous ne prenons pas les produits bas de gamme ou les sous marques. En général, nous achetons toujours les bonnes marques comme Kellogs, Taillefine, ... et nous aimons prendre des marques pour nos enfants. Nous faisons juste attention à prendre des packs et des lots.

6) Quelle est l'enseigne dans laquelle vous-vous rendez le plus souvent ?

Je vais le plus souvent au Delhaize. Environ 2 ou 3 fois par mois mais c'est au Carrefour que je vais faire les plus grosses courses.

7) Vous arrivez t-il de visiter plusieurs magasins d'une même enseigne ?

A côté de chez moi, il y a Carrefour Market mais je n'y vais pas souvent. Je vais au grand Carrefour pour les grosses courses. Mon mari et moi avons un travail de nuit donc nous allons souvent au Carrefour Drive qui nous fait gagner du temps. C'est pratique. - Nous allons aussi au magasin de nuit de temps en temps pour acheter des cigarettes ou des conserves.

Thème 2 : Les formats de distribution

8) Quels sont les différents types de magasins que vous connaissez ?

Il y a l'hypermarché qui est très grand et le supermarché.

9) Quelles distinctions faites-vous entre ces différents formats ? Qu'est ce qui fait la différence?

L'hypermarché est plus grand et le supermarché est pareil mais en plus petit, il y a moins de choix.

Il y a les Lidl et les Aldi qui sont beaucoup moins chers et avec quelques marques quand même. Ce sont des supermarchés aussi mais ils sont moins chers.

La différence entre hyper et super ? C'est la taille, les prix sont les mêmes et les produits aussi. Il y a juste plus de choix dans l'hyper.

10) Et combien de types de magasins connaissez-vous dans une même enseigne ?

Carrefour ont des hypermarchés et des supermarchés (market). - Delhaize a un format - Lidl et aldi aussi - Cora est juste un grand supermarché mais pas un hyper car c'est plus petit que Carrefour.

11) Pourquoi, selon vous, les enseignes de distribution proposent-elles plusieurs formats de magasin ?

Ca dépend de ce qu'on veut. Par manque de place car on peut pas mettre des hypermarchés partout. Si on fait les petites courses, on a pas envie d'aller dans un immense magasin.

Dans l'hypermarché on trouve des télévisions et des produits ménagers. C'est tout sous un même toit.

Thème 3 : On dévoile les différents formats après avoir creusé un maximum dans les parties précédentes. Il y en a 4 principaux qui sont brièvement expliqués au répondant.

12) Pour chacun des formats suivants, veuillez citer un magasin. **Le répondant peut avoir un magasin de référence pour une enseigne mais ne jamais y aller**

- *Hypermarché (non spécialisé, 1/3 du CA en alimentaire et +2500m²)*

Carrefour car très grand et produits de toute sorte - hyper : en famille et il y a tout. il y a des tv et autres que l'alimentaire

- *Supermarché (entre 1000m² et 2500m²)*

Delhaize - super : plus petit sinon c'est pareil

- *Magasin de proximité ou supérette (120m² à 400m², peu de références)*

Paki sinon je ne sais pas - proximité : près de chez moi, pratique, moins de choix, prix élevés

- *Hard discount (moyenne 600m², prix bas)*

Lidl et Aldi - discount : prix bas, bien quand on a un petit budget, produits de base et beaucoup de marques blanches/produits sans marque ou marque Aldi

13) Pour chacun des magasins cités, veuillez expliquer les critères qui ont motivé votre choix.
Certains répondants n'ont peut-être toujours pas compris malgré les brèves explications

14) Qu'est ce qui va vous motiver à vous rendre dans l'un ou l'autre format ? Attentes en fonction du format

Le type de course que je vais faire et mon budget. - La supérette pour les petits achats.

15) En fonction des situations suivantes, dans quel format de magasin allez-vous vous rendre? Pour quelles raisons ?

A) C'est l'anniversaire de mon ami Joe et je n'ai pas de cadeau. Il est approximativement 18h et je dois être à la fête pour 19h, laquelle se situe à 15 minutes de chez moi. Je suis prêt à partir. **HYPER**

Je vais au Delhaize ou au Carrefour car il y a d'autres produits que la nourriture. Je prendrai une bouteille de vin car il y a du choix ou alors une machine à café ou un appareil.

B) Finalement, je reçois un appel dès que j'arrive à ma voiture. Une amie me prévient que Joe est un grand amateur de vin et qu'une bouteille de Meli Carignan lui ferait sans doute plaisir.

Je vais chez le vendeur de vin proche de chez moi. Ils ont un choix énorme et je connais bien le vendeur il saura m'aider.

C) Mon compagnon ou ma compagne me demande d'aller chercher du lait et du sel pour le plat qu'elle(il) prépare. Il est 19h30 et j'ai eu une longue journée de travail. Je pense en profiter pour acheter des chewing-gum et une cannette de soda. **PROXIMITE**

Je vais au magasin de nuit proche de chez moi, ils ont ce genre de choses même si c'est un peu cher.

D) J'organise une fête surprise ce soir pour mon meilleur ami et j'ai besoin de produits frais pour le repas. Mon ami aime la fraîcheur et les produits sains donc je vais proposer des corbeilles de fruits pour les invités. Je cuisinerai ensuite un plat à base de légumes et d'une belle pièce de viande. Il est 10h du matin et je n'ai rien d'autre à faire de spécial aujourd'hui. **SUPERMARCHE**

Je vais dans l'hypermarché car il y a tout et que nous pourrions nous balader en famille. Les courses sont un moment familial pour se retrouver et visiter un grand magasin.

16) Quelles sont, selon vous, les grandes enseignes de distribution en Belgique ? Pourquoi est-ce une grande enseigne ?

Carrefour car il y en a partout et ils sont très connus.

Delhaize car ils ont une image de richesse et de produits chers

Cora car c'est très grand et il y a beaucoup de produits

Aldi et Lidl car ils sont spéciaux. Ils ont des prix très bas et beaucoup de gens y vont.

(on voit qu'ils aiment les marques et les produits chers)

17) Quels sont les formats de magasins proposés par les enseignes suivantes ?

	Hypermarché	Supermarché	Proximité	Hard Discount
Aldi				X oui
Lidl				X oui
Carrefour	X oui	X oui	X	
Colruyt	oui	x		
Delhaize		X oui	x	
Intermarché		X oui		
Cora	X oui			
Autre :				
Autre :				
Autre :				

Notes: Red marlet (discount de Delhaize), Intermarché a 3 formats mais principalement supermarché en Belgique, Colruyt a aussi Okay en magasin de proximité mais l'enseigne sur le magasin est Okay

18) Quel est, selon vous, le format le plus important ?

L'hypermarché car on trouve tout et il y a des prix bas mais aussi de bonnes marques. Je pense que cela reprend les autres formats.

Remarques éventuelles :

Ils aiment les marques nationales et ne connaissent pas trop les MDD. Ils ne font pas trop de différence entre super et hyper. Ils connaissent le discount mais n'en n'ont pas parlé spontanément. - Elle a quelques connaissances en distribution mais les dévoile au fur et à mesure comme par apprentissage. A la base elle ne dit pas grand chose.

Informations personnelles

Age : 38

Sexe : Femme

Nombre de personnes dans le ménage : 5

Nombre d'enfants : 3

Métier : Infirmière

Je vous remercie d'avoir participé à cette enquête

Etude qualitative concernant les habitudes de consommation (consommateur)

- 3 questions principales
- - Pourquoi propose t-on plusieurs formats ? Réponses dans la littérature
- - Est ce que le consommateur perçoit les formats ? Connaissance des formats
- - Le consommateur fait-il une véritable distinction entre les formats ? Distinction des formats

Thème 1 : Introduction et discussion sur la grande distribution

- Comment le consommateur perçoit il la grande distribution ?

- En savoir plus sur le répondant.

- La multi-fidélité, les magasins de références,...

1) Pouvez-vous me raconter la dernière fois où vous avez fait des courses en grande distribution ?

C'était il y a quelques jours, je suis allée au Colruyt. En général, je vais dans 1 seul magasin par course. Je suis donc allé au Colruyt acheter de la viande, des légumes et des produits frais. Je fais assez attention au prix et je prends souvent la marque everyday car cela coûte moins cher.

Sinon je vais au Delhaize ou chez Aldi. En fait cela dépend de mes envies du moment, je vais une fois chez l'un et une fois chez l'autre. Si j'ai plus besoin de viande, je vais chez Colruyt, si c'est des gâteaux et des conserves je vais chez Lidl, si c'est des marques dont j'ai besoin je vais au Delhaize.

Mais je ne vais pas dans plusieurs magasins le même jour, quand je vais faire les courses, je vais dans un seul magasin.

2) Quelle est la fréquence de vos courses dans la grande distribution?

Plusieurs fois par mois. En général je fais 2 ou 3 fois des grosses courses et rarement des petits achats. Je vais au début du mois, au milieu et un peu après. Je prends beaucoup de choses et lorsque l'on manque je retourne faire les courses.

Je vais parfois au proximi delhaize de mon village pour des petits achats mais en général, on fait avec ce que l'on a et je vais au magasin faire des grosses courses quand nous sommes vraiment en manque.

3) Pourquoi cette fréquence ?

ok

4) Quel(s) est(sont) le(s) enseigne(s) où vous-vous rendez pour faire vos courses?

Colruyt - Delhaize - Aldi - Proxi Delhaize

5) Dans laquelle de ces enseignes dépensez-vous le plus d'argent ?

Colruyt car c'est là que je fais les plus grosses courses. Je prends aussi les produits comme la viande ou les produits frais donc forcément je dépense plus dans ce magasin.

Pourquoi ?

ok

6) Quelle est l'enseigne dans laquelle vous rendez le plus souvent ?

Je dirais le Delhaize car je fais des grosses courses au Colruyt puis des "moyennes" au Delhaize. En fait, en y réfléchissant je fais surtout un gros voyage au Colruyt puis des plus petits au Delhaize mais j'attends de devoir acheter beaucoup avant de faire les magasins.

7) Vous arrivez-t-il de visiter plusieurs magasins d'une même enseigne ?

Delhaize et Proxi Delhaize -- Je vais à 2 ou 3 Colruyt différents car il y en a un dans mon village mais aussi dans ceux d'à côté donc quand je suis en déplacement ou que je rentre du boulot, je vais plutôt dans ceux-là. -- Je suis allé à 2 Carrefour différents mais c'est très rare -- Je suis allée à plusieurs Aldi et Lidl mais dans l'ensemble je vais toujours dans les 3 ou 4 mêmes magasins.

Thème 2 : Les formats de distribution

8) Quels sont les différents types de magasins que vous connaissez ?

Il y a les magasins de nuit, les supermarchés et les hypermarchés

9) Quelles distinctions faites-vous entre ces différents formats ? Qu'est-ce qui fait la différence ?

Le nightshop est cher et on a peu de choix

le supermarché est cher mais il y a aussi des produits moins chers. L'hypermarché, on trouve tout et tous les prix avec beaucoup de promotions. L'hyper est plus grand que le super sinon je ne vois pas trop la différence

10) Et combien de types de magasins connaissez-vous dans une même enseigne ?

Carrefour et Carrefour market

Delhaize et Proxi Delhaize - Colruyt et Proxi Colruyt

11) Pourquoi, selon vous, les enseignes de distribution proposent-elles plusieurs formats de magasin ?

Pour changer les prix. Chez Lidl c'est pas cher mais chez Delhaize c'est plus haut de gamme. Il y a aussi plus de choses dans les grands magasins et si on a pas besoin de beaucoup, il y a les petits magasins

Thème 3 : On dévoile les différents formats après avoir creusé un maximum dans les parties précédentes. Il y en a 4 principaux qui sont brièvement expliqués au répondant.

12) Pour chacun des formats suivants, veuillez citer un magasin. **Le répondant peut avoir un magasin de référence pour une enseigne mais ne jamais y aller**

- *Hypermarché (non spécialisé, 1/3 du CA en alimentaire et +2500m²)*
Colruyt - Colruyt car c'est très grand et qu'on trouve de tout
- *Supermarché (entre 1000m² et 2500m²)*

Delhaize - Delhaize est plus petit et ne propose pas d'électronique ou d'électro-ménager

- *Magasin de proximité ou supérette (120m² à 400m², peu de références)*

Night shop - Le proximité est proche de chez moi, cher et peu de produits

- *Hard discount (moyenne 600m², prix bas)*

Aldi - Le discount c'est Aldi et Lidl qui vendent à prix très bas. Colruyt aussi a des prix bas et des sous marques ou marque Colruyt.

13) Pour chacun des magasins cités, veuillez expliquer les critères qui ont motivé votre choix. **Certains répondants n'ont peut-être toujours pas compris malgré les brèves explications**

14) Qu'est ce qui va vous motiver à vous rendre dans l'un ou l'autre format ? **Attentes en fonction du format**

Si je fais mes grosses courses, je vais au Colruyt donc hyper car je trouve tout ce qu'il me faut. - Je vais au supermarché pour les grosses courses mais secondaire, ravitaillement - Je vais au discount quand j'ai envie de changer ou que je fais attention à mes sous. Il n'y a pas tous les produits mais on y trouve de bonnes promotions. - Je vais au night shop très rarement mais je connais. C'est pour acheter des petites choses de dépannage.

Pourquoi ?

ok

15) En fonction des situations suivantes, dans quel format de magasin allez-vous vous rendre? Pour quelles raisons ?

A) *C'est l'anniversaire de mon ami Joe et je n'ai pas de cadeau. Il est approximativement 18h et je dois être à la fête pour 19h, laquelle se situe à 15 minutes de chez moi. Je suis prêt à partir. **HYPHER***

Au Colruyt il n'y a pas vraiment de cadeau donc je vais au Delhaize qui proposent plus de petites choses à offrir.

B) Finalement, je reçois un appel dès que j'arrive à ma voiture. Une amie me prévient que Joe est un grand amateur de vin et qu'une bouteille de Meli Carignan lui ferait sans doute plaisir.

Je pense aller au Colruyt car ils ont un très grand rayon vin. Sinon il y a un vendeur de vin dans la ville proche mais ca fait un peu loin pour être à l'heure à la fête.

C) Mon compagnon ou ma compagne me demande d'aller chercher du lait et du sel pour le plat qu'elle(il) prépare. Il est 19h30 et j'ai eu une longue journée de travail. Je pense en profiter pour acheter des chewing-gum et une cannette de soda. **PROXIMITE**

Je vais au Proxi Delhaize car c'est le plus proche de chez moi. On trouve pas mal de choses et c'est ouvert au moins jusqu'à 20h30.

D) J'organise une fête surprise ce soir pour mon meilleur ami et j'ai besoin de produits frais pour le repas. Mon ami aime la fraîcheur et les produits sains donc je vais proposer des corbeilles de fruits pour les invités. Je cuisinerai ensuite un plat à base de légumes et d'une belle pièce de viande. Il est 10h du matin et je n'ai rien d'autre à faire de spécial aujourd'hui. **SUPERMARCHE**

Je vais au Colruyt car il y a tout ce qu'il faut et des produits bas de gamme comme haut de gamme en fonction du menu et des invités. Ils ont aussi pas mal de choses pour les apéritifs et les alcools.

16) Quelles sont, selon vous, les grandes enseignes de distribution en Belgique ? Pourquoi est-ce une grande enseigne ?

Carrefour car c'est le plus grand et le plus connu

Colruyt qui est grand aussi et il y a toujours beaucoup de monde

Dehaize qui propose plus du haut de gamme

Lidl et Aldi qui sont pas chers et idéal quand on a un petit revenu

17) Quels sont les formats de magasins proposés par les enseignes suivantes ?

	Hypermarché	Supermarché	Proximité	Hard Discount
Aldi				X oui
Lidl				X oui
Carrefour	X oui	X oui	X	
Colruyt	oui	X oui		
Delhaize		X oui	x	
Intermarché	oui	x		
Cora	X oui			

Autre : Auchan	oui			
Autre :				
Autre :				

Notes: Red marlet (discount de Delhaize), Intermarché a 3 formats mais principalement supermarché en Belgique, Colruyt a aussi Okay en magasin de proximité mais l'enseigne sur le magasin est Okay

18) Quel est, selon vous, le format le plus important ?

Je dirais l'hypermarché car avec Colruyt et Carrefour on aurait assez pour tout trouver. Il y a des produits chers et bon marché donc c'est équilibré.

Remarques éventuelles :

Proxi Delhaize et Colruyt sont considérés comme des supermarchés. Le mag de proximité est, selon elle, uniquement le night shop.

Informations personnelles

Age : 55

Sexe : Femme

Nombre de personnes dans le ménage : 5

Nombre d'enfants : 3

Métier : Enseignante

Je vous remercie d'avoir participé à cette enquête

Ferrari Gauthier

Etude qualitative concernant les habitudes de consommation (consommateur)

Thème 1 : Introduction et discussion sur la grande distribution

- Comment le consommateur perçoit-il la grande distribution ?

- En savoir plus sur le répondant.

- La multi-fidélité, les magasins de références,...

1) Pouvez-vous me raconter la dernière fois où vous avez fait des courses en grande distribution ?

Je suis allée en voiture pour faire les courses de la semaine. J'ai une liste par rayon et je fais la plupart des rayons. Je prends une liste pour ne pas oublier des choses mais pas vraiment pour me restreindre.

Je vais en général faire les courses toute seule pour la famille.

Je vais au Delhaize (général) et au Colruyt (grosses quantités et packs, produits ménagers) et Intermarché (viande,...) et Carrefour (papier WC, ...)

Le Delhaize c'est plus pour les achats de tous les jours. Je vais d'abord chez Delhaize et après chez Colruyt si je n'ai pas trouvé chez Delhaize. Le vendredi chez Carrefour.

2) Quelle est la fréquence de vos courses dans la grande distribution ?

presque tous les 2 jours chez Delhaize car c'est à côté. - Carrefour toutes les 2 semaines - Colruyt 1 fois par semaine - Intermarché 2 fois par mois pas plus.

3) Pourquoi cette fréquence ?

Delhaize proche, les autres sont plus loin et il y a plus donc je vais moins souvent.

4) Quel(s) est(sont) le(s) enseigne(s) où vous rendez pour faire vos courses ?

Delhaize - Colruyt - Carrefour - Intermarché

5) Dans laquelle de ces enseignes dépensez-vous le plus d'argent ?

Delhaize Car c'est la que j'achète le plus. C'est souvent des petites quantités mais c'est le plus du budget au final. Carrefour par ex c'est moins souvent et plus grande quantité mais au final c'est moins cher.

6) Quelle est l'enseigne dans laquelle vous rendez le plus souvent ?

Delhaize car c'est le plus proche.

7) Vous arrive-t-il de visiter plusieurs magasins d'une même enseigne ?

Non je vais toujours aux mêmes magasins car j'aime savoir où je vais. Dans un autre magasin, les rayons sont disposés différemment et je ne m'y retrouve plus. (implantation ou enseigne?)

- Je vais au Delhaize car j'aime bien et l'atmosphère est bien. Il y a des choses moins chères et par exemple l'atmosphère de Cora je n'aime pas donc si ce Delhaize était un Cora, je n'irais pas. - Carrefour il y a beaucoup de promotions donc ça vaut le coup d'y aller.

Thème 2 : Les formats de distribution

8) Quels sont les différents types de magasins que vous connaissez ?

Grandes surfaces, magasin proximité, magasins de produits blancs (elle ne dit pas hard discount).

9) Quelles distinctions faites-vous entre ces différents formats ? Qu'est ce qui fait la différence?

- Cora ou Carrefour = **Grande surface** : très grand et il y a aussi de l'électro-ménager. Il y a des stands de dégustation et de test de produits. Les rayons sont plus fournis mais les dates ont l'air moins longues. On a du mal à trouver des produits qui conservent longtemps. Les rayons sont plus en désordre. Il y a plus de personnel dans les rayons.

- Colruyt entre grande surface et proxi. Ça fait entrepôt mais il y a quand même des marques et de la qualité. Je ne vois pas trop la différence de prix. Il faut acheter en grande qualité pour que le prix soit intéressant. Si on doit donner un nom, je dirais **magasin de facilité**. On va plus vite pour faire ses courses et on est moins tenté. Les gens achètent en ligne et viennent chercher sur place. - Un autre exemple de magasin de facilité : je n'en voit pas d'autre.

- Delhaize et Match = **proxi** : il y a ce dont on a besoin et des produits propres au magasin. La marque du magasin. Pas forcément des marques blanches mais avec le nom du magasin.

- Lidl et Aldi = **discount** (la elle le dit) : la qualité moins bonne et la clientèle est différente. Les cadis sont plus remplis, c'est plus pour les grandes familles. On trouve moins de marques et c'est moins propre. Les caisses sont plus petites et on a pas le temps de faire à son aise pour mettre les courses dans les sacs et tout. Dans les pub on dit des choses mais soit il n'y en a plus, soit il n'ont pas reçu. les files sont plus grandes et jamais toutes les caisses ouvertes. Les cadis vont moins bien.

10) Et combien de types de magasins connaissez-vous dans une même enseigne ?

Delhaize et proxi Delhaize et supermarché Delhaize (Delhaize market) -- Colruyt, Cora, Lidl et Aldi ont tous les mêmes magasins mais il y a des différences en fonction des régions. La louvière, il y a plus de "défavorisés" et mal éduqués tandis que Lidl en Wallonie a l'air d'un magasin de pauvre. La clientèle change. -- Carrefour discount, Carrefour market, Carrefour normal= hyper (mais elle dit pas hyper)

11) Pourquoi, selon vous, les enseignes de distribution proposent-elles plusieurs formats de magasin ?

Pour toucher un public plus large car les gens se disent qu'en fonction du nom on s'identifie au type de magasin. - Par exemple, AD Delhaize c'est pour les petites choses et on est pas tenté par le reste.

Ca permet a l'entreprise d'investir de façon différente et de se focaliser sur certains produits.

Trouvez vous cela utile ? Personnellement je pense qu'il ne devrait avoir que des grandes surfaces et des magasins de proximité, le reste c'est pas vraiment utile.

Pourquoi Delhaize est un mag de proximité ? Car c'est toujours le même personnel et on ne voit jamais des nouvelles têtes. On se sent plus à l'aise de voir les mêmes gens. Ils ont leur propre pain et la boulangerie. Il y a beaucoup d'éléments qui mettent les gens en confiance et qui donne envie de retourner. Leur viande à l'air moins grasse.

Thème 3 : On dévoile les différents formats après avoir creusé un maximum dans les parties précédentes. Il y en a 4 principaux qui sont brièvement expliqués au répondant.

12) Pour chacun des formats suivants, veuillez citer un magasin. **Le répondant peut avoir un magasin de référence pour une enseigne mais ne jamais y aller**

- *Hypermarché (non spécialisé, 1/3 du CA en alimentaire et +2500m²)*
Carrefour
- *Supermarché (entre 1000m² et 2500m²)*
Delhaize (avant elle pensait que c'était proximité)
- *Magasin de proximité ou supérette (120m² à 400m², peu de références)*
AD Delhaize
- *Hard discount (moyenne 600m², prix bas)*
Lidl

13) Pour chacun des magasins cités, veuillez expliquer les critères qui ont motivé votre choix. **Certains répondants n'ont peut-être toujours pas compris malgré les brèves explications**

Carrefour : plus de la moitié en électronique et vêtements,...

Delhaize(avant elle pensait que c'était proximité) : On trouve plus que le nécessaire.

AD Delhaize : On ne trouve que le nécessaire

Lidl : C'est vraiment pas cher et des produits blancs ou Lidl. Je ne vais au Lidl car je n'aime pas car je n'aime pas les clients làbas. Les légumes et les produits ne sont pas beaux. On a toujours l'impression qu'il faut se dépêcher et que les caissiers sont pressés.

14) Qu'est ce qui va vous motiver à vous rendre dans l'un ou l'autre format ? **Attentes en fonction du format**

Je vais chez Carrefour surtout pour balader et faire un tour. Ils sont souvent dans les galeries et ils ont de bons sushis. - Delhaize c'est pour les petites choses et les achats courants. -

Colruyt c'est pour un achat spécifique - Lidl il faut me forcer pour y aller - Ad Delhaize, je suis allé une ou deux fois mais je n'aimais pas car on aurait dit un sous sol. - L'atmosphère du magasin est très importante pour moi.

15) En fonction des situations suivantes, dans quel format de magasin allez-vous vous rendre? Pour quelles raisons ?

A) *C'est l'anniversaire de mon ami Joe et je n'ai pas de cadeau. Il est approximativement 18h et je dois être à la fête pour 19h, laquelle se situe à 15 minutes de chez moi. Je suis prêt à partir.* **HYPER**

Je vais dans l'hyper car il y a souvent une galerie autour et des chèques cadeau ou des choses comme ça. Ils ont des services et des cadeaux. Sinon ils y a plein de produits. C'est ouvert tard et si jamais je suis en retard à la fête, temps pis. Je veux acheter quelque chose de bien.

B) *Finally, je reçois un appel dès que j'arrive à ma voiture. Une amie me prévient que Joe est un grand amateur de vin et qu'une bouteille de Meli Carignan lui ferait sans doute plaisir.*

Je vais chez Delhaize car il y a un bon conseiller en vin.

C) *Mon compagnon ou ma compagne me demande d'aller chercher du lait et du sel pour le plat qu'elle(il) prépare. Il est 19h30 et j'ai eu une longue journée de travail. Je pense en profiter pour acheter des chewing-gum et une cannette de soda.* **PROXIMITE**

Je vais au Delhaize car c'est à côté et qu'il y a les caisses self scan pour aller plus vite. Je ne vais pas au paki car je n'ai pas confiance et que je ne suis pas à mon aise.

D) *J'organise une fête surprise ce soir pour mon meilleur ami et j'ai besoin de produits frais pour le repas. Mon ami aime la fraîcheur et les produits sains donc je vais proposer des corbeilles de fruits pour les invités. Je cuisinerai ensuite un plat à base de légumes et d'une belle pièce de viande. Il est 10h du matin et je n'ai rien d'autre à faire de spécial aujourd'hui.* **SUPERMARCHE**

Je vais dans plusieurs magasins. Je vais à intermarché pour la viande et au Delhaize pour les légumes et les fruits mais il faut aller tôt pour avoir des belles pièces. Ils ont des produits bio. Je passe aussi au Carrefour pour les apéros et ce qui manque et pour acheter des décorations ou des petites choses.

16) Quelles sont, selon vous, les grandes enseignes de distribution en Belgique ? Pourquoi est-ce une grande enseigne ?

- Carrefour : C'est grand et il y a tout. Il y en a dans tous les pays - Le fait qu'ils ont plusieurs formats ? non pas du tout, je n'y aurait pas pensé
- Delhaize : produits de qualité et prix abordables. Tout le monde connaît Delhaize
- Cora : Un grand magasin souvent le seul en ville.
- Colruyt

- Lidl = Aldi : très connus pour leurs prix bas mais personnellement je trouve que c'est plus psychologique qu'autre chose et que les prix ne sont pas si bas.

17) Quels sont les formats de magasins proposés par les enseignes suivantes ?

	Hypermarché	Supermarché	Proximité	Hard Discount
Aldi			oui	X oui
Lidl			oui	X oui
Carrefour	X oui	X oui market	X oui proxi	
Colruyt		X oui		
Delhaize		X oui	X oui proxi	
Intermarché	oui	X oui		
Cora	X oui			
Autre : Champion			oui	
Autre :				
Autre :				

Notes: Red marlet (discount de Delhaize), Intermarché a 3 formats mais principalement supermarché en Belgique, Colruyt a aussi Okay en magasin de proximité mais l'enseigne sur le magasin est Okay

intermarché est plus grand en France

18) Quel est, selon vous, le format le plus important ?

Supermarché : alimentaire, on trouve tout. Hypermarché, c'est comme faire plusieurs magasins à la fois. Je préfère les petits magasins. L'hyper prend plein de temps.

Remarques éventuelles :

la proximité - pas trop le prix - surtout l'atmosphère - En général elle fait plusieurs magasins

Informations personnelles

Age : 28

Sexe : Femme

Nombre de personnes dans le ménage : 2

Nombre d'enfants : 0

Métier : Réviseur d'entreprise

Je vous remercie d'avoir participé à cette enquête

Ferrari Gauthier

Etude qualitative concernant les habitudes de consommation (consommateur)

- 3 questions principales
- - **Pourquoi propose t-on plusieurs formats ? Réponses dans la littérature**
- - **Est ce que le consommateur perçoit les formats ? Connaissance des formats**
- - **Le consommateur fait-il une véritable distinction entre les formats ? Distinction des formats**

Thème 1 : Introduction et discussion sur la grande distribution

- Comment le consommateur perçoit il la grande distribution ?

- En savoir plus sur le répondant.

- La multi-fidélité, les magasins de références,...

1) Pouvez-vous me raconter la dernière fois où vous avez fait des courses en grande distribution ?

Je n'aime pas faire les courses. J'ai été en voiture au Delhaize et j'apprécie qu'ils aient souvent une pompe à essence. J'habite à Lessines. Je ne reste pas longtemps et je déteste chercher. J'ai fait mes courses pour la semaine et la liste de course est pour tous les rayons car je ne veux pas trainer. C'est rare que j'achète des choses en plus.

Je ne vais pas à plusieurs magasins le même jour mais je vais aussi chez Carrefour rarement. Plus souvent au Lidl et au Colruyt. Si il y a une caisse avec le scan, c'est la que je vais car je n'aime pas attendre.

2) Quelle est la fréquence de vos courses dans la grande distribution?

1x par semaine. Je ne change pas chaque semaine. Je vais 1x par mois chez Lidl, 1 ou 2x par mois chez Colruyt et 1x tous les 2 mois chez Carrefour.

3) Pourquoi cette fréquence ?

Je ne vais pas 1x par mois car je ne sais pas garder le frais.

4) Quel(s) est(sont) le(s) enseigne(s) où vous rendez pour faire vos courses?

Delhaize - Colruyt - Lidl - Carrefour

5) Dans laquelle de ces enseignes dépensez-vous le plus d'argent ?

Delhaize - C'est la que j'achète le principal des courses. Colruyt et Lidl c'est plus pour d'autres produits ciblés. Colruyt pour les cigares, le fromage, asperges,... - Lidl, produits ménagers et tout. J'ai des listes préremplies pour chaque magasins.

Carrefour c'est surtout pour faire un tour et pour les produits qu'on ne trouve pas ailleurs (ordinateur, ...)

6) Quelle est l'enseigne dans laquelle vous-vous rendez le plus souvent ?

Delhaize

7) Vous arrives t-il de visiter plusieurs magasins d'une même enseigne ?

2 ou 3 colruyts mais 1 principal. Les autres je ne change jamais, j'ai des habitudes de "grand mère" ^^.

Thème 2 : Les formats de distribution

8) Quels sont les différents types de magasins que vous connaissez ?

Hard discount - hypermarché - proximité

9) Quelles distinctions faites-vous entre ces différents formats ? Qu'est ce qui fait la différence?

Discount = moins chers et produits à stocker

hyper = pour les courses de tous les jours et tous les produits

proxi = quand c'est fermé ailleurs, je vais au paki

10) Et combien de types de magasins connaissez-vous dans une même enseigne ?

Delhaize et delhaize proximité avec les pompes à essence. Les autres sont les mêmes.

11) Pourquoi, selon vous, les enseignes de distribution proposent-elles plusieurs formats de magasin ?

Pour toucher un maximum de clientèle, la journée ou le soir (surtout l'horaire), cher ou pas cher.

Thème 3 : On dévoile les différents formats après avoir creusé un maximum dans les parties précédentes. Il y en a 4 principaux qui sont brièvement expliqués au répondant.

12) Pour chacun des formats suivants, veuillez citer un magasin. **Le répondant peut avoir un magasin de référence pour une enseigne mais ne jamais y aller**

- *Hypermarché (non spécialisé, 1/3 du CA en alimentaire et +2500m²)*
Carrefour
- *Supermarché (entre 1000m² et 2500m²)*
Colruyt, Carrefour supermarché, Delhaize,
- *Magasin de proximité ou supérette (120m² à 400m², peu de références)*
paki, supérette de village, SPAR,
- *Hard discount (moyenne 600m², prix bas)*

Lidl et Aldi et Leaderprice

13) Pour chacun des magasins cités, veuillez expliquer les critères qui ont motivé votre choix. Certains répondants n'ont peut-être toujours pas compris malgré les brèves explications

- Carrefour car c'est une grande surface avec un grand choix et c'est plus varié. Il y a de l'électronique et tout.
- Colruyt = c'est plus petit car la marchandise est plus ciblée et il y a moins de choix. Les caisses et tout c'est pareil. Je connais plus le personnel des supermarchés que des hyper. On se sent plus proche de Colruyt ou de Delhaize que de Carrefour. C'est plus convivial. Rayons logiques et plus soignés.
- Paki = Très petit et marchandise de dépannage, prix élevés - Supérette = c'est pareil, c'est un petit magasin de dépannage
- Lidl = produits sans marques, prix bas, rayons bordéliques et pas attrayant, la clientèle est spéciale lol (baraquis). Leurs marques à eux. Il y a les palettes sous les produits et ce n'est pas soigné.

14) Qu'est ce qui va vous motiver à vous rendre dans l'un ou l'autre format ? **Attentes en fonction du format**

Carrefour = car ma fille aime bien donc je lui fais plaisir. Je n'aime pas y aller car on est tenté par plein de choses et on ne sait pas faire ses courses rapidement. Ce n'est pas clair et je me perds, je ne trouve jamais rien. --- Delhaize : c'est la proximité, c'est clair et facile. Le parking est petit et à côté donc on est direct dans le magasin aussi. Dans l'hyper on se perd dans le parking et on perd plein de temps. --- Paki et supérettes : Je n'y vais jamais. --- Lidl : J'achète en plus grosse quantité et stocker. C'est moins cher.

15) En fonction des situations suivantes, dans quel format de magasin allez-vous vous rendre? Pour quelles raisons ?

A) *C'est l'anniversaire de mon ami Joe et je n'ai pas de cadeau. Il est approximativement 18h et je dois être à la fête pour 19h, laquelle se situe à 15 minutes de chez moi. Je suis prêt à partir. **HYPHER***

Je vais à l'épicerie fine car il y a tout pour offrir. Fois gras, bouteille, chocolats,...C'est un format à part avec des produits de luxe, on ne sait pas faire ses courses là.

B) *Finally, je reçois un appel dès que j'arrive à ma voiture. Une amie me prévient que Joe est un grand amateur de vin et qu'une bouteille de Meli Carignan lui ferait sans doute plaisir.*

Je vais chez Delhaize car ils ont des personnes pour aider et répondre aux questions.

C) Mon compagnon ou ma compagne me demande d'aller chercher du lait et du sel pour le plat qu'elle(il) prépare. Il est 19h30 et j'ai eu une longue journée de travail. Je pense en profiter pour acheter des chewing-gum et une cannette de soda. **PROXIMITE**

Je vais chez Delhaize car c'est juste à côté et c'est pas trop grand donc facile d'accès.

D) J'organise une fête surprise ce soir pour mon meilleur ami et j'ai besoin de produits frais pour le repas. Mon ami aime la fraîcheur et les produits sains donc je vais proposer des corbeilles de fruits pour les invités. Je cuisinerai ensuite un plat à base de légumes et d'une belle pièce de viande. Il est 10h du matin et je n'ai rien d'autre à faire de spécial aujourd'hui. **SUPERMARCHE**

Je vais chez Delhaize car ils ont du bio et des bons légumes frais. Les produits sont bons et j'aime bien ce magasin. Je vais à celui qui est plus grand même si je dois prendre ma voiture. Je connais les 2.

16) Quelles sont, selon vous, les grandes enseignes de distribution en Belgique ? Pourquoi est-ce une grande enseigne ?

Cora car c'est grand et qu'on en voit un peu partout

Carrefour car c'est les plus connus. Il y a les pubs à la télévision et il y a de tout. Des Carrefour Market et des petits Carrefour

Colruyt car ils sont connus et qu'ils font tout pour faire des prix bas.

3 grandes enseignes car c'est très grand et on en trouve un peu partout. Il y a tous les produits et même des tv ou électro-ménager. Les gros magasins côtés et "riches". - Delhaize n'est pas une grande enseigne car ce n'est pas une grosse boîte.

17) Quels sont les formats de magasins proposés par les enseignes suivantes ?

	Hypermarché	Supermarché	Proximité	Hard Discount
Aldi			oui	X
Lidl			oui	x
Carrefour	X oui	X oui	X	
Colruyt		X oui		
Delhaize		X oui	X oui	
Intermarché		X oui	oui	
Cora	X oui			
Autre :				
Autre :				
Autre :				

Notes: Red marlet (discount de Delhaize), Intermarché a 3 formats mais principalement supermarché en Belgique, Colruyt a aussi Okay en magasin de proximité mais l'enseigne sur le magasin est Okay

18) Quel est, selon vous, le format le plus important ?

Je dirais les super car on trouve tout et que c'est facile et rapide. les hyper c'est des super avec des vêtements et autres en plus.

Remarques éventuelles :

le plus importante c'est la variété, facilité, rapidité. - Je pense bien connaître les formats.

Informations personnelles

Age : 52

Sexe : Homme

Nombre de personnes dans le ménage : 3

Nombre d'enfants : 1

Métier : Fonctionnaire

Je vous remercie d'avoir participé à cette enquête

Ferrari Gauthier

Etude qualitative concernant les habitudes de consommation (consommateur)

- 3 questions principales
- - **Pourquoi propose t-on plusieurs formats ? Réponses dans la littérature**
- - **Est ce que le consommateur perçoit les formats ? Connaissance des formats**
- - **Le consommateur fait-il une véritable distinction entre les formats ? Distinction des formats**

Thème 1 : Introduction et discussion sur la grande distribution

- Comment le consommateur perçoit il la grande distribution ?

- En savoir plus sur le répondant.

- La multi-fidélité, les magasins de références,...

1) Pouvez-vous me raconter la dernière fois où vous avez fait des courses en grande distribution ?

C'était samedi, et je suis allé au Colruyt puis chez Francine la petite supérette. Depuis que ma femme est décédée, je fais les courses tout seul mais j'ai souvent de la visite donc je prends beaucoup de choses. Mes petits enfants viennent manger de temps en temps et j'ai aussi beaucoup d'animaux.

Au Colruyt, j'achète surtout des conserves car je peux les manger plus tard. J'achètes peu de produits frais car je n'aime pas trop faire les courses. J'aime bien le fait de sortir et de faire mes achats mais je n'aimes pas trop la foule et le bruit. - J'achètes des toasts ou du pain de seigle car cela conserve plus longtemps. Si j'achètes un pain, il sèche après quelques jours et je ne sais pas le manger seul.

La supérette me sert pour quelques articles en particulier ou alors pour les petites courses en semaine.

2) Quelle est la fréquence de vos courses dans la grande distribution?

Je vais 2 fois par mois au Colruyt et/ou Delhaize puis plusieurs fois au Proxi Delhaize et à la supérette. Je vais également 1 ou 2 fois par mois chez Tom&Co pour la nourriture des animaux. Sinon, j'achètes des patées et des friandises au Delhaize car ils ont pas mal de choses.

3) Pourquoi cette fréquence ?

Je vis seul donc je fais des grosses courses pour 15 jours. Je prends beaucoup de choses mais je suis limité car si je prends trop, je n'ai pas le temps de le manger et ca pourrait donc je dois racheter. Je suis obligé d'aller 2x par mois. - Sinon, je vais au Proxi ou à la supérette pour des petits achats quand j'ai de la visite ou qu'il me faut du jambon ou des boissons.

4) Quel(s) est(sont) le(s) enseignes(s) où vous-vous rendez pour faire vos courses?

Colruyt -Delhaize - Proxi Delhaize - Francine (supérette)

5) Dans laquelle de ces enseignes dépensez-vous le plus d'argent ?

Proxi Delhaize -- J'achète des produits plus chers là et plus souvent. Au Colruyt j'achètes des conserves et des produits bon marché. Je disais que je faisais des grosses courses mais ce n'est pas des courses énormes, au final, j'achètes plus dans les petits magasins ou en tout cas pour plus d'argent. -- C'est parce que je vais souvent au petits magasins avec mon petit fils après avoir été le chercher à l'école. C'est sur ma route et il peut s'acheter des petites choses alors que moi je refais mon stock. -- Chez Colruyt, j'achètes aussi des piles ou des produits d'entretien et pour travailler.

6) Quelle est l'enseigne dans laquelle vous-vous rendez le plus souvent ?

Francine et Proxi Delhaize - Je dirais Proxi Delhaize même si j'aime bien Francine, je vais là depuis de nombreuses années.

7) Vous arrive t-il de visiter plusieurs magasins d'une même enseigne ?

Delhaize et Proxi Delhaize qui ne sont pas très loin de chez moi. Il y a aussi un Colruyt dans mon village et un autre dans la ville voisine. Je visite les 2 -- Je suis aussi allé dans plusieurs Carrefour mais aussi Lidl et Aldi. Aujourd'hui je n'y vais presque jamais, je vais toujours dans les 3 ou 4 mêmes magasins.

Thème 2 : Les formats de distribution

8) Quels sont les différents types de magasins que vous connaissez ?

Il y a les grandes surfaces, les supermarchés et les supérettes. Je n'en vois pas d'autre.

9) Quelles distinctions faites-vous entre ces différents formats ? Qu'est ce qui fait la différence?

Les grandes surfaces sont plus grandes que les supermarchés et il y a plus de choix. On trouve plus que de la nourriture et il y a plus de prix. Il y a des produits chers et des produits sans marque moins chers. Je pense aux produits Everyday de Colruyt.

Les supérettes sont petites et plus chères. On trouve les produits mais moins de choix dans les marques.

10) Et combien de types de magasins connaissez-vous dans une même enseigne ?

Proxi Delhaize et Delhaize mais ce sont 2 supermarchés. Le gros Delhaize est plutôt hypermarché. - Colruyt tout seul. - Aldi et Lil aussi. - Carrefour, il me semble qu'il y en a des grands et des plus petits.

11) Pourquoi, selon vous, les enseignes de distribution proposent-elles plusieurs formats de magasin ?

Pour les différentes personnes. Une famille ira chez Carrefour ou dans un gros magasin, alors que moi je vais plutôt dans les petits. A part le Colruyt qui convient à tout le monde je pense.

Après les prix sont en général les mêmes mais ce qui change c'est le magasin. Il y en a qui sont beaux et d'autres qui sont mal soignés.

Thème 3 : On dévoile les différents formats après avoir creusé un maximum dans les parties précédentes. Il y en a 4 principaux qui sont brièvement expliqués au répondant.

12) Pour chacun des formats suivants, veuillez citer un magasin. **Le répondant peut avoir un magasin de référence pour une enseigne mais ne jamais y aller**

- *Hypermarché (non spécialisé, 1/3 du CA en alimentaire et +2500m²)*
Delhaize
- *Supermarché (entre 1000m² et 2500m²)*
Proxi Delhaize
- *Magasin de proximité ou supérette (120m² à 400m², peu de références)*
Supérette
- *Hard discount (moyenne 600m², prix bas)*
Aldi

13) Pour chacun des magasins cités, veuillez expliquer les critères qui ont motivé votre choix. **Certains répondants n'ont peut-être toujours pas compris malgré les brèves explications**

Delhaize car c'est grand et qu'il y a tout. On trouve tous les produits. Carrefour est plus grand mais c'est dans la même catégorie. Ils proposent plus ou moins la même chose et il y a plus ou moins de produits.

Proxi Delhaize car c'est plus petit et qu'on trouve de tout.

Supérette car c'est plus cher et qu'il y a moins. Mais on trouve ce qu'il faut pour les petits achats.

Aldi car c'est pas cher et pas soigné. Les magasins ne sont pas beaux mais les prix sont très bas.

14) Qu'est ce qui va vous motiver à vous rendre dans l'un ou l'autre format ? **Attentes en fonction du format**

Pour les grosses courses, je vais au Colruyt ou Delhaize et pour les plus petites chez Proxi ou supérette. Je ne vais pas au Aldi car je ne m'y retrouve pas. - Ils n'ont pas de bons produits pour les animaux.

15) En fonction des situations suivantes, dans quel format de magasin allez-vous vous rendre? Pour quelles raisons ?

A) C'est l'anniversaire de mon ami Joe et je n'ai pas de cadeau. Il est approximativement 18h et je dois être à la fête pour 19h, laquelle se situe à 15 minutes de chez moi. Je suis prêt à partir. **HYPHER**

Je vais chez Francine car elle saura me conseiller et que c'est ouvert tard. Je prendrai un dvd ou une bricole puis une bouteille d'alcool.

B) Finalement, je reçois un appel dès que j'arrive à ma voiture. Une amie me prévient que Joe est un grand amateur de vin et qu'une bouteille de Meli Carignan lui ferait sans doute plaisir.

Je pense aller au Delhaize car ils ont beaucoup de vin.

C) Mon compagnon ou ma compagne me demande d'aller chercher du lait et du sel pour le plat qu'elle(il) prépare. Il est 19h30 et j'ai eu une longue journée de travail. Je pense en profiter pour acheter des chewing-gum et une cannette de soda. **PROXIMITE**

Je vis seul mais si j'ai besoin de ces choses, je vais au Proxi ou à la supérette. C'est plus proche et ouvert tard.

D) J'organise une fête surprise ce soir pour mon meilleur ami et j'ai besoin de produits frais pour le repas. Mon ami aime la fraîcheur et les produits sains donc je vais proposer des corbeilles de fruits pour les invités. Je cuisinerai ensuite un plat à base de légumes et d'une belle pièce de viande. Il est 10h du matin et je n'ai rien d'autre à faire de spécial aujourd'hui. **SUPERMARCHE**

Je n'aime pas organiser des fêtes mais je pense que j'irai au Colruyt car il y a de tout et une salle froide avec les légumes et tout ca.

16) Quelles sont, selon vous, les grandes enseignes de distribution en Belgique ? Pourquoi est-ce une grande enseigne ?

Colruyt car il y en a un peu partout et qu'ils vendent de tout

Delhaize car ils sont connus et que c'est plus haut de gamme. Il y a aussi des Proxi pour les petites achat et je m'y retrouve comme dans un grand Delhaize. C'est plus ou moins fait pareil donc je ne suis pas perdu.

Aldi et Lidl qui sont connus et par chers donc beaucoup de gens y vont.

17) Quels sont les formats de magasins proposés par les enseignes suivantes ?

	Hypermarché	Supermarché	Proximité	Hard Discount
Aldi				X oui
Lidl				X oui
Carrefour	X oui	X oui	X	
Colruyt	oui	x		
Delhaize	oui	X oui proxi	x	

Intermarché		X oui		
Cora	X oui			
Autre : Francine			oui	
Autre : Champion	x	X oui		
Autre :				

Notes: Red marlet (discount de Delhaize), Intermarché a 3 formats mais principalement supermarché en Belgique, Colruyt a aussi Okay en magasin de proximité mais l'enseigne sur le magasin est Okay

18) Quel est, selon vous, le format le plus important ?

L'hypermarché car c'est au Colruyt et au Delhaize que je trouverai ce que je veux. Surtout au Delhaize car ils ont les aliments pour animaux de marque.

Remarques éventuelles :

Il aime la proximité et le calme. Il ne connaît pas trop Carrefour mais l'a cité une ou deux fois. Il accorde de l'importance à ses animaux et veut un magasin qui propose cela. - Il aime aussi aller dans les mêmes magasins car il s'y retrouve. Il ne va pas tenter de nouveaux magasins car il a peur de ne pas trouver ce qu'il veut, il a ses bonnes vieilles habitudes.

Informations personnelles

Age : 78

Sexe : Homme

Nombre de personnes dans le ménage : 1

Nombre d'enfants : 2

Métier : Retraité

Je vous remercie d'avoir participé à cette enquête

Ferrari Gauthier

Etude qualitative concernant les habitudes de consommation (consommateur)

- 3 questions principales
- - **Pourquoi propose t-on plusieurs formats ? Réponses dans la littérature**
- - **Est ce que le consommateur perçoit les formats ? Connaissance des formats**
- - **Le consommateur fait-il une véritable distinction entre les formats ? Distinction des formats**

Thème 1 : Introduction et discussion sur la grande distribution

- Comment le consommateur perçoit il la grande distribution ?

- En savoir plus sur le répondant.

- La multi-fidélité, les magasins de références,...

1) Pouvez-vous me raconter la dernière fois où vous avez fait des courses en grande distribution ?

J'aime bien aller à Cora car c'est près de chez moi et que c'est très grand. J'ai fait mes courses pour la semaine. J'aime beaucoup cuisiner et je prends des produits de marque. Je prends beaucoup de produits frais et j'aime quand il y a du choix. Je vais ensuite au Delhaize pour les choses qui me manquent et pour les surgelés qui sont bien là bas. Le poulet est moins cher et mon fils en mange beaucoup car il fait du sport. - Je vais également au Carrefour Market qui est près de chez moi mais aussi au Carrefour Drive car je n'ai pas toujours tout mon temps. - J'ai une famille de 3 enfants adolescents donc ils mangent beaucoup. En général, ils ne viennent pas avec et me disent ce qu'ils veulent. - Je vais parfois au Delhaize car il y a de bons produits.

2) Quelle est la fréquence de vos courses dans la grande distribution?

1 fois par semaine au Cora et au Delhaize. Les semaines où je n'ai pas le temps de faire les courses je commande au Drive.

3) Pourquoi cette fréquence ?

Cora : 1x par semaine pour faire les grosses courses. -- Carrefour Market : C'est plutôt mon mari qui va au Carrefour market car c'est sur son chemin en rentrant du boulot et il prend la viande ou des aliments spécifiques pour le dîner. -- Delhaize : Je vais au Delhaize après le Cora pour les produits qui me manquent et pour flâner un peu. Même si c'est plus petit, il y a une bonne atmosphère et des produits autres que la nourriture. -- Drive : Quand je n'ai pas le temps, je trouve cela pratique mais je préfère quand même faire mes courses dans le magasin.

4) Quel(s) est(sont) le(s) enseigne(s) où vous rendez pour faire vos courses?

Cora - Delhaize - Carrefour Market : mari - Drive

5) Dans laquelle de ces enseignes dépensez-vous le plus d'argent ?

Cora car c'est là que je fais les plus grosses courses et que j'achète le plus de marques. C'est grand mais ce n'est pas spécialement là qu'il y a le plus de marques mais on y trouve notre compte. C'est surtout que mes parents y allaient beaucoup et que j'aime bien ce magasin. Mon mari ? Il allait ailleurs mais bon comme c'est moi qui fait le gros des courses, je vais où bon me semble. - Ensuite c'est le Delhaize car on prend quelques bons produits. - Ensuite c'est Carrefour Market pour les petits achats de dépanne. - Enfin le Drive car c'est rare.

6) Quelle est l'enseigne dans laquelle vous-vous rendez le plus souvent ?

Je dirais Cora car parfois, si je n'ai pas le temps, je ne vais qu'au Cora et pas au Delhaize. Carrefour Market et Drive c'est plus rare.

7) Vous arrivez-t-il de visiter plusieurs magasins d'une même enseigne ?

Je suis allé à un autre Cora mais ça ne me plaisait pas. Le magasin était différent et je m'y retrouvais pas trop. Les courses ne sont pas une corvée mais je n'aime pas trop chercher les choses. - Je suis allé au Proxi Delhaize et au Delhaize - Carrefour et Carrefour Market - Colruyt

Thème 2 : Les formats de distribution

8) Quels sont les différents types de magasins que vous connaissez ?

Supermarché : C'est un grand magasin qui vend uniquement de la nourriture. Il y a aussi des dvd ou des choses comme ça.

Hypermarché : Très grand magasin, souvent rattaché à une galerie et on trouve de tout. C'est plus grand que le super.

Pakis : Je le reconnais car c'est petit et grâce au vendeur. Ils vendent le strict minimum et sont chers.

9) Quelles distinctions faites-vous entre ces différents formats ? Qu'est ce qui fait la différence?

ok

10) Et combien de types de magasins connaissez-vous dans une même enseigne ?

Carrefour et Carrefour Market et Drive - Cora - Delhaize - Pakis - Aldi et Lidl

11) Pourquoi, selon vous, les enseignes de distribution proposent-elles plusieurs formats de magasin ?

Pour toucher un plus large public car ils proposent des choses différentes. En fonction de la place disponible aussi, car on a pas la place pour un grand magasin au centre ville par exemple. Et c'est idiot de faire un tout petit magasin au milieu de nulle part.

Il y a aussi le budget, si ils n'ont pas trop d'argent, ils ne savent pas faire un hypermarché.

Thème 3 : On dévoile les différents formats après avoir creusé un maximum dans les parties précédentes. Il y en a 4 principaux qui sont brièvement expliqués au répondant.

12) Pour chacun des formats suivants, veuillez citer un magasin. Le répondant peut avoir un magasin de référence pour une enseigne mais ne jamais y aller

- *Hypermarché (non spécialisé, 1/3 du CA en alimentaire et +2500m²)*
Cora
- *Supermarché (entre 1000m² et 2500m²)*
Carrefour Market
- *Magasin de proximité ou supérette (120m² à 400m², peu de références)*
Pakis
- *Hard discount (moyenne 600m², prix bas)*
Lidl

13) Pour chacun des magasins cités, veuillez expliquer les critères qui ont motivé votre choix. Certains répondants n'ont peut-être toujours pas compris malgré les brèves explications

Cora : c'est grand, un très grand parking. Il y a du choix et du non alimentaire. Il y a souvent des animations et beaucoup de personnel en activité.

Carrefour Market : Il est de taille moyenne et on trouve surtout des marques du magasin(Carrefour).

Paki ; Le plus petit, cher et peu de choix

Lidl : Que des produits pas chers et il y a des petits prix. Les magasins ne sont pas jolis et on voit qu'ils n'ont pas investit dans les service et la vente.

14) Qu'est ce qui va vous motiver à vous rendre dans l'un ou l'autre format ? Attentes en fonction du format

En fonction de mes besoins et des marques que je veux trouver. - Hyper : grosses courses et marques - Super : petits achats - Proxi : je vais jamais - Discount : je vais jamais, c'est trop bas de gamme et je n'aime pas la clientèle

15) En fonction des situations suivantes, dans quel format de magasin allez-vous vous rendre? Pour quelles raisons ?

A) *C'est l'anniversaire de mon ami Joe et je n'ai pas de cadeau. Il est approximativement 18h et je dois être à la fête pour 19h, laquelle se situe à 15 minutes de chez moi. Je suis prêt à partir. **HYPHER***

Je vais au plus proche, à savoir le Delhaize. Ils ont souvent des objets à offrir, des boites de chocolats et tout ca.

B) *Finally, je reçois un appel dès que j'arrive à ma voiture. Une amie me prévient que Joe est un grand amateur de vin et qu'une bouteille de Meli Carignan lui ferait sans doute plaisir.*

Je demandes à mon mari qui s'y connait mieux et il ira surement dans le magasin spécial pour cela. Il y a un vendeur de vins pas très loin de chez nous.

C) Mon compagnon ou ma compagne me demande d'aller chercher du lait et du sel pour le plat qu'elle(il) prépare. Il est 19h30 et j'ai eu une longue journée de travail. Je pense en profiter pour acheter des chewing-gum et une cannette de soda. **PROXIMITE**

Je vais au Delhaize car c'est le plus proche.

D) J'organise une fête surprise ce soir pour mon meilleur ami et j'ai besoin de produits frais pour le repas. Mon ami aime la fraîcheur et les produits sains donc je vais proposer des corbeilles de fruits pour les invités. Je cuisinerai ensuite un plat à base de légumes et d'une belle pièce de viande. Il est 10h du matin et je n'ai rien d'autre à faire de spécial aujourd'hui. **SUPERMARCHE**

Je vais à Cora car il y a tout et de bons produits selon moi.

16) Quelles sont, selon vous, les grandes enseignes de distribution en Belgique ? Pourquoi est-ce une grande enseigne ?

Cora : grand, bons produits,... Il y a des Cora un peu partout

Delhaize : Ils sont proches des gens et il y en a aussi bien à la campagne qu'en ville. C'est le magasin de base pour dépanner ou pour faire des grosses courses.

Carrefour : c'est souvent dans les grosses villes donc loin de chez moi et je les trouve moins accessibles que les Cora

Lidl et Aldi : discount pour ceux qui font attention à leurs sous c'est très bien

17) Quels sont les formats de magasins proposés par les enseignes suivantes ?

	Hypermarché	Supermarché	Proximité	Hard Discount
Aldi				X oui
Lidl				X oui
Carrefour	X oui	X oui	X	
Colruyt		x		oui
Delhaize	oui	X oui	x	
Intermarché		X oui		
Cora	X oui			
Autre :				

Autre :				
Autre :				

Notes: Red marlet (discount de Delhaize), Intermarché a 3 formats mais principalement supermarché en Belgique, Colruyt a aussi Okay en magasin de proximité mais l'enseigne sur le magasin est Okay

18) Quel est, selon vous, le format le plus important ?

L'hypermarché est le mieux car on a tout donc si on avait que celui la ca irait.

Remarques éventuelles :

Elle fait les courses pour la famille et est influencée par les enfants. Elle achète des marques et va dans les magasins qu'elle connaît bien. Elle demande de l'aide a son mari quand il faut des petits achats et on voit qu'elle va dans plusieurs magasins pour trouver tout ce qu'elle veut.
- Pas spécialement pour les prix puisqu'elle achète des marques mais pour le plaisir ou parce que les distributeurs ont des produits différents.

Informations personnelles

Age : 55

Sexe : Femme

Nombre de personnes dans le ménage : 5

Nombre d'enfants : 3

Métier : Institutrice

Je vous remercie d'avoir participé à cette enquête

Ferrari Gauthier