

ANNEXES

Annexe 1 : Guide d’entretien individuel et guide d’animation.....	83
Guide d’entretien individuel.....	83
Guide d’animation.....	89
Publicités A à H.....	96
Photos 1 à 8	100
Dialogues 1 à 8.....	103
Support du guide d’animation	106
Annexe 2 : Retranscription des interviews individuelles.....	111
Entretien individuel 1 :	111
Entretien individuel 2 :	122
Entretien individuel 3 :	134
Entretien individuel 4 :	146
Entretien individuel 5 :	157
Entretien individuel 6 :	169
Annexe 3 : Retranscription des discussions de groupe.....	179
Discussion de groupe 1 : 20-35 ans	179
Discussion de groupe 2 : 35-50 ans	204
Annexe 4 : Tableau d’analyse	229
1) Segment « ego-expression / valeur réelle ».....	229
2) Segment « valeur réelle / socio-expression »	237
3) Segment « socio-expression / intégration sociale »	240
4) Segment « intégration sociale / ego répression »	244
5) Segment « ego-répression / supériorité fictive »	249
6) Segment « supériorité fictive / socio-répression »	254
7) Segment « socio- répression / valorisation individuelle ».....	262
8) Segment « valorisation individuelle / ego-expression ».....	264
Tableau en feuille de calcul Excel pour quantifier l’étude qualitative	267

Annexe 1 : Guide d'entretien individuel et guide d'animation

Guide d'entretien individuel

Introduction :

Tout d'abord **bonjour**. **Merci** d'avoir répondu à mon invitation et de bien vouloir contribuer à cette **étude**. Je vous propose de vous **installer confortablement**.

Je me présente, je m'appelle Pauline j'ai 23 ans et je suis dans ma dernière année de Master en Sciences de Gestion à Louvain-La-Neuve.

Je propose que vous vous présentiez à votre tour. Ceci nous permettra de faire plus ample connaissance.

Aujourd'hui l'**objet** de notre entretien est la publicité. **Mon but** sera de comprendre et de connaître vos motivations, attitudes et opinions quant à la publicité actuelle qu'on peut rencontrer sur internet. Il est donc important que vous vous **exprimiez librement** sans hésiter à fournir des explications. Toutes les informations comptent et auront leur rôle à jouer. Si une question vous semble **gênante** ou embarrassante, n'hésitez pas à me le signaler.

Nous n'allons à aucun moment **juger** vos propos, ce qui nous intéresse ce sont les **informations** que nous pouvons retirer de cet entretien et non pas « qui a dit quoi ». D'ailleurs, tout ce qui sera dit restera **confidentiel**. Par contre, si vous me le permettez je tiens à **enregistrer** notre rencontre uniquement pour que je puisse retenir et analyser toutes les informations par la suite.

Si cela vous convient, cet entretien devrait durer une **quarantaine de minutes**.

Avez-vous des **questions** jusqu'à présent ?

C'est parti.

Echauffement:

Association libre

Pour commencer cet entretien, j'aimerais savoir ce que vous **évoquent** certains mots que je vais vous citer. N'hésitez pas à **exprimer tout ce qui vous passe par l'esprit** :

- marketing
- publicité
- média
- promotion
- communication
- image
- consommation

Topo général:

Description

À présent je vais vous montrer **une série d'images** qui sont des **publicités** de tout genre et que vous avez peut-être déjà pu apercevoir dans des **magazines, journaux ou sur Internet**. J'aimerais savoir ce que vous pensez de chacune de ces pubs, quelle est votre réaction et que ressentez-vous lorsque vous voyez ces pubs ? Selon vous, quel est **l'objectif des entreprises** avec chacune de ces publicités ? **Publicité A – B – C – D – E – F – G – H**

Description

On va continuer avec cette réflexion, mais maintenant je vais vous montrer **8 photos** de personnes avec des **profils différents**. J'aimerais savoir quelle pub, d'après vous, va être **détestée** et laquelle va être **appréciée** par chacune de ces personnes.

Photo 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 – 8

Rêve éveillé dirigé

À présent, imaginez-vous en **2135**. Vous vous trouvez dans une ville qui ressemblera à celle sur la photo¹.



¹ Belfiore, G. (2016). Project Sidewalk : Google planche sur la ville du futur. En ligne sur clubic, <http://www.clubic.com/technologies-d-avenir/actualite-803376-project-sidewalk-google-planche-ville-futur.html>, consulté le 25 juin 2016.

Imaginez que vous vous **promenez en rue** avec vos amis ou que vous êtes en chemin pour le travail (comme vous préférez), pouvez-vous me **décrire ce que vous voyez** ? Est-ce que vous pouvez me dire si vous avez **rencontré des publicités** sur votre route ? Vous êtes toujours dans ce futur. Pouvez-vous me dire **où d'autre** (que dans la rue) vous pouvez voir de la **publicité** ?

Topo spécifique:

Association libre

Qu'est-ce que vous **évoquent les mots** :

- adresse IP
- publicité ciblée
- cookies²



- ciblage comportemental

Je vous ai proposé ces **différents mots** car ils sont en lien avec la **publicité** qu'on peut retrouver aujourd'hui sur Internet.

Compléter le dialogue

Maintenant je vais vous présenter plusieurs images qui sont des dialogues et je vais vous demander de remplir les bulles des conversations vides. **Dialogue 1-2-3-4-5-6**

Vous l'avez peut-être compris, il s'agissait de **publicités ciblées dites comportementales**. **Connaissez-vous** ce type de publicité ? Qu'est-ce que cela **signifie** pour vous ? Avez-vous un autre **exemple d'une situation que vous avez déjà vécu** ?

² Info Conception. (2015). Alerte aux cookies sur les sites web français ! En ligne sur Info Conception <http://www.creation-de-sites-internet.fr/alerte-aux-cookies-sur-les-sites-web-francais/>, consulté le 25 juin 2016

La pub ciblée comportementale est possible grâce à la technique de ciblage comportemental. C'est en fait un moyen d'adresser la publicité aux personnes en ligne en fonction des pages web visitées, des recherches qu'il a faites sur Internet, les publicités sur lesquelles il a pu cliquer ou des achats qu'il a faits sur certains sites ou les produits qu'il a mis dans son panier d'achats. Tous ces éléments permettent de déterminer en quelque sorte les centres d'intérêt des consommateurs et donc de leur adresser des bonnes publicités ce qui veut dire des pubs qui doivent forcément lui correspondre.

En image simplifiée cela donne ca³



Description

Quels **types de personnes** vont bien **aimer** cette pub et quels types de personnes ne vont **pas l'aimer**. Pouvez-vous m'expliquer **pourquoi** ? Pour vous aider, je vous propose de reprendre les photos que nous avons déjà utilisées précédemment. **Photo 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 – 8**

³ Kméléo (n.d.). En ligne sur, <http://www.6peo.com/solution-kmeleo/fonctionnement>. Consulté le 25 juin 2016.

Clôture:

Cette **discussion touche à sa fin**. J'aimerais toutefois revoir avec vous les **principaux points** qui ont été abordés. (Faire le point)

Êtes-vous d'accord avec ceci ?

Souhaiteriez-vous **ajouter** quelque chose quant à cet entretien ? Est-ce que vous avez des **critiques ou une opinion** à donner sur cet entretien? Ou avez-vous des **questions** ?

La discussion est maintenant finie. Je souhaite vous **remercier** une dernière fois pour votre **présence** et votre **implication** dans mon étude.

Un tout grand merci !

Guide d'animation

Introduction :

Bonjour à tous. **Merci** d'avoir répondu à mon invitation et de bien vouloir contribuer à cette étude. Je vous propose de vous **installer confortablement** autour de la table.

Je me **présente**, je m'appelle Pauline j'ai 23 ans et je suis dans ma dernière année de Master en Sciences de Gestion à LLN. Je vous propose, à présent, de prendre la parole pour que vous puissiez **vous présenter à tour de rôle**. Ceci nous permettra de faire plus ample connaissance.

Maintenant que tout le monde a eu l'occasion de se présenter, je vais vous exposer quelques **règles** pour assurer le **bon déroulement de cette discussion**.

Avant tout, sachez que tout ce qui sera dit restera **confidentiel**. Je me permets d'**enregistrer** cette conversation de façon à ce que je puisse **retenir et analyser** toutes les informations par la suite.

Je souhaite que chacun d'entre vous puisse parler **sans retenue**, il s'agit d'une **discussion** où je vous demande d'exprimer **vos pensées et sentiments**. Vous ne serez **pas jugés**, d'ailleurs il n'y a pas de **bonne ou mauvaise** réponse quant aux questions qui vous seront posées. Je vous invite également à **réagir aux propos** de vos collègues sans hésitation. Je vous demanderai toutefois de **prendre la parole** une fois que le participant qui s'exprime a fini de parler. Le but est aussi que chacun **écoute et puisse entendre** ce qu'une autre personne veut partager.

Vous trouvez sur la table quelques **chips et boissons** donc faites vous plaisir et n'hésitez surtout pas à vous servir.

Avant de commencer, j'aimerais savoir si vous avez des **questions à ce stade ?**

Comme je vous l'ai signalé avant notre rencontre, la discussion d'aujourd'hui porte sur la **publicité**. Mon but sera de comprendre et de connaître vos motivations, attitudes et opinions quant à la **publicité actuelle** qu'on peut rencontrer entre autres sur **internet**.

Tout est clair pour vous ? C'est parti.

Echauffement:

Association libre

Pour commencer cet entretien, j'aimerais savoir ce que vous **évoquent** certains mots que je vais vous citer. N'hésitez pas à **exprimer tout ce qui vous passe par l'esprit**.

- marketing
- publicité
- média
- promotion
- communication
- ~~- image~~ (inutile : remarqué grâce aux interviews individuelles)
- consommation

Topo général:

Description

À présent je vais vous montrer **une série d'images** qui sont des **publicités** de tout genre et que vous avez peut-être déjà pu apercevoir dans des **magazines, journaux ou sur Internet**. J'aimerais savoir ce que vous pensez de chacune de ces pubs, quelle est votre réaction, que ressentez-vous lorsque vous voyez ces pubs ? Selon vous, quel est **l'objectif des entreprises** avec chacune de ces publicités ? **Publicité A – B – C – D – E – F – G – H**

Si je **rassemble** toutes ces publicités. Laquelle ou lesquelles(s) va être **préférées et détestées** ? Pouvez-vous m'expliquer **pourquoi** ?⁴

Description

On va continuer avec cette réflexion, mais maintenant je vais vous montrer 8 photos de personnes avec des profils différents.

J'aimerais savoir quelle pub , d'après vous, va être **détestée** et laquelle va être **appréciée** par chacune de ces personnes. **Photo 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 – 8**

Rêve éveillé dirigé

À présent, imaginez-vous en 2135. Vous vous trouvez dans une ville qui ressemblera à celle sur la photo⁵.



⁴ (Suite à mes interviews individuelles, je décide de rajouter une question supplémentaire pour peut-être plus parler de l'avis en général des personnes à propos de la publicité).

⁵ Belfiore, G. (2016). Project Sidewalk : Google planche sur la ville du futur. En ligne sur clubic, <http://www.clubic.com/technologies-d-avenir/actualite-803376-project-sidewalk-google-planche-ville-futur.html>, consulté le 25 juin 2016.

Imaginez que vous vous **promenez en rue** avec vos amis ou que vous êtes en chemin pour le travail (comme vous préférez), pouvez-vous me **décrire ce que vous voyez** ? Est-ce que vous pouvez me dire si vous avez **rencontré des publicités** sur votre route ? Vous êtes toujours dans ce futur. Pouvez-vous me dire **où d'autre** (que dans la rue) vous pouvez voir de la **publicité** ?

Topo spécifique:

Association libre

Qu'est-ce que vous **évoquent les mots** :

- adresse IP
- publicité ciblée
- cookies⁶



- ciblage comportemental

Je vous ai proposé ces **différents mots**, car ils sont en lien avec la **publicité** qu'on peut retrouver aujourd'hui sur Internet.

Compléter le dialogue

Maintenant je vais vous présenter plusieurs images qui sont des dialogues et je vais vous demander de remplir les bulles des conversations vides. Je vous laisse un temps de réflexion. Vous avez de quoi écrire, quand tout le monde est prêt on met en commun ce que chacun a pu écrire dans la bulle. Cela vous convient ? Dialogue **1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6**

Vous l'avez peut-être compris, il s'agissait de **publicités ciblées dites comportementales**. **Connaissiez-vous** ce type de publicité ? Qu'est-ce que cela **signifie** pour vous ? Avez-vous un autre **exemple d'une situation que vous avez déjà vécu** ?

La pub ciblée comportementale est possible grâce à la technique de ciblage comportemental. C'est en fait un moyen d'adresser la publicité aux personnes en ligne en fonction des pages web visitées, des recherches qu'il a faites sur Internet, les publicités sur lesquelles il a pu cliquer ou des achats qu'il a faits sur certains sites ou les

⁶ Info Conception. (2015). Alerte aux cookies sur les sites web français ! En ligne sur Info Conception <http://www.creation-de-sites-internet.fr/alerte-aux-cookies-sur-les-sites-web-francais/>, consulté le 25 juin 2016

produits qu'il a mis dans son panier d'achats. Tous ces éléments permettent de déterminer en quelque sorte les centres d'intérêt des consommateurs et donc de leur adresser des bonnes publicités ce qui veut dire des pubs qui doivent forcément lui correspondre.

En image simplifiée cela donne ceci⁷



Description

Quels **types** de personnes vont bien aimer cette pub et quels types de personnes ne vont pas l'aimer. Pouvez-vous m'expliquer pourquoi ? Pour vous aider, je vous propose de reprendre les photos que nous avons déjà utilisées précédemment. **Photo 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 – 8**

⁷ Kméléo (n.d.). En ligne sur, <http://www.6peo.com/solution-kmeleo/fonctionnement>. Consulté le 25 juin 2016.

Clôture:

Cette **discussion touche à sa fin**. J'aimerais qu'on prenne le temps de discuter des points les plus intéressants et des idées les plus intéressantes qui ressortent selon vous de cette discussion ? Et pour quelles raisons ?

Souhaitez-vous **ajouter** quelque chose quant à cet entretien ?

Avez-vous des **questions** ?

La discussion est maintenant finie. Je souhaite vous **remercier** une dernière fois pour votre **présence** et votre **implication** dans mon étude.

Un tout grand merci !

Publicités A à H

Publicité A⁸



Publicité B⁹



⁸ Dove (2014) En ligne sur twitter <https://twitter.com/dove/status/527883952053174272> , Consulté le 26 juin 2016.

⁹ United Colors of Benetton (2011) En ligne sur dailymail <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2062423/Benetton-Unhate-advert-Pope-kissing-imam-withdrawn-Vatican-calls-disrespectful.html>. Consulté le 26 juin 2016.

Publicité C¹⁰Publicité D¹¹

¹⁰ La laitère (n.d.) En ligne sur <http://horobindo.centerblog.net/6598026-ii-etait-une-fois-la-laitiere>. Consulté le 26 juin 2016.

¹¹ Coca-Cola (2013) En ligne sur <https://dehebbberigehuisvrouw.wordpress.com/2013/01/28/coca-cola-light-break/> Consulté le 25 juin 2016.

Publicité E¹²



Publicité F¹³



¹² Skoda (2012) En ligne sur <http://vavavoom.fr/2012/01/11/skoda-dynamise-sa-communication/>. Consulté le 25 juin 2016.

¹³ OGM (2011) En ligne sur http://www.lexpress.fr/actualite/societe/environnement/ogm-pesticides-cette-campagne-vous-choque-t-elle_962682.html. Consulté le 25 juin 2016.

Publicité G¹⁴Publicité H¹⁵

¹⁴ Miss Dior (2012) En ligne sur <http://www.celebrityscentsation.com/celebrity-perfumes/actors/natalie-portman/miss-dior-le-parfum/>. Consulté le 25 juin 2016.

¹⁵ Evian (2013) En ligne sur <http://www.adweek.com/news/advertising-branding/ad-day-evian-148706>. Consulté le 25 juin 2016.

Photos 1 à 8

Photo 1¹⁶



Photo 2¹⁷



Photo 3¹⁸



¹⁶ 123RF (2016). <http://fr.123rf.com/>. Consulté le 28 juin.

¹⁷ Idem.

¹⁸ Idem.

Photo 4¹⁹**Photo 5²⁰****Photo 6²¹**

¹⁹ 123RF (2016). <http://fr.123rf.com/>. Consulté le 28 juin.

²⁰ Idem.

²¹ Idem.

102.

Photo 7²²



Photo 8²³

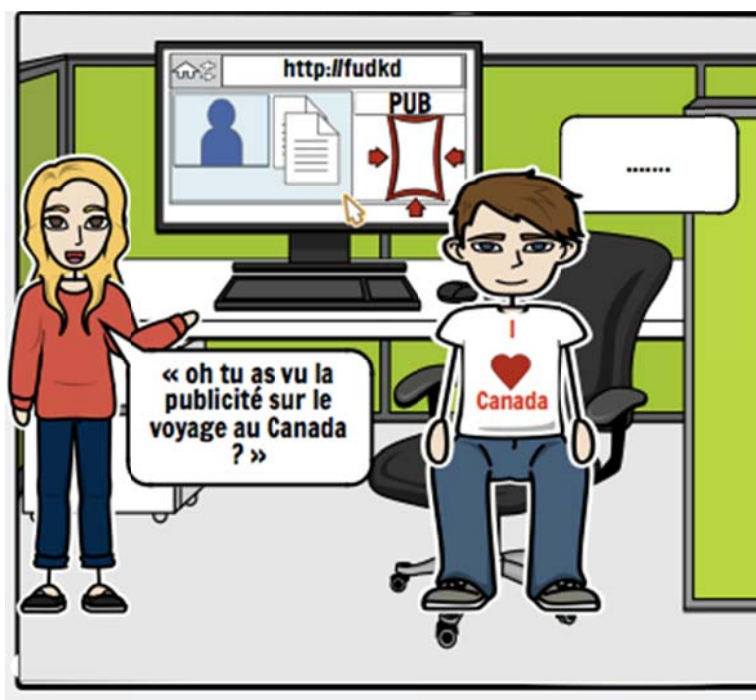


²² 123RF (2016). <http://fr.123rf.com/>. Consulté le 28 juin.

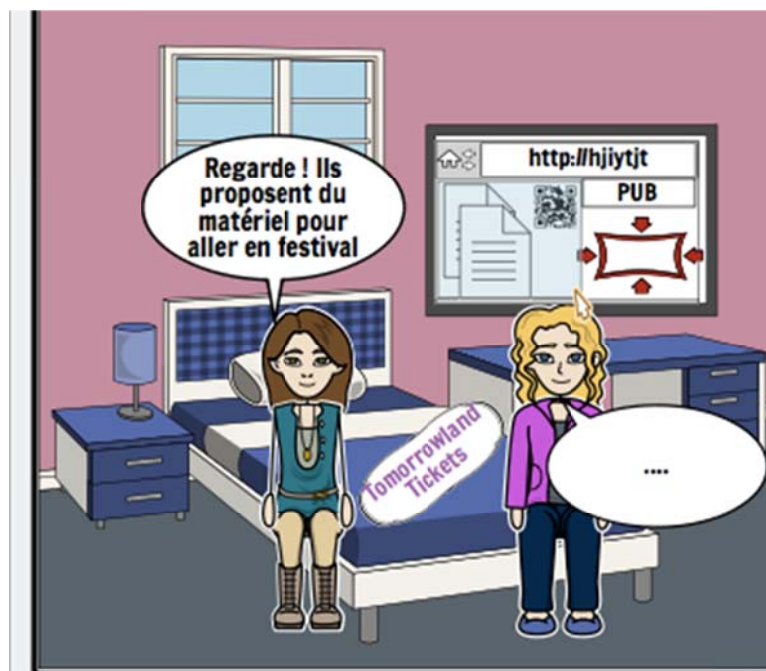
²³ Idem.

Dialogues 1 à 8

Dialogue 1²⁴



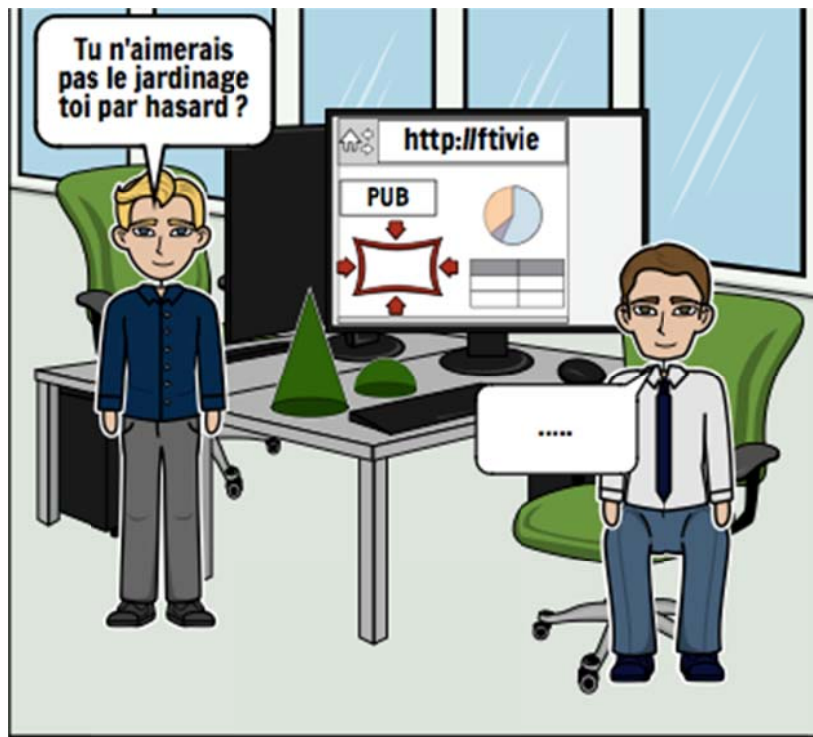
Dialogue 2²⁵



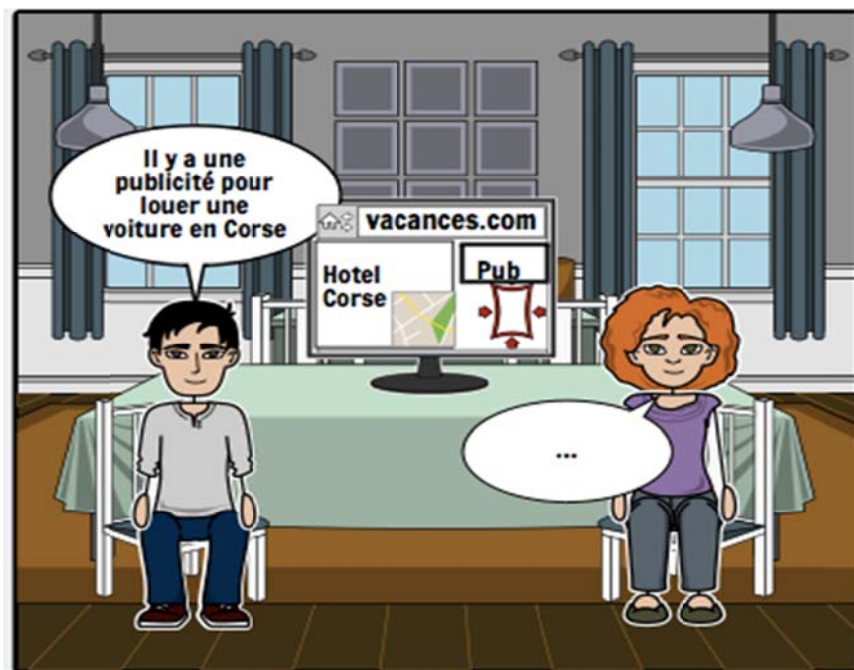
²⁴ Storyboardthat (2016). <http://www.storyboardthat.com/storyboard-creator> . Consulté le 25 juin 2016.

²⁵ Idem.

Dialogue 3²⁶

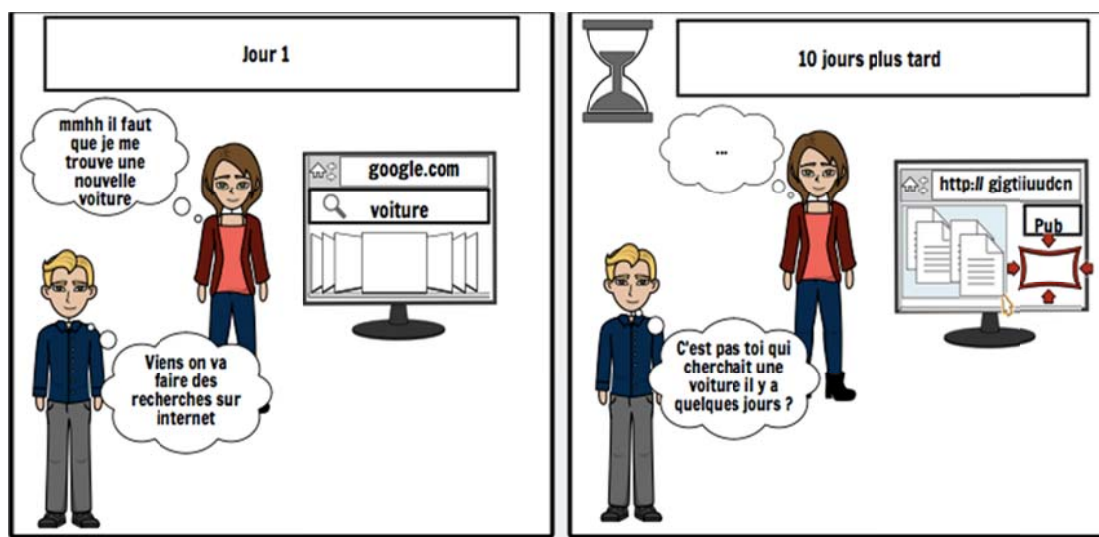


Dialogue 4²⁷



²⁶ Storyboardthat (2016). <http://www.storyboardthat.com/storyboard-creator> . Consulté le 25 juin 2016.

²⁷ Idem.

Dialogue 5²⁸Dialogue 6²⁹

²⁸ Storyboardthat (2016). <http://www.storyboardthat.com/storyboard-creator> . Consulté le 25 juin 2016.

²⁹ Idem.

Support du guide d'animation

Discussion de groupe

Dans le cadre du mémoire de Pauline Vandenneucker

Questions ?



Que vous évoque le mot ...

- + Marketing
- + Publicité
- + Média
- + Promotion
- + Communication
- + Consommation

Quelle est votre réaction ?

Publicité B



Présentation

- + 23 ans - Sciences de Gestion - Louvain School of Management
- + C'est à vous
- + Bon déroulement de la discussion
 - + Enregistrement
 - + Confidentiel
 - + Discussion
 - + Réagir
 - + Prendre la parole
 - + Ecouter



C'EST PARTI !

Quelle est votre réaction ?

Publicité A



Quelle est votre réaction ?

Publicité C



Quelle est votre réaction ?

Publicité D



Quelle est votre réaction ?

Publicité E



Quelle est votre réaction ?

Publicité F



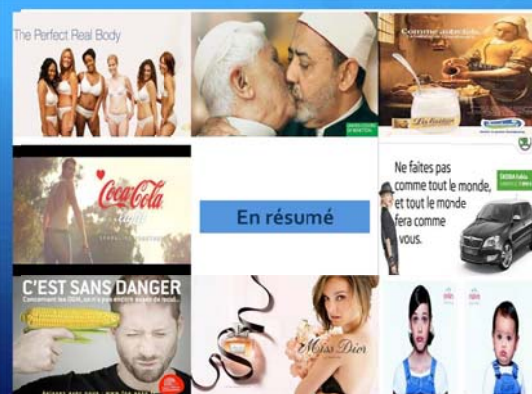
Quelle est votre réaction ?

Publicité G



Quelle est votre réaction ?

Publicité H



Qui aime et qui n'aime pas ?

Photo 1



Qui aime et qui n'aime pas ?

Photo 2



Qui aime et qui n'aime pas ? Photo 3 	Qui aime et qui n'aime pas ? Photo 4 
Qui aime et qui n'aime pas ? Photo 5 	Qui aime et qui n'aime pas ? Photo 6 
Qui aime et qui n'aime pas ? Photo 7 	Qui aime et qui n'aime pas ? Photo 8 
Imaginez-vous en 2135 	Que vous évoque le mot ... + Adresse IP + Publicité ciblée + Cookies + Ciblage comportemental

Dialogue à compléter

Dialogue 1



Dialogue à compléter

Dialogue 2



Dialogue à compléter

Dialogue 3



Dialogue à compléter

Dialogue 4



Dialogue à compléter

Dialogue 5



Dialogue à compléter

Dialogue 6



Publicité ciblée comportementale



Explication !

En image



Qui aime et qui n'aime pas ?

- + Photo 1
- + Photo 2
- + Photo 3
- + Photo 4
- + Photo 5
- + Photo 6
- + Photo 7
- + Photo 8

Un dernier effort !

Idées les plus intéressantes selon vous ?





Annexe 2 : Retranscription des interviews individuelles

Entretien individuel 1 :

Introduction :

Merci d'avoir répondu à mon invitation et de bien vouloir contribuer à cette étude. Je vous propose de vous installer confortablement.

Je me présente, je m'appelle Pauline j'ai 23 ans et je suis dans ma dernière année de Master en Sciences de Gestion à Louvain-La-Neuve.

Je propose que vous vous présentiez à votre tour. Ceci nous permettra de faire plus ample connaissance

B : Je m'appelle Bernadette, j'ai 41 ans et je suis maman à temps plein.

Aujourd'hui l'objet de notre entretien est la publicité. Mon but sera de comprendre et de connaître vos motivations, attitudes et opinions quant à la publicité actuelle qu'on peut rencontrer sur internet. Il est donc important que vous vous exprimiez librement sans hésiter à fournir des explications à vos propos. Toutes les informations comptent et auront leur rôle à jouer. Si une question vous semble gênante ou embarrassante, n'hésitez pas à me le signaler.

Nous n'allons à aucun moment juger vos propos, ce qui nous intéresse ce sont les informations que nous pouvons retirer de cet entretien et non pas « qui a dit quoi ». D'ailleurs, tout ce qui sera dit restera confidentiel. Par contre, si vous me le permettez je tiens à enregistrer notre rencontre uniquement pour que je puisse retenir et analyser toutes les informations par la suite.

Si cela vous convient, cet entretien devrait durer une quarantaine de minutes.

Avez-vous des questions jusqu'à présent ?

112.

B : Non, c'est parfait.

C'est parti.

Echauffement:

Pour commencer cet entretien, j'aimerais savoir ce que vous évoquent certains mots que je vais vous citer. N'hésitez pas à exprimer tout ce qui vous passe par l'esprit.

Marketing : Pour moi, c'est tout ce qui est en relation avec les ventes.

Publicité : La publicité, c'est ce qu'on voit dans les médias et sur les affiches.

Média : Tout ce qu'on raconte. Non ? Je me trompe ?

Animateur : En faite ce qui m'intéresse ici c'est de savoir ce que ces mots vous évoquent ou signifient pour vous. Il n'y a pas de mauvaise réponse. Donc si pour vous les médias représentent « tout ce qu'on raconte » c'est très bien pour moi.

B : D'accord. Alors voilà c'est tout ce que cela m'évoque.

Promotion : Cela me fait penser aux produits avec des rabais.

Communication : C'est la conversation entre les personnes.

Image : Je dirais photos.

Consommation : C'est ce qu'on fait au quotidien, acheter, manger et utiliser.

Topo général:

À présent je vais vous montrer une série d'images qui sont des publicités (de tout genre) et que vous avez peut-être déjà pu apercevoir dans des magazines, journaux ou sur Internet. J'aimerais savoir ce que vous pensez de chacune de ces pubs, quelle est votre réaction et que ressentez-vous lorsque vous voyez ces pubs ? Selon vous, quel est l'objectif des entreprises avec chacune de ces publicités ?

Publicité A : La pub A est une photo évidemment avec des femmes en petite tenue, d'ailleurs ça ne me dérange plus puisque aujourd'hui on voit de tout. C'est devenu tout à fait normal ce type d'image. Avant les modèles étaient habillés et maintenant ils sont tous en sous vêtements.

Publicité B : Pour moi c'est tout à fait normal et même naturel de voir ça aujourd'hui. Les pubs sont tout à fait libres. Par contre, ce ne sont pas des pubs qui vont plus attirer mon regard. Je m'en passerai bien de ce genre de pub.

Publicité C : La publicité nous fait remonter dans le temps. Je trouve ça bien. Je préfère cette pub aux publicités A et B.

Publicité D : Coca-cola, avec un beau garçon. Dénudés comme d'habitude.

Publicité E : Une pub de voiture tout à fait normale et banale.

Publicité F : Cette pub c'est vraiment du n'importe quoi, montrer quelqu'un qui met un fusil sur sa tête c'est exagéré. Bien sûr que la situation avec les OGM devient inquiétante mais je ne sais pas si c'est nécessaire d'aller si loin avec une image comme celle-ci. Même si c'est avec du maïs, je trouve le geste trop démesuré

Publicité G : Toujours dénudé les pubs de parfum.

Publicité H : Avec les enfants je trouve ça simple. Ça me paraît normal. Je trouve ça mieux que des photos de personnes dénudées que je trouve inutiles.

On va continuer la réflexion sur ces images mais maintenant je vais vous montrer 8 photos de personnes avec des profils différents. J'aimerais savoir quelle pub, d'après vous, va être détestée et laquelle va être appréciée par chacune de ces personnes.

Photo 1 : Elle va aimer la pub d'évian et va moins aimer avec fusil.

Photo 2 : Elle va aimer évian et la laitière. Par contre, moins apprécier la pub de parfum.

Photo 3 : Elle va aimer évian. Je reviens toujours avec cette publicité mais c'est parce que je pense vraiment que c'est une publicité que tout le monde peut apprécier. Ça touche tout le monde je trouve d'utiliser des petits enfants, c'est simple et trop mignon. Peut-être que j'ai cet avis parce que je suis une maman et donc je suis plus sensible je ne sais pas.

La pub Coca-cola ils vont aussi bien aimer. Mais pas la pub de Benetton.

Photo 4 : Tout ce qui est dénudé/choquant ils ne vont pas aimer parce que ils vont se sentir mal à l'aise (encore plus qu'en temps normal). Ils vont préférer des pubs comme évian ou celle de la voiture et de la laitière. C'est des publicités beaucoup plus simples qui sont rassurantes pour des personnes timides qui manquent peut-être de confiance.

Photo 5 : Ils ne vont pas du tout aimer voir la pub de Benetton. Voir deux hommes qui s'embrassent aujourd'hui c'est normal mais là il s'agit de religieux donc ces personnes risquent d'angoisser en voyant ça. Et de nouveau Evian c'est une pub qui va pas leur déplaire puisque elle a un côté simple, ça ne nous dérange pas dans notre environnement.

Photo 6 : Si ça touche à leurs valeurs comme une pub de Benetton ils risquent de ne pas apprécier. Alors qu'une pub Evian normalement ça ne devrait pas poser de problèmes sauf si cette personne est contre le fait d'utiliser des bébés comme modèles dans une pub. Ce sont des pubs qui vont être contre leurs idées qui risquent de le embêter et même les fâcher.

Photo 7 : La voiture ils vont bien aimer. C'est assez spécial quand même comme phrase et ça va bien avec leur image je trouve. Etre original mais en même temps bien aimer que d'autres personnes souhaitent faire comme eux en suivant leur style.

Photo 8 : Ils ne vont pas apprécier la publicité Dove et ni celle de Benetton. Disons que c'est trop décalé de leur monde qui semble très stricte.

Animateur : Super merci pour vos réponses.

B : Je ne sais pas très bien si je suis dans le bon ou le mauvais.

Animateur : Vous devez vraiment pas vous préoccuper de ça. En vous exprimant vous ne pouvez pas vous trompez. Ce qui m'intéresse c'est votre ressenti quant à ces images, les photos que vous voyez. Je souhaite juste connaître votre réaction ou celle du consommateur lorsque vous voyez l'une ou l'autre publicité. Vous auriez d'autres questions ?

B : non, ça me rassure que je ne suis pas dans le mauvais avec mes réponses.

Animateur : vous avez aucune inquiétude à avoir. Je suis très satisfaite de vos réponses. On va pouvoir passer à la prochaine question qui est un scénario. Prenez vraiment votre temps.

Animateur : A présent, imaginez-vous en 2135, vous faites un saut dans le futur. Vous vous trouvez dans une ville qui ressemblera à celle sur la photo.

Imaginez que vous vous promenez en rue avec vos amis ou que vous êtes en chemin pour le travail (comme vous préférez), pouvez-vous me décrire ce que vous voyez ?

B : C'est difficile de m'imaginer parce que je me dis que déjà aujourd'hui on vit entouré de plein de technologies, plein de machines intelligentes etc. que je me demande vraiment comment c'est possible d'évoluer encore plus.

Animateur : Je peux comprendre ce point de vue. Je me permet toutefois de vous demander si par exemple vous pensez que vous rencontrer des publicités sur votre route dans une ville du futur?

B : J'imagine bien des écrans géants partout avec de la publicité. Je crains qu'il y aura toujours de la publicité. J'imagine des écrans comme des grandes télés où les images tournent les unes après les autres. Il n'y aura plus d'affiche, tout sera informatisé.

Animateur : Vous êtes toujours dans ce futur. Pouvez-vous me dire où d'autre (que dans la rue) vous pouvez voir de la publicité ?

B : J'ai l'impression que la publicité elle sera « en vrai » dans le futur. Elle nous accompagnera partout, comme une personne, la publicité sera en 3D sans cesse à nos cotés. Aujourd'hui, elle est encore en papier ou sur un écran mais dans le futur j'ai l'impression qu'elle ne le sera plus. Je pense que de la publicité il y en aura toujours car il en faut. Je pense aussi que ce sera plus attractif, on fera peut-être plus attention à la pub sous ces formes 3D.

Topo spécifique:

Animateur : Je vais à nouveau vous demandez de me dire ce que vous évoque certains mots. Il est possible que vous n'en connaissiez pas certains ce qui pose aucun problème. Si vous connaissez le mot vous pouvez me l'expliquer ou me dire ce que vous savez à son sujet

Adresse IP : Oui oui j'ai déjà entendu parler. Je sais que c'est dans les appareils informatiques. Mais par contre je n'ai jamais étudié la chose plus que ca. Mais c'est sur que j'en ai déjà entendu parler.

Publicité ciblée : Ce sont des pubs qui sont regroupées ? Je veux dire des pubs rassemblées au même endroit.

Cookies : Oui effectivement, souvent quand je vais sur un siteweb ils me parlent de cookies. Si je me souviens bien ils demandent au début si on accepte ou non les cookies mais je n'ai jamais pris le temps de m'y intéresser.

Animateur : Cette image vous parle ?



B : Oui c'est bien ça. Mais moi je refuse, je ferme tout de suite.

Ciblage comportemental : Aucune idée !

Animateur : Je vous ai proposé ces différents mots car ils sont en lien avec la publicité qu'on peut retrouver aujourd'hui sur Internet.

Animateur : Maintenant je vais vous présenter plusieurs images qui sont des dialogues et je vais vous demander de remplir les bulles des conversations vides. D'après vous, que répondraient les différents personnages ?

Dialogue 1 : Visiblement ils font de la pub pour le Canada donc il répond « Ah oui, c'est pas mal, c'est sympa, c'est bien ». Etant donné que la personne semble aimer le Canada, cette publicité est susceptible de l'intéresser.

Dialogue 2 : « Ca tombe bien ! Qu'est-ce qu'ils proposent comme matériel ? ».

Dialogue 3 : « C'est intéressant mais là c'est pas trop le moment »

Dialogue 4 : « Il faut absolument regarder alors » On regarde toujours la pub pour voir si c'est intéressant ou non, pour voir si ce n'est pas une arnaque. Je pense qu'il faut prendre le temps de l'analyser pour voir si ça vaut la peine.

Dialogue 5 : « Oui il faut que je prenne le temps de regarder quand même, on sait jamais ! »

Dialogue 6 : « Restons méfiants, je ne sais pas si on peut faire confiance à cette publicité »

Animateur : Vous l'avez peut-être compris, il s'agissait de publicités ciblées dites comportementales.

Connaissiez-vous ce type de publicité ? Qu'est-ce que cela signifie pour vous ?

B : Oui maintenant publicité ciblée comportemental ca me dit quelque chose.

Avez-vous un autre exemple d'une situation que vous avez déjà vécu ?

B : C'est vrai que j'ai remarqué que depuis que je vais régulièrement en voyage en Suisse, on me propose des publicités pour louer un hôtel ou une voiture là-bas. Dès que je vais sur internet c'est très souvent ces pubs qui ressortent majoritairement alors qu'avant, quand je ne m'intéressais pas à la Suisse je ne me souviens pas recevoir ces pubs. C'est de plus en plus fréquent maintenant que j'y pense.

Animateur : La pub ciblée comportementale est possible grâce à la technique de ciblage comportemental. C'est en faite un moyen d'adresser la publicité aux personnes en ligne en fonction des pages web visitées, des recherches qu'il a faites sur Internet, les publicités sur lesquelles il a pu cliquer ou des achats qu'il a faits sur certains sites ou les produits qu'il a mis dans son panier d'achats. Tous ces éléments permettent de déterminer en quelque sorte les centres d'intérêt des consommateurs et donc de leur adresser des bonnes publicités ce qui veut dire des pubs qui doivent forcément lui correspondre.

En image simplifiée cela donne ca



B: Mais oui j'en ai entendu parler en plus des pubs qu'on adressait selon ce que j'ai fait sur mon ordinateur.

C'est vrai que maintenant qu'on m'explique je comprends mieux car avant en voyant une pub en lien avec la Suisse par exemple, je me disais ah c'est le hasard.

J'ai un exemple d'ailleurs concernant un site pour les bébés où une personne de ma famille a mis une liste pour la naissance. Je suis allée quelques fois voir sur le site les articles et maintenant de temps en temps j'ai des pubs pour bébés qui se mettent alors que ça ne m'intéresse pas.

Animateur : Je vais à présent vous remonter les photos de 8 personnes aux profils différents. La toute à l'heure je vais ai demandé quant à la publicité normale à présent je vous demande de faire la même chose pour les pubs ciblées. Quels types de personnes vont bien aimer cette pub et quels types de personnes ne vont pas l'aimer. Pouvez-vous m'expliquer pourquoi ? Pour vous aider je vous propose de reprendre les photos que nous avons déjà utilisées précédemment.

B : Personne sur la photo 2 va bien aimer, **personne dynamique et souriante**: plus ouvertes à de nouvelles choses, et plus actives, vont trouver ça sympa.

Originale (photo 7): ils vont pas y faire attention, ils vont passer outre.

En plus les personnes qui vont juste internet **pour leur boulot** (photo 8), les pubs comme celles-là ça va les embêter vu que ils ne vont pas sur internet. Mon mari, par exemple, il n'aimerait pas être dérangé par ce type de pubs sur son outil de travail.

Moi je suis mitigée car ce sont souvent les mêmes publicités qui reviennent. Et puis moi maintenant je m'en méfie car je me dis que le hasard fait parfois trop bien les choses.

Animateur : vous pouvez m'expliquer cet avis ?

Je veux dire par là que la publicité parle de quelque chose que j'aime bien mais je fais attention qu'on essaie pas de m'arnaquer de cette façon. Personnellement j'ai mes sites webs « préférés ou habituels » donc si j'ai besoin de quelque chose je ne vais pas cliquer sur la pub qui me propose le produit. Je veux faire moi les démarches pour aller jusqu'au site.

En plus, quand je suis occupée avec quelque chose je regarde pas la publicité qui traîne par-ci par-là. C'est vrai que ça arrive que dès que je vais sur un site web il y a des pubs. Ça me dérange parce que moi je lis mon journal sur internet et il y a des pubs, j'en veux pas et donc je ne les lis pas mais elles sont quand même là.

Et puis je me dis que si je clique sur la pub les prix vont augmenter parce qu'ils savent que les gens qui arrivent via les pubs sont intéressés donc ils augmentent peut-être les pubs.

En tout les cas personnellement j'essaie un maximum de refuser les cookies en fermant la fenêtre qui s'ouvre et qui me parle de cookies.

D'ailleurs, j'ai aussi des pubs qui se mettent quand j'écoute la radio sur internet. C'est des pubs de supermarchés que je fréquente et où je fais mes achats en ligne et c'est souvent des pubs de magasins où je vais qui défilent. C'est rare que ce soit des pubs pour des marques ou magasins que je ne connais pas.

Clôture:

Animateur : Cette discussion touche à sa fin. J'aimerais toutefois revoir avec vous les principaux points qui ont été abordés.

Je remarque que vous connaissez la pub ciblée comportementale puisque il vous est arrivé d'en voir. Toutefois vous vous y opposez dans le sens où vous ne cliquer pas dessus et que vous préférez faire les recherches par vous même.

Etes-vous d'accord avec ceci ?

B : Tout à fait

Animateur : Souhaiteriez-vous ajouter quelque chose quant à cet entretien ? Est-ce que vous avez des critiques ou une opinion à donner sur cet entretien? Ou avez-vous des questions ?

B : Non aucune question ni critique. Je pense avoir tout dit.

Animateur : La discussion est maintenant finie. Je souhaite vous remercier une dernière fois pour votre présence et votre implication dans mon étude.

Entretien individuel 2 :

Introduction :

Animateur : Merci d'avoir répondu à mon invitation et de bien vouloir contribuer à cette étude. Je vous propose de vous installer confortablement.

Je me présente, je m'appelle Pauline j'ai 23 ans et je suis dans ma dernière année de Master en Sciences de Gestion à Louvain-La-Neuve.

Je propose que vous vous présentiez à votre tour. Ceci nous permettra de faire plus ample connaissance.

G : Je m'appelle Grégoire, j'ai 23 ans et je suis étudiant en sciences de gestion à l'UCL.

Aujourd'hui l'objet de notre entretien est la publicité. Mon but sera de comprendre et de connaître vos motivations, attitudes et opinions quant à la publicité actuelle qu'on peut rencontrer sur internet. Il est donc important que vous vous exprimiez librement sans hésiter à fournir des explications. Toutes les informations comptent et auront leur rôle à jouer. Si une question vous semble gênante ou embarrassante, n'hésitez pas à me le signaler.

Nous n'allons à aucun moment juger vos propos, ce qui nous intéresse ce sont les informations que nous pouvons retirer de cet entretien et non pas « qui a dit quoi ». D'ailleurs, tout ce qui sera dit restera confidentiel. Par contre, si vous me le permettez je tiens à enregistrer notre rencontre uniquement pour que je puisse retenir et analyser toutes les informations par la suite.

Si cela vous convient, cet entretien devrait durer une quarantaine de minutes.

Avez-vous des questions jusqu'à présent ?

G : Non aucune.

C'est parti.

Echauffement:

Animateur : Pour commencer cet entretien, j'aimerais savoir ce que vous évoquent certains mots que je vais vous citer. N'hésitez pas à exprimer tout ce qui vous passe par l'esprit :

Marketing : étude

Publicité : télévision

Média : moyen de communiquer

Promotion : magasin

Communication : publicité aussi alors

Image : packaging

Consommation : faire des courses

Topo général:

Animateur : À présent je vais vous montrer une série d'images qui sont des publicités de tout genre et que vous avez peut-être déjà pu apercevoir dans des magazines, journaux ou sur Internet. J'aimerais savoir ce que vous pensez de chacune de ces pubs, quelle est votre réaction et que ressentez-vous lorsque vous voyez ces pubs ? Selon vous, quel est l'objectif des entreprises avec chacune de ces publicités ?

G : Donc je dois juste décrire ?

Animateur : Vous pouvez décrire si ça vous aide dans un premier temps pour ensuite vraiment me dire ce que ça vous évoque quand vous tombez sur chacune des publicités que je vais vous montrer.

Publicité A : Je sais que c'est une pub Dove et que une pub comme celle-là c'est pour que les femmes se sentent belles peu importe leur taille, mensuration etc. même couleur de peau. Je pense qu'ici l'idée est que grâce à eux les femmes peuvent se sentir belles. D'ailleurs, des pubs comme ça on en voit quand même beaucoup. J'ai l'impression que « ca fait dix ans » qu'on en voit.

Publicité B : Cette marque est connue pour faire des campagnes choques, il existent vraiment plein de pubs comme ça où ils essaient de choquer les gens. Moi personnellement, ça ne me touche pas car il s'agit de religion et que j'y suis insensible, ça m'atteint pas. Par contre, je me dis que les personnes qui accordent de l'importance à l'une ou l'autre religion seront plus touchées par cette image. Je peux d'ailleurs tout à fait comprendre leur réaction. Mais je pense que la marque veut se faire remarquer, rester dans les esprits et clairement d'après moi ça marche plus que de juste mettre une photo de quelqu'un avec un t-shirt.

Publicité C : Je suis pas sur que c'est très sincère. Dans le sens où peut-être que la marque n'existe pas depuis longtemps et ils mettent l'accent sur le côté authentique de leur produit. J'ai parfois l'impression qu'on veut nous faire retourner 60 ans en arrière alors que la marque existe pas depuis aussi longtemps. C'est juste pour dire aux personnes que c'est à la façon de leur grand-mère. Je doute du côté authentique du produit car je sais que certaines marques mentent en faisant des pubs de ce genre là. Je pense que c'est juste fait pour séduire et voilà.

G : Ma réponse vous convient ?

Animateur : Oui c'est très bien. Comme je vous ai dit au début de notre entretien je ne suis pas ici pour juger ce que vous dites. L'idée c'est vraiment que vous vous exprimiez comme vous l'entendez. C'est d'ailleurs intéressant ce que vous dites. C'est parfait donc ne vous inquiétez pas de savoir si ce que vous dites est juste. Vous devez vraiment me donner votre avis, votre ressenti c'est tout ce qui importe.

Publicité D : Coca-cola light, clairement c'est pour les filles ce produit, tout est fait pour séduire les consommatrices.

Publicité E : je comprends pas très bien ce slogan. « Il y a toujours quelqu'un de bien dans une skoda » je trouve ça très mauvais comme pub. Je ne comprends vraiment pas.

Et puis la femme sur le côté je ne vois pas l'intérêt. L'image ne m'évoque vraiment pas grand chose et l'image en elle-même n'est vraiment pas attirante.

Publicité F : C'est sympa (ironiquement dit) la façon dont ils mettent ça en scène. L'image en elle-même est parlante. C'est beaucoup plus clair que la pub d'avant. Je trouve que c'est choquant mais encore « soft » car on sait tous que tirer avec du maïs c'est pas la mort. C'est vraiment métaphorique.

Publicité G : Pub typique parfum. Misé sur le charme, sur les couleurs, simplicité mise à part le design de la bouteille avec le ruban etc. La femme évidemment est très jolie et c'est une actrice. Les pubs de parfum pour moi sont toutes les mêmes, je ne sais pas vraiment différencier les pubs des différentes marques.

Publicité H : Evian, pub classique avec leurs bébés. Mais c'est vrai que je trouve ça super bien fait. La majorité des pubs sur la télé je zappe mais cette pub la moi jela regarde. D'ailleurs, si toutes les pubs étaient comme ça je suis sûr que tout le monde resterait devant sa télé. C'est amusant, c'est marquant, on sait tout de suite que les pubs de bébés c'est à Evian.

Animateur : On va continuer la réflexion sur ces images mais maintenant je vais vous montrer 8 photos de personnes avec des profils différents. J'aimerais savoir quelle pub, d'après vous, va être détestée et laquelle va être appréciée par chacune de ces personnes.

Photo 1 : Je dirais qu'elle aimera bien Evian car c'est quelqu'un qui va s'associer à tout ce que est jeunesse, vitalité etc. Ce qu'elle pourrait ne pas aimer c'est coca-cola par rapport à la santé. Car je pense que les personnes sportives vont peut-être moins boire des boissons sucrées.

Photo 2 : Je pense qu'elle aimera bien la pub Dove puisque ça met tout le monde sur le même pied d'égalité, sans différences etc. Ce qu'ils aimeront moins, difficile à dire, peut-être la pub de la voiture qui est trop individualiste dans un premier temps alors que eux sont d'avis que chacun fait ce qu'il veut.

Photo 3 : Dans un sens ce qui pourrait les choquer c'est la pub Benetton car si ils sont attachés à leurs valeurs, les valeurs de leur communauté ça peut plus les choquer. Ce qu'ils aimeraient c'est la pub à propos des OGM. Car ce type de personnes se soucient peut-être plus de rendre l'environnement meilleur, ils apprécient la sensibilisation avec l'aide des pubs.

Photo 4 : A nouveau, toutes les pubs qui veulent choquer je pense qu'ils oseront pas s'exprimer face à de telles pubs. Si ce sont des personnes qui n'arrivent pas à extérioriser ils vont se laisser influencer par l'avis des autres. Par contre la pub Dove ils pourraient bien aimer dans le sens où ils ont du mal à s'exprimer et là la pub va peut-être aider aux femmes qui n'assument pas leur corps et cette pub va peut-être les aider à surmonter ça et assumer qui elles sont. Ils pourraient se reconnaître dans ce type de pub.

Photo 5 : peut-être mal prendre une pub avec un fusil en forme de maïs. Ça risque de angoisser la personne encore plus que ce qu'elle est d'habitude et de se poser plein de questions sur le monde dans lequel on vit. Elle prendrait positivement la pub laitière qui se raccroche au passé. Les sentiments du passé peut rassurer la personne.

Photo 6 : La pub Benetton peut être très bien ou très mal vue par ce type de personne. Cela dépend des valeurs et dans quel sens va leur avis sur le sujet. Donc pour moi c'est une des pubs qui peut le plus les toucher que ce soit positivement ou négativement. La pub sur la voiture risque de ne pas leur plaire ou pas les intéresser car ces personnes sont assez sûres de leurs choix donc ce type de pub qui appelle au changement de comportement et ça ne leur peut être pas spécialement.

Photo 7 : La pub de la voiture appelle le consommateur à être différent, original donc ça peut leur plaire. La pub Benetton, qui est une pub qui veut choquer les gens, ce qui n'est pas spécialement dans le sens négatif du terme, plutôt dans le sens veut faire réagir un maximum de personnes. C'est original comme campagne. Ensuite les pubs de parfum je trouve pas du tout ça original car elle se ressemblent toutes donc ça ne dégage rien de particulier donc je pense que ces personnes aiment moins.

Photo 8 : Le pistolet en maïs je pense qu'ils ne vont pas s'en inquiéter. Ça peut les impacter qu'indirectement dans leurs idées. Le parfum ils peuvent voir ça positivement

car il y a souvent une égérie de la marque, une personne avec beaucoup de notoriété, supérieure donc ils vont peut-être s'identifier à cette image.

M : cet exercice est pas toujours évident car je ne sais pas toujours si je juge le produit ou la pub en elle-même.

Animateur : Je suis très satisfaite des réponses et puis vous devez pas vous inquiéter vous devez vraiment me dire ce qui vous passe par l'esprit. Je veux dire par là que si c'est plus le produit qui vous parle plutôt que la publicité ou l'inverse, il n'y a pas de problème. Il n'y a vraiment aucune pression à avoir.

Animateur : A présent, imaginez-vous en 2135, vous faites un saut dans le futur. Vous vous trouvez dans une ville qui ressemblera à celle sur la photo.
Imaginez que vous vous promenez en rue avec vos amis ou que vous êtes en chemin pour le travail (comme vous préférez), pouvez-vous me décrire ce que vous voyez ?

G : Je m'imagine bien la télé retransmise dans les rues, les chaînes de télé. Les voitures voleront.

Animateur : Est-ce que vous pouvez me dire si vous avez rencontré des publicités sur votre route ?

G : Je pense que la publicité ne va pas disparaître d'aussi tôt. C'est quelque chose de vital rien que pour les entreprises puissent faire connaître leur marque, pour que les gens prennent connaissance. C'est sûr que la pub sera présente mais différemment. Les billboards seront électroniques, il y a aura du flow continu de pubs. J'imagine des hologrammes aussi. C'est vital aux entreprises.

Animateur : Vous êtes toujours dans ce futur. Pouvez-vous me dire où d'autre (que dans la rue) vous pouvez voir de la publicité ?

G : Tous les médias électroniques prendront encore plus d'ampleur. Ils trouveront sûrement d'autres choses, de nouvelles façon de transmettre les informations. Il y aura des nouveautés technologiques. Ils feront en sorte que la pub soit plus personnalisée que

ce qui peut être fait aujourd'hui à la télé aujourd'hui. Par exemple, avec internet il est déjà possible de connaître plein de choses sur les internautes. Donc j'imagine d'un côté que dans ce futur on sera plus noyé dans l'information mais d'un autre côté on aura aussi tous les produits dont on a besoin.

Animateur : Ca vous donne envie de vivre dans ce futur là ?

G : Ah non pas du tout. Déjà maintenant je reçois des appels pour des publicités etc. à la maison. Ca me dérange énormément, je déteste ça. Savoir que les gens savent ce que j'ai acheté en ligne ça ne me rassure pas. Je ne suis pas stressée mais je sais très bien qu'on sait des choses sur moi et je me dis que dans ce futur là on risque d'en savoir encore plus. La tendance qui se dégage maintenant c'est, d'après ce que je vois des pubs personnalisées et individualisées donc je suppose que ça marche plus que des pubs très large. Mais je me dis aussi qu'il y aura plus de restrictions pour la publicité.

Topo spécifique:

Animateur : Je vais à nouveau vous demander de me dire ce que vous évoque certains mots. Il est possible que vous n'en connaissiez pas certains ce qui pose aucun problème. Si vous connaissez le mot vous pouvez me l'expliquer ou me dire ce que vous savez à son sujet

Adresse IP : oui, évidemment j'ai déjà entendu, et surtout dans les séries télé. Donc c'est quelque chose qui permet de te rechercher, car tout ordinateur a une adresse IP. Par contre, on m'a dit que c'était faux qu'on pouvait retrouver quelqu'un grâce à son adresse IP (j'ai vu un reportage). Techniquement parlant je ne sais pas en quoi ça consiste.

Publicité ciblée : il y en a plein. Je pense c'est les news letters auxquels on s'inscrit et que donc on reçoit plein de mails avec des pubs. Je pense qu'ils ont une base de données qu'avec ça ils envoient des mails avec des pubs qui peuvent te parler.

Cookies : Je sais que c'est « un truc » qui enregistre ce par quoi je suis passée sur internet, sur quoi j'ai cliqué et des trucs comme ça.

Animateur : Cette image vous parle ?



G : oui c'est exactement ça ! Je dois cliquer sur « ok » et ça enregistre ce que je fais et après en fonction je reçois des propositions. Je sais que quand je regarde un site le lendemain sur mon Facebook j'ai plein de pubs en lien avec ce site. D'ailleurs c'est pas rassurant.

Ciblage comportemental : je suppose que c'est en lien avec le comportement d'achat, les achats réalisés.

Animateur : Je vous ai proposé ces différents mots car ils sont en lien avec la publicité qu'on peut retrouver aujourd'hui sur Internet.

Animateur : Maintenant je vais vous présenter plusieurs images qui sont des dialogues et je vais vous demander de remplir les bulles des conversations vides. D'après vous, que répondraient les différents personnages ?

Dialogue 1 : Vu que le garçon a un t-shirt « I love Canada », je suppose qu'il sera attiré par la pub qui parle du Canada. Il va sûrement la lire, la regarder attentivement du début à la fin. Parce que souvent sur internet on sait qu'il y a de la pub mais on n'y fait pas attention. Mais si c'est quelque chose qui intéresse tu vas regarder et même cliquer dessus. Par contre, il peut aussi être déçu par la pub puisque elle peut représenter ce pays différemment que ce que lui a en tête.

Donc je pense en premier lieu qu'il répondrait « oui, ça me donne envie de partir »

Dialogue 2 : « super, on en a besoin donc autant se renseigner ». Mais si elles ont déjà le matériel elle peut aussi répondre « super, mais j'ai tout ce qu'il me faut ».

Dialogue 3 : ... oui peut-être qu'il aime le jardinage

Dialogue 4 : « c'est super, mais restons vigilants car ces pubs je m'en méfie, les prix peuvent être plus élevés »

Dialogue 5 : « oui, mais je préfère chercher par moi-même » les pubs comme ça pour moi elles ne sont pas fiables, je suis persuadée qu'on trouve mieux par soi-même et que le produit me correspondra plus à mes besoins si je fais moi-même les recherches plutôt que de suivre les publicités.

Dialogue 6 : « oui on peut regarder ce qu'ils proposent »

Animateur : Vous l'avez peut-être compris, il s'agissait de publicités ciblées dites comportementales.
Connaissiez-vous ce type de publicité ? Qu'est-ce que cela signifie pour vous ?

G : Oui effectivement j'ai déjà rencontré ce type de pub. Je savais que c'était pas du au hasard après je me suis jamais vraiment demandé comment c'était possible qu'il sache l'une ou l'autre chose sur moi.

Avez-vous un autre exemple d'une situation que vous avez déjà vécu ?

G : Je cherchais des chaussures de foot sur internet même si je n'aime pas trop acheter en ligne. Et donc je regardais sur le site de Nike avant d'aller chez Decathlon en magasin et après je recevais des liens pour customiser mes chaussures de foot. Je trouvais ça sympa mais volontairement je ne clique pas sur la pub et je vais voir plus tard par moi-même sur le site pour un peu m'informer. Je fais ça car je crains qu'en cliquant sur la pub je vais encore plus recevoir des publicités de ce genre car j'ai montré que j'étais réactive et donc pour moi c'est une façon de dissuader les entreprises à m'envoyer des pubs d'une façon ou d'une autre.

Animateur : La pub ciblée comportementale est possible grâce à la technique de ciblage comportemental. C'est en fait un moyen d'adresser la publicité aux personnes en ligne en fonction des pages web visitées, des recherches qu'il a faites sur Internet, les publicités sur lesquelles il a pu cliquer ou des achats qu'il a faits sur certains sites ou les produits qu'il a mis dans son panier d'achats. Tous ces éléments permettent de déterminer en quelque sorte les centres d'intérêt des consommateurs et donc de leur adresser des bonnes publicités ce qui veut dire des pubs qui doivent forcément lui correspondre.

G : ca ne m'étonne même pas qu'ils soient capables de faire ca.

En image simplifiée cela donne ca



Animateur : Je vais à présent vous remonter les photos de 8 personnes aux profils différents. La toute à l'heure je vais ai demandé quant à la publicité normale à présent je vous demande de faire la même chose pour les pubs ciblées. Quels types de personnes

vont bien aimer cette pub et quels types de personnes ne vont pas l'aimer. Pouvez-vous m'expliquer pourquoi ? Pour vous aider je vous propose de reprendre les photos que nous avons déjà utilisées précédemment.

G : Sans aucun doute les personnes **angoissées** (photo 5) vont pas aimer ça. Si je prends ma maman qui est très vite angoissée, si elle sait qu'on connaît certaines choses sur elle ou qu'on garde des informations. Elle est contre tout type d'application ou réseaux sociaux qui sont susceptibles d'avoir accès à des infos personnelles. Mais je crains que dans la société actuelle c'est rare ou difficile d'échapper à cette publicité.

G : Les gens qui sont focalisés sur eux, **individualiste** (photo 8), peut-être que ça va leur plaire justement parce que ils vont ressentir qu'on s'intéresse à leurs besoins et que donc que ce n'est pas généralisé.

Vitalité (photo 1) : je pense que ça peut aussi leur plaire car peut-être que ces pubs peuvent leur proposer quelque chose qu'ils n'ont jamais fait. Si ce sont des personnes aventureuses etc. cette publicité va leur plaire.

Timide (photo 4): je ne sais

Animateur : si je peux me permettre, vous personnellement quelle réaction avez-vous à l'égard de ces pubs ?

G : Moi tant qu'ils respectent ma vie privée il n'y a pas de soucis. Moi ce qui m'énerve c'est quand c'est trop intrusive c'est-à-dire quand on m'appelle ou qu'on m'envoie un mail en utilisant mon prénom. C'est quelque chose qui me dérange car je sens qu'ils essaient de créer un contact ou un lien de façon à me pousser à l'achat ou à donner plus d'information. J'ai un exemple, d'un magazine auquel j'étais abonnée il y a 2 ans et depuis que j'ai arrêté mon abonnement je reçois deux fois par ans un magazine gratuit et dessus ils mettent en grand mon prénom dessus « grégoire revenez chez nous » pour en faite m'inciter à me réabonner chez eux.

Animateur : je comprends votre point de vue même si il est vrai que là il s'agit plutôt de pubs personnalisées, où on utilise votre prénom par exemple ce qui ne devrait pas être le cas d'une publicité ciblée comportemental.

G : tout à fait mais parfois j'ai l'impression que la pub ciblée, même si elle n'utilise pas mon prénom elle s'adresse quand même à moi sans utiliser mon prénom mais en utilisant des choses aussi personnelles. Et ils me donnent ce sentiment de me pousser à l'achat ou à dévoiler d'avantage.

Clôture:

Animateur : Cette discussion touche à sa fin. J'aimerais toutefois revoir avec vous les principaux points qui ont été abordés.

(Faire le point) La pub ciblée ne vous parle pas plus que ça. Vous n'y êtes pas opposée par contre vous n'allez pas cliquer dessus mais à partir du moment où c'est trop intrusive la ça vous pose un problème.

Etes-vous d'accord avec ceci ?

G : Tout à fait mais je sais très bien que la publicité fait partie du décor. Je tiens aussi à dire que si une pub est très précise quant à mes envies ou si ça m'intéresse vraiment peut-être que je vais prendre la peine de cliquer dessus mais pour le moment ça ne m'est encore jamais arrivé. En tout cas, pas dans mes souvenirs car si j'ai besoin ou envie de quelque chose je préfère le chercher par moi-même.

Animateur : Souhaiteriez-vous ajouter quelque chose quant à cet entretien ? Est-ce que vous avez des critiques ou une opinion à donner sur cet entretien? Ou avez-vous des questions ?

G : C'était parfait, merci beaucoup.

Animateur : La discussion est maintenant finie. Je souhaite vous remercier une dernière fois pour votre présence et votre implication dans mon étude.

Entretien individuel 3 :

Introduction :

Animateur : Merci d'avoir répondu à mon invitation et de bien vouloir contribuer à cette étude. Je vous propose de vous installer confortablement.

Je me présente, je m'appelle Pauline j'ai 23 ans et je suis dans ma dernière année de Master en Sciences de Gestion à Louvain-La-Neuve.

Je propose que vous vous présentiez à votre tour. Ceci nous permettra de faire plus ample connaissance.

J : Je m'appelle Joséphine, j'ai 24 ans et je suis étudiante en design.

Aujourd'hui l'objet de notre entretien est la publicité. Mon but sera de comprendre et de connaître vos motivations, attitudes et opinions quant à la publicité actuelle qu'on peut rencontrer sur internet. Il est donc important que vous vous exprimiez librement sans hésiter à fournir des explications. Toutes les informations comptent et auront leur rôle à jouer. Si une question vous semble gênante ou embarrassante, n'hésitez pas à me le signaler.

Nous n'allons à aucun moment juger vos propos, ce qui nous intéresse ce sont les informations que nous pouvons retirer de cet entretien et non pas « qui a dit quoi ». D'ailleurs, tout ce qui sera dit restera confidentiel. Par contre, si vous me le permettez je tiens à enregistrer notre rencontre uniquement pour que je puisse retenir et analyser toutes les informations par la suite.

Si cela vous convient, cet entretien devrait durer une quarantaine de minutes.

Avez-vous des questions jusqu'à présent ?

J : Non

C'est parti.

Echauffement:

Animateur : Pour commencer cet entretien, j'aimerais savoir ce que vous évoquent certains mots que je vais vous citer. N'hésitez pas à exprimer tout ce qui vous passe par l'esprit.

Marketing : ça me fait penser au consommateur, la relation des entreprises avec le consommateur et la communication.

Publicité : pour moi ça représente la communication en masse, on s'adresse à un maximum de personnes.

Média : je pense à télévision, journaux, internet.

Promotion : avantages, liquidation.

Communication : internet.

Image : visuel, design.

Consommation : vente, achat.

Topo général:

Animateur : À présent je vais vous montrer une série d'images qui sont des publicités (de tout genre) et que vous avez peut-être déjà pu apercevoir dans des magazines, journaux ou sur Internet. J'aimerais savoir ce que vous pensez de chacune de ces pubs, quelle est votre réaction et que ressentez-vous lorsque vous voyez ces pubs ? Selon vous, quel est l'objectif des entreprises avec chacune de ces publicités ?

Publicité A : Moi ça évoque la réalité de notre monde, on sort du superficiel qu'on a tendance à souvent montrer aujourd'hui dans les médias. Je veux dire par là les jolies

filles, les corps parfaits, pour moi ça reflète la vie réelle. Il y a un message fort je trouve, comme quoi on doit s'accepter comme on est. Pas de Photoshop, on voit des femmes souriantes, qui sont décomplexées et ça donne envie de se retrouver aussi sur cette photo, elle donne envie. Elle me donne le sentiment d'être en confiance avec moi-même.

Publicité B : C'est hyper actuel ce genre de photo d'après moi. Je trouve que ça dégage un message de diversité, d'amour, de compréhension et de non racisme. A nouveau on fait passer un message qui n'est pas forcément lié aux vêtements de la marque, je me demande pourquoi eux font ça mais c'est une publicité qui montre que l'entreprise se veut responsable. Pour moi, vu comme ça c'est une entreprise qui utilise un message qui marque les esprits pour s'adresser aux gens et qui n'utilisent pas les pubs pour vendre leurs produits. Je sais qu'on parle beaucoup de leurs pubs, ça a pu choqué certaines personnes. Moi en tout cas j'aime bien.

Publicité C : C'est pas du tout mon univers. Ça fait penser à « autre fois », des temps qui n'existent plus. Retour en enfance, la mère de famille qui prépare son dessert. On veut un retour aux sources. C'est pas une pub sur laquelle je vais m'attarder, je trouve le message pas spécialement explicite.

Publicité D : Un joli homme. Ils font beaucoup de pubs Coca-Cola, toujours très visuel et ça marche. C'est clair que c'est destiné aux femmes quand on met un homme torse nu comme ça. C'est humoristique, c'est drôle, on a un sourire en coin quand on voit ce genre de pub, c'est difficile de nier ou dévier son regard.

Publicité E : Les pubs de voiture je suis pas la première fan car souvent il y a beaucoup d'informations comme les prix etc. alors que d'autres on met juste des photos. Ici la première chose que je vois c'est qu'il y a de l'information. On veut nous donner le sentiment d'être différent, atypique. C'est clair qu'ils essaient d'attirer un certain style de personnes (on met un certain prix, une personne originale, etc.). Je me retournerais pas en rue pour une pub comme ça c'est sur.

Publicité F : De nouveau une pub qui veut véhiculer un message. Personnellement, je m'y connais pas trop sur tout ce qui est OGM, la nature et les dangers. C'est sur que montrer du maïs en forme de revolver ça conscientise directement.

On y fait attention parce que c'est un geste fort de mettre un revolver contre sa tête et voir quelqu'un qui ferme les yeux de cette façon c'est clairement qu'elle a peur. Quand je vois ça j'imagine une personne qui a une certaine appréhension, il se demande ce qui va se passer.

Publicité G : Pub classique pour des produits de luxes. Pureté, jolie fille, une actrice en plus, fleurs, roses, Français. C'est vraiment la pub typique de parfum où on va mettre le parfum mais aussi une personne en évidence

Publicité H : Super connues, super chouette. Ça me fait penser à la pureté, à la jeunesse. Vu comme ça c'est naturel, c'est un message de soif de vie.

Animateur : On va continuer la réflexion sur ces images mais maintenant je vais vous montrer 8 photos de personnes avec des profils différents. J'aimerais savoir quelle pub, d'après vous, va être détestée et laquelle va être appréciée par chacune de ces personnes.

Photo 1 : Ils vont adorer Evian. Ça donne une image jeune, qui bouge, libre de ses mouvements. En plus c'est de l'eau c'est rafraichissement et surement ils ont de ça pour leurs activités.

Photo 2 : La photo des OGM. C'est un message qui veut rassurer la population donc je me dis qu'une personne tournée vers les autres va se sentir concerné par un message qui mets en garde sur le bien-être et sécurité de tout le monde. La pub de Benetton leur plait surement aussi car ça représente une certaine diversité, une ouverture aux autres, accepter les autres. Ce sont des gens ouverts d'esprit donc eux ils vont accepter ce type de message et vont bien aimer et continueront de vivre normalement.

Photo 3 : je ne vois pas trop pour ces personnes.

Photo 4 : La photo Coca-Cola va peut-être bien lui plaire. Car je pense que les personnes timides ça leur fait plaisir malgré quelles soient timides à l'extérieur, dans la vie de tout les jours, ça décomplexe une situation. Ça fait sourire et la décomplexe.

Photo 5 : la photo de Dove peut leur plaire. Si ce sont des personnes angoissées qui se pose beaucoup de questions sur la vie ou sur eux-même à nouveau ça décomplexe. Il n'y a pas que des filles parfaites, des filles comme sur la photo représente la majorité des gens et donc il faut s'accepter tel qu'elles sont. Ça permet à certaines d'avoir de nouveau confiance en eux.

Photo 6 : c'est des personnes qui ont leurs idées à eux et qui vont pas se laisser influencer par l'une ou l'autre personne, au contraire ils vont tenir tête pour défendre leurs idées. Je pense donc que si par exemple une pub qui touche à leur valeur ou leur religion comme Benetton risque de pas apprécier ou justement aimer si ils sont pour la diversité.

Photo 7 : Je vois comme quelqu'un qui veut se distinguer donc une pub comme celle de la voiture va leur parler. Car ils vont apprécier que les personnes leur accorde de l'importance.

Photo 8 : Une pub de parfum ça va complètement leur correspondre. C'est-à-dire que qu'ils s'identifient à une fille très jolie, qui a une certaine prestance et notoriété publique et donc ils se compare ou s'identifie à ça. Par contre, une pub comme Dove justement ils vont peut-être pas aimer parce que c'est rempli d'imperfection et donc ils vont pas apprécier de devoir s'identifier à ce type de pub.

C'est peut-être extrême comme réaction mais c'est mon avis sur ce type de personne.

Animateur : il n'y a aucun soucis, vous avez le droit d'interpréter comme vous le sentez. Je suis très satisfaite de vos réponses. Je ne sais pas si avez quelque chose à ajouter quant à ces descriptions ?

J : c'est vrai que la publicité C ça ne me parle vraiment pas mais peut être que les personnes qui sont toujours en groupe eux ils vont bien aimer et arrive à s'identifier.

Animateur : A présent, imaginez-vous en 2135, vous faites un saut dans le futur. Vous vous trouvez dans une ville qui ressemblera à celle sur la photo.

Imaginez que vous vous promenez en rue avec vos amis ou que vous êtes en chemin pour le travail (comme vous préférez), pouvez-vous me décrire ce que vous voyez ?

J : Ce que je vois c'est des voitures volantes, nos chaussures nous permettront de voler d'un endroit à un autre sans devoir boucher. Ce serait bien mais on risque de prendre tous du poids en étant téléporté d'un endroit à un autre.

Animateur : Est-ce que vous pouvez me dire si vous avez rencontré des publicités sur votre route ?

J : par contre la publicité je me demande si elle sera encore la comme c'est le cas aujourd'hui sur les billboards. Je vois plus des hologrammes à la place ou en 3D quand on marche en rue, en fonction de nos envies ou besoins peut-être qu'ils auront une data base sur chaque personne. Et donc quand on marche on nous adresse des pubs personnellement, ce sera drôle. En tout cas en tant qu'entrepreneur ce sera super sympa d'aborder les clients de cette façon la mais je ne sais pas si le client va bien aimer, peut-être qu'il ne s'en rendrait même plus compte. Tout est possible on ne sait pas ou ça va s'arrêter.

Animateur : Vous êtes toujours dans ce futur. Pouvez-vous me dire où d'autre (que dans la rue) vous pouvez voir de la publicité ?

J : Je pense qu'il y aura encore plus de tablettes qu'aujourd'hui. Internet sera d'office toujours là. C'est une technologie vraiment importante.

La télé sera encore là mais plus sous la même forme qu'aujourd'hui. La télévision sera plus en dur mais plutôt un hologramme, un film transparent comme dans le film Divergent. Il y a un hologramme qui apparaît on y voit sa tête. Plus besoin de passer à la télé pour faire passer un message.

Animateur : Ca vous donne envie de vivre dans ce futur là ?

J : Ca peut être drôle.

Topo spécifique:

Animateur : Je vais à nouveau vous demander de me dire ce que vous évoque certains mots. Il est possible que vous n'en connaissiez pas certains ce qui pose aucun problème. Si vous connaissez le mot vous pouvez me l'expliquer ou me dire ce que vous savez à son sujet

Adresse IP : Ça c'est l'adresse de ton ordinateur, il permet de connaître ton domicile. Si tu as hacké quelque chose par exemple il est possible de te retrouver via cette adresse là.

Publicité ciblée : C'est la communication personnalisée en fonction des envies et besoins on cible une personne. Par exemple, on m'envoie des promotions sur mon adresse mail mais uniquement celle qui peuvent m'intéresser. Delhaize fait ça par exemple. On m'a même dit que quand on est client régulier les promos sont limitées par exemple à une semaine alors que quand on est moins bon client la promotion dure plus longtemps.

Cookies : Je connais un peu moins. En faite, je connais le mot parce que je le vois sur les pages internet mais j'ai pas encore compris ce que c'était.

Animateur : Cette image vous parle ?



J : Oui exactement c'est ce genre de chose que je reçois sur mon ordinateur. Mais je dis toujours oui parce que je veux juste l'enlever. Par contre, j'ai pas toujours l'impression que j'ai le choix entre oui et non. Je pense que parfois je suis obligée de dire oui.

Ciblage comportemental : Jamais entendu parler. J'imagine que c'est ciblé en fonction du comportement du consommateur. Mais aussinon aucune idée.

Animateur : Je vous ai proposé ces différents mots car ils sont en lien avec la publicité qu'on peut retrouver aujourd'hui sur Internet.

Animateur : Maintenant je vais vous présenter plusieurs images qui sont des dialogues et je vais vous demander de remplir les bulles des conversations vides. D'après vous, que répondraient les différents personnages ?

Dialogue 1 : Il répondrait quelque chose de positif si il aime le Canada. Je dirai qu'il demanderait plus d'informations « De quoi elle parle cette publicité ». Il s'y intéresserait.

Dialogue 2 : « On va regarder ça de plus près, ça pourrai nous intéresser »

Dialogue 3 : « Si c'est un hobby mais j'ai pas le temps maintenant d'en parler »

Dialogue 4 : « On verra ca plus tard si on décide de partir la bas, la voiture c'est pas notre priorité »

Dialogue 5 : « Faut au moins que je regarde si il y a quelque chose d'intéressant »

Dialogue 6 : « Attention que ce ne soit pas un attrape nigog »

Animateur : Vous l'avez peut-être compris, il s'agissait de publicités ciblées dites comportementales.

Connaissiez-vous ce type de publicité ? Qu'est-ce que cela signifie pour vous ?

J : Oui effectivement, je remarque que le hasard est parfois « trop beau ». J'ai d'ailleurs j'ai eu ca il y a quelques jours. Je remarque que très bien qu'ils ont réussi à garder l'une ou l'autre information sur moi après moi personnellement je ne vais pas pour autant aller cliquer dessus.

Avez-vous un autre exemple d'une situation que vous avez déjà vécu ?

J : Je suis allée sur un site multimarques qui vend des vêtements (Place des tendances). Et après j'avais beaucoup de pubs sur le produit ou sur le site quand j'étais sur internet.

Animateur : La pub ciblée comportementale est possible grâce à la technique de ciblage comportemental. C'est en fait un moyen d'adresser la publicité aux personnes en ligne en fonction des pages web visitées, des recherches qu'il a faites sur Internet, les publicités sur lesquelles il a pu cliquer ou des achats qu'il a faits sur certains sites ou les produits qu'il a mis dans son panier d'achats. Tous ces éléments permettent de déterminer en quelque sorte les centres d'intérêt des consommateurs et donc de leur adresser des bonnes publicités ce qui veut dire des pubs qui doivent forcément lui correspondre.

J: J'imaginai bien ça.

En image simplifiée cela donne ça



Animateur : Je vais à présent vous remonter les photos de 8 personnes aux profils différents. La toute à l'heure je vais ai demandé quant à la publicité normale à présent je vous demande de faire la même chose pour les pubs ciblées. Quels types de personnes vont bien aimer cette pub et quels types de personnes ne vont pas l'aimer. Pouvez-vous m'expliquer pourquoi ? Pour vous aider je vous propose de reprendre les photos que nous avons déjà utilisées précédemment.

J : Ceux qui doivent vraiment pas aimer ca c'est les personnes qui ont des **avis bien tranchés** (photo 6) qui sont dans leur bulle, avec leurs idées et qu'on ne peut pas faire changer d'avis.

Les **personnes angoissées** (photo 5) non plus car elles doivent s'imaginer qu'on les espionnent et donc elles vont se poser beaucoup de questions.

Par contre les personnes qui se prennent au sérieux, qui sont **individualiste** (photo 8) ca doit leur plaire. Ils vont bien aimer qu'on s'intéresse à eux, on va leur adresser des produits qu'ils aiment bien donc ca va leur faire perdre moins de temps, ce sont souvent des gens qui sont a cheval sur le temps donc j'imagine que pour eux ca doit être bénéfique.

Les personnes qui ont besoin d'**être entourés** (photo 3) etc. ils vont se sentir rassurer par une pub d'un produit qu'ils ont vu avant ou aux choses auxquelles ils s'intéressent. Ca les réconfortent de revoir quelque chose qui les intéresse par exemple et donc ils vont se dire que finalement ils peuvent faire leur choix. Ils vont pas se dire que c'est ciblé à leurs envies, peut-être qu'ils se diront que si la pub existent c'est que d'autres personnes s'y intéressent et que donc c'est bon signe.

Personnellement je me préoccupe pas trop de ce type de pubs dans le sens où je m'inquiète pas outre mesure qu'on puisse avoir des informations sur moi. Je n'ai rien à cacher donc je n'ai pas de soucis à ce niveau la. Mais les personnes qui se tracassent pas du regard des autres ils vont pas être dérangés par ce type de pubs.

Animateur : si je peux me permettre, vous personnellement quelle réaction avez-vous à l'égard de ces pubs ?

J : J'arrive à avoir un certain recul par rapport à ces pubs donc je veux dire que si je vois une pub en lien avec ce que j'ai pu faire avant je vais l'interpréter comme un rappel et c'est intéressant mais je pense pas que ça va me pousser à l'achat ou même à cliquer dessus. Je pense que j'achète quand moi j'en ai envie, je vais pas attendre que la pub s'affiche. De toute façon les pubs on sait rien faire contre, ça fait partie de notre vie et on doit l'accepter comme tel. Une fois de plus, ça ne me dérange pas parce que parfois c'est intéressant parce que c'est en lien avec quelque chose qu'on aime bien, quelque chose de nouveau dans le style qu'on aime bien. Et donc je considère plus cette pub comme quelque chose d'informatif et qu'au final l'entreprise s'intéresse à moi c'est flatteur.

Après, il y a ce côté mystérieux qui fait peur, se dire qu'on sait ce que j'ai regardé la veille sur internet et qu'on m'en reparle le lendemain ça me fait quand même bizarre. Mais je ne vais pas m'y opposer.

Clôture:

Animateur : Cette discussion touche à sa fin. J'aimerais toutefois revoir avec vous les principaux points qui ont été abordés.

Si je comprends bien vous n'êtes pas opposés à ce type de publicités mais vous comprenez que d'autres personnes ont des raisons qui les amènent à rejeter ce type de pubs. Vous m'avez parlé de la vie privée ou tout simplement que ces personnes ne souhaitent pas partager certaines de leurs informations. Etes-vous d'accord avec ceci ?

J : Oui et puis je pense qu'il faut quand même rester prudent car on voit parfois que des informations peuvent très vite devenir publiques aussi. Je sais qu'il y a eu un scandale au sujet d'un site de rencontre et une liste des membres a été rendue publique parce que il y a eu des hackers qui ont réussi à y avoir accès. Donc effectivement aujourd'hui on est à l'abris de rien et il y a ce risque ou en tout cas une peur pour ma part qu'on dévoile ce type d'info du jour au lendemain.

Animateur : Souhaiteriez-vous ajouter quelque chose quant à cet entretien ? Est-ce que vous avez des critiques ou une opinion à donner sur cet entretien? Ou avez-vous des questions ?

J : C'est assez visuel et ca j'aime beaucoup. J'ai trouvé ça chouette de répondre à cet entretien.

Animateur : La discussion est maintenant finie. Je souhaite vous remercier une dernière fois pour votre présence et votre implication dans mon étude.

Entretien individuel 4 :

Introduction :

Animateur : Merci d’avoir répondu à mon invitation et de bien vouloir contribuer à cette étude. Je vous propose de vous installer confortablement.

Je me présente, je m’appelle Pauline j’ai 23 ans et je suis dans ma dernière année de Master en Sciences de Gestion à Louvain-La-Neuve.

Je propose que vous vous présentiez à votre tour. Ceci nous permettra de faire plus ample connaissance.

C : Je m’appelle Charlotte, j’ai 25 ans et je suis diplômée en journalisme et à la recherche d’un emploi.

Aujourd’hui l’objet de notre entretien est la publicité. Mon but sera de comprendre et de connaître vos motivations, attitudes et opinions quant à la publicité actuelle qu’on peut rencontrer sur internet. Il est donc important que vous vous exprimiez librement sans hésiter à fournir des explications. Toutes les informations comptent et auront leur rôle à jouer. Si une question vous semble gênante ou embarrassante, n’hésitez pas à me le signaler.

Nous n’allons à aucun moment juger vos propos, ce qui nous intéresse ce sont les informations que nous pouvons retirer de cet entretien et non pas « qui a dit quoi ». D’ailleurs, tout ce qui sera dit restera confidentiel. Par contre, si vous me le permettez je tiens à enregistrer notre rencontre uniquement pour que je puisse retenir et analyser toutes les informations par la suite.

Si cela vous convient, cet entretien devrait durer une quarantaine de minutes.

Avez-vous des questions jusqu’à présent ?

C : Non on peut commencer

C’est parti.

Echauffement:

Animateur : Pour commencer cet entretien, j'aimerais savoir ce que vous évoquent certains mots que je vais vous citer. N'hésitez pas à exprimer tout ce qui vous passe par l'esprit :

Marketing : ca m'évoque la vente, les moyens et techniques pour essayer de vendre un produit quelconque.

Publicité : c'est ce qui traîne un peu partout, qui nous suit, à la télévision, la radio, dans la presse, partout dans la rue. C'est grâce à ca que la presse survit sur le web.

Média : c'est l'information pour moi.

Promotion : j'aime bien, avantages.

Communication : interagir avec les clients. Il y a différentes techniques.

Image : photos

Consommation : c'est ce qu'on fait tout les jours, ca fait partie de la vie quotidienne.

Topo général:

Animateur : À présent je vais vous montrer une série d'images qui sont des publicités (de tout genre) et que vous avez peut-être déjà pu apercevoir dans des magazines, journaux ou sur Internet. J'aimerais savoir ce que vous pensez de chacune de ces pubs, quelle est votre réaction et que ressentez-vous lorsque vous voyez ces pubs ? Selon vous, quel est l'objectif des entreprises avec chacune de ces publicités ?

Publicité A : c'est Dove. C'est pour toucher un public différent puisque c'est vrai qu'on a l'habitude de voir des filles généralement minces etc. Je pense qu'ici il marque

le coup. Les produits sont pour toutes les filles, mixité culturelle etc. D'après moi, c'est de la pub qui fonctionne car les gens si reconnaisse, s'identifie à ce genre d'image.

Publicité B : Je me souviens de cette série de photo. Je pense qu'ils veulent montrer qu'on est tous différents et que tout le monde doit s'aimer. J'ai bien aimé cette campagne.

Publicité C : Je trouve que c'est d'actualité. Ca veut rappeler les produits artisanaux, c'est très bien mais ca ne m'inspire pas grand chose.

Publicité D : Un beau garçon, dénudé ca fonctionne toujours ça c'est sur. Ils veulent clairement s'adresser aux femmes.

Publicité E : C'est trop compliqué. On ne comprend pas le message tout de suite.

Publicité F : Pourquoi pas, mais c'est pas une pub qui m'attire. Le message est sympa mais ca ne m'inspire pas grand chose.

Publicité G : Typiquement une pub de parfum où on met une jolie femme à côté d'un flacon de parfum. On voit ca tout le temps, ca n'évolue pas, c'est un peu banal et je trouve qu'on ne sait pas vraiment se reconnaître dans ce type de pub. On sait très bien qu'elles sont toutes retouchées de partout et dénudées. On a l'habitude de voir ces pubs où les gens sont dénudés mais moi ca ne me donne pas envie d'acheter un parfum, ca ne te parle sur le style de parfum que ca peu être.

Publicité H : Evian, j'adore ces pubs avec les bébés. C'est vraiment ma pub préférée. Je trouve qu'ils font bien passer leur message, la pub est très claire et eux ils n'ont vraiment pas besoin de slogan. Dans leur pub ce que j'aime c'est que c'est toutes les générations confondues, des couleurs de peaux différentes, et les cultures etc. Ils sont très forts je trouve.

Animateur : On va continuer la réflexion sur ces images mais maintenant je vais vous montrer 8 photos de personnes avec des profils différents. J'aimerais savoir quelle pub,

d'après vous, va être détestée et laquelle va être appréciée par chacune de ces personnes.

Photo 1 : Je considère que ce sont des gens qui bougent beaucoup, qui ont une vie assez active. Donc ils aimeront bien la pub Evian. Je suppose que ce sont des gens qui veulent avoir un style de vie naturel et Evian c'est ce qu'ils dégagent. C'est peut être stéréotypé mais je pense qu'ils se sentent aussi concernés par la pub sur les OGM. Je pense pas qu'il y a une en particulier qui les dérangerait

Photo 2 : Dove et Benetton sont des pubs qui peuvent leur parler car c'est des gens qui je pense défendent l'idée qu'il faut être ouvert à la diversité et qu'il faut pouvoir vivre avec les différences de tout genre.

C'est difficile de dire ce qui ne plairait pas. Rien me vient à l'esprit.

Photo 3 : /

Photo 4 : Je pense que quelqu'un de timide va pas trop aimer des pubs comme Coca-Cola, parfum ou même Dove. Tout ce qui est un peu dénudé. Pour moi je pense pas qu'une personne de timide et qui a peu confiance en soi risque de pas trop adhérer. Même si je me dis que peut être que ça peut dans un autre sens les remettre en confiance comme la pub de Dove. Leur faire comprendre que finalement il n'y a pas de raison qu'ils soient moins que les autres.

Photo 5 : /

Photo 6 : Si une personne est catégorique dans ses idées peut-être qu'elle va déjà se dire que la publicité c'est quelque chose à laquelle elle ne va pas faire attention. Elle va pas se sentir, je vais pas me laisser avoir etc. Le parfum je suis sur que ça ne va pas les toucher car il n'y a pas de message alors que les autres pubs il y a un message qui veut être passé alors qu'un parfum il y a pas de message fort. C'est une pub des plus banales. Rien leur correspondrait si ils ont un avis très précis.

Photo 7 : La pub de la voiture ils doivent adorer. Ils vont adorer le principe d'être différents et que donc les autres soient susceptibles de les envier. La pub Dove peut plaire car cela oblige les femmes à montrer et être fières qu'elles sont différentes. La laitière est pas assez originale pour eux.

Photo 8 : Je pense qu'ils n'aimeraient pas des choses un peu décalées comme la pub Benetton qui peuvent choquer si ils sont très sérieux dans leur vie. Peut-être que la pub sur les OGM qui est un sujet plus sérieux peut plus les atteindre.

Animateur : A présent, imaginez-vous en 2135, vous faites un saut dans le futur. Vous vous trouvez dans une ville qui ressemblera à celle sur la photo. Imaginez que vous vous promenez en rue avec vos amis ou que vous êtes en chemin pour le travail (comme vous préférez), pouvez-vous me décrire ce que vous voyez ?

Animateur : Est-ce que vous pouvez me dire si vous avez rencontré des publicités sur votre route ?

C : Déjà pour commencer je pense que la pub sera toujours présente, c'est inévitable. Mais plus technologique qu'aujourd'hui. Je pense qu'on sera encore plus envahi parce que elle va sortir de partout. J'imagine qu'elle sortira de nos téléphones mais aussi de nos montres. Peut-être qu'on en sera moins conscient qu'aujourd'hui et qu'elle va nous aborder de manière plus subtile mais elle sera encore là. Je pense qu'elle sera d'office dans les rues mais aussi dans les métros. Il y aura moins de papiers distribués dans la rue parce que on va évoluer de manière plus écologique parce que aujourd'hui on ne l'est vraiment pas du tout. J'imagine donc la pub sur des grands panneaux en rue, on pourra pas passer à côté et aussi dans les métros.

Les gens sont tellement fous qu'on pourra avoir peut-être tout simplement des messages qui défileront à côté de nous dans la rue quand on marche.

Animateur : Vous êtes toujours dans ce futur. Pouvez-vous me dire où d'autre (que dans la rue) vous pouvez voir de la publicité ?

C : On aura plein de pubs sur nos téléphones et tablettes. Peut être qu'on aura des puces dans le bras à la place de notre téléphone ou montre. Et de cette puce peuvent sortir plein de choses comme des messages publicitaires par exemple.

Animateur : Ca vous donne envie de vivre dans ce futur là ?

C : Ca ne me plairait pas même si je suis curieuse de voir comment ca peut évoluer. Mais si dans la vie future la publicité est encore plus présente que ce qu'elle est aujourd'hui alors ca je n'aimerais pas. Je trouve que déjà aujourd'hui la pub est beaucoup trop présente. Dès qu'on me donne quelque chose en main j'ai l'impression qu'il y a au moins une pub.

Topo spécifique:

Animateur : Je vais à nouveau vous demander de me dire ce que vous évoque certains mots. Il est possible que vous n'en connaissiez pas certains ce qui pose aucun problème. Si vous connaissez le mot vous pouvez me l'expliquer ou me dire ce que vous savez à son sujet

Adresse IP : Oui je vois plus au moins ce que c'est. Si je ne me trompe pas c'est des adresse de ton serveur internet. On a tous une adresse IP et ca permet de localiser et retrouver les gens avec ca. Ca fait un peu peur parce que je pense que des entreprises utilisent ca pour faire augmenter leurs prix de billets d'avions par exemple et c'est injuste.

Publicité ciblée : une pub qui cible certaines personnes par exemple pub féminine ou pour les hommes, pour les jardiniers, culturel etc. Faut de la publicité pour tout le monde je me dis.

Cookies : Alors ça je le vois tout le temps mais j'ai jamais compris ce que c'était. Ou on me dit cookies oui ou non mais j'ai aucune idée de ce que c'est donc quand je peux je ferme la fenêtre et je m'en inquiète pas plus que ca.



Ciblage comportemental : je suppose que c'est une pub en fonction de notre comportement mais je ne sais pas comment ils pourraient connaître notre comportement.

Animateur : Je vous ai proposé ces différents mots car ils sont en lien avec la publicité qu'on peut retrouver aujourd'hui sur Internet.

Maintenant je vais vous présenter plusieurs images qui sont des dialogues et je vais vous demander de remplir les bulles des conversations vides. D'après vous, que répondraient les différents personnages ?

Dialogue 1 : oui ca j'ai remarqué dès que tu fais des recherches sur un voyage que tu veux faire par exemple, automatiquement après on t'envoie des pubs pour louer une voiture, pour louer une chambre hotel et tout. Je sais pas comment ils font mais ils savent que tu as fait des recherches ca c'est sur. ...

Dialogue 2 : « je savais que j'allais recevoir une pub en lien avec le festival où je vais »

Dialogue 3 : « Je suis cramée, maintenant tu es au courant de ce que je fais sur internet » peut etre qu'il ne voulait pas que son collègue sache qu'il aime le jardinage.

Dialogue 4 : « Comme par hasard »

Dialogue 5 : « Effectivement j'en ai cherché une sur Internet il y a quelques jours, c'est pas étonnant »

Dialogue 6 : « Tout est enregistré visiblement »

Animateur : Vous l'avez peut-être compris, il s'agissait de publicités ciblées dites comportementales.

Connaissiez-vous ce type de publicité ? Qu'est-ce que cela signifie pour vous ?

Spontanément la personne répond : Ah ça s'appelle comme ça !

Connaissiez-vous ce type de publicité ? Qu'est-ce que cela signifie pour vous ?

C : De nom je ne connaissais pas mais effectivement oui ça me dit clairement quelque chose, j'avais déjà entendu parler de cette technique.

C'est une pub qui me fait un peu peur parce que elle me donne l'impression que maintenant quand je fais quelque chose sur internet, l'entreprise y a accès et enregistre d'une façon ou une autre. De cette façon ils comprennent qui on est, ce qu'on fait dans la vie, ce qu'on aime, le nombre de personnes de ma famille et donc en fonction de ça on m'envoie une pub.

Avez-vous un autre exemple d'une situation que vous avez déjà vécu ?

C : J'ai l'impression que ça arrive tout le temps. Quand je vais sur un site comme Zalando où je cherche des chaussures. Après j'ai plein de pubs d'eux partout où je vais.

Animateur : La pub ciblée comportementale est possible grâce à la technique de ciblage comportemental. C'est en fait un moyen d'adresser la publicité aux personnes en ligne en fonction des pages web visitées, des recherches qu'il a faites sur Internet, les publicités sur lesquelles il a pu cliquer ou des achats qu'il a faits sur certains sites ou les produits qu'il a mis dans son panier d'achats. Tous ces éléments permettent de déterminer en quelque sorte les centres d'intérêt des consommateurs et donc de leur adresser des bonnes publicités ce qui veut dire des pubs qui doivent forcément lui correspondre.

Spontanément la personne répond : c'est fou quand même.

En image simplifiée cela donne ca



Animateur : Je vais à présent vous remonter les photos de 8 personnes aux profils différents. La toute à l'heure je vais ai demandé quant à la publicité normale à présent je vous demande de faire la même chose pour les pubs ciblées. Quels types de personnes vont bien aimer cette pub et quels types de personnes ne vont pas l'aimer. Pouvez-vous m'expliquer pourquoi ? Pour vous aider je vous propose de reprendre les photos que nous avons déjà utilisées précédemment.

C :

Personnes sociales : Je pense que tout dépend du type de message qui leur est ciblée. Certains sujets peuvent plus déranger que d'autres. Mais je sais que plein de personnes vont pas toujours se rendre compte que c'est ciblée. Ils vont se poser des questions mais sans plus.

Qui aime les défis : je pense pas que ca les dérangerait. Ca leur permet de découvrir des nouvelles choses donc ca devrait justement leur plaire.

Timides : ils vont peut être pas trop aimer qu'on se permette de rentrer dans leur vie privée sans le savoir. Ce qu'il y a avec ces personnes c'est qu'ils ne connaissent pas la technique ils ne vont pas se tracasser. Par contre, ça va les embêter quand ils savent qu'en faite les entreprises ont accès à leur données. Si tu connais pas le principe tu n'y fais pas attention et donc tu t'en inquiètes pas.

Communautés : ces personnes là ça ne devrait pas les déranger mais si ils sont souvent entourés etc. peut être que si un ami va sur son ordi et tombe sur une pub ciblée il sera peut être pas super content. Je dis ça parce que ça dévoile une partie de la personne, alors qu'on ne voulait peut-être pas dévoiler ça à tout le monde. Si ils ont leur jardin secret du coup la pub pourrait dévoiler une partie que leurs amis ne connaissent pas et donc ça peut les vexer.

Têtue : ils aimeraient pas trop. Ils ont leurs idées, même si la pub est ciblée je ne suis même pas sûr qu'ils aimeraient parce qu'ils se braquent assez vite. Ils vont peut-être se dire qu'on essaye de les arnaquer etc.

Angoissés : eux cette pub là c'est vraiment pas une bonne idée. Ils vont se sentir observé de partout, ils ne pourront plus dormir tranquille.

En faite cette pub me fait penser aux hackers. C'est un peu ça je trouve. C'est comme si on se faisait hacker en quelque sorte quand on n'est pas au courant de toutes les techniques possibles. On m'espionne en quelque sorte en faite.

Original : ça va leur faire plaisir car ça va être une façon pour eux de s'étaler justement. Ils vont bien aimer que les gens sachent ce qu'ils ont fait précédemment sur leur ordi ou ce qui les intéresse, ça les met un peu en avant, en tout cas je pense qu'ils peuvent avoir ce sentiment là. Si ils aiment étaler leur vie aucun problème pour eux cette pub.

Individualiste : pour moi ils aimeraient pas non plus qu'on rentre dans leur vie privée. Si ce sont des gens très carrés ils risquent de pas être très contents surtout si ils ont des choses à cacher ou qu'ils veulent garder pour eux.

Animateur : si je peux me permettre, vous personnellement quelle réaction avez-vous à l'égard de ces pubs ?

C : je ne clique jamais sur ce type de pub parce que justement je me dis qu'il doit il y avoir une faille. Soit qu'on essaie de me faire payer plus cher par exemple ou de m'arnaquer d'une autre façon. Je me dis que c'est pas anodin qu'on m'adresse une publicité qui doit m'intéresser. Je me dis toujours qu'il doit il y avoir une raison bien précise. Je suis presque sûr que j'ai jamais cliqué dessus.

Clôture:

Animateur : Cette discussion touche à sa fin. J'aimerais toutefois revoir avec vous les principaux points qui ont été abordés.

(Faire le point)

La pub ciblée comportemental tu connaissais le principe même si le mot en tant que tel ne te disait rien. Tu as déjà fait l'expérience. Est-ce que je peux dire que ça vous fait peur ?

Etes-vous d'accord avec ceci ?

C : Ça me fait pas vraiment peur c'est juste que je me pose beaucoup de question. Je me dis que si aujourd'hui ils sont capables de faire ça aujourd'hui, ça peut encore aller plus loin mais jusqu'où ? Ça ne me dérange pas qu'ils sachent que je recherche un vol pour aller quelque part et que donc on me propose des hôtels pour cette destination il n'y a pas de soucis. J'ai juste la crainte que ça aille plus loin que cette pub de l'hôtel. J'ai l'impression qu'aujourd'hui ils savent tout faire sans que je puisse avoir le contrôle là dessus.

Animateur : Souhaiteriez-vous ajouter quelque chose quant à cet entretien ? Est-ce que vous avez des critiques ou une opinion à donner sur cet entretien ? Ou avez-vous des questions ?

C : C'était bien. Les images je trouve que ça facilite mon travail de répondante.

Animateur : La discussion est maintenant finie. Je souhaite vous remercier une dernière fois pour votre présence et votre implication dans mon étude.

Entretien individuel 5 :

Introduction :

Animateur : Merci d'avoir répondu à mon invitation et de bien vouloir contribuer à cette étude. Je vous propose de vous installer confortablement.

Je me présente, je m'appelle Pauline j'ai 23 ans et je suis dans ma dernière année de Master en Sciences de Gestion à Louvain-La-Neuve.

Je propose que vous vous présentiez à votre tour. Ceci nous permettra de faire plus ample connaissance.

A : Je m'appelle Amadeo, j'ai 47 ans et je suis ingénieur agronome.

Aujourd'hui l'objet de notre entretien est la publicité. Mon but sera de comprendre et de connaître vos motivations, attitudes et opinions quant à la publicité actuelle qu'on peut rencontrer sur internet. Il est donc important que vous vous exprimiez librement sans hésiter à fournir des explications. Toutes les informations comptent et auront leur rôle à jouer. Si une question vous semble gênante ou embarrassante, n'hésitez pas à me le signaler.

Nous n'allons à aucun moment juger vos propos, ce qui nous intéresse ce sont les informations que nous pouvons retirer de cet entretien et non pas « qui a dit quoi ». D'ailleurs, tout ce qui sera dit restera confidentiel. Par contre, si vous me le permettez je tiens à enregistrer notre rencontre uniquement pour que je puisse retenir et analyser toutes les informations par la suite.

Si cela vous convient, cet entretien devrait durer une quarantaine de minutes.

Avez-vous des questions jusqu'à présent ?

A : Non non. Je suis d'accord de participer à votre travail de fin d'étude.

C'est parti.

Echauffement:

Animateur : Pour commencer cet entretien, j'aimerais savoir ce que vous évoquent certains mots que je vais vous citer. N'hésitez pas à exprimer tout ce qui vous passe par l'esprit :

Marketing : la forme de montrer un produit pour pouvoir le vendre.

Publicité : montrer la partie positive d'un produit.

Média : toutes les formes d'approcher les gens.

Promotion : montrer et insister sur un atout d'un produit, pour pouvoir mieux le vendre, c'est peut être un peu répétitif.

Communication : toute forme de relation entre personnes.

Image : ce qu'on voit des autres, leur comportement par exemple.

Consommation : c'est large. Ca touche notre vie au quotidien.

Topo général:

Animateur : À présent je vais vous montrer une série d'images qui sont des publicités (de tout genre) et que vous avez peut-être déjà pu apercevoir dans des magazines, journaux ou sur Internet. J'aimerais savoir ce que vous pensez de chacune de ces pubs, quelle est votre réaction et que ressentez-vous lorsque vous voyez ces pubs ? Selon vous, quel est l'objectif des entreprises avec chacune de ces publicités ?

Publicité A : C'est sûrement une pub qui s'adresse aux femmes. C'est vrai que quand je vois une publicité qui cible les femmes, les jeunes ou qui parle de quelque chose qui ne m'intéresse pas je ne la regarde pas, je la passe.

Publicité B : Ici cette photo si je la voyais sans la marque « Benetton » je me dirais que c'est une image qui représente deux religions qui se retrouvent en quelques sortes. Mais je sais que c'est une pub de Benetton qui est connue pour être une entreprise qui choque avec ses publicités plus particulières.

Publicité C : Oui cette pub je la connais. Ça c'est une pub qui utilise un peu des images de l'ancien temps. Comme autre fois.

Publicité D : Coca-cola j'ai déjà vu plein de formes différentes d'eux. Je trouve qu'ici ça va l'image n'est pas dérangeante mais à nouveau en la regardant je sais que cette pub ne s'adresse pas à moi.

Publicité E : La voiture, je vois un slogan. Mais pour moi c'est difficile parce qu'une fois de plus la publicité ne me parle pas vraiment. Je pense que je complique le travail des entreprises et que c'est difficile pour eux de réussir à me cibler avec leur pub.

Quand je me retrouve face à la publicité je me sens jamais atteint et je pense que je suis quelqu'un d'assez fermé par rapport à cette technique.

Si je suis intéressée par une voiture ou si j'en recherche une peut-être que ma réaction sera plus intéressante pour eux. Dans ce cas là je peux prendre la peine de m'y intéresser par exemple voir si le prix est affiché mais aussi non pas.

Publicité F : Cette photo-ci même si je ne sais pas tout de suite de quoi ça parle mon œil est un peu plus attiré parce qu'il y a du maïs et on parle d'OGM. Je suis ingénieur agricole donc à ce moment là je vais prendre peut-être quelques secondes de mon temps pour regarder un peu plus. Ici c'est une pub qui va plus m'interpeller parce que je vois un fusil en forme de maïs puis les OGM et je vais me dire que je dois quand même lire ce qu'il y a écrit. En plus je suis contre les OGM surtout dans le maïs, on essaie de relativiser en disant que ceux qui sont génétiquement modifiés vont pour les animaux mais ce qu'on oublie alors c'est que le humain aussi va utiliser ces animaux pour autre chose donc c'est mal.

Publicité G : Oui oui , ils cherchent toujours à vendre les parfums de cette façon là avec des belles femmes. C'est la publicité qui est devenue très très connue.

Publicité H : Ici bon je suis d'accord de dire que c'est Evian car je connais mais parfois c'est vrai que je croise des pubs et je ne suis pas capable de dire de quel marque c'est ou je ne comprends pas le message qu'ils veulent faire passer. Ce que je me dis c'est que parfois on est attiré par l'image de la publicité mais pas spécialement le produit en soi. Et c'est sûrement bien aussi mais moi ça ne m'apprend rien sur le produit.

Animateur : On va continuer la réflexion sur ces images mais maintenant je vais vous montrer 8 photos de personnes avec des profils différents. J'aimerais savoir quelle pub, d'après vous, va être détestée et laquelle va être appréciée par chacune de ces personnes.

A : ça c'est difficile pour moi.

Photo 1 : Pour moi ça représente la jeunesse, toujours à la recherche de la difficulté, de défis, de pousser les limites. Ils aimeraient l'image du maïs en forme de revolver parce que c'est quand même assez frappant comme image et cela peut-être vu par eux comme un défis.

Photo 2 : Ils aimeraient bien la pub de Benetton parce que c'est sûrement des personnes ouvertes à ce genre de choses.

Photo 3 : c'est plus difficile. Je ne sais pas.

Photo 4 : Ils vont bien aimer la laitière c'est une image rassurante.

Photo 5 : Elle aimera bien la pub sur le parfum, à la rassurer parce que ça change peu de d'habitude on voit beaucoup donc elle ne va pas trop être perturbée.

Photo 6 : Peut-être la pub Coca-cola mais sans plus.

Photo 7 : Je pense la voiture. Je pense que la société actuelle aime ce faire remarquer avec une voiture donc cette pub peut leur correspondre.

Photo 8 : Aucune idée.

A : c'est pas facile

Animateur : Je suis très satisfaite des réponses et puis vous devez pas vous inquiéter vous devez vraiment me dire ce qui vous passe par l'esprit.

Animateur : A présent, imaginez-vous en 2135, vous faites un saut dans le futur. Vous vous trouvez dans une ville qui ressemblera à celle sur la photo. Imaginez que vous vous promenez en rue avec vos amis ou que vous êtes en chemin pour le travail (comme vous préférez), pouvez-vous me décrire ce que vous voyez ?

A : Moi je me base sur Dubaï. J'y suis allée et j'imagine bien le futur comme ça chez nous d'ici 100 ans. Avec des grandes tours, tout en verre.

Animateur : Est-ce que vous pouvez me dire si vous avez rencontré des publicités sur votre route ?

A : Je vois de la publicité mais par contre pas du tout comme celle d'aujourd'hui. Certaines formes vont apparaître et d'autres disparaître je pense.

Animateur : Vous pourriez développer ce point ?

A : Oui bien sûr ! Je pense que chaque service qu'on utilisera comme Internet sera gratuit mais que donc en échange on recevra de la publicité. D'ailleurs, comme aujourd'hui on sait déjà ce qu'on fait sur internet par exemple ce que j'achète et ou le produit qui m'intéresse. Ensuite on me demande pourquoi j'ai fait une opération et pas l'autre donc je pense que on va progresser de plus en plus dans ce sens. Un autre exemple c'est Whatsapp que j'utilise régulièrement. Je suis content parce que c'est gratuit mais c'est pas pour rien je sais que vu que j'utilise ce service gratuit je vais avoir de la publicité. Moi je vois la chose comme ça, chaque chose que j'utilise gratuitement ou dont j'ai accès gratuitement c'est qu'il y a une raison que c'est gratuit.

Animateur : Vous êtes toujours dans ce futur. Pouvez-vous me dire où d'autre (que dans la rue) vous pouvez voir de la publicité ?

A : Je suis sûr que internet va être encore plus performant qu'aujourd'hui. Je veux dire au domicile de chaque personne. En rue je ne sais pas si ce sera la même chose. Je pense qu'on sera plus nous équipé d'objets qui affiche tout en 3D plutôt que des technologies en rue. Et puis j'ai du mal à m'imaginer le futur avec la publicité car j'ai déjà l'impression d'être tellement sollicité par la pub j'arrive pas à être imaginatif. En faite pour être honnête parfois je me dis que la seule chose que je sais faire pour y échapper c'est de me cacher les yeux et boucher mes oreilles. Je trouve qu'on devient très agacé par la publicité, qu'on ne veut plus écouter mais qu'il y a toujours comme un bruit de fond qui nous suit.

D'ailleurs, je n'achète jamais de produits que j'ai vu sur une publicité. Ma femme peut-être bien mais moi pas.

Topo spécifique:

Animateur : Je vais à nouveau vous demandez de me dire ce que vous évoque certains mots. Il est possible que vous n'en connaissiez pas certains ce qui pose aucun problème. Si vous connaissez le mot vous pouvez me l'expliquer ou me dire ce que vous savez à son sujet

Adresse IP : oui ca c'est le numéro de l'internet de chaque personne je pense.

Publicité ciblée : oui j'en ai parlé je pense. C'est une publicité qu'on peut cibler sur une personne parce qu'on a identifié ses besoins.

Cookies : C'est de la publicité ca non ? ils nous bombardent avec des petites fenêtres quand on va sur un site. Quand je veux lire un journal en ligne directement ils me parlent de cookies en me disant que si je n'accepte pas je ne peux pas lire les articles. Pourtant je voulais lire un article en particulier et après je suis déçu parce que je ne peux pas le lire. Parfois, je cède et je dis que j'accepte mais parfois ca m'embête plus certains jours que d'autres et donc je laisse tomber et je quitte le site. C'est vraiment pas agréable. Mais d'un autre côté je comprends parce qu'après tout comme on dit sur Internet c'est gratuit mais en échange on doit donner quelque chose. Ca me fait sentir

mal à l'aise, je préfère pas regarder l'article plutôt que d'accepter. C'est bête parce qu'il perde un client mais c'est comme ça.

Ciblage comportemental : Comportement d'une personne qui est suivi quand il est sur internet et donc on sait son âge, le nombre d'enfant, où il habite, où on part en vacances, ce qu'il mange, si' il aime le cinéma, si il va à la mer ou la montagne, si il va au resto, au camping ou non. C'est comme quand je veux écouter une chanson sur Youtube après je suis envahi par plein d'autre chanson parce que j'ai écouté une chanson en particulier. En une fraction de seconde ils savent et parfois ils vont trop loin.

Animateur : Je vous ai proposé ces différents mots car ils sont en lien avec la publicité qu'on peut retrouver aujourd'hui sur Internet.

Maintenant je vais vous présenter plusieurs images qui sont des dialogues et je vais vous demander de remplir les bulles des conversations vides. D'après vous, que répondraient les différents personnages ?

Dialogue 1 : « Biensur quand est-ce qu'on part ? »

Dialogue 2 : si elles préparent leur festival peut-être qu'elles vont dire « allons voir, au moins pour savoir si c'est intéressant ».

Dialogue 3 : ça c'est exactement ce qui peut m'arriver « oui effectivement toi aussi c'est ta passion ? » C'est sympa ça lance un autre sujet de conversation dans le cadre du travail.

Dialogue 4 : « on n'a pas encore l'hôtel et toi tu me parles déjà de voiture ?! » C'est vrai que nous aussi dès qu'on fait des recherches pour partir en vacance on nous adresse des pubs après pour l'hôtel, la voiture, le restaurant, c'est fou.

Dialogue 5 : ça c'est de la pub ciblée quoi. Si c'est pas encore acheté « oui je vais regarder » mais peut-être que c'est déjà acheté donc elle va répondre « trop tard ». Mais bon je pense que cette pub va venir bien avant les 10 jours ça peut déjà arriver avant, déjà le lendemain je pense. En faite, 10 jours d'après moi c'est trop tard pour lui adresser cette pub.

Dialogue 6 : C'est pas mal ça évidemment. Si ils ne savent pas où partir « on peut regarder si c'est intéressant ».

Animateur : Vous l'avez peut-être compris, il s'agissait de publicités ciblées dites comportementales.

Connaissiez-vous ce type de publicité ? Qu'est-ce que cela signifie pour vous ?

A : je connais plus ou moins.

Avez-vous un autre exemple d'une situation que vous avez déjà vécu ?

A : peut-être à la maison. C'est vrai que parfois je rigole parce que je me dis « tiens ils savent déjà ce que je cherche. Donc je ne suis pas prêts à les voir mais quand je les vois je sais dire que ça correspond à ce que je suis entrain de faire ou bien ce que j'ai pu faire 2-3 jours avant sur Google par exemple. Mais c'est bête parce que parfois j'ai déjà acheté le produit donc la pub est pas nécessaire ou bien deux jours plus tard le sujet ou peu import l'objet de la pub ne m'intéresse plus.

Animateur : La pub ciblée comportementale est possible grâce à la technique de ciblage comportemental. C'est en faite un moyen d'adresser la publicité aux personnes en ligne en fonction des pages web visitées, des recherches qu'il a faites sur Internet, les publicités sur lesquelles il a pu cliquer ou des achats qu'il a faits sur certains sites ou les produits qu'il a mis dans son panier d'achats. Tous ces éléments permettent de déterminer en quelque sorte les centres d'intérêt des consommateurs et donc de leur adresser des bonnes publicités ce qui veut dire des pubs qui doivent forcément lui correspondre.

En image simplifiée cela donne ça



Spontanément la personne répond : oui j'ai déjà remarqué ça.

Animateur : Je vais à présent vous remonter les photos de 8 personnes aux profils différents. La toute à l'heure je vais ai demandé quant à la publicité normale à présent je vous demande de faire la même chose pour les pubs ciblées. Quels types de personnes vont bien aimer cette pub et quels types de personnes ne vont pas l'aimer. Pouvez-vous m'expliquer pourquoi ? Pour vous aider je vous propose de reprendre les photos que nous avons déjà utilisées précédemment.

A : C'est difficile mais je pense que les personnes qui aiment les défis etc. ils vont bien aimer cela. Tout comme les personnes socialement active et ouvertes à de nouvelles choses.

Les timides un peu moins je pense ça peut les perturber.

A mon avis c'est un comportement (aimer ou non cette pub) va dépendre de l'âge et de l'expérience de chaque personne. Au fur et à mesure que la personne évolue son comportement va changer. Je pense par exemple que son revenu va jouer. Les personnes qui considèrent que la consommation représente qui ils sont, alors dans ce cas bien sur

qu'il va bien aimer. Par contre, une personne qui ne défend pas ces valeurs elle va toujours rester fermé à la publicité qu'elle soit comme on a vu avant ou ciblée comme sur internet.

Selon moi la réaction face à cette pub va dépendre de comment la personne voit la vie et la société. Si une personne a besoin d'extérioriser et montrer un maximum ce qu'elle a alors elle va aimer. Je vois donc bien des personnes qui aiment le pouvoir ou qui sont plus égoïstes.

Une personne originale aussi sera plus ouverte à cette publicité.

Les timides un peu moins je pense ça peut les perturber. Quand il s'agit de quelqu'un qui ne se montre pas ou qui aime moins montrer, ça risque de lui poser un problème des publicités. Il est moins ouvert et va donc accepter moins.

L'âge joue et la forme de voir la vie, ses relations avec les autres. Donc les personnes qui vivent ensemble en communautés etc. elles vont peut-être aussi apprécier. Mais pas autant que les personnes qui aiment montrer.

Les personnes tête-tête vont moins aimer car eux ils croient déjà savoir donc ils vont estimer que ce n'est pas nécessaire cette publicité.

En fait ce que je me dis c'est qu'au départ quand on est jeune, on a peu d'expérience etc. on peut bien aimer cette pub et même en avoir besoin parce que on doit être informé et sans ça on ne sait pas savoir. Mais quand on a déjà de l'expérience comme moi par exemple, dans ce cas la la pub ne devient plus indispensable et peut même être inutile car on sait ce qu'on veut, on a nos habitudes donc on peut s'en passer. Donc personnellement n'importe quelle pub sur n'importe quel produit ça me dit rien quoi, je me sens pas concerné. Par contre je peux admirer le travail qui a été fait pour obtenir une telle pub parce que parfois il y a une qualité créative formidable. Et c'est dommage parce que à cause de ça je ne retiens pas par qui ou pour quel produit cela a été créé mais c'est un travail admirable.

Animateur : si je peux me permettre, vous personnellement quelle réaction avez-vous à l'égard de ces pubs ?

A : ca dépend ! en faite quand j'ai le temps ca ne va pas me déranger, je me dis que bon ils sont parvenu à savoir ce que j'ai fait et ce que j'aime bien. Mais parfois je me dis que c'est trop, qu'ils sont aller trop loin.

Animateur : vous avez un exemple ?

A : en faite quand c'est trop ciblé, et qu'on ressent qu'on est rentré dans l'intimité de la personne ca ca me choque quand je vois une pub de famille. Ca ne me dérange pas qu'ils sache que je suis un père de famille mais j'ai un exemple. Un jour j'ai fait des recherches pour des produits sans gluten. Et après j'ai reçu plein de publicité au sujet de produits sans gluten. Et la quand j'ai vu ca je me suis dit c'est quand même terrible parce que c'est un peu rentrer dans l'intimité des gens. Et eux ils pensent faire bien mais pour moi c'est trop. En plus, je l'ai fait pour un ami qui lui ne peut manger que ces produits, j'ai voulu lui rendre service quand il était à la maison. Et finalement c'est moi qui me retrouve avec cette pub mais on est rentré dans l'intimité d'une personne selon moi. Et d'ailleurs heureusement qu'après ca disparaît parce qu'aussinon aujourd'hui je serais encore avec de la pub qui me concerne pas moi, ce serai embêtant.

Clôture:

Animateur : Cette discussion touche à sa fin. J'aimerais toutefois revoir avec vous les principaux points qui ont été abordés.

Animateur : Souhaiteriez-vous ajouter quelque chose quant à cet entretien ? Est-ce que vous avez des critiques ou une opinion à donner sur cet entretien? Ou avez-vous des questions ?

A : Pour moi c'est assez difficile pour comprendre le sujet. Ce que je veux dire c'est que je connaissais le principe mais c'est vrai qu'on ne prend pas le temps de s'informer et de comprendre comment ça marche. C'est seulement une fois qu'on a compris qu'on peut réagir en faite.

Un dernier commentaire c'est que je me dis que des gens de mon âge ont peut être une autre relation avec la pub par rapport à des jeunes de votre âge. Je pense que nous on connaît mieux la pub donc on se méfie plus facilement que vous qui allez trouver a chouette. Je remarque bien que ça évolue. Avant c'était moins précis et aujourd'hui ca l'est plus. On verra comment ca peut encore changer. C'est ce que je voulais rajouter.

Animateur : La discussion est maintenant finie. Je souhaite vous remercier une dernière fois pour votre présence et votre implication dans mon étude.

Entretien individuel 6 :

Introduction :

Animateur : Merci d'avoir répondu à mon invitation et de bien vouloir contribuer à cette étude. Je vous propose de vous installer confortablement.

Je me présente, je m'appelle Pauline j'ai 23 ans et je suis dans ma dernière année de Master en Sciences de Gestion à Louvain-La-Neuve.

Je propose que vous vous présentiez à votre tour. Ceci nous permettra de faire plus ample connaissance.

A : Je m'appelle Chantal, j'ai 43 ans et je suis professeur de mathématiques.

Aujourd'hui l'objet de notre entretien est la publicité. Mon but sera de comprendre et de connaître vos motivations, attitudes et opinions quant à la publicité actuelle qu'on peut rencontrer sur internet. Il est donc important que vous vous exprimiez librement sans hésiter à fournir des explications. Toutes les informations comptent et auront leur rôle à jouer. Si une question vous semble gênante ou embarrassante, n'hésitez pas à me le signaler.

Nous n'allons à aucun moment juger vos propos, ce qui nous intéresse ce sont les informations que nous pouvons retirer de cet entretien et non pas « qui a dit quoi ». D'ailleurs, tout ce qui sera dit restera confidentiel. Par contre, si vous me le permettez je tiens à enregistrer notre rencontre uniquement pour que je puisse retenir et analyser toutes les informations par la suite.

Si cela vous convient, cet entretien devrait durer une quarantaine de minutes.

Avez-vous des questions jusqu'à présent ?

A : non non.

C'est parti.

Echauffement:

Animateur : Pour commencer cet entretien, j'aimerais savoir ce que vous évoquent certains mots que je vais vous citer. N'hésitez pas à exprimer tout ce qui vous passe par l'esprit :

Marketing: techniques pour vendre.

Publicité: techniques pour attirer le client et donc vendre.

Média: pour communiquer des informations comme les journaux, la télévision, la radio, internet.

Promotion: Il y a plusieurs signification. Dans un travail cela signifie pouvoir passer à l'étape supérieure, il y a dans les ventes aussi quand il s'agit de rabais, la promotion sociale aussi pour permettre aux gens de s'instruire et améliorer leur situation.

Communication: relation entre une personne et son environnement.

Image: dessin, photo, l'idée qu'on se fait de quelque chose c'est-à-dire une image mentale.

Consommation: façon dont on achète puisque tout ce qu'on fait c'est consommer.

Topo général:

Animateur : À présent je vais vous montrer une série d'images qui sont des publicités de tout genre et que vous avez peut-être déjà pu apercevoir dans des magazines, journaux ou sur Internet. J'aimerais savoir ce que vous pensez de chacune de ces pubs, quelle est votre réaction et que ressentez-vous lorsque vous voyez ces pubs ? Selon vous, quel est l'objectif des entreprises avec chacune de ces publicités ?

Publicité A : Cette pub je la trouve vraiment chouette, au moins on montre les femmes comme elles sont et pas en trichant. Ils s'adressent avec cette pub aux femmes, aux

vraies femmes que nous sommes et pas seulement les femmes idéales comme on peut les voir d'habitude.

Publicité B : Ça c'est pour choquer. Souvent benetton fait des pubs pour choquer les gens et d'ailleurs souvent ils ont réussi à nous marquer et n'oublie pas d'ailleurs vite leurs pubs.

Publicité C : Oui oui je connais. Mais je comprends pas pourquoi ils font ce genre publicitaire. C'est sans doute pour dire que c'est un produit traditionnel et naturel. Mais c'est joli.

Publicité D : Evidemment Coca-Cola qui présente toujours des photos de jeunes gens et ils essaient de dire que c'est bon pour la santé alors que ce n'est pas du tout bon pour la santé. Ce sont des menteurs. Mais bon leurs pubs sont bien faites ça c'est sûr, ils ont sûrement un gros budget aussi mais c'est toujours très vivant, ça bouge mais le produit est vraiment mauvais.

Publicité E : pas mal le slogan. Mais pourquoi mettre cette femme, drôlement habillée comme ça sur l'image ?. Ça reflète un peu le slogan peut-être et puis c'est vrai ce qu'ils disent on n'a pas toujours envie de ressembler à tout le monde après tout. Ça doit sûrement marcher en plus ils flattent les gens.

Publicité F : C'est déjà un slogan plus compliqué parce qu'il faut réfléchir. C'est un peu contradictoire, puis combiner avec l'image. C'est pour les intellectuels.

Publicité G : Les pubs de parfum je suis vraiment insensible à ça. C'est très nu-nuche avec les fleurs et tout ça.

Publicité H : Soit-disant on rajeunit avec évian. Mais c'est mignon. C'est interpellant parce que c'est mignon. Je me rappelle d'ailleurs de toutes les pubs avec les bébés.

Animateur : On va continuer avec cette réflexion mais maintenant je vais vous montrer 8 photos de personnes avec des profils différents. J'aimerais savoir quelle pub, d'après vous, va être détestée et laquelle va être appréciée par chacune de ces personnes.

Photo 1 : evian qui représente la pureté la vitalité et la nature ça correspond sûrement aux personnes sportives etc.

Photo 2 : /

Photo 3 : Ils aimeront la pub coca-cola parce que c'est vrai que dans les pubs c'est toujours représenter avec plein de personnes autour donc je suppose que les personnes qui sont souvent en groupe doivent bien aimer.

Photo 4 : peut-être la pub sur la voiture parce que peut augmenter l'estime de soi. Et aussi la pub de la laitière qui les raccroche au passé, aux tradition, des valeurs solides d'autrefois c'est toujours rassurant.

Photo 5 : /

Photo 6 : /

Photo 7 : /

Photo 8 : la pub sur les OGM parce que ça concerne un sujet plus sérieux et eux ils sont clairement sérieux ou en tout cas ils se prennent au sérieux.

Ch : Le reste c'est un peu difficile pour moi de juger. Je pense que ça dépend beaucoup de l'âge et valeur des personnes. Soit on est pour soit on est contre.

Animateur : Je suis très satisfaite des réponses et puis vous devez pas vous inquiétez vous devez vraiment me dire ce qui vous passe par l'esprit.

Ch : oui mais je pense que j'ai tout dit

Animateur : oui très bien on va passer à un petit scénario à présent.

Animateur : A présent , imaginez-vous en 2135. Vous vous trouvez dans une ville qui ressemblera à celle sur la photo.

Imaginez que vous vous promenez en rue avec vos amis ou que vous êtes en chemin pour le travail (comme vous préférez), pouvez-vous me décrire ce que vous voyez ?

Ch : J'imagine une ville autonome en énergie pour commencer, avec des potagés, des centrales solaires. Il n'y aura plus d'énergies fossiles. J'espère que les gens auront réagit d'ici la quant à la pollution.

Animateur : Est-ce que vous pouvez me dire si vous avez rencontré des publicités sur votre route ?

Ch : Ca me paraît difficile qu'il n'y en ai pas. Je pense qu'il y aura des panneaux publicitaire. Au fond de moi j'espère que non mais malheureusement ce ne sera pas le cas. Il y aura des gadgets parce que les hautes technologies permettront tout ça comme des hologrammes et des choses comme ça. Des robots qui se balades avec des pubs.

Animateur : Vous êtes toujours dans ce futur. Pouvez-vous me dire où d'autre (que dans la rue) vous pouvez voir de la publicité ?

Ch : Alors mon souhait c'est que si la publicité existe encore, c'est qu'elle n'existe plus que en rue. Je ne veux plus de publicité à la maison. Les gens doivent être laissé en paix quand ils sont chez eux. Il faut qu'ils ai au moins un endroit où ils peuvent se retrouver, se recentrer, se retrouver en paix. Pour alors j'imagine qu'il n'y ait plus de publicité à la maison. Tout ce qui est télévision etc. si c'est pour avoir des publicité ils seront uniquement en rue. Parce que aujourd'hui on est matraqué de pubs donc j'espère que d'ici 2135 les gens prendront conscience qu'il faut savoir dire stop aussi et qu'ils vont réagir. Je souhaite en tout cas qu'on revienne vers quelque chose de plus « zen », de plus simple et d'authentique.

Topo spécifique:

Animateur : Qu'est-ce que vous **évoque les mots** :

Adresse IP: C'est l'adresse de l'ordinateur qui permet de l'identifier sur le réseau.

Publicité ciblée : Je pense que c'est quand on fait des recherches sur google il y a des petits cookies (ou je ne sais plus comment ça s'appelle) qui enregistrent ce qu'on fait. Ces informations sont envoyées aux publicitaires qui nous envoient des pubs. Et même beaucoup de publicités ce que je trouve d'ailleurs extrêmement énervant, à exclure ces pubs. Parce que maintenant dès qu'on est occupé sur internet on est suivi par des publicités c'est insupportable. Moi la pub je la jette à la poubelle

Cookies : à chaque fois que je vais sur un site internet c'est comme un fichier espion qui sait ce que j'ai fait tel ou tel jour à telle ou telle heure. Et donc cela permet aux publicitaires de savoir quelles pubs pourraient m'intéresser. Mais on peut très bien les supprimer les cookies. Mais bon c'est vrai que parfois c'est intéressant de les avoir ces cookies parce que parfois ils retiennent certaines informations. Il y a des cookies qu'on peut laisser je pense et d'autres retirer.

Ciblage comportemental : je ne sais pas ce que c'est. Suivant le comportement des consommateurs je suppose.

Animateur : Je vous ai proposé ces différents mots car ils sont en lien avec la publicité qu'on peut retrouver aujourd'hui sur Internet.

Animateur : Maintenant je vais vous présenter plusieurs images qui sont des dialogues et je vais vous demander de remplir les bulles des conversations vides.

Dialogue 1 : « ne clique surtout pas sur la publicité »

Dialogue 2 : « surtout ne pas cliquer là dessus »

Dialogue 3 : « oui on peut aller voir parce qu'on aura besoin d'une voiture »

Dialogue 4 : /

Dialogue 5 : ca c'est super énervant. Ca donne l'impression d'être espionné continuellement et ca nous pousse vers des publicités sans qu'on le veuille. « C'est énervant cette publicité »

Dialogue 6 : « je préfère qu'on cherche par nous même plutôt qu'avec l'aide de cette publicité »

Animateur : Vous l'avez compris, il s'agissait de publicités ciblées dites comportementales.

Ch : oui je connais ca malheureusement.

Animateur : La pub ciblée comportementale est possible grâce à la technique de ciblage comportemental. C'est en faite un moyen d'adresser la publicité aux personnes en ligne en fonction des pages web visitées, des recherches qu'il a faites sur Internet, les publicités sur lesquelles il a pu cliquer ou des achats qu'il a faits sur certains sites ou les produits qu'il a mis dans son panier d'achats. Tous ces éléments permettent de déterminer en quelque sorte les centres d'intérêt des consommateurs et donc de leur adresser des bonnes publicités ce qui veut dire des pubs qui doivent forcément lui correspondre.

En image simplifiée cela donne ca



Animateur : Quels types de personnes vont bien aimer cette pub et quels types de personnes ne vont pas l'aimer. Pouvez-vous m'expliquer pourquoi ? Pour vous aider je vous propose de reprendre les photos que nous avons déjà utilisées précédemment.

Ch : Si ils dépendent de leur environnement ils seront plus sensibles à cette pub et donc en dépendront.

Les timides qui manquent de confiance se laisseront peut-être plus facilement influencer par ce type de publicité qui peuvent rassurer d'une certaine façon ces gens. Je pense que ca s'applique aussi pour des personnes angoissées.

Certaines personnes qui ont des valeurs bien à elles je prends l'exemple des écolos. Pour moi eux ils vont moins facilement se laisser avoir par cette publicité parce qu'ils sont plus conscient de ce que les entreprises essaient de faire et donc ne se laisseront pas avoir par tout ce qui pousse à la consommation. Ca vaut donc pour des personnes têtues aussi. Elles vont pas se laisser faire.

Les personnes égoïstes je pense qu'elles vont vouloir chercher par eux même plutôt que de céder à la publicité, elles sont aussi moins influençables.

Animateur : si je peux me permettre, vous personnellement quelle réaction avez-vous à l'égard de ces pubs ?

Ch : J'en reçois tout le temps des publicités ciblées mais je ne clique jamais dessus.

Clôture:

Animateur : Cette discussion touche à sa fin. J'aimerais toutefois revoir avec vous les principaux points qui ont été abordés.

Est-ce que je peux conclure que c'est une publicité qui vous énerve ?

Ch : Ca me dérange et en plus parfois je reçois déjà des pubs pour les rides par exemple. Bon la ca me fait rire mais c'est vrai que ca peut être vexant en plus je fais pas de recherche la dessus. Mais donc ca m'énerve et donc j'évite.

Animateur : Souhaiteriez-vous ajouter quelque chose quant à cet entretien ? Est-ce que vous avez des critiques ou une opinion à donner sur cet entretien? Ou avez-vous des questions ?

A : Non, je trouve que tu fais ca très bien, tu mets à l'aise la personne et je t'en remercie.

Animateur : La discussion est maintenant finie. Je souhaite vous remercier une dernière fois pour votre présence et votre implication dans mon étude.

Annexe 3 : Retranscription des discussions de groupe

Discussion de groupe 1 : 20-35 ans

Introduction :

Bonjour à tous. Merci d'avoir répondu à mon invitation et de bien vouloir contribuer à cette étude. Je vous propose de vous installer confortablement autour de la table.

Je me présente, je m'appelle Pauline j'ai 23 ans et je suis dans ma dernière année de Master en Sciences de Gestion à LLN. Je vous propose, à présent, de prendre la parole pour que vous puissiez vous présenter à tour de rôle. Ceci nous permettra de faire plus ample connaissance.

- Je m'appelle **Marie**, j'ai 20 ans et j'étudie le droit à Namur.
- Je m'appelle **Antoine**, j'ai 21ans et j'étudie l'économie de gestion à Louvain-la-Neuve.
- Je m'appelle **Laura** j'ai 26 ans et je travaille chez Belisol où je m'occupe du planning.
- Je m'appelle **Jean** j'ai 30 ans et je suis employé à la Deutsche Bank.
- Je m'appelle **Bruno** j'ai 24 ans et je suis étudiant en Commerce extérieur à l'EPHEC.
- Je m'appelle **Arthur** j'ai 33 ans et je fais de la restauration automobile.

Maintenant que tout le monde a eu l'occasion de se présenter, je vais vous exposez quelques règles pour assurer le bon déroulement de cette discussion.

Avant tout, sachez que tout ce qui sera dit restera confidentiel. Je me permets d'enregistrer cette conversation de façon à ce que je puisse retenir et analyser toutes les informations par la suite.

Je souhaite que chacun d'entre vous puisse parler sans retenue, il s'agit d'une discussion où je vous demande d'exprimer vos pensées et sentiments. Vous ne serez pas jugés, d'ailleurs il n'y a pas de bonne ou mauvaise réponse quant aux questions qui vous seront posées. Je vous invite également à réagir aux propos de vos collègues sans hésitation. Je vous demanderai toutefois de prendre la parole une fois que le participant

qui s'exprime a fini de parler. Le but est aussi que chacun écoute et puisse entendre ce qu'une autre personne veut partager.

Vous trouvez sur la table quelques chips et boissons donc faites vous plaisir et n'hésitez surtout pas à vous servir.

Avant de commencer, j'aimerais savoir si vous avez des questions à ce stade ?

- Tous : NON

Comme je vous l'ai signalé avant notre rencontre, la discussion d'aujourd'hui porte sur la publicité. Mon but sera de comprendre et de connaître vos motivations, attitudes et opinions quant à la publicité actuelle qu'on peut rencontrer entre autres sur internet.

C'est parti.

Echauffement:

Pour commencer cet entretien, j'aimerais savoir ce que vous évoquent certains mots que je vais vous citer. N'hésitez pas à exprimer tout ce qui vous passe par l'esprit.

Marketing

- L : Le mensonge
- J : La vente
- Arth : J'aurais dit vente aussi donc pour être plus précis je dirais le savoir vendre
- B : Présentation
- M : Commercial
- An : Recherche de segment

Publicité

- M : Mensongère
- L : La même chose
- J : Influence
- An : Manipulation
- L : je rejoins ça aussi
- B : Visibilité
- Arth : Oppression

Média

- L : Omniprésent

- M : Sociale pour média sociale
- An : Journaux
- Arth : Internet
- J : Coût, ça coûte cher
- B : Nouvelles

Promotion

- B : 2+1 gratuit
- L : Packaging
- M : Attirer
- Arth : Arnaque, vendre le plus possible
- B : Oui je pense aux 25% de réduction ou vente par lot
- J : Vendre le maximum possible quoi
- An : Attirer de nouveaux clients.

Communication

- B : Marketing
- J : Télévision
- L : Internet, journaux, tout ça
- Arth : Messages
- An : Explication

Consommation

- An : En masse
- B : Achats
- J : Surconsommation
- M : J'ai rien d'autre à ajouter
- L : Moi non plus
- Arth : Idem

Topo général:

À présent je vais vous montrer une série d'images qui sont des publicités de tout genre et que vous avez peut-être déjà pu apercevoir dans des magazines, journaux ou sur Internet. J'aimerais savoir ce que vous pensez de chacune de ces pubs, quelle est votre réaction, que ressentez-vous lorsque vous voyez ces pubs ? Selon vous, quel est l'objectif des entreprises avec chacune de ces publicités ?

Publicité A

- L : Je sais tout de suite que c'est Dove. Je pense à la tolérance, l'acceptation de son corps.
- J : Moi je pense à la différence.
- B : C'est un clairement un coup marketing selon moi.
- Ant : Le futur de la publicité.

Et aussinon si je vous demande plutôt votre réaction quand vous tomber sur cette publicité ?

- L : Moi je trouve c'est vraiment bien qu'on ne voit pas que des filles minces.
- M : C'est clairement pour parler des diversités, c'est bien je trouve c'est une pub ouverte et qui vise tout le monde. Donc les femmes colorées ou non, les femmes plus fortes ou plus minces aussi.
- L : Oui c'est diversifié même si il n'y a pas tout les profils on va dire, on retrouve quand même tout le monde en jetant un coup d'œil.
- J : Casser les règles.
- B : Oui je dirais ça aussi, pas de standard.
- Arth : Il n'y a pas d'asiatiques.
- J : c'est vrai
- L : oui mais l'intention y était, quand tu vois l'image tu te dis pas que quelqu'un manque justement tu sais quel but c'est de montrer le maximum de différences possibles sur le corps en tout cas.

Publicité B

- L : La liberté d'expression
- M : Choque
- Ant : Pour moi aussi c'est un peu un choque, je trouve que ça n'a pas beaucoup d'intérêt.
- B : Il faut oser

- L : En même temps ils font toujours des pubs choques eux. J'ai pas de souvenir d'une autre pub en particulier mais en tout cas ce que j'ai retenu c'est que cette marque montre des choses beaucoup plus osées on va dire qu'une publicité classique fait.
- Ant : Inutile
- M : Oui inutile parce qu'il s'agit ici d'une marque de vêtements donc je ne vois pas où ils veulent en venir.
- L : C'est vrai que vu que c'est une marque de vêtements on ne voit pas tout de suite le rapport avec leur produit. Après je pense qu'ils veulent dire qu'ils sont pour la liberté d'expression par exemple ou peut-être la diversité.
- Ant : Pour moi c'est une pub extrémiste négative, c'est-à-dire qu'ils vont dans l'extrême mais dans le mauvais sens.

Est-ce que tu peux nous éclaircir cette idée ?

- Ant : Ils peuvent vouloir montrer qu'il faut tolérer la mixité etc. Ici je suppose qu'on met l'accent sur les religions mais je trouve que c'est tellement extrême que cette publicité peut être très mal prise.
- Arth : D'après moi le but c'est juste d'attacher le nom à une image choque du coup les gens regardent, en parlent, retiennent et la plupart des personnes, ici en tout cas, savent que Benetton fait des pubs choques et scandaleuses et on se doute que c'est comme ça que leur nom est retenu.
- L : Mais donc c'est pas spécialement positif non plus je trouve.
- Arth : Non mais je l'ai retenu et toi aussi.
- L : Oui je suis d'accord, mais je me dis que c'est pas parce que j'ai retenu que je vais pour autant aller acheter des vêtements chez Benetton après. Alors que certaines personnes en voyant ça elles ne voudront peut être plus acheter chez eux à cause de cette pub ou une autre qui leur a déplu.
- Ant : Moi je pars du principe que la pub ne se veut pas toujours positive.
- L : Non c'est clair
- Arth : Leur but c'est juste que tu retiennes leur nom. Parce que peut-être qu'un jour tu te baladeras en rue, tu tomberas sur un magasin Benetton et ça va te parler sans que tu te souviennes que c'était eux qui avait fait la campagne choque avec des religieux qui s'embrassent.

On peut passer à l'image suivante si tout le monde a su s'exprimer comme il le souhaitait.

- Oui c'est bon

Publicité C

- Ant : La qualité
- J : l'authenticité
- L : La nostalgie
- Arth : Le savoir-faire
- B : La marque
- Ant : Classique
- M : Vieille France
- Arth : Le cliché
- L : Le souvenir de l'enfance, les gens se retrouvent dedans. Moi pas personnellement mais c'est ce que je pense.
- J : Tu ne sais pas, en tout cas moi, y croire vraiment parce que inévitablement tu sais que derrière c'est des machines qui le font donc bon malheureusement c'est difficile à croire.
- L : C'est de la mauvaise publicité.
- J : Oui c'est juste pour donner une image mais c'est mensonger
- M : Oui je trouve aussi que c'est mensonger.

Publicité D

- L : Je ne sais plus quoi dire.
- M : Ah carrément
- L : Non mais plus sérieusement je pense aussi que c'est des pubs qui rassemblent. Parce que la on voit une personne mais les pubs de Coca-cola c'est toujours entre amis, ils sont ensemble à un festival etc.
- J : C'est vraiment pour les femmes. Mettre un homme comme ils le font c'est vraiment pour attirer le regard des femmes avec ce corps parfait.
- Arth : C'est aussi la sensualité.
- Ant : Moi je la trouve tout simplement drôle. Les femmes savent très bien qu'elles seront attirées par un corps parfait d'homme et c'est drôle d'après moi. Les femmes vont bien rire entre elles à propos de cette pub.

Publicité E

(le temps de réflexion est beaucoup plus long par rapport aux autres pubs)

- L : Peut-être que c'est une publicité pour essayer de se différencier. La pub ne m'inspire pas grand chose en faite.

- J : Moi non plus, alors la vraiment rien du tout.
- Arth : C'est tout simplement nul comme pub
- B : Ils ont raté leur publicité je pense.
- Ant : Oui vraiment
- J : On prend beaucoup trop de temps pour lire et comprendre. Donc je pense qu'il y a un soucis chez eux.
- L : Ca ne va pas du tout à l'essentiel. On comprend pas ce qu'ils veulent.
- J : Il y a trop d'éléments dont il faut tenir compte.
- Arth : Je pense comprendre que c'est un publique assez spécial qu'ils visent vu le mannequin très original.
- Ant : Oui je suis bien d'accord
- B : C'est destiné à un autre publique mais mise à part la personne sur la photo je ne vois pas où sont les autres critères.
- M : Oui j'allais dire la même chose. Je peux comprendre que ça plaise à certaines personnes mais bon même si le slogan est compliqué elle ne fait rien pour se différencier réellement si c'est ce type de personnes qu'elle veut viser.
- Arth : Oui c'est clairement pour un publique qui ne fait pas comme tout le monde.
- B : Oui mais à part une fille avec un chapeau et des bracelets je ne vois pas en quoi c'est différent.
- L : Je te rejoins la-dessus.
- Ant : On pourrait presque se demander si ce n'est pas un amateur qui a fait vite vite cette pub.

On peut passer à l'image suivante ? Vous voulez ajouter quelque chose ?

- OUI

Publicité F

(temps de réflexion)

- Arth : Ca revient à formater les gens à avoir une certaine vision de penser concernant les OGM. Parce qu'ils disent que c'est sans danger mais qu'ils ne savent pas encore mais d'un autre côté l'image dit que c'est comme se tirer une balle dans la tête. C'est le message que je comprends. En gros, ils ne savent pas mais ils te font croire que. Si tu lis pas le texte on risque de faire un raccourci OGM égal se tirer une balle. Pour moi c'est donc un peu mensonger si c'est vrai

qu'on a pas encore assez de recul pour réellement savoir les conséquences. C'est inciter une certaine façon de penser sans avoir un avis bien réfléchi derrière.

- L : C'est un peu contradictoire aussi
- Ant : Je pense que en fonction de comment on lit ou regarde l'image il risque d'il y avoir deux sens à cette publicité. Le message n'est pas du tout clair.
- B : Pour moi on voit pas super bien l'annonceur en plus.
- M : Mais si c'est France Nature Environnement.
- L : Il faut quand même regarder l'image de près pour le lire je trouve.
- J : Tu te demandes vraiment si c'est pour notre bien ou pour nous influencer dans un sens. C'est pas hyper clair.

Publicité G

- J : C'est clair, ça va droit au but.
- B : Nathalie Portman évidemment.
- L : C'est faire croire qu'en mettant ce parfum on va être plus sexy et belle.
- Ant : Trop maigre.
- B : C'est un bel emballage.
- Arth : Soit c'est pour attirer les femmes et dire avec ce parfum vous allez ressembler à ça comme ça été dit. Après je pense aussi que ça va attirer l'œil de l'homme en donnant un peu une idée de cadeau avec le ruban qu'on retrouve près de la bouteille. Donc l'homme va peut-être se dire que si il offre ça à sa femme elle va un peu ressembler à ça. Après de nouveau c'est de nouveau fausser la réalité.
- J : C'est commun je dirais aussi. Je veux dire que les pubs de parfum c'est toujours la même chose. Toujours le même genre d'image, il n'y a jamais une petite touche différentes toutes les marques pour moi c'est la même chose.
- L : Oui c'est vrai en faite que je ne sais pas distinguer une marque d'une autre quand ça parle de parfum pour femme ou pour homme.

Je vais à présent vous montrer la dernière publicité.

Publicité H

- Arth : C'est deux pubs ou une seule ?

C'est une seule publicité, c'est vrai que sur un fond blanc cela peut porter à confusion.

- Arth : on voit donc une femme qui regarde dans son miroir et qui se voit bébé. Je trouve ça chouette et ça reste dans la même lignée que les autres messages publicitaires qu'ils font passer depuis toujours j'ai l'impression. C'est que Evian

te permet de rester jeune ou redevenir jeune. Ils ont toujours communiqué avec des bébés dans mes souvenirs donc pour moi je les reconnais directement.

- J : C'est vrai ce que tu dis, personnellement j'ai même plus besoin qu'ils mettent Evian sur le pub je sais directement que c'est une pub Evian.
- B : En plus moi je pense aussi directement à leurs publicités à la télévision aussi.
- Ant : C'est vrai que leur pub ressemble aux autres pubs qu'ils ont pu faire mais je la trouve moins poussée que d'autres, c'est beaucoup plus simple. D'habitudes je trouve leurs pub fun mais la je la trouve beaucoup plus plate.
- L : Justement je trouve qu'avec cette pub ils prouvent qu'ils ne doivent pas faire plus. On sait que c'est Evian et maintenant ils peuvent se permettre de faire des pubs plus simples comme on dit.
- M : On a compris et retenu le message.

Rassembler les 8 photos et demander laquelle les interpellé le plus ou le moins et pourquoi

- Arth : Pour moi c'est clairement Benetton avec les deux religieux qui s'embrassent. Tu retiens ce genre de pub. En plus quand tu la revois tu te rappelles tout de suite la marque. Même si c'est assez particulier qu'une marque de vêtements fasse ça c'est marquant et c'est ce qui fonctionne d'après moi. Ils ont osé et ça marche.
- Ant : La pub de la voiture c'est vraiment nul parce que c'est pas parlant. Alors que Dove moi j'aime beaucoup. Je pense d'ailleurs que c'est le futur de la publicité. J' imagine que la pub va mettre un stop aux mannequins anorexiques ou les filles canons etc. que ça va changer pour aller vers une pub plus responsable et même plus réfléchie en faite.
- L : Pour moi aussi Dove et Benetton sont les deux publicités que je vais retenir plus facilement parce que ça me marque d'une certaine façon. Et comme l'a dit Antoine, la pub de la voiture c'est compliqué et je ne m'en sors pas dans tout ce qui est dit ou véhiculé.
- J : Pareil celle de Skoda je vais vraiment pas m'en inquiéter parce que j'y comprends rien. Et celle de Benetton c'est la plus marquante et celle que je vais quoiqu'il arrive retenir.

- L : Si peux juste rajouter, la pub sur les OGM c'est quand même intrigant. Tu te dis que le geste est quand même interpellant donc moi je prendrais le temps de m'y intéresser.
- Arth : C'est tout à fait vrai c'est intrigant mais pour moi derrière tout ça il y a aucun message qui est passé, pour ma part en tout cas.
- B : Faut vraiment aller lire et se poser différentes questions et ça me dérange.
- L : En plus tu te dis après coup : tout ça pour finalement rien apprendre mais ils ont quand même réussi à me faire lire.
- B : Peut-être que leur but c'est juste qu'on aille voir le site vu qu'ils mettent leur adresse juste en dessous sur l'image. Et que donc c'est juste ça leur but c'est d'attirer des personnes sur leur site.
- L : Moi je le mettrais en gras alors si c'est ça mon but.
- B : Moi je vais préférer ça à une pub comme celle de la voiture qui est de loin la moins bonne. Par contre Dove même si pour moi c'est devenu une pub assez classique je trouve qu'elle est quand même bien et qu'elle le restera parce qu'elle est justement naturelle.
- Ant : Pour moi aussi Dove c'est aussi une pub qui marque les esprits parce que même si les femmes qu'on voit là ce sont des femmes qui sont belles on voit c'est que très rarement. Puisque la norme c'est pas des femmes rondes ou de couleurs mais plutôt des femmes qui sont super belles et très minces.
- M : Pour moi celle d'Evian je l'ai trop vue. Je commence à m'en lacer.

On va continuer avec cette réflexion, mais maintenant je vais vous montrer 8 photos de personnes avec des profils différents.

J'aimerais savoir quelle pub, d'après vous, va être détestée et laquelle va être appréciée par chacune de ces personnes.

- L : La 1 va bien aimer Evian et Dove pour moi. D'un côté il y a ce côté sportif de la personne, il y a l'acceptation de son corps aussi. Ce que pour moi Dove et Evian véhiculent.
- J : La 5 va peut-être pouvoir s'identifier à la pub de parfum. Parce que c'est une image rassurante, rien d'exceptionnel et elle va vouloir s'identifier à quelqu'un d'autre qui est attirante et qui peut être vu comme un exemple.

- B : Pour moi le 7 c'est le genre de personne qui va justement bien aimer la pub de la voiture que personne n'a aimé ici.
- Arth : Je pensais aussi à ces personnes un peu originale.
- L : Et eux pourront aussi aimer la photo de Benetton aussi. Alors que des personnes hyper carrées, strictes comme la 8 elles ne vont pas aimer cette pub qui est sûrement trop choquant et exagéré. Les personnes originales elles vont justement trouver plus intéressants.
- M : Pour moi la 8 ce sont aussi des personnes sur d'elles et donc elles vont adorer Coca-cola parce que je pense qu'elles vont automatiquement s'identifier à la personne parfaite avec un beau corps. Mais si elles ont un côté un peu carriériste ou même égoïste je pense qu'elles vont apprécier la pub à l'ancienne parce qu'eux vont plus regarder à tout ce qui est qualité du travail, et c'est ce que la pub met en avant je pense la qualité et l'authenticité.
- B : Moi j'aurais dit que les timides vont préférer une pub de ce genre.
- L : J'allais dire la même chose mais j'ai du mal à trouver une explication à mon ressenti.
- Ant : Pour moi la 7 je vois une personne avec un style vestimentaire très classique et en même temps vintage donc je dirais que eux vont aimer la pub La laitière.
- L : Ces personnes la pour moi elles vont aussi aimer la pub de voiture parce que le message est un peu décalé par rapport aux autres publicités qu'on peut rencontrer.
- J : La 6 les personnes qui semblent être assez sur de leur décisions, qui ne se remettent pas en question elles vont être plus réactives sur la pub comme les OGM qui est quand même un sujet sérieux.
- Arth : Les personnes 2 je les aurais aussi bien associé aux OGM parce justement je pense que ce sont des personnes qui veulent que tout soit parfait, que tout se passe pour le mieux pour tous qui ont peut-être une vision idéaliste et donc une pub qui conscientise peut leur plaire.
- Ant : Moi j'aurais mis les 2 avec la pub Evian. Ce sont des personnes souriantes, positives et elles vont apprécier ce que dégage la pub Evian.
- L : Les personnes en groupe (3) je dirais qu'elles aiment Coca parce que de nouveau il s'agit d'une pub qui rassemble et si les personnes aiment ça c'est parfait.

- Arth : Je vois bien les personnes 4 choquées ou outrées par la pub Benetton. C'est peut être trop osé pour eux. Et alors les 8 comme on a dit la pub Coca mais aussi Dior avec une actrice etc. ils vont sûrement s'identifier assez rapidement s'identifier à ce type d'image puisque ça a l'air d'être des personnes qui se veulent sérieuses et donc peut-être aussi se faire remarquer. Je pense que c'est des gens qui sont beaucoup dans le paraître qui s'identifie à ce type de publicité.

À présent, imaginez-vous en 2135. Vous vous trouvez dans une ville qui ressemblera à celle sur la photo. Imaginez que vous vous promenez en rue avec vos amis ou que vous êtes en chemin pour le travail (comme vous préférez), pouvez-vous me décrire ce que vous voyez ?

- L : J'imagine une vie hyper matérialiste. Avec de moins en moins de contact humain. Que des machines et des robots partout.
- M : Connectés non-stop sur notre internet.
- L : Après j'imagine quand même des avancées positives aussi. Dans des secteurs comme la médecine etc.
- Ant : Je suis d'accord avec toi. On aura plus de métiers très développés.
- Arth : Je pense aussi à une publicité ultra présente. J'imagine bien des écrans partout, des médias partout. Je pense que ça va vraiment devenir intensif, on va nous solliciter de partout.
- Ant : Pour moi il y aura aussi une écologie maîtrisée.
- B : Oui plus de pollution.
- L : Des villes supers propres sans qu'on doive s'inquiéter pour notre santé.
- J : Je pense que tout sera automatique, à porter de main.

Super. Arthur m'a un peu devancé quant à ma deuxième question puisqu'il a parlé de la publicité. J'aimerais bien savoir si dans ce futur vous rencontrez des publicités sur votre route, en rue ?

- L : Comme disait Arthur, plein d'écrans ou je ne sais pas si ça a un nom spécifique comme à New-York et que la publicité défile.
- J : Pour moi ce seront plutôt des pubs audio, au lieu des écrans il y aura des baffles et les pubs seront sous cette forme.
- Arth : Oui je me dis aussi qu'ils vont devoir commencer à penser à autre chose que du visuel donc l'audio pourrait être une idée.

- Ant : Pour moi il y aura des télés de partout. Au lieu d'avoir des affiches comme aujourd'hui on aura des courtes pages publicitaires toujours sur écran. On sera entouré de ça.
- L : Ou même en 3D en faite.
- B : Oui des hologrammes. Ou bien plus de pubs. Un monde sans pub, ce serait incroyable. Ou bien des pubs maîtrisées par tout le monde, tout l'inverse d'aujourd'hui.
- L : Moi je n'y crois pas. Un monde sans pubs c'est pas possible.
- Ant : Ca peut paraître complètement improbable mais peut-être que c'est possible à condition que la société et notre façon de penser et d'évoluer change radicalement.
- L : C'est vrai que les gens commencent quand même à se conscientiser un peu j'ai l'impression. Mais j'ai du mal à m'imaginer un monde sans aucune pub.
- M : Moi j' imagine justement une publicité encore plus développée avec toutes évolutions ils voudront surement l'adapter à de nouvelles technologies.
- J : Je pense que les multinationales vont encore occupées une plus grande place dans nos vies parce qu'elles vont prendre encore plus d'ampleur et gagner en puissance. Ils arriveront peut-être à avoir des pubs encore pire niveau influence. On se rendra peut-être même pas compte que les pubs seront là. On dit déjà aujourd'hui que quand notre facebook est ouvert sur notre gsm et qu'on dit certains mots etc. par la suite on va recevoir des spams ou autres quand on est sur internet. Ou bien en fonction de notre localisation. Si je décide de partir à la mer, peut-être une fois là-bas on va m'envoyer des pubs sur des marques, produits ou services que j'ai autour de moi. Je pense que ce sera de plus en plus comme ça.
- B : Pour moi sur Google c'est déjà un peu le cas. C'est à dire que quand on recherche quelque chose Google propose de compléter le mot. Ou de t'aider maintenant à trouver des choses beaucoup plus facilement. Je pense personnellement que c'est vers ça qu'on évolue. C'est pratique mais faut voir quand ça va s'arrêter.
- Ant : Moi je suis assez d'accord avec les différentes idées mais dire qu'il n'y aura plus de pub selon moi c'est impossible.

Vous avez déjà bien développé le futur et la publicité. J'aimerais maintenant savoir plus précisément si vous pouvez rencontrer la publicité autre part que dans la rue, peut être sous d'autres formes ?

- M : Sur Facebook ils montrent des frigos intelligents ou connectés en Asie. Donc j'imagine que la pub va faire son apparition sur notre frigo qu'il y aura un écran ou une tablette sur laquelle défileront des pubs en lien avec ce qu'on a dans notre frigo.
- J : Oui surement on pourra commander de chez nous encore plus facilement via notre frigo donc forcément qu'il y aura de la pub.
- Ant : Je me doute bien qu'on va avoir d'autres types de pubs etc. mais je pense justement que dans la sphère privée on aura plus de moyen aussi pour justement bloquer ces pubs. Aujourd'hui il existe déjà par exemple AdBlok et donc je me dis que dans le futur ce sera aussi plus développé pour nos appareils personnels. Après même si on aura plus de limitations chez nous, dès que ce type de AdBlok ou autre aura une petite faille le système arrivera à en profiter et quand même nous envoyer des pubs.
- J : J'ai du mal à me dire que les gens réagiront comme ça personnellement. Pourquoi ce changement aussi radical selon vous ?
- L : Les gens déjà aujourd'hui en ont marre de voir de la publicité puisqu'il y en a partout. Donc si le futur c'est encore plus même sur notre frigo, ils risquent de tout faire pour un peu s'isoler et sortir de tout ça. Je pense que chez nous justement ce sera le seul endroit d'un peu se dire bon maintenant stop la pub alors qu'en rue on ne sait rien faire et donc là ça risque d'être encore plus présent sans qu'on puisse rien faire.
- J : Mais d'après moi alors on arrête de vivre et ça je ne veux pas. Je vais pas arrêter de regarder la télé ou écouter la radio pour fuir tout ça.
- Arth : La tendance aussi si tu regardes autour de toi c'est d'être plus en plus connecté, on est tous interconnectés. Et toutes ces connexions font que c'est toi au final qui accepte de tout le temps être accessible pour cette publicité.
- L : Oui mais justement à un moment donné les gens vont en avoir marre de tout ça. Dès qu'ils sont sur leur téléphone ils reçoivent une pub c'est infernal.
- J : Oui mais ça les entreprises ne vont pas s'en inquiéter et tant que qu'ils savent t'adresser de la pub ils le feront quand même.

- B : Mais en plus les gens ne vont pas arrêter de surfer et d'une façon ou d'une autre ils vont quand même devoir payer en pub par exemple le service dont ils font usage.
- J : En plus toutes nos habitudes leurs parviennent d'une certaine manière et et ils arriveront quand même à envoyer de la pub en plus.
- Arth : Moi je pense que les gens qui vont vraiment dire stop ou en avoir marre ce sont les gens qui ont connu un monde sans tout ça. Sans toutes les technologies etc. Quand on regarde les générations plus jeunes qui sont nées avec un smartphone en main. Ils l'ont mais tout le temps en main, ils arrivent à s'en séparer. Et je me dis que soit les générations futures se sera encore pire ou justement complètement l'inverse.

J'aimerais revenir sur un point dont vous avez parlé. Certains ont parlé de la pub comme étant très présente en rue et peut-être moins chez nous. D'autres parlent de la pub sur leur frigo. Vous pensez que la pub sera plus présente en rue ou plus chez vous ? On peut peut-être reparler de ça si vous avez un avis là dessus.

- L : Chez nous en tout cas aujourd'hui la pub on la voit déjà partout. A la télé, sur l'ordinateur, quand on est sur notre téléphone ou dans les magazines. Alors qu'en rue c'est pas aussi présent d'après moi. Je pense que la tendance va s'inverser plus tard.
- M : En rue je pense aussi qu'aujourd'hui c'est beaucoup plus facile de ne pas regarder la pub ou en tout cas c'est tout à fait possible de l'éviter.
- Ant : Je pense aussi qu'en rue c'est plus facile à éviter parce qu'on est peut-être moins vite touché etc. Mais si on fait vraiment attention en rue il y a aussi énormément de publicités. La différence c'est que chez nous c'est beaucoup plus difficile de passer à côté.
- J : Je pense aussi qu'en rue le but est de toucher un maximum de personnes. Donc on va aussi peut-être moins vite se sentir visé par cette pub alors que chez nous ça peut directement nous être ciblée. En tout cas c'est le sentiment qu'on va avoir, que la pub s'adresse directement à nous et donc sembler beaucoup plus intéressante alors qu'en rue pas. Donc pour moi les iPhones et télé, tablettes sont beaucoup plus sujets à s'adresser à nous et être plus efficace puisqu'on se sent directement visé, on s'adresse directement à nous.
- Arth : Moi je trouve que la pub à la télé on n'a juste pas le choix et on ne sait pas passer à côté. Donc je te rejoins dans ce que tu dis.

Je vais à nouveau vous citer quelques mots. Le but c'est que vous me disiez ce que ça vous évoque, si vous connaissez expliquer nous et si vous ne connaissez pas le mot vous pouvez également le dire. C'est tout à fait possible que certains mots ne vous parle pas.

Adresse IP

- L : Je suis pas sûr mais je dirai l'adresse de mon ordinateur
- Arth : Oui mais aussi lié à ta connexion internet.
- J : Pour moi c'est synonyme de tracking.
- L : Tracking ? Quoi on te suit grâce à ça ?
- Art : C'est comme le numéro de ton téléphone sauf qu'ici c'est le numéro de ta connexion internet quoi plus ou moins pour faire simple. Et quoi que tu fasses avec ton adresse IP on peut très vite retrouver que t'as été voir tel site, que tu as fait ça, resté autant de temps sur ça etc.
- Ant : moi je pense à hacking parce que dès que tu as une adresse IP tu peux aller chipoter dans l'ordinateur, t'y introduire etc.
- B : Pour moi c'est synonyme de localisation, domiciliation et connexion.
- Marie : Je ne connaissais pas moi.

Publicité ciblée

- L : Facebook. Pour moi dès que je vais voir un site dans mes pubs Facebook je vais d'office avoir après une de mes pubs qui va être en lien avec ma recherche ou le site que j'ai consulté.
- Arth : Oui clairement c'est bien ça. Moi partout où je vais que ce soit sur des sites ou sur Facebook j'ai que des pubs de voitures. C'est fou.
- J : Moi je me dis que c'est une pub efficace.
- M : Alors moi c'est tout autre mais je pense à violation de la vie privée.
- L : Oui c'est vrai en fait que c'est perturbant parce que tu te dis que tu vas voir un site une fois et après on t'adresse pas mal de pub à ce sujet. Et à ce moment là je me dis que c'est une pub qui nous traque sans arrêt et donc effectivement que c'est en lien avec notre vie privée finalement.
- B : Pour moi aussi c'est en lien avec Facebook ou Google. Ils savent directement ce qu'on fait, ce qu'on veut ou ce qu'on recherche.

Cookies

- L : Ça c'est super chiant.

- Arth : Oppression. Et si je me trompe pas c'est autoriser un site internet d'utiliser les informations qu'on donne. Je pense qu'ils mettent des minis programmes sur l'ordinateur et que donc ça permet de savoir un peu ce qu'on visionne et ce qu'on fait.
- Ant : Moi je vois ça comme une sauvegarde. Un historique de ce qu'on a été regardé et fait sur internet. Et c'est gardé par les entreprises pour permettre par la suite d'adresser une publicité qui t'intéresse.
- Arth : C'est comme si ils te mettaient un traceur pour voir tout ce que tu fais.
- J : En plus t'as plus que le choix d'accepter. J'ai très rarement le choix de ne pas accepter.
- Arth : Oui parce qu'en plus si tu refuses ils te bloquent l'accès au site ou en tout cas en partie quoi.
- L : Si je ne me trompe pas certains sites, les cookies qui apparaissent carrément en forme de cookies, en biscuit, que la petite fenêtre apparaît. C'est original.
- M : Je sais par mon cours de droit car j'ai eu un cours de droit informatique. Je peux vous dire que certains cookies ne sont pas autorisés. Donc les cookies de manière durable ne sont pas autorisés par contre ceux qui sont momentanés sont acceptés. C'est à dire qu'ils restent en mémoire juste le temps de ta connexion.

Ciblage comportemental

- Arth : Je vois ça comme la manière dont on se comporte sur un site internet. Si tu restes plus longtemps sur une page plutôt qu'une autre. Si je prends l'exemple d'un site où je reste plus longtemps à regarder les chaussures, après j'aurais une promotion sur une paire de chaussure. Ryanair aussi après avoir cherché un vol comme par hasard les pubs suivante c'est moins x% sur le vol qu'on recherchait juste avant.
- M : Pour moi c'est juste selon les cliques qu'on a fait.
- Ant : Je pensais à l'inverse des réductions. Tu regardes une première fois pour un vol Ryanair et après en te reconnectant tu tombes sur le vol mais x% plus cher justement.
- B : Pour moi ça c'est les cookies et pas du ciblage comportemental.
- L : Je sais pas si c'est en lien mais on reçoit des mails aussi. Quand je vais sur Booking chercher des destinations. Je reçois non seulement des pubs sur les destinations que j'ai déjà cherché ou bien je reçois carrément des mails aussi au sujet de ces pubs.

- B : Pour Zalando j'ai pareil. Je vais voir des chaussures et puis le lendemain ou surlendemain j'ai un petit mail ou une pub par-ci par-là.
- Arth : Au final on ose plus faire quelque chose en ligne. Puisque maintenant directement on reçoit une pub.
- J : moi ça ne me parlait pas spécialement ce mot.

Je vous ai proposé ces différents mots, car ils sont en lien avec la publicité qu'on peut retrouver aujourd'hui sur Internet.

Maintenant je vais vous présenter plusieurs images qui sont des dialogues et je vais vous demander de remplir les bulles des conversations vides. Je vous laisse un temps de réflexion. Vous avez de quoi écrire, quand tout le monde est prêt on met en commun ce que chacun a pu écrire dans la bulle. Cela vous convient ?

- Tous : OUI

Dialogue 1

- L : Oh vient on va réserver nos prochaines vacances
- M : Oui effectivement j'ai fait une recherche sur le Canada hier
- J : Sans blague on est matraqué/oppressé
- Arth : Oui, j'ai vu la pub mais c'est pas pour autant que je vais m'y intéresser ou cliquer dessus.
- Ant : Oui on y retourne ?
- B : C'est pas possible j'ai fait installer Adblock

Dialogue 2

- Ant : Tout dépend déjà si je connais la marque avec la pub. Si je connais pas je m'en inquiète pas par contre si je connais je prends le temps de regarder.
- J : Trop bien, ça tombe bien.
- Arth : Ça a l'air au top j'avais justement besoin de remplacer ma tente.
- L : Comme par hasard on vient justement de réserver nos tickets.
- M : Comme par hasard aussi
- B : Ils ont bien payé pour être là.

Dialogue 3

- L : Comment ils ont fait pour savoir ?

- B : Ils surfent beaucoup sur son temps de boulot donc il peut dire qu'il est cramé.
- Ant : Oui mais ça m'énerve d'avoir des pubs de ce genre à côté de mon outil de travail. C'est dérangeant.
- J : Moi j'ai pensé comme Bruno, que le gars est un peu grillé.
- M : Exactement il doit être embêté.

Dialogue 4

- B : Pour moi c'est juste un complément.
- L : Oui je pense aussi c'est tellement habituel.
- Ant : Je ne vais pas cliquer dessus c'est sûrement une arnaque.
- Arth : Je suis du même avis. Moi je me méfie toujours de ces pubs qui sont en lien du genre une voiture quand on réserve une chambre d'hôtel ou un billet d'avion aussi.
- J : Je pense aussi.
- M : Moi je dis que le hasard a trop bien fait les choses.

Dialogue 5

- B : C'est bête je l'ai déjà acheté.
- L : Ah des meilleurs prix que ce que j'ai eu.
- Ant : Je trouve que c'est bien mieux de chercher par soi-même que d'utiliser la pub.
- L : Moi je pense justement que c'est toujours le prix le plus bas qui se retrouve comme ça sur une page web.
- M : moi je pense justement que de cette façon la c'est une arnaque. Ils vont mettre le prix à partir de mais finalement quand on clique le prix sera plus élevé.
- J : Pour moi c'est d'office avec une arrière pensée derrière.
- Arth : Moi sûrement que ça va me plaire parce que souvent on va proposer un modèle généralement qui me parle.

Dialogue 6

- L : Trop bien.
- M : Ils ont trouvé ce qu'on voulait.
- B : Je ne l'avais pas vu parce que j'étais déjà sur un site annonceur.
- Ant : Réfléchissons d'abord où partir avant de regarder les pubs.
- J : Comment ils ont su ça.
- Arth : C'est pratique.

Vous l'avez peut-être compris, il s'agissait de publicités ciblées dites comportementales. Connaissiez-vous ce type de publicité ? Qu'est-ce que cela signifie pour vous ? Avez-vous un autre exemple d'une situation que vous avez déjà vécu ?

- L : J'ai l'impression qu'il y a plus que ça comme publicité sur internet.
- Tous : Il n'y a plus que ça sur internet. On se doute qu'ils savent plein de choses sur nous.
- M : Après moi, même si je dis ça je ne sais pas comment on peut faire ça.
- B : Surement qu'ils retiennent nos infos mais après je ne sais pas non plus.

La pub ciblée comportementale est possible grâce à la technique de ciblage comportemental. C'est en fait un moyen d'adresser la publicité aux personnes en ligne en fonction des pages web visitées, des recherches qu'il a faites sur Internet, les publicités sur lesquelles il a pu cliquer ou des achats qu'il a faits sur certains sites ou les produits qu'il a mis dans son panier d'achats. Tous ces éléments permettent de déterminer en quelque sorte les centres d'intérêt des consommateurs et donc de leur adresser des bonnes publicités ce qui veut dire des pubs qui doivent forcément lui correspondre.

En image simplifiée cela donne ceci



Quels types de personnes vont bien aimer cette pub et quels types de personnes ne vont pas l'aimer. Pouvez-vous m'expliquer pourquoi ?

- L : J'aimerais dire que effectivement je connaissais un peu mais pas autant en détail. Donc parfois ça peut nous sembler pratique parce que c'est censé nous correspondre. Il ne faut plus faire de recherches mais on se dit qu'on est trop suivi. Je me dis quand même maintenant qu'ils savent tout ce que je fais ou recherche. Mais je suis convaincue par le côté pratique.
- J : Pour moi ça dépend dans quel secteur et le contexte. Parfois quand tu vas sur ton ordinateur pour quelque chose de bien précis tu veux arriver directement sans qu'on t'embête avec des pubs et des spams de partout. Parfois justement ça va t'aider dans tes recherches, tu seras content d'avoir ces pubs et tu seras d'accord de donner tes informations alors que dans d'autres cas on va pas vouloir dévoiler certaines informations.
- Ant : Moi je pense aussi à ma vie privée après ça. Je me dis que finalement je ne sais moi même pas ce que je donne comme informations et je ne sais pas lesquelles je donne.

- B : Moi j'y vois un avantage du genre quand on a déjà plein de choses de préremplies sur un site ça me fait plaisir. Et puis je pense que c'est intéressant d'adresser des choses qui sont en lien avec nos centres d'intérêt mais parfois on passe à côté de certaines choses.
- L : il faut pas que ce soit abusif moi je pense.
- M : Toute façon c'est sur que c'est pratique mais pour moi il y a cette question de la vie privée que reste en arrière pensée.
- J : A ce stade-ci moi je ne m'en inquiète pas vraiment. Après bien sûr on se demande qu'elle est la prochaine étape.
- Arth : Moi justement je préfère qu'on m'adresse des pubs de voitures parce que c'est ce qui m'intéresse le plus que de me faire bombarder par des pubs que je considère comme inutiles et que je vais jeter à la poubelle.
- L : Moi aussi ça ne me dérange pas tant que tel puisque bon c'est une pub qui parle donc je préfère ça. Je passerai plus vite au dessus d'une pub Dove qui s'adresse « juste » aux femmes qu'une pub est plus spécifique à moi. Je vais me sentir visé et je serai intéressée.
- Ant : Après on peut se demander comment les entreprises font.
- M : Moi je vois ça comme, je donne mes informations à un site et un autre site va venir compléter ces informations or moi j'en avais peut-être pas envie.
- L : J'ai l'impression que par exemple Google il sait tout. Et ça ça ne va pas.
- Ant : Il y a surtout un manque de transparence à ce sujet.
- Arth : Moi je pense que c'est logique tout est lié. Par contre, le manque de transparence je ne suis pas d'accord parce que personne t'empêche de lire les conditions d'utilisation etc. Mais personne va les lire. Donc on a notre part de responsabilité là dedans aussi.
- J : Oui mais on n'a pas envie de prendre le temps de le faire.
- B : Mais en même temps j'ai l'impression qu'on a pas trop le choix non plus
- M : Oui quand on regarde les cookies il est clair que on va très rarement lire et donc on part du principe qu'on a pas le choix pour s'en débarrasser.
- J : C'est aussi que le clique est tellement facile.
- B : Tout va très vite. Quand on est sur internet avoir une fenêtre noire qui apparaît pour moi c'est trop.
- J : Moi c'est directement oui j'accepte et puis voilà. Parce si je ne le fais pas je sais que je suis bloqué à un moment ou un autre sur le site.

- Arth : Moi je ferme juste la fenêtre qui parle de cookies. Mais c'est devenu un réflexe.
- L : Moi je pense en plus que vu qu'il n'y a pas toujours l'option non les gens cliquent sur la petite croix pensant que c'est comme si ils n'acceptaient pas.

Pour vous aider, je vous propose de reprendre les photos que nous avons déjà utilisées précédemment.

Photo 1 à Photo 8.

- Arth : Les personnes timides et réservées elles ne vont pas aimer ça. Une personne qui n'aime pas dévoiler des choses facilement ça risque de les déplaire. Ou quand il s'agit d'un sujet sensible du genre de la lingerie. Imaginons que une fille fait des recherches etc. par la suite elle reçoit des pubs en lien avec ces recherches « osées » elle risque d'être choquée de voir que cela apparaît sur son ordinateur. Elle va se retrouver dans une situation embarrassante. Parce que si elle est la seule à utiliser son ordi c'est pas grave mais par contre si d'autres personnes l'utilisent ça risque de faire des dégâts.
- M : Oui je suis très d'accord avec ça. Je pense que ça arrive à tout le monde d'aller sur le pc de quelqu'un d'autre donc la chance est très grande.
- B : Les angoissés ils vont de poser milles et une questions. Mais une toute autre idée aussi c'est qu'il y aura toujours des gens qui ne remarqueront pas que la pub leur est ciblée.
- Arth : Ca j'en suis aussi convaincu que plein de personne ne se disent pas qu'ils sont ciblés.
- M : Les personnes 6 ça ne leur plairaient pas. Car ils ont leurs idées bien en place donc ils ne veulent pas dépendre de cette pub.
- Ant : Le 7 non plus parce que pour moi c'est des personnes fortes et indépendantes donc ils vont pas vraiment réagir à ça.
- J : Les personnes extraverties je pense qu'elles vont aimer être un peu bombardées par ce type de pubs.
- Arth : Le 8 aussi il va bien aimer se sentir important etc.
- B : Oui en plus de se sentir important c'est une personne qui semble ne pas avoir beaucoup de temps.
- L : Les personnes qui aiment les défis je ne suis pas sûr qu'ils aiment ça.

- Ant : Pour moi les personnes sportives et tout ça pour moi ça va justement les intéresser de recevoir des pubs que sur le sport. Personnellement moi ça me tente.
- L : Oui mais si ils sont basés sur l'extérieur etc. par exemple et qui n'est justement peu ou pas branché sur l'ordinateur, qui préfère tout ce qui est naturel etc.
- Arth : Moi je vois deux choses c'est d'un côté le sportif ou la personne qui ose les défis qui justement est assez compétiteur et qui veut la dernière paire de chaussures. Et puis les personnes plus nature etc. qui préfère un retour aux sources et justement va pas aimer cette pub ultra interactive.
- B : Quand on est en groupe je pense que tu verras aussi moins vite la pub en général mais donc aussi la pub ciblée.
- L : Ou bien c'est des personnes qui justement vont être attirées par la pub ciblée parce qu'ils vont se dire que ça leur parle.
- Arth : Je te rejoins et je dirais même qu'eux vont peut-être justement prendre cette pub comme quelque chose d'informatif, pour se tenir au courant, rester au goût du jour et ensuite faire savoir autour d'eux.

Clôture:

Cette discussion touche à sa fin. J'aimerais qu'on prenne le temps de discuter des points les plus intéressants et des idées les plus intéressantes qui ressortent selon vous de cette discussion ? Et pour quelles raisons ?

- L : C'est clair qu'il y a plein de type de publicités différentes ça maintenant c'est très clair pour moi. Pour moi l'objectif d'une pub Dove et d'une pub ciblée ne peut pas être le même. C'est sur que dans le cas où je suis à la recherche de quelque chose, une pub ciblée va me parler. Le problème avec des pubs qu'on a vu au début on en est bombardé que se soit à la télé dans les magazines. Donc moi ça ne m'intéresse pas. Quand on se détend derrière la télé et qu'on nous bombarde avec plein de pubs qui m'intéresse pas ça me dérange et ça me paraît encore plus long. Alors que quand je fais des recherches ça me paraît plus normal de recevoir des pubs et qui dans ce cas sont alors ciblées.
- Arth : Pour moi ça reste deux mondes séparés ces pubs. Puisque dans le premier cas on a eu des pubs qui sont pour un public ciblé du genre des femmes-des

hommes, des jeunes et finalement ce sont des pubs qui touchent énormément de monde. Ils touchent le plus large possible et donc ils vont faire des campagnes choques etc. pour qu'on retienne la marque. Voir Benetton par exemple sur un site web n'aura pas un impact aussi énorme que en le montrant sur la page d'un magazine en plus grand. Il n'y a pas un qui va prendre le dessus sur l'autre. La pub large et ciblée auront et ont leur place mais qui est séparée.

- J : Pour moi je retiens que la pub comportementale est plus efficace. C'est leur but et je pense que ça fonctionne.
- B : La pub de masse pour moi elle devient un peu invisible alors que pour moi la comportementale est peut-être moins intrusive pour l'instant. Peut être qu'après ça va devenir de trop.
- L : Oui je pense aussi qu'une grande partie des pubs de masse passent inaperçues. Peut-être que les seules qu'on va retenir c'est des pubs choquantes, qu'on n'a pas l'habitude de voir comme Benetton. Je pense que l'impact par rapport à la pub ciblée est minime.
- Arth : Si je peux rajouter je pense que les pubs qu'on a vu au début sont des pubs qui vont être gardées pour justement la notoriété de la marque. Par exemple une pub de voiture pour une marque. Alors qu'en ligne on va nous adresser aussi la pub de voiture de la marque mais avec le modèle deux places qui justement est celui qui nous intéresse. Les pubs générales c'est pour retenir la marque et la ciblée le produit.
- Ant : J'ai rien à ajouter.
- M : Moi personnellement, je trouve ça bien la pub ciblée et pratique. Mais je me pose des questions quant à ma vie privée quand même.

Souhaitez-vous ajouter quelque chose quant à cet entretien ?

Avez-vous des questions ?

- Tous : Non

La discussion est maintenant finie. Je souhaite vous remercier une dernière fois pour votre présence et votre implication dans mon étude.

Un tout grand merci !

Discussion de groupe 2 : 35-50 ans

Introduction :

Bonjour à tous. Merci d'avoir répondu à mon invitation et de bien vouloir contribuer à cette étude. Je vous propose de vous installer confortablement autour de la table.

Je me présente, je m'appelle Pauline, j'ai 23 ans et je suis dans ma dernière année de Master en Sciences de Gestion à LLN. Je vous propose, à présent, de prendre la parole pour que vous puissiez vous présenter à tour de rôle. Ceci nous permettra de faire plus ample connaissance.

- Je m'appelle **Valérie**, j'ai 38 ans, je suis secrétaire.
- Je m'appelle **Amélie**, j'ai 36 ans, je travaille dans un entrepôt comme trieuse.
- Je m'appelle **Félicien**, j'ai 40 ans, je suis informaticien.
- Je m'appelle **Cédric**, j'ai 46 ans, je suis responsable dans tout ce qui est déclaration de douane dans une entreprise belge.
- Je m'appelle **Catherine**, j'ai 36 ans, je suis responsable logistique chez Fixmer.
- Je m'appelle **Jean-François**, j'ai 49 ans, consultant en entreprise dans tout ce qui tourne autour de la gestion.

Maintenant que tout le monde a eu l'occasion de se présenter, je vais vous exposer quelques règles pour assurer le bon déroulement de cette discussion.

Avant tout, sachez que tout ce qui sera dit restera confidentiel. Je me permets d'enregistrer cette conversation de façon à ce que je puisse retenir et analyser toutes les informations par la suite.

Je souhaite que chacun d'entre vous puisse parler sans retenue, il s'agit d'une discussion où je vous demande d'exprimer vos pensées et sentiments. Vous ne serez pas jugés, d'ailleurs il n'y a pas de bonne ou mauvaise réponse quant aux questions qui vous seront posées. Je vous invite également à réagir aux propos de vos collègues sans hésitation. Je vous demanderai toutefois de prendre la parole une fois que le participant qui s'exprime a fini de parler. Le but est aussi que chacun écoute et puisse entendre ce qu'une autre personne veut partager.

Vous trouvez sur la table quelques chips et boissons donc faites vous plaisir et n'hésitez surtout pas à vous servir.

Avant de commencer, j'aimerais savoir si vous avez des questions à ce stade ?

- Tous : NON

Comme je vous l'ai signalé avant notre rencontre, la discussion d'aujourd'hui porte sur la publicité. Mon but sera de comprendre et de connaître vos motivations, attitudes et opinions quant à la publicité actuelle qu'on peut rencontrer entre autres sur internet.

C'est parti.

Echauffement:

Pour commencer cet entretien, j'aimerais savoir ce que vous évoquent certains mots que je vais vous citer. N'hésitez pas à exprimer tout ce qui vous passe par l'esprit.

Marketing

- V : Ca me fait penser à la pub.
- A : Moi aussi publicité, mise en avant.
- C : C'est bien résumé pour moi.
- F : Stratégie de vente.
- J : Toutes les actions à concevoir pour vendre au mieux le produit auprès du consommateur. Condensé de market et getting (aller au marché) on va aller vendre donc aller au marcher mais comment faire pour aller mieux au marché ?
Ca c'est pour moi le marketing.
- Cath : Mise en avant des produits.

Publicité

- J : Consommateur, le client final.
- V : moi j'adore les pubs à la télé.
- Autres : consommateur.

Média

- C : Informations
- Autres : Communication
- V : Radio, télé
- J : Vraiment les outils de communication. Le chemin utilisé pour communiquer

Promotion

- Cath : Pour moi c'est synonyme de publicité.
- A : Quand j'entend promotion je pense pub.
- V : Ca va de paire.
- J : Je ne suis pas d'accord. Pour moi la pub parle d'abord du produit au client via les médias. Et la promotion c'est promouvoir le produit (5+1). Pour moi c'est plus du marketing.
- F : Action commerciale selon moi.

Communication

- V : Information
- C : Information très clairement pour moi aussi.
- Autres : Aussi information.

Consommation

- V : C'est difficile parce que pour moi c'est des synonymes tout ces mots.
- J : Consommateur, ce qu'on fait tout le temps finalement.
- Cath : Utilisation du produit.
- C : oui je pense aussi à l'usage qu'on fait du produit.
- F : Je rejoins cette idée.

Topo général:

À présent je vais vous montrer une série d'images qui sont des publicités de tout genre et que vous avez peut-être déjà pu apercevoir dans des magazines, journaux ou sur Internet. J'aimerais savoir ce que vous pensez de chacune de ces pubs, quelle est votre réaction, que ressentez-vous lorsque vous voyez ces pubs ? Selon vous, quel est l'objectif des entreprises avec chacune de ces publicités ?

Publicité A

- C : Mixité. Ca change du concept de la femme parfaite, les mannequins qui ont la bonne taille etc. C'est bien de montrer des femmes plus fortes qui posent en sous vêtements et je pense que c'est de plus en plus actuel.
- V : Ca change du Photoshop.
- J : Je rejoins Cédric. Même si pour moi ça c'est la femme parfaite et non pas les mannequin 1m80 et 55 kilos. Je trouve ça très chouette ce qu'ils ont fait.
- F : Ca nous fait sortir un peu de tout les stéréotypes.
- Cath : Cette pub est géniale mais c'est dommage de devoir mettre des femmes en sous-vêtements pour montrer que les femmes sont belles avec des formes ? C'est dommage de devoir en arriver là pour que les femmes se disent qu'elles sont bien telle quelles sont avec leurs formes elles sont parfaites. Je comprends que le message doive être fort et percutant.
- C : D'ailleurs aujourd'hui sur énormément de pubs, presque n'importe laquelle les femmes apparaissent à moitié nue, en sous-vêtements ou en maillot.
- F : Oui et puis d'autres marques vont montrer plus facilement des femmes avec des rides aussi, avec des petites rondeurs. Donc je pense que ça commence un peu à changer. Donc je pense et j'espère ne pas me tromper qu'il y a un changement de mentalité à ce niveau là.
- A : Oui on est arrivé à l'extrême avec finalement des personnes qui ne représentaient plus la réalité.

Publicité B

Tout le monde est dégouté (il y a des beurks, des yeux cachés etc.)

- J : Ca c'est vraiment de la provocation gratuite.
- Tous : Oui de la provocation.
- J : On sait que c'est Benetton.
- Cath : Je trouve ça inutile.

- J : Moi je qualifie ça comme de la mauvaise pub. C'est trop facile de choquer de cette façon.
- F : C'est clair que c'est pour faire réagir. Et ça fonctionne.
- A : Je comprends pas le rapport. Quel intérêt pour une entreprise de vêtement de montrer ce genre d'image ?
- Tous : tout simplement pour provoquer les gens.
- A : Oui ça a fonctionner avec moi parce que je suis choquée.
- Cath : Ils auraient pu se contenter de faire une accolade, ça aurait été suffisant.
- F : oui j'aurais préféré une accolade moi. J'aurais peut-être mieux compris le geste.
- Cath : C'est vraiment le stade trop loin.
- V : Pour moi c'est toujours trop.
- Cath : Ils brusquent plein de personnes pour finalement pas arriver à leur objectif j'ai l'impression.
- V : Moi je connais les campagnes Benetton et je leur ai tourné le dos à cause de ça. Je me rappellerai toujours l'image avec le petit garçon noir parmi les blancs et depuis ce jour je ne veux plus de Benetton. C'est fini.
- F : Moi je me rappelle encore du temps des pub avec le Formule 1. Et je me demande quelle pub fonctionne le mieux pour eux. Leurs pubs ont toujours eu pour but d'être réactionnel je pense mais ils n'allaient pas aussi loin que ça parce que à cette époque a c'était inenvisageable.
- V : Moi je pense que par la même occasion ils changent leur publique cible aussi.
- J : Je me demande si ils essaient d'aller vers de la tolérance. Mais si c'est le cas c'est vraiment pas réussi pour ma part.
- F : Je pense que ça n'a rien avoir avec être croyant ou non croyant. On parle aussi de fonctions ici sur les images et c'est un manque de respect vis à vis de ces personnes aussi.
- A : Moi je réfléchis encore toujours au rapport que ça pourrait avoir avec les fringues. Et ça me bloque.
- C : Je ne vois pas très bien non plus et c'est plus ça qui me perturbe à la limite.
- Cath : je serai pas étonné que des gens plus jeunes ou les ados par contre acceptent plus ce genre de pub.

- C : Mon fils verrait dans cette image plutôt deux religions différentes qui décident de s'aimer.
- Cath : pas pour autant qu'ils aient besoin de s'embrasser pour montrer ça.
- V : Oui ça revient de nouveau à dire que c'est extrême cette image et qu'ils auraient pu se contenter d'un câlin par exemple. Le message serai passé.
- Cath : Je comprends l'idée de vouloir faire réagir les gens mais dans le politiquement correct. Je suis pas si vieille que ça quand même mais je suis de la vieille éducation et pour moi il y a un minimum de respect à avoir et ici ce n'est pas du tout le cas. Or je pense qu'on peut être ouvert, tolérant et collé à la nouvelle génération tout en gardant ce respect et cette tradition qui nous ont transmis les anciens. Je suis vraiment perturbée mais pas choquée
- J : Moi je suis choqué et je n'aime pas.
- C : Ils ont franchis une limite qui n'était pas nécessaire.

Publicité C

- V : J'aime plutôt bien ça.
- A : J'ai toujours bien aimé ce type de pub aussi moi.
- F : Oui c'est comme autrefois l'image correspond bien avec ce qu'ils veulent dire ici.
- J : C'est tendance.
- C : Oui vintage.
- V : Oui et puis on revient aussi au bio, au naturel, au fait maison c'est à la mode.
- C : On essaie de préférer le local, d'aller chez l'épicier du village plutôt qu'au grand supermarché.
- Cath : Par contre de nouveau la femme à la cuisine. Et à l'époque au moins elles étaient rondes et elles sont montrées.
- J : Moi ça me fait penser au business de proximité.
- F : ça m'évoque beaucoup moins dans le sens où c'est plutôt ici la reconnaissance de la marque. Je m'attarde pas sur ce type de publicité.

Publicité D

- V : La pause Coca-cola.
- A : Ça ne me donne pas spécialement envie de boire un coca.
- Cath : Moi non plus.
- C : C'est de nouveau extrême pour l'objectif qu'ils veulent atteindre. Pour moi de nouveau ils ont ce besoin de dénuder la personne.

- J : Justement moi ce que j'aime bien c'est que on montre un bel homme, un jeune premier mais bon au final c'est un jardinier. Et c'est ça qui est sympa.
- C : Oui mais le but clairement c'est de s'adresser aux femmes. Donc ça me paraît normal qu'on ne mette pas un homme tout maigre ou petit ou avec un petit ventre.
- J : Oui mais je reste avec mon idée du jardinier qui est sympa parce que pour le même prix ils le mettent sur une moto etc.
- V : Moi même si bon je me doute bien que c'est pour attirer la femme moi ça ne me dit rien.
- A : Moi non plus vraiment je me dis pas que je vais boire un Coca-cola en voyant ça ici.

Publicité E

(le temps de réflexion est beaucoup plus long par rapport aux autres pubs)

- V : C'est un peu vieux.
- F : J'accroche pas.
- C : Moi non plus.
- V : Après c'est vrai que la Skoda avant c'était pas non plus la voiture qu'on rêvait d'avoir.
- J : oui ça avait la réputation de la voiture de l'Est, de mauvaise qualité etc. Or aujourd'hui je sais que acheter une Skoda c'est comme un vw. C'est une voiture de très très bonne qualité.
- C : C'est aller au-delà des préjugés.
- A : oui au départ on en a tous donc si le but c'est ça c'est très bien mais la pub ne donne pas envie.
- V : Non c'est vraiment pas travaillé.
- Cath : Oui tu n'as pas envie de regarder. C'est froid, c'est comme les petites pubs qui apparaissent sur mon écran d'ordinateur.
- F : Manque de couleur. Et puis bien évidemment on voit qu'ils ont joué que avec les couleurs de la marque ce qui est sûrement stratégique.

Publicité F

(temps de réflexion)

- Cath : C'est très intelligent, j'adore cette subtilité.
- V : C'est parlant.

- Cath : Rien que l'image on soupçonne qu'il y a quelque chose en lien avec la culture. Maintenant c'est intégré dans mon cerveau.
- C : C'est frappant le geste. Mais je pense que les gens oublie assez vite quand même.
- J : C'est hyper fort, c'est un geste de suicide. Mais j'aime bien. En plus c'est vrai. On n'a pas de recul quant aux OGM et on en mange tous les jours sans s'en rendre compte et on n'a pas le choix. Moi je trouve ça très bien, provoquant mais dans le bon sens.
- F : Ca diffuse bien le message.
- A : c'est un geste très dure et très fort.
- J : oui mais de nouveau c'est un peu ça qu'on fait tous les jours. Je suis persuadé que les OGM c'est pas bien pour nous, ni pour la nature. Je suis persuadé que quand on joue trop avec la nature on joue avec notre vie. Donc c'est fantastique.
- F : on est peut-être notre génération on porte un autre regard là-dessus que d'autres génération. Pour nous je pense que le parallèle entre les réalités d'aujourd'hui et ce geste fort est plus facile pour nous que pour les jeunes. Ils sont peut être pas encore dans cette réflexion où ils se disent que les OGM aussi dangereux et que donc ils ne sont pas très conscient.
- J : Oui et puis ils pensent peut-être moins facilement à l'avenir, à la santé de leur enfant et entourage etc. dans l'insouciance.
- Cath : ici aussi il y a le jeu du suicide. Et peut-être que nous on est plus mature aussi et on sait que c'est un sujet réel le suicide alors que les jeunes vont moins facilement y penser. Passer qu'ils soient prêt à entendre ça.
- F : Je pense que le message suicide parle aussi bien aux jeunes qu'aux moins jeunes. Mais je pense justement que le sujet des OGM est peut-être un petit peu plus connu, et d'actualité. On a connu l'avant ou en tout cas on a connu l'évolution. Ce qui est surement moins le cas des générations plus jeunes. Ils estiment peut-être que le sujet des OGM ce n'est pas un sujet aussi grave.
- J : Ils minimisent. Après ici c'est clair que la pub veut faire peur.
- V : Et c'est réussi d'après moi.

Publicité G

- J : Elle pèse combien ?
- C : On revient à ce qu'on a dit avant.
- J : C'est beau.

- A : C'est une pub de parfum rien de plus pour moi.
- Cath : Je trouve que les couleurs vont bien ensemble. C'est harmonieux.
- V : C'est charmant. C'est plaisant. Mais ça colle à toutes les autres pubs de parfum. Elle se fond dans la masse.
- F : Et même si c'est pour la femme je trouve que pour les hommes c'est agréable à regarder aussi. On a une autre vision.
- J : Pour dire comme les jeunes je like.
- A : Moi pas tant que ça parce que je fais pas la différence entre les différentes marques.

Publicité H

- V : Moi j'adore les pubs avec les bébés.
- A : Ça c'est vraiment une pub qui fonctionne et qui se propage de partout.
- C : Ça touche
- Cath : C'est chouette, c'est gaie, ça met de bonne humeur. Tu as un réel sentiment et pourtant ils ont pas utilisé une image choquée.
- V : Ça attire toute génération. Mon fils qui a 6 ans quand il y a une pub comme celle-là il va la regarder avec moi parce qu'il y a un bébé. Et je suis persuadée que ça va aussi parler aux grands-parents, ça va toucher toutes les générations et c'est génial.
- F : Par contre même si je suis d'accord avec vous c'est pas pour autant qu'on va boire d'eau Evian.
- Cath : Oui c'est vrai mais moi si je vais à l'étranger et qu'il y a de l'Evian je vais plus facilement prendre cette Eau parce que ça me parle.
- J : Moi je vais plutôt pour une eau locale.
- C : moi ça me donne pas spécialement envie d'acheter de l'eau.
- V : moi je retiens déjà pas que c'est Evian. Je retiens les bébés et l'eau mais pas Evian.
- F : Moi je retiens la notoriété de la marque.

Rassembler les 8 photos et demander laquelle les interpelle le plus ou le moins et pourquoi

- V : Moi la pub que j'ai retenu c'est la pub Evian. C'est peut-être mon côté de maman qui fait ça.

- A : Evian aussi.
- F : moi les OGM j'apprécie et ça me marque.
- C : pour moi aussi parce qu'on frôle la mort et je garde ça en tête.
- J : Pour moi la Dove et OGM c'est deux pub que j'aime beaucoup et que je retiens. Parce qu'elle vont contre les grandes tendances et donc amène une nouvelles façon de penser, d'agir etc. Mais Benetton ça me choque vraiment. Et les autres je les avais déjà oublié.
- Cath : Moi OGM je trouve ça top et Benetton ça me dérange vraiment. Mais par contre d'une certaine façon ils auraient gagné avec moi parce que j'en aurais parlé autour de moi de Benetton.
- V : Moi tout ce qui est choque ou négatif, je stop la marque, je n'achète plus chez eux.

On va continuer avec cette réflexion, mais maintenant je vais vous montrer 8 photos de personnes avec des profils différents.

J'aimerais savoir quelle pub, d'après vous, va être détestée et laquelle va être appréciée par chacune de ces personnes.

- V : la 8 elle va directement aimer la pub de parfum.
- C : J'aurai dit ça aussi, elle va tout de suite réagir positivement.
- J : La 6 eux ils vont pas aimer la pub de Benetton. Je me voit bien dans cette position en plus.
- Cath : la 2 ils vont aimer la pub Evian parce que c'est jeune, vital, on pense à toutes les générations confondues. Par contre pas la pub La laitière. Je la trouve un peut trop fade.
- J : Moi je suis pas trop d'accord je pense justement qu'ils aimeront bien.
- A : Pour moi c'est du revu la laitière en faite, c'est lassant.
- J : Pour moi justement c'est le grand classique pour vendre des yogourts.
- V : Justement c'est un peu vieux, on a la femme qui est dans la cuisine comme à l'ancienne. Je suis désolée mais c'est plus comme ça que ça fonctionne.
- Cath : Evian justement elle doit plaire a tout le monde elle est super positive.
- A : Les timides ils doivent être un peu gênés de voir une pub Coca-cola. Oui même la Dove. En faite, dès que le corps est un peu dénudé ça peut être gênant.
- Tous : Oui je trouve aussi pour la pub Dove.

- F : Les angoissés par contre la pub OGM ça ne passe pas. C'est trop dur pour eux.
- J : Ils se voient déjà entrain de mourir.
- C : Il prendrait différemment le message. Ils risquent de déjà tirer leurs conclusions et d'adapter leur mode de vie de façon extrême parce qu'ils ont cette image en tête.
- Cath : les 7 ils vont aimer skoda peut-être. Ca va peut- être plaire parce qu'ils sont un peu différents, je veux dire qu'ils ont leur style un peu hors du commun.
- J : Oui c'est vrai mais la Benetton aussi je pense.
- C : moi je pense à la laitière justement vu l'habillement. Et peut-être qu'ils ont leur style mais ils aiment se rattacher à des choses du passé.
- V : la 8 c'est coca-cola aussi en plus du parfum. C'est le genre de personnes qui vont pouvoir s'identifier assez facilement à des personnes parfaites. Qui se prennent au sérieux.

À présent , imaginez-vous en 2135. Vous vous trouvez dans une ville qui ressemblera à celle sur la photo. Imaginez que vous vous promenez en rue avec vos amis ou que vous êtes en chemin pour le travail (comme vous préférez), pouvez-vous me décrire ce que vous voyez ?

- C : Je m'imagine même pas ça.
- Autres : moi non plus.
- A : moi aussi j'en veux pas d'une ville futur ultra connecté, moderne etc. ça ne m'intéresse pas.

Pourquoi ça vous fait si peur de vous projeter dans le futur ? Vous l'imaginez comment pour avoir autant d'appréhensions.

- C : parce que tout aura évolué et que justement on va dépendre de plein de technologies et c'est pas une vie.
- Cath : La seule chose positive c'est peut-être imaginer des connexions directes vers les lieux de travail ou de loisir.
- J : en lien avec ça je pense à des mégas villes, mais en repensant l'écologie, ramener le vert dans les villes. La voiture ça va devenir dépassée. Les gens vont nous rire au nez dans 150 ans quand ils vont voir qu'on faisait la file à Bruxelles etc.

- Cath : Je suis d'accord.
- A : Moi ça me dit vraiment rien moi tout ça j'habite à la campagne pour justement fuir cette activité etc.
- V : Plus de travail ou que du télé travail.
- Cath : Moi j'imagine bien justement qu'on ai l'autre extrême et que justement les gens disent stop à la vie d'aujourd'hui et demandent pour un retour à la campagne, vivre de nos propres productions etc. Mais pour moi personnellement je crois aussi à 200% aux transports qui ne touchent plus le sol, la téléportation etc. mais qu'il y a une autre de la population qui va peut-être se retirer de cette vie la. On aura les deux extrêmes.
- F : Je rêve d'une vie plus simple, toujours connecté, tout devienne intuitif. Qu'on ne paye plus pour faire de l'administration etc.
- C : Moi je crains qu'on soit conditionné. De prendre le train etc. qu'on aura plus le choix.
- V : Moi aussi c'est ce que je crains c'est cette idée qu'on veut nous faire rentrer dans un train-train quotidien. Même si ça simplifiera les vies. Mais j'ai peur qu'on ne communique plus parce que tout sera connecté.

J'aimerais bien savoir si dans ce futur vous rencontrez des publicités sur votre route, en rue ?

- J : Justement moi j'en veux plus et j'en vois pas en rue. Qu'on s'occupe de ces pubs via Smartphone mais plus de pubs en rue. En plus moi je trouve qu'on a déjà fortement diminué la pub par rapport à avant.
- V : D'après moi aussi il y en a de moins en moins.
- C : Oui est c'est vers ça qu'on va.
- F : Pour moi justement il y aura d'avantage de communication, mais beaucoup plus interactive. Les affiches classiques selon moi vont disparaître pour des messages interactifs, des écrans géants.
- V : Oui et peut-être en plus de ça encore plus sur le net. On se fait bombarder de pub sur internet.
- J : moi je pense plus à ça, à la pub sur internet qui va progresser.
- F : plus précisément je pense à de la pub ciblée par exemple, par rapport à notre profil.

- V : oui et les publicitaires ne vont plus se casser la tête à faire des affiches énormes. Maintenant tout le monde est connecté donc ils feront des petites pubs.
- J : je pense réellement que ça va et que ça doit disparaître. Parce qu'il y a moyen de communiquer d'une manière différente qu'en rue.

Vous avez déjà bien développé le futur et la publicité. J'aimerais maintenant savoir plus précisément si vous pouvez rencontrer la publicité autre part que dans la rue, peut être sous d'autres formes ?

- A : Il y aura encore plus de télévisions qu'aujourd'hui mais en plus moderne et alors j'imagine bien encore plus de pub que ce n'est déjà le cas aujourd'hui.
- Cath : Déjà aujourd'hui quand on regarde un film il y a 50 coupures.
- A : pour moi c'est trop.
- V : moi contrairement à vous j'adore les pubs à la télé. J'aime découvrir etc.
- C : une petite parenthèse j'ai des amis qui sont allés au restaurant il y a peu et justement eux déjà les cartes c'était des tablettes donc j'imagine bien qu'on passe de plus en plus à des fonctions comme celle-là et remplacer le papier par des tablettes et que par la suite par exemple les pubs apparaissent la dessus du coup.
- Cath : Ça doit contenir plein de bactérie ça.
- V : moi j'apprécie mon magazine en papier avec des pubs etc. ça ne me dérange pas au contraire j'aime bien ça alors que les tablettes ou les ordinateurs remplis de publicité ça ne me convient pas.
- C : Oui mais je pense que c'est normal qu'on aime pas trop ça puisque nous quand on a connu la pub il y avait pas encore toutes ces technologies. Or les jeunes d'aujourd'hui ils ont directement été plongés dedans et ils sont encore plus familier avec ce genre de technologie par rapport à nous. Ils connaissent presque que ça.

Je vais à nouveau vous citer quelques mots. Le but c'est que vous me disiez ce que ça vous évoque, si vous connaissez expliquer nous et si vous ne connaissez pas le mot vous pouvez également le dire. C'est tout à fait possible que certains mots ne vous parle pas.

Adresse IP

- C : Connexion et identité.

- A : Identité aussi.
- F : Adresse.
- Cath : Traçage aussi.
- V : Oui trackage et hackage.
- J : Oui pour pour moi c'est quelque chose qui permet de nous connaître, savoir où on est donc qui nous repère en quelque sorte.

Publicité ciblée

- F : Pour moi c'est synonyme de bonne publicité. D'une pub efficace puisqu'elle peut intéresser.
- J : Qui parle de quelque chose dont on a besoin.
- V : Selon moi les entreprises risquent de perdre des ventes en ciblant trop. Je préfère une pub pas trop ciblée, qui vise un publique plus large. Donc qui se contente de cibler une tranche d'âge, un sexe en particulier mais pas beaucoup plus.
- J : C'est vrai qu'on reçoit maintenant énormément de pub, proportionnellement à avant qui sont ciblé à notre âge. Je remarque par exemple que je reçois des pubs pour des voitures sur internet dont le modèle est finalement adapté à mon âge. On ne m'adresse pas une voiture qu'on peut proposer à des jeunes de 30 ans qui sont un peu fun.
- V : Ca par exemple c'est pas mal. Moi je sais qu'on m'adresse une pub de voiture qui a de la place pour plusieurs enfants et c'est bien parce qu'une autre voiture ne m'intéresserait pas. C'est donc pratique mais ça s'arrête là pour moi mais ça reste encore pas trop ciblé.
- J : Pour moi c'est du ciblage puisqu'ils s'adresse aussi à tes enfants, qui vont être la raison pour laquelle tu vas acheter cette voiture.

Cookies

- A : Chiant, je ne sais même pas ce que c'est parce que je ferme toujours la fenêtre de toute façon.
- C : Ca c'est énervant. Tu arrives sur n'importe quelle page et ça s'affiche. Je pense par contre que ça permet de mieux faire fonctionner le siteweb.
- J : Moi je me demande si ça ne sert pas à ce que quand on revient sur le site, la navigation est plus rapide après ? Je trouve ça pas mal si c'est pour la rapidité.
- F : Pour moi c'était le biscuit en premier désolé. Mais aussinon, ce sont des outils utilisés pour pouvoir tracer, identifier, enregistrer certaines informations

du navigateur de l'internaute qui se balade sur internet et puis pouvoir récupérer ces infos quand il revient et les comparer. « toi je t'ai déjà vu sur mon site à telle et telle date » ou « tu as été sur tel et tel site donc je vais alors te proposer en lien, plus intéressant ».

- V : C'est ça qui fait que les chambres d'hôtels augmente ?
- F : pour moi c'est plutôt l'adresse IP qui permet cette augmentation.
- J : Oui ou quand tu veux booker un vol aussi. Si tu le fais pas tout de suite, quand tu y retourne ton prix risque d'être plus cher.
- F : Aussi quand on va sur Amazone par exemple après sur le Facebook il y a des produits similaires qui vont être proposés.
- Cath : Oui et puis quand on va sur des sites plus gênants parfois ça revient aussi et la par contre je suis plus embêtée.
- J : Plus besoin de dire à mes enfants de supprimer l'historique maintenant alors. Je reçois les pubs en fonction de ce qu'ils ont fait avant quand moi je vais sur l'ordinateur de la maison.

Ciblage comportemental

- J : Je crains ne pas avoir fait assez d'étude pour comprendre ça.
- Cath : Rassure moi ça ne veut quand même pas dire que les entreprises font une déduction de ce qu'on fait en ligne ? Et que donc je suis cataloguée d'une certaine façon ?

Je ne vais pas en dire plus pour le moment. J'attends encore un peu avant de vous donner les explication. Ici je veux plus ou moins savoir à quoi ça vous fait penser et si certaines personnes connaissent ou en ont entendu parler.

- Cath : Si c'est ce que je pense je ne vais plus aller sur internet de la même façon ça c'est sur.
- J : Je pense que ça doit être ça c'est notre comportement comme par exemple les sites qu'on regarde ou les pubs qu'on clique qu'on va déterminer ce que j'aime. Et s'adresser à moi avec des choses que j'aime.
- F : Oui ça doit être notre profil et en fonction de ça on cible la pub.
- A : Moi je ne sais pas ce que c'est donc j'apprends beaucoup si c'est vrai ce qu'on dit.
- C : Moi aussi ça ne me disait rien mais là je me pose énormément de questions.
- V : Je suis entrain de stresser moi. J'aime pas ça du tout.

Maintenant je vais vous présenter plusieurs images qui sont des dialogues et je vais vous demander de remplir les bulles des conversations vides. Je vous laisse un temps de réflexion. Vous avez de quoi écrire, quand tout le monde est prêt on met en commun ce que chacun a pu écrire dans la bulle. Cela vous convient ?

Dialogue 1

- Cath : Tout simplement, oui je suis allée regarder il y a quelques jours pour un voyage au Canada.
- V : Moi je dirais que c'est bizarre parce que je viens justement de faire des recherches sur le Canada.
- A : Je réponds, comment ils savent ?
- J : Moi je dirais que c'est super, ça tombe bien je faisais des recherches pour partir.
- C : Je me demande comment ils savent que j'aime ce pays.
- F : C'est génial, je cherchais justement ça.

Dialogue 2 : Pas montré

Dialogue 3

- J : Au boulot ça ne devrait pas arriver normalement. Donc je pense que le gars il ne sait pas trop quoi répondre et qu'il est embêté.
- V : Moi j'ai mis qu'il était démasqué. Maintenant on sait ce que tu fais sur ton ordinateur.
- Cath : Oui j'ai fait des recherches pour une nouvelle tondeuse pendant ma pause hier.
- J : L'excuse de la pause c'est facile, moi je ne suis pas sûr que c'était que pendant ça pause.
- C : Oui moi aussi ça m'arrive pendant ma pause de midi de chercher certaines choses donc à ça place je dirais que maintenant je vais réfléchir à deux fois avant de faire une recherche parce que ça peut être mal vu.
- A : Moi je dis que même au travail on se dérange avec ces pubs.
- F : De nouveau moi je trouve que ça tombe bien. C'est en lien avec ce que je recherche. Mais je regarde plus tard parce que là c'est bien de me le signaler mais je vais pas m'en soucier au travail si c'est pour mon loisir.

Dialogue 4 : Pas montré**Dialogue 5**

- Cath : C'est typiquement les sites partenaires.
- J : Selon moi aussi. Quand tu book un vol tu as toujours une pub de voiture à côté ou d'hôtel. Et quand tu cherches un hôtel on te mets voiture ou vol. Je ne fais pas attention.
- A : C'est normal. Je ne fais pas plus attention, je ne m'en inquiète pas.
- F : Ah c'est pratique, ça permet de bien compléter l'hôtel.
- C : Ca c'est juste pour que le site touche un pourcentage sur la location de voiture si elle est loué via le clic sur la pub. Je n'y toucherai pas.
- V : Moi je m'en tracasse pas de ce genre de pub. Je déciderai moi-même de ce que j'ai besoin.

Dialogue 6

- V : Ca me fait peur ça quand même. Ca me choque de savoir qu'ils retiennent ça. C'est la famille c'est précieux. OKé ils veulent enregistrer mais la on parle de la famille quand même.
- J : C'est le principe des cookies. Surement qu'ils ont rempli sur le site qu'ils sont 6 personnes (2 adultes et 4 enfants) et donc la pub correspond. C'est intelligent, faut répondre aux besoins des gens.
- Cath : Je vois ça je sais que c'est du traçage. Moi je sais que comme je book mes vols et hotels toujours par internet ils savent que je suis seule ou célibataire et que donc on va pas m'adresser ce genre de pubs.
- C : Je trouve ça pas mal parce que parfois on tombe sur une offre vraiment avantageuse qu'on aurait pas trouvé de nous même.
- A : Pour revenir sur le célibat. C'est vrai c'est inutile d'adresser des pubs familles nombreuses. Par contre me bassiner avec des pubs pour les sites de rencontres etc. moi ça commence à bien faire.
- F : Je comprends que ça agace mais on pense ne pas avoir le choix et qu'on subit mais finalement ce n'est pas vrai. C'est nous même qui avons permis ça. C'est comme quand on va sur facebook. Il faut accepter que on donne des informations parfois publiquement et on est seul responsable aussinon il ne faut aller sur facebook. On a accepté les règles donc c'est un peu après facile d'accuser.

- C : oui et puis facebook c'est un effet de mode je pense et on se lance trop vite les yeux fermés dans ce genre de réseau social sans nécessairement pensé à l'après.
- F : Oui après je pense qu'il faut qu'il y ait une limite aussi. Je remarque qu'il y a peut-être un manque de transparence et que bon il ne faut pas qu'ils abusent non plus avec les informations qu'ils récoltent. Je suis le premier à dire que c'est chouette, pratique et efficace mais je veux quand même pas arriver à un moment où toutes mes informations soient récoltées et utilisées non plus.
- J : Je suis du même avis. Je trouve ça bien parce que ça va m'intéresser et je n'aurais pas de la pub qui pollue mon écran si je peux dire ça comme ça. Mais il y a un côté un peu pervers comme quoi ils me connaissent et c'est ça qui me dérange.
- Cath : C'est ça aussi, se dire que finalement on me connaît peut-être très bien sans que je puisse le savoir.
- J : Après on peut pas avoir que le positif, je pense qu'il y a aussi toujours des inconvénients et contraintes à tout.
- F : Je pense aussi que le plus grand problème aujourd'hui c'est que les gens mesurent pas du tout l'impact de leurs acceptations, ou les conséquences de leurs cliques et navigation.

Vous l'avez peut-être compris, il s'agissait de publicités ciblées dites comportementales. Connaissiez-vous ce type de publicité ? Qu'est-ce que cela signifie pour vous ? Avez-vous un autre exemple d'une situation que vous avez déjà vécu ?

Déjà beaucoup développé pendant les mots clé et fin des dialogues.

La pub ciblée comportementale est possible grâce à la technique de ciblage comportemental. C'est en faite un moyen d'adresser la publicité aux personnes en ligne en fonction des pages web visitées, des recherches qu'il a faites sur Internet, les publicités sur lesquelles il a pu cliquer ou des achats qu'il a faits sur certains sites ou les produits qu'il a mis dans son panier d'achats. Tous ces éléments permettent de déterminer en quelque sorte les centres d'intérêt des consommateurs et donc de leur adresser des bonnes publicités ce qui veut dire des pubs qui doivent forcément lui correspondre.

- C : En faite moi j'ai toujours bougé les cookies en disant ok ou en fermant la fenêtre parce que je trouvais ça dérangeant mais maintenant je me dis que je ferai mieux une fois de lire de quoi il s'agit.
- J : Oui sans le savoir on accepte alors qu'on ne sait pas à quoi on s'engage.

En image simplifiée cela donne ceci



- C : ça me fait penser au piratage qui existe depuis longtemps et j'ai l'impression qu'indirectement c'est un peu ça.
- F : moi je sais que techniquement parlant c'est possible. Il y a des capteurs facilement utilisables. On parle aussi de la géolocalisation aujourd'hui. Je suis conscient que je dois faire attention pour ma vie privée, qu'il ne faut pas cliquer n'importe où. Mais je suis le premier geek à utiliser Google et ses services. J'ai activé énormément de service mais parfois vraiment ils m'étonnent. Je me suis lancé dans la construction d'une maison et un samedi ils m'ont proposé d'aller au magasin de bricolage le plus proche. Et c'est vrai que j'y étais allé quelques fois les semaines précédentes. Donc pour moi la c'est clair que toutes ces infos sont connectées à un moment donné et je remarque qu'une analyse est faite pour proposer des choses beaucoup plus ciblées en quelques sortes.

- C : Ca prouve quand même qu'on est surveillé je trouve.

Quels types de personnes vont bien aimer cette pub et quels types de personnes ne vont pas l'aimer. Pouvez-vous m'expliquer pourquoi ?

- C : Les cookies parfois je me dis quand même mais c'est quoi et ça sert à quoi, faut que je m'informe. Mais après on oublie et on se pose pas trop de questions donc je sais pas si il y a vraiment des gens qui aiment ou n'aiment pas. Faut déjà s'en rendre compte.
- J : Après quand on est sur l'internet tout doit aller très vite donc bon toute personne pressée ne va pas aimer la pub tout court. Mais peut-être que cette pub ciblée dans la mesure où elle ne dérange pas la navigation, si elle répond à un besoin et que ça doit aller vite ça marche. Le problème c'est que maintenant pour être ciblée il y a toute une machine derrière que j'aime pas trop donc je m'y opposerai par moment.
- C : Oui il y a ce côté négatif mais cela permet aussi de découvrir de nouvelles choses. Il y a vraiment du pour et du contre et je pense que ça dépendra du jour. Il y aura des jours tu trouveras ça bien et d'autres où ça va t'énervé.
- Cath : justement moi je dirais que ces pubs elles ralentissent peut-être le chargement de la page. Juste ça c'est embêtant.

Pour vous aider, je vous propose de reprendre les photos que nous avons déjà utilisées précédemment.

Photo 1 à Photo 8.

- V : La fille 2 je l'envie parce qu'elle a l'air de tout prendre positivement sans vraiment se poser trop de questions. Elle est en pleine forme et elle va adorer qu'on lui propose des choses qui l'intéresse.
- A : Elle va surtout assumer ses recherches et que par la suite on lui adresse des pubs en lien. C'est dynamique en plus ces pubs donc ça leur correspond bien.
- Autres : oui.
- F : Oui les sportifs ils aiment aussi, on va proposer d'autres activités sportives ou d'autres sports donc ça va leur parler d'avantage.
- A : les angoissées il ne faut surtout pas leur en parler parce qu'ils risquent de paniquer.

- C : Les personnes qui aiment être entourés eux ils vont aussi aimer, ils surfent et vont souvent accepter les conditions je pense.
- J : pour moi la personne 7 elle va être contre. Les personnes qui sont comme ça un peu rebelles, qui ont justement peur que cette pub veuille gérer leur vie auront un certain répondant face à cette pub ciblée. Je fais ce que je veux et par principe je me rebelle contre cette nouveauté.
- C : Les personnes timides auraient du mal à avouer leurs centres d'intérêts et vont donc peut-être pas spécialement aller cliquer sur la pub. Je pense qu'ils vont moins facilement assumer.
- V : Ils vont pas vouloir en parler ou le partager donc eux leur adresser ça c'est pas la peine.
- A : les angoissés faut pas leur en parler.
- Cath : Oui ils vont penser qu'on a mis des caméras chez eux, qu'on les a découverts, l'enfer.

- V : Moi je pense que ça peut plaire comme déranger. Après même si ça dérange, si je prend mon cas je ne fais rien non plus contre.
- Cath : Moi j'aime quand même pas surtout maintenant que je suis plus informée.
- J : On se pose pas non plus les bonnes questions je pense dans ces cas là. Je pense qu'on a d'autres préoccupations et qu'au moment même on ne se pose pas toutes ces questions.
- C : Moi j'y pense plus une fois que je fais autre chose. Je vais pas me tracasser sur le moment et me dire bon c'est vrai, c'est un peu bizarre de m'adresser ça surtout que je faisais des recherche la dessus il y a quelques jours. Mais ça s'arrete la. Ma journée ne serap as gâchée pour autant.
- Cath : Mais à choisir j'aime la pub ciblée parce que ça enlève toutes les pubs qui ne nous intéressent pas. Pour moi c'est la solution pour faire diminuer la pub.

Clôture:

Cette discussion touche à sa fin. J'aimerais qu'on prenne le temps de discuter des points les plus intéressants et des idées les plus intéressantes qui ressortent selon vous de cette discussion ? Et pour quelles raisons ?

- V : Moi je pense que ça peut plaire comme déranger. Après même si ça dérange, si je prend mon cas je ne fais rien non plus contre.
- Cath : Moi j'aime quand même pas surtout maintenant que je suis plus informée.
- J : On se pose pas non plus les bonnes questions je pense dans ces cas là. Je pense qu'on a d'autres préoccupations et qu'au moment même on ne se pose pas toutes ces questions.
- C : Moi j'y pense plus une fois que je fais autre chose. Je vais pas me tracasser sur le moment et me dire bon c'est vrai, c'est un peu bizarre de m'adresser ça surtout que je faisais des recherches là dessus il y a quelques jours. Mais ça s'arrête là. Ma journée ne sera pas gâchée pour autant.
- Cath : Mais à choisir j'aime la pub ciblée parce que ça enlève toutes les pubs qui ne nous intéressent pas. Pour moi c'est la solution pour faire diminuer la pub. Je ne suis pas contre la pub mais j'aime pas trop ça. Et le pire pour le moment selon moi c'est la pub à la télé. Ce qui moi je retiens c'est que si j'ai besoin de quelque chose j'irai le chercher sur internet, il ne faut pas m'embêter avec ces pubs parce que j'ai autre chose à faire. Si je veux quelque chose, j'irai sur internet et comme une grande je vais aller trouver le produit ou autre que je cherche, pas besoin des pubs pour ça, je n'ai pas besoin d'être assistée.
- J : Je suis du même avis même si moi de temps en temps une pub ciblée ça va me faire plaisir. Pas en être bombardé comme c'est le cas des pubs qu'on a vu au début mais si elle est ciblée pour qu'elles soient moins nombreuses je dis oui.
- Cath : par contre quand c'est le même produit par exemple qu'on me met en pub ou l'appart dont je suis déjà allée voir l'annonce ça ne m'apporte pas d'infos supplémentaires. Et parfois ça j'aimerais les supprimer.

Quelqu'un utilise Adblock ?

- Cath : Non
- J : C'est quoi ça ?
- Autres : Non.
- F : moi je connais c'est un plug-in sur le navigateur qu'on active et ça permet d'enlever les pubs.
- J : intéressant.
- Autres : C'est noté.
- F : Moi je retiens que c'est vraiment une pub efficace la pub ciblée mais je suis inquiète pour les personnes qui ne sont pas au courant. Qui utilisent des

appareils et internet alors qu'ils ne les maîtrisent pas. Je pense à mes parents ou à mes enfants. Ils s'intègrent en utilisant des outils modernes finalement mais sans mesurer l'impact qu'il y a derrière en cliquant à gauche à droite, être tracé.

- J : Je pense qu'il faut avertir. Comme les histoires sur facebook mes enfants je leur dit toujours ne dites pas que vous allez en vacances etc. parce que j'ai cette crainte. Après ils s'y connaissent surement mieux que moi. Et puis les jeunes sont beaucoup plus connectés.
- Cath : C'est clair.
- V : Moi pour finir je me demande quand même où ça va s'arrêter. Les technologies, la pub etc. Parce qu'on parle des journaux puis il y a télé avec des pubs, maintenant internet je suis curieuse de voir. Et j'espère ne pas être trop vite dépassée et pouvoir suivre tout ça, je ne veux pas perdre le contrôle.
- C : Oui nos enfants maintenant ils travaillent avec des tablettes etc.
- V : J'ai peur qu'on passe à côté de beaucoup de choses avec la pub ciblée aussi.
- Cath : oui la pub ciblée en quelque sorte ça restreint ton potentiel aussi.
- V : J'aime bien moi voir des pubs dans les magazines qui ne sont pas spécialement adressées à des femmes comme moi mais ça me divertis quand même d'une certaine façon. Je vais pas m'opposer à des pubs qui sont pour ma mère ou mon voisin et pouvoir justement l'informer de cette pub quand je le croise et que lui n'a peut-être pas vu. Je pense que ces pubs plus générales permettent encore de communiquer avec les autres d'une autre façon et ça on risque de le perdre. Ça amène des sujets de conversation.
- J : Moi j'ai pas de soucis avec ces évolution mais il faut nous laisser l'occasion de faire le choix d'accepter ou non. L'homme doit rester le patron et e ne veux pas laisser l'occasion aux machines de nous dominer. Il faut pouvoir sortir des pubs ciblées si on le souhaite.
- F : Les générations plus jeunes j'ai peur aussi pour la communication en face à face. Les réunions de familles les enfants sont sur les tablettes et communique peu entre eux donc c'est vrai que j'ai peur que ça se perde le vrai contact humain. Et je pense que le partage va commencer à se faire différemment.
- C : J'ai peur que ça renferme les gens et qu'on va tout faire avec l'écran.

Souhaitez-vous ajouter quelque chose quant à cet entretien ?

Avez-vous des questions ?

- Tous : Non c'était intéressant.

La discussion est maintenant finie. Je souhaite vous remercier une dernière fois pour votre présence et votre implication dans mon étude.

Un tout grand merci !

Annexe 4 : Tableau d'analyse

1) Segment « ego-expression / valeur réelle »		
Publicité générale	Publicité ciblée avant explication	Publicité ciblée après explication
Défi - découvrir de nouvelles choses		
▪ D'un côté il y a ce côté sportif de la personne, il y a l'acceptation de son corps aussi.		▪ Cela permet aussi de découvrir de nouvelles choses.
▪ Pour moi ca représente la jeunesse, toujours à la recherche de la difficulté, de défis, de pousser les limites.		▪ Oui les sportifs ils aiment aussi, on va proposer d'autres activités sportives ou d'autres sports donc ça va leur parler d'avantage.
		▪ Je pense que ca peut aussi leur plaire car peut-être que ces pubs peuvent leur proposer quelque chose qu'ils n'ont jamais fait. Si ce sont des personnes aventureuses etc. cette publicité va leur plaire. ▪ Je ne pense pas que ca les dérangerait. Ca leur permet de découvrir des nouvelles choses donc ca devrait justement leur plaire. ▪ Moi je vois deux choses c'est d'un côté le sportif ou la personne qui ose les défis qui justement est assez compétiteur et

		qui veut la dernière paire de chaussures.
Dynamisme - réactivité		
▪ Moi j'adore les pubs à la télé. J'aime découvrir etc. ▪ Ils ont toujours communiqué avec des bébés dans mes souvenirs donc pour moi je les reconnais directement. ▪ Personnellement j'ai même plus besoin qu'ils mettent Evian sur le pub je sais directement que c'est une pub Evian. ▪ Je pense aussi directement à leurs publicités à la télévision aussi. ▪ Tu te dis que le geste est quand même interpellaant donc moi je prendrais le temps de m'y intéresser. ▪ Ca c'est vraiment une pub qui fonctionne et qui se propage de partout. ▪ C'est chouette, c'est gai, ça met de bonne humeur. Tu as un réel sentiment et pourtant ils ont pas utilisé une image choqe.	▪ Pour moi dès que je vais voir un site (...) je vais d'office avoir après une de mes pubs qui va être en lien avec ma recherche ou le site que j'ai consulté.	▪ C'est vrai que parfois je rigole parce que je me dis « tiens ils savent déjà ce que je cherche. Donc je ne suis pas prêts à les voir mais quand je les vois je sais dire que ca correspond à ce que je suis entrain de faire ou bien ce que j'ai pu faire 2-3 jours avant sur Google par exemple. ▪ Elle a l'air de tout prendre positivement sans vraiment se poser trop de questions. Elle est en pleine forme et elle va adorer qu'on lui propose des choses qui l'intéresse.
	▪ C'est en lien avec ce que je recherche. ▪ Moi partout (...) j'ai que des pubs de voitures. C'est fou. ▪ Oh vient on va réserver nos prochaines vacances. (réaction en voyant pub ciblée) ▪ Oui effectivement j'ai fait une recherche sur le Canada hier (réaction en voyant pub ciblée) ▪ Oui on y retourne ? (réaction en voyant pub ciblée) ▪ Tout simplement, oui je suis allée regarder il y a quelques jours (réaction en voyant pub ciblée). ▪ Tout dépend déjà si je connais la marque avec la pub. Si je connais pas je m'en inquiète pas par contre si je connais je prends le temps de	

▪ D'ailleurs, des pubs comme ca on en voit quand même beaucoup. ▪ C'est amusant, c'est marquant, on sait tout de suite que les pubs de bébés c'est à Evian. ▪ Va s'associer à tout ce que est jeunesse, vitalité etc. ▪ Super connues, super chouette. Ca me fait penser à la pureté, à la jeunesse. Vu comme ca c'est naturel, c'est un message de soif de vie. ▪ D'après moi, c'est de la pub qui fonctionne car les gens se reconnaissent, s'identifient à ce genre d'image.	regarder. ▪ « Oui il faut que je prenne le temps de regarder quand même, on sait jamais ! »	
	▪ Il va surement la lire, la regarder attentivement du début à la fin.	
	▪ « allons voir, au moins pour savoir si c'est intéressant ». ▪ « oui on peut aller voir parce qu'on aura besoin d'une voiture » ▪ C'est vrai que nous aussi dès qu'on fait des recherches pour partir en vacance on nous adresse des pubs après pour l'hôtel, la voiture, le restaurant, c'est fou.	
▪ Ils veulent clairement s'adresser aux femmes.	▪ On dit déjà aujourd'hui que quand notre facebook est ouvert sur notre gsm et qu'on dit certains mots etc. par la suite on va recevoir des spams ou autres quand on est sur internet. Ou bien en fonction de notre localisation. Si je décide de partir à la mer, peut-être une fois là-bas on va m'envoyer des pubs sur des marques, produits ou services que j'ai autour de moi. Je pense que ce sera de plus en plus comme ça.	
▪ Je considère que ce sont des gens qui bougent beaucoup, qui ont une vie assez active.		
▪ Cette pub je la connais.		
▪ représente la pureté, la vitalité et la nature ca correspond surement aux personnes sportives etc.		
▪ C'est vraiment pour les femmes. Mettre un homme comme ils le font c'est vraiment pour		

attirer le regard des femmes avec ce corps parfait. Je pense comprendre que c'est un public assez spécial qu'ils visent vu le mannequin très original.	En tout cas c'est le sentiment qu'on va avoir, que la pub s'adresse directement à nous et donc sembler beaucoup plus intéressante alors qu'en rue pas. Donc pour moi les iPhones et télé, tablettes sont beaucoup plus sujets à s'adresser à nous et être plus efficace puisqu'on se sent directement visé, on s'adresse directement à nous.	
Utilité - efficacité		
- Je pense que la publicité ne va pas disparaître d'aussi tôt. C'est quelque chose de vital rien que pour les entreprises puissent faire connaître leur marque, pour que les gens prennent connaissance. - C'est clair, ça va droit au but. - Justement je trouve qu'avec cette pub ils prouvent qu'ils ne doivent pas faire plus.	- Trop bien, ça tombe bien. - Ca a l'air au top j'avais justement besoin de remplacer ma tente. - C'est génial, je cherchais justement ça. - Ils ont trouvé ce qu'on voulait.	Pour moi les personnes sportives et tout ça pour moi ça va justement les intéresser de recevoir des pubs que sur le sport. Personnellement moi ça me tente.
On a compris et retenu le message	- Qui parle de quelque chose dont on a besoin. - Moi je trouve que ça tombe bien.	Et puis je pense que c'est intéressant d'adresser des choses qui sont en lien avec nos centres d'intérêt.
- Je comprends que le message doit être fort et percutant. - Oui c'est comme autrefois l'image	- Moi je dirais que c'est super, ça tombe bien je faisais des recherches pour partir. - Des meilleurs prix que ce que j'ai eu.	- Alors qu'en ligne on va nous adresser aussi la pub de voiture de la marque mais avec le modèle deux places qui justement est celui qui nous intéresse. - J'aime la pub ciblée parce que ça enlève toutes les pubs qui ne nous intéressent pas. Pour moi c'est la

correspond bien avec ce qu'ils veulent dire ici. ▪ Mais c'est mignon. C'est interpellant parce que c'est mignon. Je me rappelle d'ailleurs de toutes les pubs avec les bébés. ▪ C'est très intelligent, j'adore cette subtilité. ▪ Je trouve qu'il font bien passer leur message, la pub est très claire et eux ils n'ont vraiment pas besoin de slogan.		solution pour faire diminuer la pub.
	▪ Moi je pense justement que c'est toujours le prix le plus bas qui se retrouve comme ça sur une page web.	▪ Donc parfois ça peut nous sembler pratique parce que c'est censé nous correspondre.
	▪ Je trouve ça pas mal parce que parfois on tombe sur une offre vraiment avantageuse qu'on aurait pas trouvé de nous même.	▪ Je trouve ça bien la pub ciblée et pratique.
	▪ Moi surement que ça va me plaire parce que souvent on va proposer un modèle généralement qui me parle. ▪ Les sites qu'on regarde ou les pubs qu'on clique qu'on va déterminer ce que j'aime. Et s'adresser à moi avec des choses que j'aime. ▪ Je trouve ça bien parce que ça va m'intéresser et je n'aurais pas de la pub qui pollue mon écran si je peux dire ça comme ça. ▪ Pour moi c'est synonyme de bonne publicité. D'une pub efficace puisqu'elle peut intéresser.	▪ Je retiens que la pub comportementale est plus efficace. ▪ Parfois justement ça va t'aider dans tes recherches, tu seras content d'avoir ces pubs ▪ C'est sur que dans le cas où je suis à la recherche de quelque chose, une pub ciblée va me parler. ▪ Alors que quand je fais des recherches ça me paraît plus normal de recevoir des pubs et qui dans ce cas sont alors ciblées. ▪ Mais peut-être que cette pub ciblée dans la mesure où elle ne dérange pas la navigation, si elle répond à un besoin et que ça doit aller vite ça marche.
	▪ Moi je me dis que c'est une pub efficace.	
	▪ Ca par exemple c'est pas mal. Moi je sais qu'on m'adresse une pub de	▪ Moi justement je préfère qu'on m'adresse des pubs de

	voiture qui a de la place pour plusieurs enfants et c'est bien parce qu'une autre voiture ne m'intéresserai pas. C'est donc pratique.	voitures parce que c'est ce qui m'intéresse le plus que de me faire bombarder par des pubs que je considère comme inutiles et que je vais jeter à la poubelle. ▪ Moi aussi ça ne me dérange pas entant que tel puisque bon c'est une pub qui me parle donc je préfère ça.
	▪ C'est pratique.	
	▪ C'est pratique, ça permet de bien compléter l'hotel. ▪ Pour revenir sur le célibat. C'est vrai c'est inutile d'adresser des pubs familles nombreuses. ▪ Etant donné que la personne semble aimer le Canada, cette publicité est susceptible de l'intéresser. ▪ « Ca tombe bien ! ▪ « super, on en a besoin donc autant se renseigner ».	
	▪ Je dirai qu'il demanderait plus d'informations « De quoi elle parle cette publicité ». Il s'y intéresserait. ▪ Donc j'imagine d'un côté que dans ce futur on sera plus noyé dans l'information mais d'un autre côté on aura aussi tous les produits dont on a besoin.	

	▪ Je vois plus des hologrammes à la place ou en 3D quand on marche en rue, en fonction de nos envies ou besoins peut-être qu'ils auront une data base sur chaque personne. Et donc quand on marche on nous adresse des pubs personnellement, ce sera drôle. En tout cas en tant qu'entrepreneur ce sera super sympa d'aborder les clients de cette façon la mais ▪ C'est vrai que quand je vois une publicité qui cible les femmes, les jeunes ou qui parle de quelque chose qui ne m'intéresse pas je ne la regarde pas, je la passe.	
Adaptation		
▪ Oui et puis on revient aussi au bio, au naturel, au fait maison c'est à la mode.	▪ C'est vrai qu'on reçoit maintenant énormément de pub, proportionnellement à avant qui sont ciblées à notre âge.	▪ Oui mais si ils sont basés sur l'extérieur etc. par exemple et qui n'est justement peu ou pas branché sur l'ordinateur, qui préfère tout ce qui est naturel etc. ▪ Moi je pense que c'est logique tout est lié. Par contre, (...) personne t'empêche de lire les conditions d'utilisation etc. Mais personne ne va les lire. Donc on a notre part de responsabilité la dedans aussi.
▪ C'est aller au-delà des préjugés.	▪ C'est intelligent, il faut répondre aux besoins des gens.	
▪ On n'a pas de recul quant aux OGM et on en mange tous les jours sans s'en rendre compte et on n'a pas le choix. Moi je trouve ça très bien, provoquant mais dans le bon sens.	▪ Je comprends que ça agace mais on pense ne pas avoir le choix et qu'on subit mais finalement ce n'est pas vrai. C'est nous même qui avons permis ça.	

Je trouve que c'est choquant mais encore « soft » car on sait tous que tirer avec du maïs c'est pas la mort.	(..) On a accepté les règles donc c'est un peu facile d'accuser après.	On n'a pas envie de prendre le temps de le faire.
Moi ça m'évoque la réalité de notre monde, on sort du superficiel qu'on a tendance à souvent montrer aujourd'hui dans les médias.	Je me dis que des gens de mon âge ont peut être une autre relation avec la pub par rapport à des jeunes de votre âge. Je pense que nous on connaît mieux la pub donc on se méfie plus facilement que vous qui allez trouver ça chouette. Je remarque bien que ça évolue. Avant c'était moins précis et aujourd'hui ça l'est plus. On verra comment ça peut encore changer.	C'est vrai que maintenant qu'on m'explique je comprends mieux car avant en voyant une pub en lien avec la Suisse par exemple, je me disais ah c'est le hasard.
A nouveau on fait passer un message qui n'est pas forcément lié aux vêtements de la marque, je me demande pourquoi eux font ça mais c'est une publicité qui montre que l'entreprise se veut responsable. Pour moi, vu comme ça c'est une entreprise qui utilise un message qui marque les esprits pour s'adresser aux gens et qui n'utilisent pas les pubs pour vendre leurs produits.		Je sais très bien que la publicité fait partie du décor.
De nouveau une pub qui veut véhiculer un message		Je sais que plein de personnes vont pas toujours se rendre compte que c'est ciblée. Ils vont se poser des questions mais sans plus.
Justement moi j'en veux plus et j'en vois pas en rue. Qu'on s'occupe de ces pubs via Smartphone mais plus de pubs en rue. En plus moi je trouve qu'on a déjà fortement diminué la pub par rapport à avant.		
37	45	26

2) Segment « valeur réelle / socio-expression »

Publicité générale	Publicité ciblée avant explication	Publicité ciblée après explication
Harmonie		
- Les personnes 2 je les aurais aussi bien associé aux OGM parce justement je pense que ce sont des personnes qui veulent que tout soit parfait, que tout se passe pour le mieux pour tous qui ont peut-être une vision idéaliste et donc une pub qui conscientise peut leur plaire. - Ce sont des personnes souriantes, positives et elles vont apprécier ce que dégage la pub Evian.		Elle va surtout assumer ses recherches et que par la suite on lui adresse des pubs en lien.
Je pense à la tolérance, l'acceptation de son corps.		Personne sur la photo 2 va bien aimer, plus ouverte à de nouvelles choses, et plus actives, vont trouver ça sympa.
C'est clairement pour parler des diversités, c'est bien je trouve. C'est une pub ouverte et qui vise tout le monde. Donc les femmes colorées ou non, les femmes plus fortes ou plus minces aussi.		
Le souvenir de l'enfance, les gens se retrouvent dedans.		

▪ Mixité. Ca change du concept de la femme parfaite, les mannequins qui ont la bonne taille etc. C'est bien de montrer des femmes plus fortes qui posent en sous vêtements et je pense que c'est de plus en plus actuel.		
▪ Je trouve ça très chouette ce qu'ils ont fait. ▪ Justement moi ce que j'aime bien c'est qu'on montre un bel homme, un jeune premier mais bon au final c'est un jardinier. Et c'est ça qui est sympa. ▪ Manque de couleur. Et puis bien évidemment on voit qu'ils ont joué que avec les couleurs de la marque ce qui est surement stratégique.		
▪ Je trouve que les couleurs vont bien ensemble. C'est harmonieux.		
▪ C'est charmant. C'est plaisant.		
▪ C'est simple et trop mignon. ▪ C'est vraiment métaphorique.		
▪ Misé sur le charme, sur les couleurs, simplicité mise à part le design de la bouteille avec le ruban etc. La femme		

évidemment est très jolie et c'est une actrice.		
▪ Je pense qu'elle aimera bien la pub Dove puisque ca met tout le monde sur le même pied d'égalité, sans différences etc. Ce qu'ils aimeront moins, difficile à dire, peut-être la pub de la voiture qui est trop individualiste dans un premier temps alors que eux sont d'avis que chacun fait ce qu'il veut. ▪ C'est humoristique, c'est drôle, on a un sourire en coin quand on voit ce genre de pub, c'est difficile de nier ou dévier son regard. ▪ Représente une certaine diversité, une ouverture aux autres, accepter les autres. Ce sont des gens ouverts d'esprit donc eux ils vont accepter ce type de message et vont bien aimer et continueront de vivre normalement. ▪ Dans leur pub ce que j'aime c'est que c'est toutes les générations confondues, des couleurs de peaux différentes, et les cultures etc. Ils sont très forts je trouve. ▪ Qu'il faut être ouvert à la diversité et qu'il faut pouvoir vivre avec les différences de tout genre.		

▪ Ce que je me dis c'est que parfois on est attiré par l'image de la publicité.		
▪ Cette pub je la trouve vraiment chouette, au moins on montre les femmes comme elles sont et pas en trichant. Ils s'adressent avec cette pub aux femmes, aux vrais femmes que nous sommes et pas seulement les femmes idéales comme on peut les voir d'habitude. ▪ Mais c'est joli. ▪ Evian justement elle doit plaire à tout le monde elle est super positive.		
23	0	2

3) Segment « socio-expression / intégration sociale »

Publicité générale	Publicité ciblée avant explication	Publicité ciblée après explication
Source de communication		
▪ Pour moi ça représente la communication en masse, on s'adresse à un maximum de personnes.	▪ C'est sympa ça lance un autre sujet de conversation dans le cadre du travail.	▪ Eux vont justement prendre cette pub comme quelque chose d'informatif, pour se tenir au courant, rester au goût du jour et ensuite faire savoir autour d'eux.
▪ C'est ce qui traîne un peu partout, qui nous suit, à la télévision, la radio, dans la presse, partout dans la rue.		▪ Ou bien c'est des personnes qui justement

▪ J'aime bien moi voir des pubs dans les magazines qui ne sont pas spécialement adressées à des femmes comme moi mais ça me divertis quand même d'une certaine façon. Je vais pas m'opposer à des pubs qui sont pour ma mère ou mon voisin et pouvoir l'informer de cette pub quand je le croise et que lui n'a peut-être pas vu. Je pense que ces pubs plus générales permettent encore de communiquer avec les autres d'une autre façon et ça on risque de le perdre. Ça amène des sujets de conversation. ▪ Les personnes en groupe je dirais qu'elles aiment Coca parce que de nouveau il s'agit d'une pub qui rassemble et si les personnes aiment ça c'est parfait.		vont être attirées par la pub ciblée parce qu'ils vont se dire que ça leur parle. ▪ Les générations plus jeunes j'ai peur aussi pour la communication en face à face. Les réunions de familles les enfants sont sur les tablettes et communiquent peu entre eux donc c'est vrai que j'ai peur que ça se perde le vrai contact humain. Et je pense que le partage va commencer à se faire différemment.
▪ Les femmes vont bien rire entre elles à propos de cette pub.		▪ J'ai peur que ça renferme les gens et qu'on va tout faire avec l'écran.
		▪ J'ai peur qu'on passe à côté de beaucoup de choses avec la pub ciblée aussi. ▪ La pub ciblée en quelque sorte ça restreint ton potentiel aussi.
▪ Ca attire toute génération. Mon fils qui a 6 ans quand il y a une pub comme celle-là il va la regarder avec moi parce qu'il y a un bébé. Et je suis persuadée que ça va aussi parler aux grands-parents, ça va toucher toutes les générations et c'est		▪ Moi je retiens que c'est vraiment une pub efficace la pub ciblée mais je suis inquiet pour les personnes qui ne sont pas au courant. (...) Ils s'intègrent en utilisant des outils modernes finalement mais sans

génial.		mesurer l'impact qu'il y a derrière en cliquant à gauche à droite, être tracé.
Mais par contre d'une certaine façon ils auraient gagné avec moi parce que j'en aurais parlé autour de moi.		
Ca touche tout le monde je trouve d'utiliser des petits enfants.		Je pense qu'il faut avertir. (...) Après ils s'y connaissent surement mieux que moi. Et puis les jeunes sont beaucoup plus connectés.
Dépendant de son environnement social		
Non mais plus sérieusement je pense aussi que ce sont des pubs qui rassemblent. Parce que la on voit une personne mais les pubs de Coca-cola c'est toujours entre amis, ils sont ensemble à un festival etc.	Pour moi c'est du ciblage puisqu'ils s'adressent aussi à tes enfants, qui vont être la raison pour laquelle tu vas acheter cette voiture.	- Les personnes qui aiment être entourés eux ils vont aussi aimer. - Les personnes qui ont besoin d'être entourés etc. ils vont se sentir rassurer par une pub d'un produit qu'ils ont vu avant ou aux choses auxquelles ils s'intéressent. Ca les réconfortent de revoir quelque chose qui les intéresse par exemple et donc ils vont se dire que finalement ils peuvent faire leur choix. Ils vont pas se dire que c'est ciblé à leurs envies, peut-être qu'ils se diront que si la pub existait c'est que d'autres personnes s'y intéressent et que donc c'est bon signe.
C'est toujours représenté avec plein de personnes autour donc je suppose que les personnes qui sont souvent en groupe doivent bien aimer.		Si ils dépendent de leur environnement ils seront plus sensibles à

		cette pub et donc en dépendront.
		▪ Ces personnes la ca ne devrait pas les déranger mais si ils sont souvent entourés etc. peut être que si un ami va sur son ordi et tombe sur une pub ciblée il sera peut être pas super content. Je dis ca parce que ca dévoile une partie de la personne, alors qu'elle ne voulait peut-être pas dévoiler ca à tout le monde.
		▪ Parce que si elle est la seule à utiliser son ordi c'est pas grave mais par contre si d'autres personnes l'utilisent ça risque de faire des dégats. ▪ Je pense que ça arrive à tout le monde d'aller sur le pc de quelqu'un d'autre donc la chance est très grande.
Culture		
▪ Après je pense qu'ils veulent dire qu'ils sont pour la liberté d'expression par exemple ou peut-être la diversité.		
▪ Ca nous fait sortir un peu de tout les stéréotypes.		
▪ Donc je pense que ça commence un peu à changer. Donc je pense et j'espère ne pas me		

tromper qu'il y a un changement de mentalité à ce niveau là. ▪ On est peut-être notre génération on porte un autre regard là-dessus que d'autres génération. Pour nous je pense que le parallèle entre les réalités d'aujourd'hui et ce geste fort est plus facile pour nous que pour les jeunes. Ils sont peut être pas encore dans cette réflexion où ils se disent que les OGM aussi dangereux et que donc ils ne sont pas très conscient. ▪ Oui et puis ils pensent peut-être moins facilement à l'avenir, à la santé de leur enfant et entourage etc. dans l'insouciance.		
15	2	14

4) Segment « intégration sociale / ego répression »

Publicité générale	Publicité ciblée avant explication	Publicité ciblée après explication
Rassurer/défaitiste		
▪ C'est peut être trop osé pour eux. ▪ En faite, dès que le corps est un peu dénudé ça peut être gênant.	▪ Même si je dis ça je ne sais pas comment on peut faire ça. ▪ Surement qu'ils retiennent nos infos	▪ Mais en même temps j'ai l'impression qu'on n'a pas trop le choix non plus. ▪ Oui quand on regarde

Je pense que les multinationales vont encore occupées une plus grande place dans nos vies parce qu'elles vont prendre encore plus d'ampleur et gagner en puissance. Ils arriveront peut-être à avoir des pubs encore pire niveau influence. On se rendra peut-être même pas compte que les pubs seront là.	mais après je ne sais pas non plus.	les cookies il est clair que on va très rarement lire et donc on part du principe qu'on a pas le choix pour s'en débarrasser.
	Je crains ne pas avoir fait assez d'étude pour comprendre ça.	
	Moi je ne sais pas ce que c'est donc j'apprends beaucoup si c'est vrai ce qu'on dit.	C'est aussi que le clique est tellement facile.
	Moi aussi ça ne me disait rien mais la je me pose énormément de questions.	Tout va très vite. Quand on est sur internet avoir une fenêtre noire qui apparaît pour moi c'est trop.
Moi je trouve que la pub à la télé on n'a juste pas le choix et on ne sait pas passer à côté.	Après on ne peut pas avoir que le positif, je pense qu'il y a aussi toujours des inconvénients et contraintes à tout.	Moi c'est directement oui j'accepte et puis voilà. Parce si je ne le fais pas je sais que je suis bloqué à un moment ou un autre sur le site.
Je crains qu'il y aura toujours de la publicité.		
En faite pour être honnête parfois je me dis que la seule chose que je sais faire pour y échapper c'est de me cacher les yeux et boucher mes oreilles. Je trouve qu'on devient très agacé par la publicité, qu'on ne veut plus écouter mais qu'il y a toujours comme un bruit de fond qui nous suit.	En plus toutes nos habitudes leurs parviennent d'une certaine manière et ils arriveront quand même à envoyer de la pub en plus.	Moi je ferme juste la fenêtre qui parle de cookies. Mais c'est devenu un réflexe.
C'est des publicités beaucoup plus simples qui sont rassurantes pour des personnes timides qui manquent peut-être de confiance.		Moi je pense en plus que vu qu'il n'y a pas toujours l'option non les gens cliquent sur la petite croix pensant que c'est comme si ils n'acceptaient pas.
		Il n'y a plus que ça sur internet. On se doute qu'ils savent plein de choses sur nous.
A nouveau, toutes les		Après même si ça dérange, si je prend

pubs qui veulent choquer je pense qu'ils n'oseront pas s'exprimer face à de telles pubs. Si ce sont des personnes qui n'arrivent pas à extérioriser ils vont se laisser influencer par l'avis des autres.		mon cas je ne fais rien non plus contre.
▪ Timides ça leur fait plaisir malgré quelles soient timides à l'extérieur, dans la vie de tout les jours, ça décomplexe une situation. Ca fait sourire et la décomplexe.		▪ Je savais que c'était pas du au hasard après je me suis jamais vraiment demandé comment c'était possible qu'il sache l'une ou l'autre chose sur moi. ▪ Je ne vais pas m'y opposer. ▪ Ce qu'il y a avec ces personnes c'est qu'ils ne connaissent pas la technique ils ne vont pas se tracasser. (...) Si tu connais pas le principe tu n'y fais pas attention et donc tu t'en inquiètes pas.
▪ Même si je me dis que peut être que ça peut dans un autre sens les remettre en confiance comme la pub de Dove. ▪ C'est une image rassurante. ▪ Ca change peu de d'habitude on voit beaucoup donc elle ne va pas trop être perturbée.		▪ Les timides qui manquent de confiance se laisseront peut-être plus facilement influencer par ce type de publicité qui peuvent rassurer d'une certaine façon ces gens.
▪ C'est déjà un slogan plus compliqué parce qu'il faut réfléchir. C'est un peu contradictoire, puis combiner avec l'image. C'est pour les intellectuels.		▪ Mais je crains que dans la société actuelle c'est rare ou difficile d'échapper à cette publicité.
▪ Peut-être la pub sur la voiture parce que peut augmenter l'estime de soi. Et aussi la pub de la		▪ Mais une toute autre idée aussi c'est qu'il y aura toujours des gens qui ne remarqueront pas que la pub leur est ciblée.

laitière qui les raccroche au passé, aux traditions, des valeurs solides d'autrefois c'est toujours rassurant.		▪ Ca j'en suis aussi convaincu que plein de personne ne se disent pas qu'ils sont ciblés. ▪ Parfois quand tu vas sur ton ordinateur pour quelque chose de bien précis tu veux arriver directement sans qu'on t'embête avec des pubs et des spams de partout. ▪ Les personnes timides auraient du mal à avouer leurs centres d'intérêts et vont donc peut-être pas spécialement aller cliquer sur la pub. Je pense qu'ils vont moins facilement assumer. ▪ Les personnes timides et réservées elles ne vont pas aimer ça. Une personne qui n'aime pas dévoiler des choses facilement ça risque de les déplaire. Ou quand il s'agit d'un sujet sensible du genre de la lingerie. Imaginons que une fille fait des recherches etc. par la suite elle reçoit des pubs en lien avec ces recherches « osées » elle risque d'être choquée de voir que cela apparaît sur son ordinateur. Elle va se retrouver dans une situation embarrassante.
--	--	--

Recherche aide - cherche des réponses aux questions		
	▪ Rassure-moi ça ne veut quand même pas dire que les entreprises font une déduction de ce qu'on fait en ligne ? Et que donc je suis cataloguée d'une certaine façon ?	▪ On se pose pas non plus les bonnes questions je pense dans ces cas là. Je pense qu'on a d'autres préoccupations et qu'au moment même on ne se pose pas toutes ces questions.
	▪ Si je me souviens bien ils demandent au début si on accepte ou non les cookies mais je n'ai jamais pris le temps de m'y intéresser.	▪ Oui sans le savoir on accepte alors qu'on ne sait pas à quoi on s'engage.
	▪ Alors ça je le vois tout le temps mais j'ai jamais compris ce que c'était. Ou on me dit cookies oui ou non mais j'ai aucune idée de ce que c'est donc quand je peux je ferme la fenêtre et je m'en inquiète pas plus que ça.	▪ Mais maintenant je me dis que je ferai mieux une fois de lire de quoi il s'agit. ▪ Moi j'aime quand même pas surtout maintenant que je suis plus informée. ▪ Je pense aussi que le plus grand problème aujourd'hui c'est que les gens mesurent pas du tout l'impact de leurs acceptations, ou les conséquences de leurs cliques et navigation.
	▪ Pour moi c'est assez difficile pour comprendre le sujet. Ce que je veux dire c'est que je connaissais le principe mais c'est vrai qu'on ne prend pas le temps de s'informer et de comprendre comment ça marche.	
14	11	24

5) Segment « ego-répression / supériorité fictive »

Publicité générale	Publicité ciblée avant explication	Publicité ciblée après explication
Doute/méfiance/protection		
- Les angoissés par contre la pub OGM ça ne passe pas. C'est trop dur pour eux. - Ils se voient déjà entraînés de mourir	- Alors moi c'est tout autre mais je pense à violation de la vie privée. Comment ils ont fait pour savoir ?	Il ne faut plus faire de recherches mais on se dit qu'on est trop suivi. Je me dis quand même maintenant qu'ils savent tout ce que je fais ou recherche.
Il prendrait différemment le message. Ils risquent de déjà tirer leurs conclusions et d'adapter leur mode de vie de façon extrême parce qu'ils ont cette image en tête.	Oui c'est vrai en faite que c'est perturbant parce que tu te dis que tu vas voir un site une fois et après on t'adresse pas mal de pub à ce sujet. Et à ce moment là je me dis que c'est une pub qui nous traque sans arrêt et donc effectivement que c'est en lien avec notre vie privée finalement.	Moi je vois ça comme, je donne mes informations à un site et un autre site va venir compléter ces informations or moi j'en avais peut-être pas envie.
Je trouve que déjà aujourd'hui la pub est beaucoup trop présente. Dès qu'on me donne quelque chose en main j'ai l'impression qu'il y a au moins une pub.	Ils savent directement ce qu'on fait, ce qu'on veut ou ce qu'on recherche.	J'ai l'impression que par exemple Google il sait tout. Et ça ça ne va pas.
Pour moi aussi c'est un peu un choque, je trouve que ça n'a pas beaucoup d'intérêt.	Moi je me méfie toujours de ces pubs qui sont en lien du genre une voiture quand on réserve une chambre d'hôtel ou un billet d'avion aussi.	Il y a surtout un manque de transparence à ce sujet.
Pour moi c'est une pub extrémiste négative, c'est-à-dire qu'ils vont dans l'extrême mais dans le mauvais sens.	Moi je dis que le hasard a trop bien fait les choses.	- Mais je me pose des questions quant à ma vie privée quand même - Moi je pense aussi à ma vie privée après ça. Je me dis que finalement je ne sais moi même pas ce que je donne comme informations et je ne sais pas lesquelles je donne.

La pub ne m'inspire pas grand chose en faite.	Moi je pense justement que de cette façon la c'est une arnaque. Ils vont mettre le prix à partir de mais finalement quand on clique le prix sera plus élevé.	Les angoissés ils vont de poser milles et une questions.
Tu te demandes vraiment si c'est pour notre bien ou pour nous influencer dans un sens. C'est pas hyper clair.	Pour moi c'est d'office avec une arrière pensée derrière.	Cette question de la vie privée que reste en arrière pensée.
Je pense que en fonction de comment on lit ou regarde l'image il risque d'il y avoir deux sens à cette publicité. Le message n'est pas du tout clair.	Comment ils ont su ça.	Ca prouve quand même qu'on est surveillé je trouve.
Faut vraiment aller lire et se poser différentes questions et ça me dérange.	Moi je dirais que c'est bizarre parce que je viens justement de faire des recherches sur le Canada.	Le problème c'est que maintenant pour être ciblé il y a toute une machine derrière que j'aime pas trop donc je m'y opposerai par moment.
Je comprends pas le rapport. Quel intérêt pour une entreprise de vêtement de montrer ce genre d'image ?	Je réponds, comment ils savent ?	Les angoissées il ne faut surtout pas leur en parler parce qu'ils risquent de paniquer.
C'est de nouveau extrême pour l'objectif qu'ils veulent atteindre. Pour moi de nouveau ils ont ce besoin de dénuder la personne.	Je me demande comment ils savent que j'aime ce pays.	Oui ils vont penser qu'on a mis des caméras chez eux, qu'on les a découverts, l'enfer.
Après ici c'est clair que la pub veut faire peur.	Ca me fait peur ça quand même. Ca me choque de savoir qu'ils retiennent ça. C'est la famille c'est précieux. Ils veulent enregistrer mais la on parle de la famille quand même.	Je veux dire par la que la publicité parle de quelque chose que j'aime bien mais je fais attention qu'on essaie pas de m'arnaquer de cette façon.
Ca risque de angoisser la personne encore plus que ce qu'elle est d'habitude et de se poser plein de questions sur le	C'est ça aussi, se dire que finalement on me connaît peut-être très bien sans que je puisse le savoir.	Sans aucun doute les personnes angoissées vont pas aimer ça. Si je prends ma maman qui est très vite angoissée, si elle sait qu'on connaît
Mais il y a un côté un peu pervers comme quoi ils me connaissent		

monde dans lequel on vit. Les sentiments du passé peut rassurer la personne. Personnes angoissées qui se pose beaucoup de questions sur la vie ou sur eux-même à nouveau ca décomplexé. Ca permet à certaines d'avoir de nouveau confiance en eux.	et c'est ça qui me dérange. « Restons méfiants, je ne sais pas si on peut faire confiance à cette publicité » « C'est super, mais restons vigilants car ces pubs je m'en méfie, les prix peuvent être plus élevés »	certaines choses sur elle ou qu'on garde des informations. Elle est contre tout type d'application ou réseaux sociaux qui sont susceptibles d'avoir accès à des infos personnelles.
C'est trop compliqué. On ne comprend pas le message tout de suite.	C'est une pub qui me fait un peu peur parce que elle me donne l'impression que maintenant quand je fais quelque chose sur internet, l'entreprise y a accès et enregistre d'une façon ou une autre. De cette façon ils comprennent qui on est, ce qu'on fait dans la vie, ce qu'on aime, le nombre de personnes de ma famille et donc en fonction de ça on m'envoie une pub.	Parfois j'ai l'impression que la pub ciblée, même si elle n'utilise pas mon prénom elle s'adresse quand même à moi sans utiliser mon prénom mais en utilisant des choses aussi personnelles. Et ils me donnent ce sentiment de me pousser à l'achat ou à dévoiler d'avantage.
- On regarde toujours la pub pour voir si c'est intéressant ou non, pour voir si ce n'est pas une arnaque. Je pense qu'il faut prendre le temps de l'analyser pour voir si ça vaut la peine. - Le problème avec des pubs qu'on a vu au début on en est bombardé que se soit à la télé dans les magazines. Donc moi ça ne m'intéresse pas. Quand on se détend derrière la télé et qu'on nous bombarde avec plein de pubs qui m'intéresse pas ça me dérange et ça me paraît encore plus long.	- En faite quand c'est trop ciblé, et qu'on ressent qu'on est rentré dans l'intimité de la personne ça ca me choque. - Ca c'est super énervant. Ca donne l'impression d'être espionné continuellement et ca nous pousse vers des publicités sans qu'on le veuillent.	- Les personnes angoissées non plus car elles doivent s'imaginer qu'on les espionnent et donc elles vont se poser beaucoup de questions. - Donc effectivement aujourd'hui on est à l'abris de rien et il y a ce risque ou en tout cas une peur pour ma part qu'on dévoile ce type d'info du jour au lendemain. Angoissés : eux cette pub la c'est vraiment pas une bonne idée. Ils vont se sentir observé de partout, ils ne pourront plus dormir tranquille. - Après, il y a ce coté mystérieux qui fait

	▪ C'est seulement une fois qu'on a compris qu'on peut réagir en faite.	peur, se dire qu'on sait ce que j'ai regardé la veille sur internet et qu'on m'en reparle le lendemain ca me fait quand même bizarre. ▪ Ca me dérange et en plus parfois je reçois déjà des pubs pour les rides par exemple. Bon la ca me fait rire mais c'est vrai que ca peut être vexant en plus je fais pas de recherche la dessus. Mais donc ca m'énerve et donc j'évite.
Fuit changement		
▪ Et puis j'ai du mal à m'imaginer le futur avec la publicité car j'ai déjà l'impression d'être tellement sollicité par la pub j'arrive pas à être imaginaire.	▪ C'est pas possible j'ai fait installer Adblock	▪ J'ai juste la crainte que ca aille plus loin que cette pub de l'hôtel. J'ai l'impression qu'aujourd'hui ils savent tout faire sans que je puisse avoir le contrôle la dessus.
	▪ Si c'est ce que je pense je ne vais plus aller sur internet de la même façon ça c'est sur.	
	▪ Selon moi les entreprises risquent de perdre des ventes en ciblant trop. Je préfère une pub pas trop ciblée, qui vise un publique plus large. Donc qui se contente de cibler une tranche d'âge, un sexe en particulier mais pas beaucoup plus.	▪ Moi pour finir je me demande quand même où ça va s'arrêter. Les technologies, la pub etc. Parce qu'on parle des journaux puis il y a télé avec des pubs, maintenant internet je suis curieuse de voir. Et j'espère ne pas être trop vite dépassée et pouvoir suivre tout ça, je ne veux pas perdre le contrôle.
	▪ Oui après je pense qu'il doit il y avoir une limite aussi. Je remarque qu'il y a peut-être un manque de transparence et que bon il ne faut pas qu'ils abusent non plus avec les informations qu'ils récoltent. (...) je veux quand même pas arriver	
		▪ Et puis les personnes plus nature etc. qui préfère un retour aux sources et justement va pas aimer cette pub

	à un moment où toutes mes informations soient récoltées et utilisées non plus.	ultra interactive.
	Pour moi sur Google c'est déjà un peu le cas. C'est à dire que quand on recherche quelque chose, Google propose de compléter le mot. Ou de t'aider maintenant à trouver des choses beaucoup plus facilement. Je pense personnellement que c'est vers ça qu'on évolue. C'est pratique mais faut voir quand ça va s'arrêter.	Quand il s'agit de quelqu'un qui ne se montre pas ou qui aime moins montrer, ça risque de lui poser un problème des publicités. Il est moins ouvert et va donc accepter moins.
	- Je me doute bien qu'on va avoir d'autres types de pubs etc. mais je pense justement que dans la sphère privée on aura plus de moyen aussi pour bloquer ces pubs. Aujourd'hui il existe déjà par exemple AdBlok et donc je me dis que dans le futur ce sera aussi plus développé pour nos appareils personnels. Après même si on aura plus de limitations chez nous, dès que ce type de AdBlok ou autre aura une petite faille le système arrivera à en profiter et quand même nous envoyer des pubs. - Je ne sais pas si le client va bien aimer, peut-être qu'il ne s'en rendrait même plus compte. Tout est possible on ne sait pas où ça va s'arrêter	A ce stade-ci moi je ne m'en inquiète pas vraiment. Après bien sûr on se demande qu'elle est la prochaine étape.
19	28	25

6) Segment « supériorité fictive / socio-répression »

Publicité générale	Publicité ciblée avant explication	Publicité ciblée après explication
Domination		
- La 6 les personnes qui semblent être assez sur de leurs décisions, qui ne se remettent pas en question elles vont être plus réactives sur la pub comme les OGM qui est quand même un sujet sérieux. - Les gens déjà aujourd'hui en ont marre de voir de la publicité puisqu'il y en a partout. - Mais d'après moi alors on arrête de vivre et ça je ne veux pas. Je vais pas arrêter de regarder la télé ou écouter la radio pour fuir tout ça. - Parce que aujourd'hui on est matraqué de pubs donc j'espère que d'ici 2135 les gens prendront conscience qu'il faut savoir dire stop aussi et qu'ils vont réagir. - C'est un clairement un coup marketing selon moi. - Oui inutile parce qu'il s'agit ici d'une marque de vêtements donc je ne	Oui, j'ai vu la pub mais c'est pas pour autant que je vais m'y intéresser ou cliquer dessus.	Les personnes 6 ça ne leurs plairaient pas. Car ils ont leurs idées bien en place donc ils ne veulent pas dépendre de cette pub.
	Comme par hasard on vient justement de réserver nos tickets.	- Moi j'ai pas de soucis avec ces évolutions mais il faut nous laisser l'occasion de faire le choix d'accepter ou non. L'homme doit rester le patron et ne veux pas laisser l'occasion aux machines de nous dominer. Il faut pouvoir sortir des pubs ciblées si on le souhaite. - En plus, quand je suis occupée avec quelque chose je regarde pas la publicité qui traîne par-ci par-là. C'est vrai que ça arrive que dès que je vais sur un siteweb il y a des pubs. Ca me dérange parce que moi je lis mon journal sur internet et il y a des pubs, j'en veux pas et donc je ne les lis pas mais elles sont quand même là. - Je trouvais ça sympa mais volontairement je ne clique pas sur la pub
	Comme par hasard aussi	
	- C'est bête je l'ai déjà acheté. (ironique) - Je ne l'avais pas vu parce que j'étais déjà sur un site annonceur. - Réfléchissons d'abord où partir avant de regarder les pubs. - Moi je m'en tracasse pas de ce genre de pub. Je déciderai moi-même de ce que j'ai besoin.	
	Pour revenir sur le célibat. (...) Par contre me bassiner avec des pubs pour les sites de rencontres etc. moi ça commence à bien faire.	

vois pas où ils veulent en venir.	« On verra ca plus tard si on décide de partir la bas, la voiture c'est pas notre priorité » « Comme par hasard » « ne clique surtout pas sur la publicité » - Je trouve que c'est bien mieux de chercher par soi-même que d'utiliser la pub.	et je vais voir plus tard par moi-même sur le site pour un peu m'informer. Je fais ca car je crains qu'en cliquant sur la pub je vais encore plus recevoir des publicités de ce genre car j'ai montré que j'étais réactive et donc pour moi c'est une façon de dissuader les entreprises à m'envoyer des pubs d'une façon ou d'une autre.
Oui je suis d'accord, mais je me dis que ce n'est pas parce que j'ai retenu que je vais pour autant aller acheter des vêtements chez Benetton après. Alors que certaines personnes en voyant ça elles ne voudront peut être plus acheter chez eux à cause de cette pub ou une autre qui leur a déplu.		
- On prend beaucoup trop de temps pour lire et comprendre. Donc je pense qu'il y a un soucis chez eux. - D'ailleurs aujourd'hui sur énormément de pubs, presque n'importe laquelle les femmes apparaissent à moitié nue, en sous-vêtements ou en maillot.	« oui, mais je préfère chercher par moi-même » les pubs comme ca pour moi elles ne sont pas fiables, je suis persuadée qu'on trouve mieux par soi-même et que le produit me correspondra plus à mes besoins si je fais moi-même les recherches plutôt que de suivre les publicités.	Oui effectivement, je remarque que le hasard est parfois « trop beau ». (...) Je remarque que très bien qu'ils ont réussi à garder l'une ou l'autre information sur moi après moi personnellement je ne vais pas pour autant aller cliquer dessus.
Moi je qualifie ça comme de la mauvaise pub. C'est trop facile de choquer de cette façon.	« je préfère qu'on cherche par nous même plutôt qu'avec l'aide de cette publicité »	Ceux qui doivent vraiment pas aimer ca c'est les personnes qui ont des avis bien tranchés qui sont dans leur bulle, avec leurs idées et qu'on ne peut pas faire changer d'avis.
Ca m'évoque beaucoup moins dans le sens où c'est plutôt ici la reconnaissance de la marque. Je ne m'attarde pas sur ce type de publicité.	Mais je regarde plus tard parce que la c'est bien de me le signaler mais je vais pas m'en soucier au travail si c'est pour mon loisir.	
Ca ne me donne pas spécialement envie de boire un coca.	Moi je dis que même au travail on me dérange avec ces pubs.	Je ne clique jamais sur ce type de pub parce que justement je me dis qu'il doit il y avoir une faille. Soit qu'on essaie de me faire payer plus cher par exemple ou de m'arnaquer d'une autre façon. Je me dis que

▪ Moi ça me donne pas spécialement envie d'acheter de l'eau. ▪ Si ça touche à leurs valeurs comme une pub de Benetton ils risquent de ne pas apprécier.		c'est pas anodin qu'on m'adresse une publicité qui doit m'intéresser. Je me dis toujours qu'il doit il y avoir une raison bien précise.
▪ Ces personnes sont assez sur de leurs choix donc ce type de pub qui appel au changement de comportement et ca ne les atteint pas spécialement.		▪ Les personnes têtue vont moins aimer car eux ils croient déjà savoir donc ils vont estimer que ce n'est pas nécessaire cette publicité.
▪ Ils vont tenir tête pour défendre leurs idées. ▪ On voit ca tout le temps, ca n'évolue pas, c'est un peu banal et je trouve qu'on ne sait pas vraiment se reconnaître dans ce type de pub. On sait très bien qu'elles sont toutes retouchées de partout et dénudées. ▪ Mais je sais que c'est une pub de Benetton qui est connue pour être une entreprise qui choque avec ses publicités plus particulières. ▪ N'est pas dérangeante mais à nouveau en la regardant je sais que cette pub ne s'adresse pas à moi.		▪ Certaines personnes qui ont des valeurs bien à elles je prends l'exemple des écolos. Pour moi eux ils vont moins facilement se laisser avoir par cette publicité parce qu'ils sont plus conscient de ce que les entreprises essaient de faire et donc ne se laisseront pas avoir par tout ce qui pousse à la consommation. Ca vaut donc pour des personnes têtues aussi. Elles vont pas se laisser faire. ▪ En plus les personnes qui vont juste internet pour leur boulot, les pubs comme celles-là ca va les embêter vu que ils ne vont pas sur internet. Mon mari, par exemple, il n'aimerait pas être dérangé par ce type de pubs sur son outil de travail.
▪ Quand je me retrouve face à la publicité je ne		

me sens jamais atteint et je pense que je suis quelqu'un d'assez fermé par rapport à cette technique.			
▪ Pubs pour choquer les gens et d'ailleurs souvent ils ont réussi à nous marquer et n'oubli pas d'aussi vite leurs pubs. ▪ Pour moi c'est tout a fait normal et même naturel de voir ça aujourd'hui. Les pubs sont tout a fait libres. Par contre, ce ne sont pas des pubs qui vont plus attirer mon regard.			
Mensonge			
Publicité	▪ Je ne vais pas cliquer dessus c'est surement une arnaque.		▪ Et puis je me dis que si je clique sur la pub les prix vont augmenter parce qu'ils savent que les gens qui arrivent via les pubs sont intéressés donc ils augmentent peut-être les prix.
	- Mensongère - La même chose - Influence - Manipulation - Je rejoins ça aussi - Visibilité - Oppression ▪ Tu ne sais pas, en tout cas moi, y croire vraiment parce que inévitablement tu sais que derrière c'est des machines qui le font donc bon malheureusement c'est difficile à croire. ▪ En gros, ils ne savent pas mais ils te font croire que. Si tu lis pas le texte	▪ « Attention que ce ne soit pas un attrape nigog » ▪ La tendance qui se dégage maintenant c'est, d'après ce que je vois des pubs personnalisées et individualisées donc je suppose que ça marche plus que des pubs très large. Mais je me dis aussi qu'il y aura plus de restrictions pour la publicité.	

on risque de faire un raccourci OGM égal se tirer une balle. Pour moi c'est donc un peu mensonger si c'est vrai qu'on a pas encore assez de recul pour réellement savoir les conséquences. C'est inciter une certaine façon de penser sans avoir un avis bien réfléchi derrière.		
▪ C'est faire croire qu'en mettant ce parfum on va être plus sexy et belle.		
▪ Après de nouveau c'est de nouveau fausser la réalité.		
▪ Oui on est arrivé à l'extrême avec finalement des personnes qui ne représentaient plus la réalité.		
▪ Je suis pas sur que c'est très sincère. Dans le sens où peut-être que la marque n'existe pas depuis longtemps et ils mettent l'accent sur le côté authentique de leur produit. J'ai parfois l'impression qu'on veut nous faire retourner 60 ans en arrière alors que la marque existe pas depuis aussi longtemps. C'est juste pour dire aux personnes que c'est à la façon de leur grand-mère. Je doute du côté authentique du produit car je sais que certaines marques mentent en faisant des pubs de ce		

genre la. Je pense que c'est juste fait pour séduire et voilà. Evidemment Coca-Cola qui présente toujours des photos de jeunes gens et ils essaient de dire que c'est bon pour la santé alors que ce n'est pas du tout bon pour la santé. Ce sont des menteurs. Mais bon leurs pubs sont bien faites ca c'est sur, ils ont surement un gros budget aussi mais c'est toujours très vivant, ca bouge mais le produit est vraiment mauvais.		
Publicité : montrer la partie positive d'un produit.		
Publicité : techniques pour attirer le client et donc vendre.		
Banale		
- C'est tout simplement nul comme pub - Je peux comprendre que ça plaise à certaines personnes mais bon même si le slogan est compliqué elle ne fait rien pour se différencier réellement si c'est ce type de personnes qu'elle veut viser. - On pourrait presque se demander si ce n'est pas un amateur qui a fait	Oui je pense aussi c'est tellement habituel.	Par contre quand c'est le même produit par exemple qu'on me met en pub ou l'appart dont je suis déjà allée voir l'annonce ca ne m'apporte pas d'infos supplémentaires. Et parfois ça j'aimerais les supprimer.
	Sans blague on est matraqué/oppressé - C'est typiquement les sites partenaires.	
	Selon moi aussi. Quand tu book un vol tu as toujours une pub de voiture à côté ou d'hôtel. Et quand tu cherches un hôtel on te mets voiture ou vol. Je ne fais pas	

vite vite cette pub.	attention.	
▪ C'est commun je dirais aussi. Je veux dire que les pubs de parfum c'est toujours la même chose. Toujours le même genre d'image, il n'y a jamais une petite touche différentes toutes les marques pour moi c'est la même chose.	▪ C'est normal. Je ne fais pas plus attention, je ne m'en inquiète pas.	
▪ Non c'est vraiment pas travaillé.		
▪ Oui tu n'as pas envie de regarder. C'est froid, c'est comme les petites pubs qui apparaissent sur mon écran d'ordinateur. ▪ C'est une pub de parfum rien de plus pour moi. ▪ Mais ça colle à toutes les autres pubs de parfum. Elle se fond dans la masse. ▪ Moi pas tant que ça parce que je fais pas la différence entre les différentes marques.		
▪ Je trouve ça très mauvais comme pub. Je ne comprends vraiment pas. Et puis la femme sur le côté je ne vois pas l'intérêt. L'image ne m'évoque vraiment pas grand chose et l'image en elle-même n'est vraiment pas attirante.		

▪ Les pubs de parfum pour moi sont toutes les mêmes, je ne sais pas vraiment différencier les pubs des différentes marques. ▪ C'est vraiment la pub typique de parfum où on va mettre le parfum mais aussi une personne en évidence. ▪ Ils cherchent toujours à vendre les parfums de cette façon la avec des belles femmes. C'est la publicité qui est devenue très très connue.		
50	24	13

7) Segment « socio- répression / valorisation individuelle »

Publicité générale	Publicité ciblée avant explication	Publicité ciblée après explication
Prestige		
▪ Pour moi le 7 c'est le genre de personne qui va justement bien aimer la pub de la voiture que personne n'a aimé ici. ▪ Je pensais aussi à ces personnes un peu originales. ▪ Pour moi la 7 je vois une personne avec un style vestimentaire très classique et en même temps vintage. ▪ Ces personnes la pour moi elles vont aussi aimer la pub de voiture parce que le message est un peu décalé par rapport aux autres publicités qu'on peut rencontrer.	▪ Plus précisément je pense à de la pub ciblée par exemple, par rapport à notre profil.	▪ Original : ca va leur faire plaisir car ca va être une façon pour eux de s'étaler justement. Ils vont bien aimer que les gens sachent ce qu'ils ont fait précédemment sur leur ordi ou ce qui les intéressent, ca les met un peu en avant, en tout cas je pense qu'ils peuvent avoir ce sentiment la.
		▪ Si une personne a besoin d'extérioriser et montrer un maximum ce qu'elle a alors elle va aimer. Je vois donc bien des personnes qui aiment le pouvoir ou qui sont plus égoïstes.
▪ Les 7 ils vont aimer skoda peut-être. Ca va peut-être plaire parce qu'ils sont un peu différents, je veux dire qu'ils ont leur style un peu hors du commun.		▪ Les gens qui sont focalisés sur eux, individualiste, peut-être que ca va leur plaire justement parce que ils vont ressentir qu'on s'intéresse à leurs besoins et que donc que ce n'est pas généralisé.
Regard des autres		

▪ Moi je connais les campagnes Benetton et je leur ai tourné le dos à cause de ça. Je me rappellerai toujours l'image avec le petit garçon noir parmi les blancs et depuis ce jour je ne veux plus de Benetton. C'est fini. ▪ Etre original mais en même temps bien aimer que d'autres personnes souhaitent faire comme eux en suivant leur style. ▪ Je vois comme quelqu'un qui veut se distinguer. Car ils vont apprécier que les personnes leur accorde de l'importance.	▪ Ils surfent beaucoup sur son temps de boulot donc il peut dire qu'il est cramé.	▪ Originale (photo 7): ils vont pas y faire attention, ils vont passer outre.
▪ Ils vont adorer le principe d'être différents et que donc les autres soient susceptibles de les envier.	▪ Oui mais ça m'énerve d'avoir des pubs de ce genre à côté de mon outil de travail. C'est dérangeant. ▪ Le gars est un peu grillé. ▪ Exactement il doit être embêté.	▪ Pour moi la personne 7 elle va être contre. Les personnes qui sont comme ça un peu rebelles, qui ont justement peur que cette pub veuille gérer leur vie auront un certain répondant face à cette pub ciblée. Je fais ce que je veux et par principe je me rebelle contre cette nouveauté.
▪ Je pense que la société actuelle aime ce faire remarquer avec une voiture donc cette pub peut leur correspondre. ▪ Ca reflète un peu le slogan peut-être et puis c'est vrai ce qu'ils disent on n'a pas toujours envie de ressembler à tout le monde après tout. Ca doit sûrement marcher en plus ils flattent les	▪ Au boulot ça ne devrait pas arriver normalement. Donc je pense que le gars il ne sait pas trop quoi répondre et qu'il est embêté. ▪ Moi j'ai mis qu'il était démasqué. Maintenant on sait ce que tu fais sur ton ordinateur. ▪ Oui moi aussi ça m'arrive pendant ma pause de midi de chercher certaines choses donc à ca place je dirais que maintenant je vais réfléchir à deux fois avant de faire une recherche parce que ça peut être mal vu. ▪ « Je suis cramée, maintenant tu es au courant de ce que je fais sur internet » peut etre qu'il ne voulait pas que	▪ Mais les personnes qui se tracassent pas du regard des autres ils vont pas être dérangés par ce type de pubs. ▪ Une personne originale aussi sera plus ouverte à cette publicité. ▪ Si j'ai besoin de quelque chose j'irai le chercher sur internet, il ne faut pas m'embêter avec ces pubs parce que j'ai autre chose à faire. Si je veux quelque chose, j'irai sur internet et comme une grande je vais aller trouver le produit ou autre que je cherche, pas besoin des pubs pour ça, je n'ai pas besoin d'être assistée.

gens.	son collègue sache qu'il aime le jardinage.	
La pub sur les OGM parce que ca concerne un sujet plus sérieux et eux ils sont clairement sérieux ou en tout cas ils se prennent au sérieux.		
12	9	8

8) Segment « valorisation individuelle / ego-expression »

Publicité générale	Publicité ciblée avant explication	Publicité ciblée après explication
Spécialiste		
- Alors que des personnes hyper carrées, strictes comme la 8 elles ne vont pas aimer cette pub qui est surement trop choquante et exagérée. - Pour moi la 8 ce sont aussi des personnes sur d'elles et donc elles vont adorer Coca-cola parce que je pense qu'elles vont automatiquement s'identifier à la personne parfaite avec un beau corps. Mais si elles ont un côté un peu carriériste ou même égoïste je pense qu'elles vont apprécier la pub à l'ancienne parce qu'eux vont plus regarder à tout ce qui est qualité du travail, et c'est ce que la pub met en avant je pense la qualité et l'authenticité.	Ils ont bien payé pour être là.	Le 8 aussi il va bien aimer se sentir important etc.
	Je vois ça je sais que c'est du traçage. Moi je sais que comme je book mes vols et hotels toujours par internet ils savent que je suis seule ou célibataire et que donc on va pas m'adresser ce genre de pubs.	Oui en plus de se sentir important c'est une personne qui semble ne pas avoir beaucoup de temps.
	Ca c'est juste pour que le site touche un pourcentage sur la location de voiture si elle est loué via le clic sur la pub. Je n'y toucherai pas.	Moi je sais que techniquement parlant c'est possible. Il y a des capteurs facilement utilisables. On parle aussi de la géolocalisation aujourd'hui. Je suis conscient que je dois faire attention pour ma vie privée, qu'il ne faut pas cliquer n'importe où. Mais je suis le premier geek à utiliser Google et ses services. J'ai activé énormément

Et alors les 8 comme on a dit la pub Coca mais aussi Dior avec une actrice etc. ils vont surement s'identifier assez rapidement s'identifier à ce type d'image puisque ça a l'air d'être des personnes qui se veulent sérieuses et donc peut-être aussi se faire remarquer. Je pense que ce sont des gens qui sont beaucoup dans le paraître qui s'identifient à ce type de publicité.		de service mais parfois vraiment ils m'étonnent. Je me suis lancé dans la construction d'une maison et un samedi ils m'ont proposé d'aller au magasin de bricolage le plus proche. Et c'est vrai que j'y étais allé quelques fois les semaines précédentes. Donc pour moi la c'est clair que toutes ces infos sont connectées à un moment donné et je remarque qu'une analyse est faite pour proposer des choses beaucoup plus ciblées en quelques sortes.
C'est le genre de personnes qui vont pouvoir s'identifier assez facilement à des personnes parfaites. Qui se prennent au sérieux.		Personnellement j'ai mes sites webs « préférés ou habituels » donc si j'ai besoin de quelque chose je ne vais pas cliquer sur la pub qui me propose le produit. Je veux faire moi les démarches pour aller jusqu'au site.
il y a souvent une égérie de la marque, une personne avec beaucoup de notoriété, supérieure donc ils vont peut-être s'identifier à cette image.		
- C'est clair que c'est pour faire réagir. Et ça fonctionne. - D'après moi le but c'est juste d'attacher le nom à une image choque du coup les gens regardent, en parlent, retiennent et la plupart des personnes, ici en tout cas, savent que Benetton fait des pubs choques et		- Si j'ai besoin ou envie de quelque chose je préfère le chercher par moi-même. J'arrive à avoir un certain recul par rapport à ces pubs donc je veux dire que si je vois une pub en lien avec ce que j'ai pu faire avant je vais l'interpréter comme un rappel et c'est

scandaleuses et on se doute que c'est comme ça que leur nom est retenu.		intéressant mais je pense pas que ça va me pousser à l'achat ou même à cliquer dessus. Je pense que j'achète quand moi j'en ai envie, je vais pas attendre que la pub s'affiche. De toute façon les pubs on sait rien faire contre, ça fait partie de notre vie et on doit l'accepter comme tel. Une fois de plus, ça ne me dérange pas parce que parfois c'est intéressant parce que c'est en lien avec quelque chose qu'on aime bien, quelque chose de nouveau dans le style qu'on aime bien. Et donc je considère plus cette pub comme quelque chose d'informatif et qu'au final l'entreprise s'intéresse à moi c'est flatteur.
7	3	▪ Les personnes égoïstes je pense qu'elles vont vouloir chercher par eux même plutôt que de céder à la publicité, elles sont aussi moins influençables.

Tableau en feuille de calcul Excel pour quantifier l'étude qualitative

Segment	Pub générale	%	Pub ciblée avant	%	Pub ciblée après	%
1	37	21%	45	35%	26	22%
2	23	13%	0	0%	2	2%
3	15	8%	2	2%	14	12%
4	14	8%	11	9%	24	20%
5	19	11%	28	22%	25	21%
6	50	28%	31	24%	13	11%
7	12	7%	9	7%	8	7%
8	7	4%	3	2%	7	6%
Totaux	177	100%	129	100%	119	100%