Annexes

<u>Annexe 1</u> : Modèle questionnaire de recrutement

- Nom :
- Prénom :
- Sexe :
    - Femme
    - Homme
- Age :
- Quelle est la taille de votre foyer ? (nombre de personne(s), vous y compris vivant sous le même toit)
    - 1 personne
    - 2 personnes
    - 3-4 personnes
    - Plus de 5 personnes
- Quel est le diplôme le plus élevé en votre possession ?
    - Aucun
    - Primaire
    - Secondaire inférieur ou supérieur
    - Haute École
    - Université
    - Post-université
    - Autre :
- Quelle est votre profession ?
    - Étudiant(e)
    - Employé(e)
    - Ouvrier(ière)
    - Cadre
    - Indépendant(e)
    - Profession libérale
    - Sans emploi
    - Retraité(e)
    - Femme/homme au foyer
    - Autre :

- Mesure de l'importance accordée à l'environnement :
    - Laquelle de ces phrases décrit le mieux votre mode de vie[11] :
        - Je ne fais rien qui soit respectueux de l'environnement
        - Je fais une ou deux choses qui sont respectueuses de l'environnement
        - Je fais pas mal de choses respectueuses de l'environnement
        - Je suis écologique dans la plupart des choses que je fais
        - Je respecte l'environnement dans tout ce que je fais

[11] (Lynn, 2014)

- Indiquez dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les affirmations[12] ci-dessous en utilisant l'échelle[13] suivante : 1 = Pas du tout d'accord à 7 = Tout à fait d'accord.

	1	2	3	4	5	6	7
La plupart de mes amis pensent que je devrais recycler mes déchets ménager.							
Je pense que les ressources naturelles doivent être préservées, même si cela implique que l'on doive faire sans certains produits.							
Cela me déçoit que le gouvernement ne prenne pas plus de mesures pour aider à limiter la pollution de l'environnement.							
Les consommateurs devraient être concernés par les conséquences environnementales engendrées par les produits qu'ils achètent.							
Bien trop d'histoires sont faites à propos de la pollution, de l'eau et de l'air. Ça ne se justifie pas.							
Les producteurs devraient être obligés d'utiliser des matériaux recyclés aussi souvent que possible.							
Les consommateurs devraient être prêts à payer un prix supérieur pour des produits plus respectueux de l'environnement.							
Les publicités commerciales devraient toujours mentionner les inconvénients potentiels de chaque produit pour l'environnement.							
Je pense que les problèmes environnementaux sont exagérés et ne me concernent pas.							

- Mesure du matérialisme :
  - Indiquez dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les affirmations[14] ci-dessous en utilisant l'échelle[15] suivante : 1 = Pas du tout d'accord à 7 = Tout à fait d'accord.

	1	2	3	4	5	6	7
Je ne considère pas que la quantité de choses que les gens possèdent est un signe de succès.							
Je n'achète généralement que ce dont j'ai besoin.							
Je ne prête pas tant d'attention à ce que les autres possèdent.							
J'aime posséder des choses qui peuvent impressionner les autres.							

[12] (Minton & Rose, 1997)
[13] (Birks, Malhotra & Nunan, 2017)
[14] (Dunlap & Liere, 1980)
[15] (Birks, Malhotra & Nunan, 2017)

Ma vie serait meilleure si je possédais certaines choses/plus de choses que je n'ai pas.							
J'admire les gens qui possèdent des maisons, voitures et vêtements chers/de luxe.							
Un des buts les plus importants dans la vie est d'acquérir des biens matériels.							

- Mesure de l'attitude envers la réparation des produits :
  - Indiquez dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les affirmations[16] ci-dessous en utilisant l'échelle[17] suivante : 1 = Pas du tout d'accord à 7 = Tout à fait d'accord.

	1	2	3	4	5	6	7
Si un produit peut être réparé, je me sens obligé(e) de le faire plutôt que de le remplacer.							
J'aurais plutôt tendance à réparer un produit cassé plutôt que de le remplacer.							
C'est important d'essayer de réparer un produit avant de le jeter.							
J'essaie toujours de réparer les produits moi-même ou via un tiers.							
J'aime essayer de réparer des produits sans suivre de guide.							
C'est important pour moi qu'un produit soit facilement réparable.							
Le coût de la réparation n'a pour moi aucune importance tant que mon produit peut être réparé.							

[16] (Sabbaghi et al., 2016)
[17] (Birks, Malhotra & Nunan, 2017)

<u>Annexe 2</u> : Tableau récapitulatif des questionnaires de recrutement des répondants

	Sexe	Âge	Taille du foyer	Diplôme	Profession	Mesure de l'importance accordée à l'environnement		Mesure du matérialisme	Mesure de l'attitude envers la réparation des produits
Interview 1	Femme	24	3,4	Secondaire	Etudiante	1 ou 2 choses respectueuses de l'enviro.	1-7-7-6-6-3-6-2	7-3-6-2-4-2-1	5-3-6-5-3-6-2
Interview 2	Femme	25	2	Haute École	Employée	1 ou 2 choses respectueuses de l'enviro.	1-5-5-6-1-3-4-3-2	6-4-4-3-1-2-3	5-4-5-6-1-5-3
Interview 3	Femme	26	2	Secondaire	Indépendante	Pas mal de choses respectueuses de l'enviro.	7-4-7-7-7-7-7-1	7-7-4-1-4-1-4	7-7-7-7-1-7-4
Interview 4	Femme	53	2	Université	Indépendante/Employée	Pas mal de choses respectueuses de l'enviro.	5-6-7-7-1-7-6-7-1	6-4-4-1-1-1-1	4-5-5-5-1-6-1
Interview 5	Femme	54	Plus de 5	Haute École	Employée	Pas mal de choses respectueuses de l'enviro.	5-7-7-7-1-7-7-7-1	7-X-4-2-2-1-1	7-7-7-4-7-5-3
Interview 6	Femme	56	1	Haute École	Employée	Pas mal de choses respectueuses de l'enviro.	4-7-7-7-1-7-5-7-1	7-4-7-1-1-1-1	7-7-7-5-1-7-4
Interview 7	Femme	56	3,4	Université	Employée	Écologique dans la plupart des choses	7-7-7-7-1-7-7-7-1	7-7-7-1-1-1-1	7-7-7-7-4-7-4
Interview 8	Femme	56	3,4	Université	Indépendante	Pas mal de choses respectueuses de l'enviro.	X-7-7-7-1-6-4-7-1	6-6-5-1-2-2-1	6-7-7-6-2-7-3
Interview 9	Femme	58	3,4	Post-université	Employée	1 ou 2 choses respectueuses de l'enviro.	5-5-5-5-2-6-2-7-2	6-3-6-1-3-1-2	6-6-6-7-7-7-6
Interview 10	Femme	76	1	Haute École	Retraitée/Employée	Pas mal de choses respectueuses de l'enviro.	7-7-7-7-1-7-7-7-1	3-5-7-1-1-1-1	7-7-7-7-4-7-3
Interview 11	Homme	24	2	Secondaire	Etudiant	Pas mal de choses respectueuses de l'enviro.	7-7-7-7-2-7-7-7-1	7-4-3-2-4-1-2	4-7-7-6-1-7-2
Interview 12	Homme	26	Plus de 5	Post-université	Employé	Écologique dans la plupart des choses	6-7-5-7-2-7-5-6-1	6-6-2-2-3-1-2	7-6-7-6-4-6-3
Interview 13	Homme	29	3,4	Université	Employé	1 ou 2 choses respectueuses de l'enviro.	3-6-6-6-1-6-5-6-1	4-5-4-3-3-3-3	5-5-6-6-2-2-2
Interview 14	Homme	31	3,4	Université	Employé	Pas mal de choses respectueuses de l'enviro.	7-7-7-7-1-7-7-7-1	2-5-5-4-1-1-1	4-4-7-4-3-2-4
Interview 15	Homme	35	2	Haute École	Indépendant	Pas mal de choses respectueuses de l'enviro.	4-7-5-7-2-7-5-7-1	7-6-7-1-1-1-1	6-5-7-6-4-7-3
Interview 16	Homme	52	3,4	Secondaire	Homme au foyer	Pas mal de choses respectueuses de l'enviro.	4-7-7-7-1-7-4-5-1	X-2-7-2-1-1-1	7-7-7-7-4-6-3
Interview 17	Homme	55	3,4	Haute École	Indépendant	Pas mal de choses respectueuses de l'enviro.	5-6-6-6-1-7-7-7-1	4-6-7-2-2-1-1	7-7-7-7-7-7-5
Interview 18	Homme	55	Plus de 5	Haute École	Employé	Pas mal de choses respectueuses de l'enviro.	6-6-7-7-1-7-7-7-1	7-3-3-2-1-1-1	1-3-4-3-3-5-2
Interview 19	Homme	62	1	Université	Indépendant	Pas mal de choses respectueuses de l'enviro.	X-6-6-6-3-6-6-7-2	X-3-5-3-3-2-2	6-6-7-6-6-7-4
Interview 20	Homme	77	2	Université	Retraité	Pas mal de choses respectueuses de l'enviro.	7-7-4-5-1-6-6-7-3	4-7-7-5-1-1-4	5-5-7-7-4-6-1

Annexe 3 : Guide d'entretien semi-directif

Objectifs

1. **Signification du terme** : Comprendre ce que le terme « réparabilité » signifie pour le consommateur. Qu'est-ce que le consommateur comprend par «produit réparable».
2. **Importance du terme** : Comprendre dans quelle mesure le consommateur accorde de l'importance à l'information de réparabilité avant achat.
3. **Format de l'information** : Comprendre comment le consommateur voudrait retrouver l'information de réparabilité sur les produits.
4. **Impact de l'information** : Comprendre l'impact de l'information de réparabilité sur le comportement d'achat du consommateur.

Introduction

Bonjour,
Cet entretien est réalisé dans le cadre de mon travail de fin d'études et a pour objectif de comprendre votre comportement et intention d'achat par rapport à des petits et gros électroménagers.
Toutes les informations que vous me communiquerez sont utiles pour ma recherche.
Si l'une des questions vous gêne ou vous embarrasse, n'hésitez pas à me le faire savoir.
Afin de pouvoir retranscrire cette interview, puis-je vous demander votre accord afin d'enregistrer notre conversation ? Néanmoins, votre identité restera totalement confidentielle.
Cet entretien se déroulera en différentes parties et durera approximativement ¾ d'heure à 1 heure.

Flow

1. **Thème : Échauffement**

1.1. Question : Avant d'entrer dans le vif du sujet pouvez-vous vous présenter ?

1.2. Mise en situation : Pouvez-vous revenir sur votre dernier achat de petit ou gros électroménager (au cours de ces 12 derniers mois) ? (Si pas d'achat au cours des 12 derniers mois, poser la même question mais avec l'intention d'achat dans les 6 mois à venir).

- De quel produit s'agissait-il ?
- Pourquoi avez-vous acheté ce produit ? (Raisons qui ont poussé la personne à l'achat).
- Comment avez-vous choisi ce produit ? Quels critères avez-vous pris en compte ?
- Plus spécifiquement, quel a été le facteur clé dans votre décision d'achat ? Pourquoi ?
- Quels sont les facteurs qui sont plus accessoires dans votre décision d'achat ?
- A postériori, pensez-vous à d'autres critères que vous auriez pu prendre en compte ? Lesquels ? Pourquoi ?
- Avez-vous reçu des conseils ? De qui ? Sur quoi ? (=De quelle nature ?)

2. Thème : Critères de choix

Objectif : Connaître les principaux critères de choix des consommateurs lorsqu'ils doivent acheter un petit ou gros électroménager, mais également les critères auxquels ils accorderont moins d'importance.

2.1. Questions :

- Avant d'effectuer ce genre d'achat (cfr question précédente), à quels critères pensez-vous que **les consommateurs en général** font généralement attention ? Pourquoi ?
- Selon vous, quels sont les principaux critères d'achat auxquels **le consommateur en général** fait attention lorsqu'il achète un produit électroménager ?
    - Ces critères sont-ils les mêmes pour un petit et un gros électroménager ?
    - Pourquoi, selon vous ?
    - Ces critères pourraient-ils varier d'un consommateur à un autre ? Comment ?
- Y a-t-il, au contraire, selon vous, des critères d'achat auxquels le consommateur en général ne porte jamais attention lorsqu'il achète un petit ou gros électroménager ? Lesquels ? Pourquoi ?

3. Thème : Recherche d'informations

Objectif : Comprendre dans quelle mesure le consommateur consacre du temps à la recherche d'informations quand il achète un nouveau produit électroménager, mais également où il cherche ces informations et quels types d'informations il recherche.

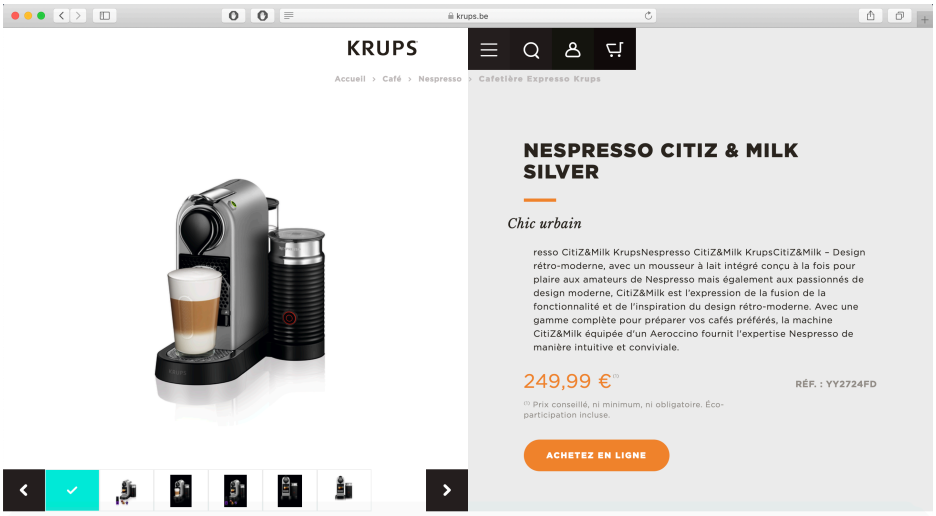
3.1. Questions : (Si le consommateur évoque des réponses à ces questions dans le point précédent, passer les questions concernées).

- Comme vous me l'avez mentionné, vous avez acheté le produit … (voir introduction) il n'y a pas si longtemps. Aviez-vous recherché des informations sur ce produit avant de l'acheter ? Quelles informations aviez-vous recherchées ? Où aviez-vous trouvé ces informations ?
- Lorsque le moment d'acheter le produit … (voir introduction) est arrivé, avez-vous cherché d'autres informations sur le produit (ou la catégorie) que celles traditionnellement proposées? Quelles informations avez-vous recherchées ? Où avez-vous trouvé ces informations ?
- Lorsque vous considérez l'achat d'un produit électroménager, avez-vous pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ? Pourquoi ? Pourquoi pas ?
- Quelles sont les informations auxquelles vous portez généralement attention sur les étiquettes et les fiches descriptives des produits électroménagers ?
    - Ces informations sont-elles différentes en fonction d'un petit ou d'un gros électroménager ?

3.2. Questions :

- Selon vous, quels sont les informations que le **consommateur en général** recherche avant d'acheter un produit électroménager ? Où trouve-t-il ces informations ?
- Selon vous, le consommateur en général a-t-il pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
- Selon vous, quelles sont les informations auxquelles le consommateur en général fait attention sur les étiquettes et les fiches descriptives des produits électroménagers ?

3.3. Mise en situation : Vous devez acheter une nouvelle machine à café. Un ami vous parle du modèle suivant (voir image ci-dessous). Avez-vous accès à l'ensemble des informations nécessaires pour prendre votre décision d'achat ? N'hésitez pas à faire des commentaires à voix haute.



(KRUPS, 2019)

- Quel est l'élément de cette fiche produit qui est le plus important pour vous ?
- Quels éléments sont absents pour guider votre choix d'achat ?
- A quelles informations supplémentaires souhaiteriez-vous avoir accès ?
- Pourquoi est-ce que les éléments suivants attirent/n'attirent pas votre attention sur une fiche produit ?
  - Le prix ?
  - La marque ?
  - L'apparence du produit (photo) ?
  - Le fonctionnement du produit ?
  - La durée de la garantie ?
  - Des avis extérieurs sur le produit ?
  - L'année du modèle ?
  - La consommation énergétique ?
  - D'autres critères ?

4. Thème : Avantages et inconvénients de l'information de « réparabilité »/du critère de « réparabilté »

Objectif : Comprendre pourquoi la réparabilité serait ou ne serait pas un critère de choix pour le consommateur dans l'achat d'un produit électroménager.

4.1. Mise en situation : Pouvez-vous compléter la dernière bulle des 2 planches de BD suivantes (« Évidemment … » et « N'importe quoi … ») ? Pouvez-vous lire et compléter une planche de BD à la fois pour que je comprenne bien votre argument.

Planches de BD pour les femmes :

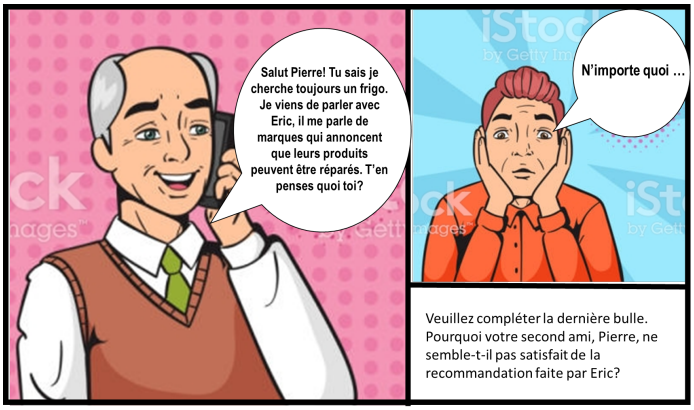
Veuillez compléter la dernière bulle. Pourquoi votre amie Lucie semble-t-elle tant convaincue par cet argument ?

Veuillez compléter la dernière bulle. Pourquoi votre seconde amie, Marie, ne semble pas satisfaite de la recommandation faite par Lucie?

- Êtes-vous davantage en faveur des arguments de Marie (contre) ou de Lucie (pour) ? Pourquoi ?
- Donc, selon vous, cet argument de réparabilté pourrait/ne pourrait pas influencer votre choix ? Pourquoi ?
- Votre réponse dépend-elle du produit présenté dans la BD (machine à lessiver) ?
- Auriez-vous les mêmes arguments pour d'autres produits comme une centrale à repasser ou un aspirateur ? Pourquoi ?
- Y a-t-il d'autres indicateurs qui sont plus importants pour vous que la réparabilté (ex : durabilité) ? Pourquoi ?

Planches de BD pour les hommes :

Veuillez compléter la dernière bulle. Pourquoi votre ami Eric semble-t-il tant convaincu par cet argument?



Veuillez compléter la dernière bulle. Pourquoi votre second ami, Pierre, ne semble-t-il pas satisfait de la recommandation faite par Eric?

- Êtes-vous davantage en faveur des arguments de Pierre (contre) ou de Éric (pour) ? Pourquoi ?
- Donc, selon vous, cet argument de réparabilté pourrait/ne pourrait pas influencer votre choix ? Pourquoi ?
- Votre réponse dépend-elle du produit présenté dans la BD (frigo) ? Auriez-vous les mêmes arguments pour d'autres produits comme une centrale à repasser ou un aspirateur ?
- Y a-t-il d'autres indicateurs qui sont plus importants pour vous que la réparabilté (ex : durabilité) ? Pourquoi ?

5. Thème : Signification du terme « réparabilité »

Objectif : Comprendre ce que les consommateurs comprennent par le terme (ou logo) « réparable ». Qu'est-ce que le terme « réparabilité » signifie pour les consommateurs ?
Mais aussi comprendre ce que cette information dit à propos de l'entreprise et de ses produits.

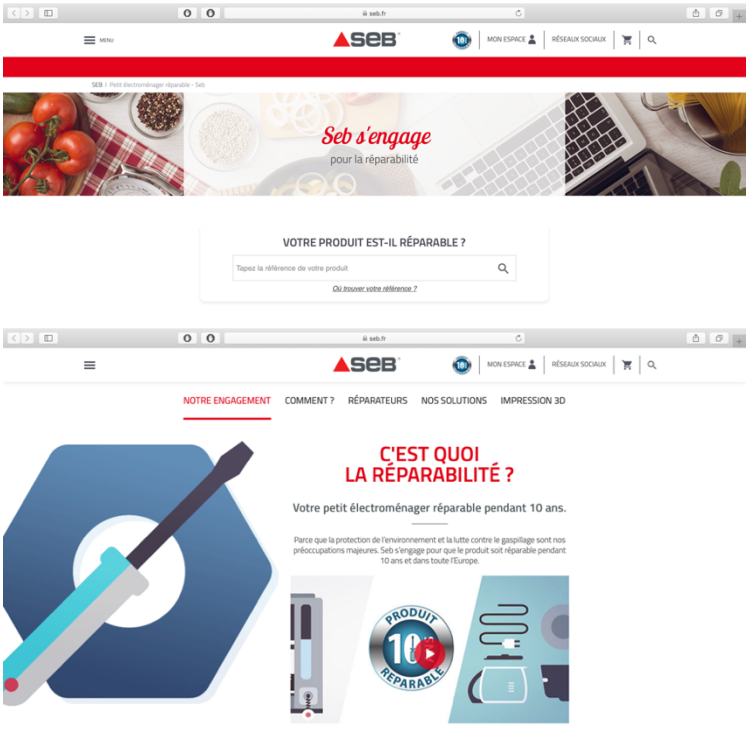
5.1. Questions :

- Voici un exemple de logo « produit réparable » :

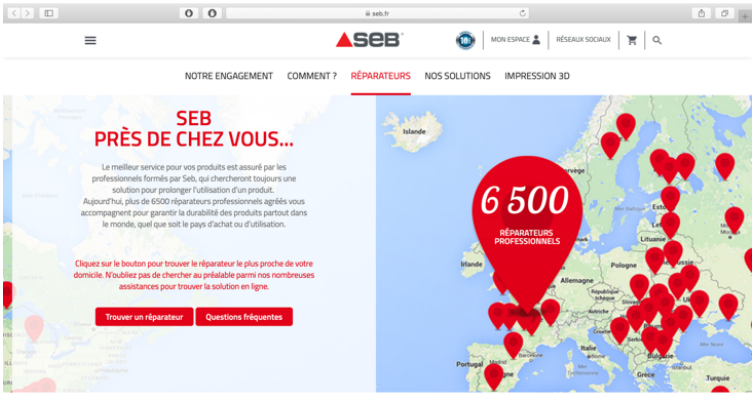
(SEB, 2017)

  - L'avez-vous déjà vu ? Si oui, où ?
  - Qu'est-ce que ce logo signifie à votre avis ?
  - Selon vous, quelles sont les caractéristiques du produit sur lequel se trouve ce logo ? (Plus longue garantie, disponibilité des pièces de rechange, gratuité de réparation, réparable par soi-même, réparable par l'intermédiaire d'un centre de réparation, autres, … ?)
  - Selon vous, quelles sont les caractéristiques de la marque qui utilise ce logo sur ses produits ?
  - Lorsque vous voyez ce logo, cela induit-il un certain doute chez vous par rapport aux produits ou à la marque ? Pourquoi ?
  - Selon vous, c'est la marque ou vous qui payerez la réparation ?
  - Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa qualité ?
  - Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa fiabilité ?
  - Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa durabilité ?
  - Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur la marque et sa stratégie ?
  - Selon vous, cette information est-elle positive ou négative ? Pourquoi ?

5.2. Mise en situation : Pouvez-vous lire la page web du site SEB sur la réparation (imprimer en grand cette page, laisser le temps aux gens de la lire, ne pas les presser). N'hésitez pas à énoncer à voix haute les questions que vous vous posez en découvrant cette page ainsi que les commentaires auxquels vous pensez.



seb.fr
MON ESPACE
RÉSEAUX SOCIAUX
NOTRE ENGAGEMENT
COMMENT ?
RÉPARATEURS
NOS SOLUTIONS
IMPRESSION 3D
SEB À VOS COTÉS
Nos produits sont conçus pour être plus facilement réparables, démontables et remontables.
Un très grand nombre de pièces est individualisé
(40 000 références stockées en France pour l'Europe) afin de ne réparer que le nécessaire et au moindre coût.
Les ingénieurs de Seb proposent des modifications sur la base des remontées terrain afin de rendre les nouvelles générations de produits toujours plus simples à remonter. Chaque nouvelle référence de produits commercialisée est validée ou non pour avoir le label « réparabilité 10 ans ».
PRODUIT 10 ANS REPARABLE
5,7 millions de pièces sur 15 000 m²
Seb s'engage à conserver pendant 10 ans en moyenne après l'achat toutes les pièces détachées techniques de la quasi-totalité des produits.
Afin de garantir au maximum la disponibilité immédiate de vos pièces de rechange, la moitié du stock a été approvisionnée en prévision des prochaines années, sur des produits dont la fabrication est arrêtée.
Le coût d'une réparation est souvent moins onéreux que celui du remplacement d'un produit, notamment grâce à la baisse des tarifs des pièces détachées (30% en moyenne depuis 2012). La réparation n'altère en aucun cas la qualité duproduit, et permet de limiter l'impact écologique des déchets.
* Plus de 95% de produits Seb commercialisés en 2015 en Europe sont réparables (dont 22% à l'exception d'au maximum une ou deux pièces indisponibles à un coût "raisonnable" permettant la réparation)


seb.fr
MON ESPACE
RÉSEAUX SOCIAUX
NOTRE ENGAGEMENT
COMMENT ?
RÉPARATEURS
NOS SOLUTIONS
IMPRESSION 3D
SEB
PRÈS DE CHEZ VOUS...
Le meilleur service pour vos produits est assuré par les professionnels formés par Seb, qui chercheront toujours une solution pour prolonger l'utilisation d'un produit.
Aujourd'hui, plus de 6500 réparateurs professionnels agréés vous accompagnent pour garantir la durabilité des produits partout dans le monde, quel que soit le pays d'achat ou d'utilisation.
Cliquez sur le bouton pour trouver le réparateur le plus proche de votre domicile. N'oubliez pas de chercher au préalable parmi nos nombreuses assistances pour trouver la solution en ligne.
Trouver un réparateur
Questions fréquentes
6 500
RÉPARATEURS PROFESSIONNELS
Islande
Irlande
Allemagne
Pologne
Lituanie
Portugal
Grèce
Turquie

seb.fr
MON ESPACE
RÉSEAUX SOCIAUX
NOTRE ENGAGEMENT
COMMENT ?
RÉPARATEURS
NOS SOLUTIONS
IMPRESSION 3D
LA RÉPARABILITÉ EN UN SEUL CLIC
Sur simple visite de votre réparateur agréé, la pièce défaillante de votre produit Seb peut être rapidement remplacée.
Cette intervention permet d'assurer le dépannage du produit au-delà de la période de garantie et son utilisation pendant de nombreuses années.
Pièces et accessoires en un clic :
Vous avez également la possibilité de commander en ligne directement des pièces et accessoires de rechange pour vos produits Seb.
Commander des pièces
LA RÉPARABILITÉ C'EST FACILE
24/48
SEB

(SEB, 2017)

- Que pensez-vous de cette page explicative faite par SEB sur son action de réparation ?
- Est-ce que ça vous éclaire sur certains points ?
- Y a-t-il des éléments qui vous étonnent ou qui vous surprennent ? Pourquoi ?
- Y a-t-il des informations/éléments sur cette page auxquels vous n'auriez pas pensé ? Lesquels et pourquoi ?
- Êtes-vous d'accord avec tout ce qui est dit sur cette page ?

6. Thème : Format de l'information « réparabilté »

Objectif : Comprendre sous quelle forme l'information de « réparabilité » devrait être communiquée pour être claire et comprise par le consommateur.

6.1. Questions

- Revenons sur le logo « produit réparable » :

(SEB, 2017)

- Selon vous, ce logo requiert-il un texte explicatif pour être compris ?
- Pensez-vous à d'autres éléments d'information qui pourraient apparaître sur ce logo ?
  - Si oui, lesquels ? (Ex : prix de la réparation, délais de réparation, condition(s) de réparation, est-ce que la marque fournit des modes d'emploi à la réparation : online blogs/tutoriel certifié par la marque ? …).
  - Si non, trouvez-vous que ce logo « produit réparable 10 ans » est une information suffisamment claire pour le consommateur ?
- Si vous deviez baser votre décision d'achat sur le caractère réparable d'un produit, à quelles informations voudriez-vous avoir accès ? Quelles informations voudriez-vous retrouver sur le produit ou sa fiche descriptive ?

6.2. Mise en situation : Score de réparabilité : Voici un tableau présentant un score de réparabilité pour différents produits. Au plus ce score de réparabilité est élevé au plus le produit sera facile à réparer et au moins le coût de la réparation sera élevé.

	Essential **Phone** 2017	- Le port USB-C est soudé à la carte mère, et sans prise casque, il sera sujet à une usure supplémentaire. - Des jointures presque invisibles et un adhésif copieux signifient que toute tentative de réparation est susceptible de causer autant de dégâts qu'elle en corrige. - Est-ce que nous avons mentionné que nous avons dû le congeler ?	1
	Samsung **Galaxy Note Fan Edition** 2017	- Front and back glass make for double the crackability, and strong adhesive on the rear glass makes it very difficult to gain entry into the device. - Because of the curved screen, replacing the front glass without destroying the display is probably impossible. + Many components are modular and can be replaced independently.	4
	Oppo **R9m** 2017	+ Battery is fairly easily accessible and removable. + Most components are extremely modular making for cheaper repairs. - The opening procedure is extremely tough, clips are very stiff and likely to be broken.	7
	Motorola **Moto Z (1st Generation)** 2017	+ Pull-tab on battery, easy to access once you have the device open. + Modular assembly allows independent replacement of many components - Charging port soldered to the motherboard means a common repair will be very expensive.	7
	Vivo **X7 Plus** 2017	+ Battery is fairly easily accessible and removable. • Parts could be more modular, especially mechanical/high wear components. - The single unit display assembly is annoying to reach, and will be a costly part.	7

(iFixit, 2019)

- Que pensez-vous d'un score de réparabilité ?
- Selon vous, un score de réparabilité est-il plus parlant qu'un logo « produit réparable » ? Pourquoi ?
- Quelles questions vous posez-vous quand vous voyez ce genre de score ?
- Est-ce que ce genre de score pourrait influencer votre choix de produit ? Pourquoi ?

7. Thème : Attitude/Intention d'achat

Objectif : Comprendre sur quelle(s) variable(s) du processus d'achat cette information peut avoir un impact.

- **Attitude envers le produit et/ou la marque**
  - Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de ce produit ? Comment ?
  - Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de cette marque ? Comment ?

- **Attitude envers les autres produits et/ou marques de la catégorie**
    - Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque pourrait changer la perception que vous avez des autres marques ? Comment ?
    - Selon vous, une marque qui utilise le logo « produit réparable » est-elle supérieure ou inférieure à une autre marque qui n'utilise pas ce logo ? Pourquoi ?
    - Selon vous, si une entreprise utilise ce logo pour une partie des produits de la catégorie, cela risque-t-il de détériorer l'image des autres produits de la catégorie ? Pourquoi ?
- **Choix (poser ces questions uniquement si le répondant n'y a pas encore répondu)**
    - Dans quelle mesure l'information de réparabilité pourrait influencer votre choix ?
    - Qu'est-ce qui pourrait faire que vous considéreriez l'information de réparabilité dans vos critères de choix au moment de l'achat ?
    - Vous avez cité pas mal de critères que vous prenez en compte pour choisir un produit, *(cfr thèmes 1 et 2)*, la réparabilité/la durée de vie n'est pas apparue/est apparue en dernier recours. Pourquoi pensez-vous privilégier l'ensemble des informations suivantes par rapport à la réparation ?
      →La marque, le prix, la garantie (étendue), le bouche à oreille, test achat, …
- **Prix/Coûts**
    - Seriez-vous prêt à payer un prix plus élevé pour pouvoir bénéficier de cet avantage de réparabilité ? Dans quelle mesure ? A quelle(s) condition(s) ?
    - Dans quelle mesure est-ce que le coût potentiel de réparation est important dans votre décision d'achat ?
    - Contractez-vous parfois des assurances commerciales lors de l'achat d'électroménagers ?

8. <u>Thème : Boundary condition (en fonction de la durée de l'entretien)</u>

7.1. **[La catégorie de produit]** Jeu : Voici un ensemble d'images de produits, veuillez les trier en fonction du critère suivant : [Remarque : seules les images seront montrées aux participants, pas le nom de la catégorie]

!!! Répéter 3 fois le jeu, pour chaque phrase. Ne pas oublier de noter la façon dont le répondant a catégorisé.

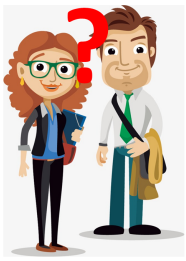
- « L'information réparable est **applicable** pour cette catégorie de produits ».
- « L'information réparable est **utile** pour cette catégorie de produits ».
- « Je pourrais **considérer** cette information pour cette catégorie de produits ».

Vêtement	
Voiture	
Vélo	
Gros électroménager	
Petit électroménager	
Appareil électronique	
Appareil d'hygiène et de soin	

[Après classification, revenir sur le classement et comprendre pourquoi applicable/utile à certaines catégories de produits et pas à d'autres.
+ Essayer de comprendre à travers cette question si ça dépend du caractère hédonique (il me faut la nouvelle version, toutes les personnes de mon entourage ont la version la plus moderne)]

7.2. **[Le profil de consommateur].** Jeu : Triez ces profils en pensant à qui parmi ces personnages est susceptible (ou pas) de prendre en considération la réparation comme critère de choix.

1. Pauvre
2. La manuel
3. L'écologique
4. Le riche
5. L'aventurier
6. La 'fashion'
7. La famille nombreuse
8. Personnes âgées
9. Jeune
10. Femme ou homme?
11. Personne qui n'a pas le temps
12. Une activiste



[Une fois le tri effectué, demander au répondant d'expliquer leur choix, en décrivant les profils types].

- Comment décririez-vous cette personne ?
- Pourquoi achèterait-elle/ n'achèterait-elle pas un produit réparable ?
- Pensez-vous à d'autres profils de consommateurs ou à des caractéristiques d'une personne qui selon vous augmenteraient l'importance que les consommateurs accordent à la réparation, avant achat ?

9. Conclusion

Faire ressortir les idées générales de la discussion, remercier les participants pour le temps consacré.

« Nous voilà arrivés à la fin de la discussion. Voici les éléments qui se sont dégagés lors de cette discussion : … Ai-je bien tout compris ? Avez-vous quelque chose à ajouter ? »
« Auriez-vous des critiques à émettre par rapport à cette interview ? »

Annexe 4 : Retranscriptions des entretiens semi-directifs

Retranscription entretien 1

Mathilde : Bonjour, cet entretien est réalisé dans le cadre de mon travail de fin d'études et a pour objectif de comprendre votre comportement et intention d'achat par rapport à des petits et gros électroménagers. Toutes les informations que vous me communiquerez sont utiles pour ma recherche. Si l'une des questions vous gêne ou vous embarrasse, n'hésitez pas à me le faire savoir. Afin de pouvoir retranscrire cette interview, puis-je vous demander votre accord afin d'enregistrer notre conversation ?
Personne interrogée : Oui vous l'avez.
M : Néanmoins votre identité restera totalement confidentielle. Cet entretien se déroulera en différentes parties et durera approximativement 3/4 d'heure à 1 heure.
ECHAUFFEMENT
M : Avant d'entrer dans la vif du sujet pouvez-vous vous présenter ?
PI : Je suis étudiante à l'ICHEC. Je suis en master 2 et donc en dernière année. Là, il me reste mon mémoire à faire.
M : Quelles études faites-vous ?
PI : Je fais gestion d'entreprises.
M : Sur quoi porte votre mémoire ?
PI : Mon mémoire porte sur un projet interne à l'entreprise où je fais mon stage (Noukie's). Le sujet est donc confidentiel, mais je toucherai principalement au marketing.
M : Pouvez-vous revenir sur votre dernier achat de petit ou gros électroménager au cours de ces 12 derniers mois ?
PI : Comme j'ai été en kot, je me souviens que pour cette année-là j'ai dû acheter un petit four. J'ai aussi dû acheter une bouilloire et un toaster aussi. C'est les 3 dont je me rappelle. J'ai récupéré énormément d'anciens appareils pour mon kot dont les gens ne se servaient plus, notamment chez mes grands-parents.
M : Vous m'avez dit, un toaster, une bouilloire et un petit four portable. Pourquoi avez-vous acheté ces produits ?
PI : Alors le four, c'est principalement parce qu'avant à mon kot il y avait un tout petit four mais mon ancienne colocataire l'avait un peu dégueulassé on va dire et du coup il était nécessaire pour moi d'avoir un nouveau et aussi un peu plus grand parce que l'ancien était trop petit. C'était donc plus pratique d'avoir un plus grand.
M : Donc l'ancien four fonctionnait toujours ?
PI : Oui mais pas super bien. Il n'y avait pas beaucoup d'options. On savait juste le faire chauffer au-dessus ou en-dessous ou les deux et il n'y avait pas de degrés et juste une minuterie.
M : Et alors les autres produits pourquoi vous les avez achetés ?
PI : La bouilloire parce qu'on en avait pas et le toaster parce que l'ancien ne fonctionnait plus.
M : Comment avez-vous choisi ces produits ? Quels critères avez-pris en compte ?
PI : Je suis tombée sur ces 3 appareils dans la publicité ALDI et les 3 articles avaient l'air d'être intéressants, principalement au niveau du prix. Ca n'a pas coûté grand-chose. Si je me souviens bien le four c'était 40€ et ce qui était bien c'est que justement il y avait la fonctionnalité des degrés cette fois-ci. Donc ça c'était bien. Je dirais principalement le prix. Et pour la bouilloire et le toaster pareil. Et ça avait des chouettes couleurs aussi. Le four est rouge, le toaster il est vert pomme.
M : Donc le design ?
PI : Oui. La bouilloire elle est trop chouette, elle fait de la lumière et elle est transparente.
M : Plus spécifiquement, quels ont été les facteurs clés dans votre décision d'achat ?
PI : Le prix.
M : Et d'autres facteurs ?
PI : Peut-être les fonctions de l'appareil aussi. Par exemple, les degrés pour le four.
M : Quels sont les facteurs qui ont été plus accessoires lorsque vous avez dû choisir ces 3 produits ?
PI : Le design. C'est vrai que je n'ai pas vraiment fait des recherches ailleurs. J'ai vu et j'ai pris. Le design et la couleur c'était plutôt un plus.
M : A postériori, pensez-vous à d'autres critères que vous auriez pu prendre en compte pour choisir ces produits ? Si oui, lesquels ?
PI : Peut-être la consommation d'énergie mais là c'est vraiment pour aller chercher loin. En tant qu'étudiante c'est pas un critère auquel je pense directement mais dans un futur où mes achats seront plus importants, oui je pense qu'il faudrait faire attention à ça aussi.
M : Avez-vous reçu des conseils lorsque vous avez acheté ces produits ?

PI : Non.
M : Aucun conseil sur aucun des appareils ?
PI : Dans les magasins ?
M : Oui ou de gens ?
PI : Non.

CRITERES DE CHOIX

M : Avant d'effectuer ces achats donc le toaster, la bouilloire et le petit four, à quels critères pensez-vous cette fois-ci que le consommateur en général fait généralement attention ?
PI : Pour ces produits-là ?
M : Oui.
PI : Toujours le prix je pense, le design je pense que c'est important aussi parce que ça doit bien aller avec la cuisine et les fonctionnalités aussi.
M : Donc les mêmes critères que ceux qui sont importants pour vous ?
PI : Oui je pense et peut-être la consommation d'énergie s'il s'agit d'un four plus grand par exemple. Pour la bouilloire peut-être que pour certaines personnes qui aiment le thé c'est intéressant d'avoir la possibilité du choix des degrés.
M : Selon vous quels sont les principaux critères d'achat auxquels le consommateur en général fait attention lorsqu'il achète cette fois-ci un produit électroménager ?
PI : La consommation d'énergie, ça c'est le principal je pense. Surtout pour les gros électroménagers comme les lave-vaisselles, les machines à laver, les séchoirs, les frigos. Je pense que là c'est la consommation d'énergie qui est le plus importante. Que ce soit dans les critères A ou B. Le prix oui, toujours le prix et les dimensions aussi.
M : Selon vous, ces critères sont-ils les mêmes pour un petit ou un gros électroménager ?
PI : Non non, ce n'est pas les mêmes. Pour les gros, je dirais les dimensions, la consommation d'énergie parce que, en général, un plus gros appareil va consommer plus. C'est important de faire attention. Après pour les petits appareils électroménagers comme une machine à croque-monsieur ou un toaster, là je pense que les personnes font plus attention au prix et aux fonctionnalités.
M : Selon vous, ces critères pourraient-ils varier en fonction d'un consommateur à un autre ?
PI : Oui puisque les besoins des consommateurs ne sont pas les mêmes. Donc oui je pense.
M : Y a-t-il au contraire, selon vous, des critères d'achat auxquels le consommateur de nouveau ici en général ne porte jamais attention lorsqu'il achète un petit ou un gros électroménager ?
PI : Je sais pas, par exemple, la longueur d'un câble ou ce genre de chose peut-être.

RECHERCHE D'INFORMATION

M : Comme vous me l'avez mentionné, vous avez acheté un toaster, une bouilloire et un petit four il n'y a pas si longtemps. Aviez-vous recherché des informations sur ces produits avant de les acheter ? Quelles informations avez-vous recherchées et où avez-vous trouvé ces informations ?
PI : Non je n'ai pas fait de recherches avant parce que j'ai vu la publicité et c'est la publicité qui m'a fait me rendre compte que j'en avais besoin ou que c'était intéressant d'avoir un nouveau four.
M : Avez-vous regardé ces publicités dans le but de faire des achats d'électroménagers ?
PI : Non parce que le catalogue ALDI on le reçoit toutes les semaines, le lundi. J'ai l'habitude de le regarder et je suis tombée sur ces appareils et comme les stocks sont assez limités j'ai été directement les acheter. Je ne me suis pas posée plus de questions par rapport à ça.
M : Lorsque le moment d'acheter ces produits est arrivé, donc quand vous étiez dans le magasin ALDI, est-ce que vous avez encore essayé de chercher d'autres informations sur les produits que celles que vous aviez eues via le catalogue ?
PI : Oui j'ai regardé, en effet, sur les boîtes si ça correspondait bien, qu'il y avait tout ce dont j'avais besoin et ça me suffisait.
M : Donc vous avez trouvé toutes les informations directement sur la boîte des produits ?
PI : Oui.
M : Vous n'avez pas dû demander d'aide ?
PI : Non c'était assez clair sur les boites, toutes les fonctionnalités.
M : Lorsque vous considérez l'achat d'un produit électroménager avez-vous pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits ?
PI : Attendez, pouvez-vous répéter ?
M : Quand vous décidez d'acheter un nouveau produit électroménager, est-ce que vous avez pour habitude de comparer les fiches descriptives et les étiquettes de différents produits ? Par exemple, pour un four, est-ce que vous allez comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents modèles de fours ou pas spécialement ?
PI : Comparer les fiches descriptives entre deux modèles de fours différents c'est ça ?

M : Oui.
PI : Oui oui en ligne, oui forcément. En ligne c'est assez simple souvent je pense que Media Markt et même la Fnac, ils ont des outils de comparaison en ligne, ce qui est assez pratique puisque ça permet de comparer les fonctionnalités entre différents appareils. Donc en général, si je dois acheter un appareil je fais des comparaisons.
M : Dans quel but faites-vous cela ?
PI : Dans le but de trouver le meilleur, l'optimal, le meilleur rapport qualité-prix.
M : Quelles sont les informations auxquelles vous portez généralement attention sur les étiquettes et les fiches descriptives des produits ?
PI : Le prix, les dimensions, pour connaître la taille, les fonctionnalités. Si 2 appareils sont identiques mais qu'un des 2 a une fonctionnalité en plus, ce sera sûrement celui-là qui l'emportera.
M : Ces informations sont-elles différentes en fonction d'un petit et d'un gros électroménager ? Les informations auxquelles vous portez attention ?
PI : Oui parce que les gros appareils électroménagers ils ont, en général, plus de fonctionnalités et plus d'attributs et donc il y a plus de choses à comparer.
M : Selon vous quelles sont les informations que le consommateur de nouveau ici en général recherche avant d'acheter un produit électroménager ?
PI : J'ai envie d'un peu me répéter mais ce sera le prix, les fonctionnalités, les dimensions, la couleur, le design.
M : Selon vous où trouve-t-il ces informations ?
PI : Je pense premièrement en ligne, en faisant des recherches sur les sites de multimarques et puis en regardant les fiches des produits et peut-être dans les magasins quand il se rend en magasin, il pose les questions au vendeur qui donne des conseils.
M : Selon vous le consommateur de nouveau ici en général a-t-il pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : Je pense que oui.
M : Pourquoi ?
PI : Je pense que c'est une habitude des consommateurs. En Belgique on est très friand des promotions et d'avoir toujours le prix le plus bas donc je pense que le consommateur veut bien faire des efforts de recherche pour trouver la meilleure affaire.
M : De nouveau ici, selon vous quelles sont les informations auxquelles le consommateur en général fait attention sur ces fiches descriptives et ces étiquettes ?
PI : Le prix, les dimensions, la consommation d'énergie.
M : Vous devez acheter une nouvelle machine à café. Un ami vous parle de ce modèle. Avez-vous accès à l'ensemble des informations nécessaires pour prendre votre décision d'achat ? Vous avez un peu de temps pour la lire et n'hésitez pas à faire des commentaires.
PI : Il manque quand même des informations.
M : Lesquelles ?
PI : Il n'y a pas mis avec quel modèle de capsules c'est compatible. Aussi la quantité d'eau qu'il faut mettre, la longueur de câble, c'est toujours intéressant pour savoir où se trouve la prise par rapport à l'appareil.
M : Donc tout ce qui est fonctionnement du produit ?
PI : Oui c'est ça, les caractéristiques chiffrées du produit.
M : Y a-t-il d'autres choses ?
PI : C'est intéressant de savoir aussi la température du café qui sort de la machine.
M : Quel est l'élément de cette fiche produit qui est le plus important pour vous ?
PI : La photo.
M : Quels éléments sont absents pour guider votre choix d'achat, à part les fonctionnalités du produit ? A part les fonctionnalités est-ce que vous pensez à d'autres choses ?
PI : Je ne sais pas s'il y a la fonction de zoom sur la photo mais ça peut être intéressant. Peut-être aussi les magasins physiques dans lesquels on peut acheter cette machine si on ne veut pas l'acheter en ligne.
M : A quelles informations supplémentaires souhaiteriez-vous avoir accès qui ne sont pas sur cette fiche ?
PI : La fonctionnalité, le zoom et dans quels magasins physiques c'est disponible.
M : Pourquoi est-ce que les éléments suivants attirent ou n'attirent pas votre attention sur une fiche produit ? Le prix ?
PI : Oui ça attire mon attention.
M : Pourquoi ?
PI : Déjà il est coloré. Quand on regarde une fiche produit, on recherche souvent le prix parce qu'on sait qu'on en aura besoin. Ici il est en grand aussi.
M : C'est la première chose que vous regardez sur une fiche produit ?

PI : Non non c'est la photo.
M : La marque ? Est-ce que ça attire ou ça n'attire pas votre attention sur une fiche produit ?
PI : Non pas forcément.
M : Pourquoi ?
PI : Parce que je pense que ce n'est pas le plus important, c'est le produit le plus important. Après si j'ai le choix entre un appareil d'une marque connue qui a une certaine notoriété et qui est de bonne qualité et une marque moins connue alors oui je ferais peut-être attention mais a priori non.
M : L'apparence du produit donc la photo ?
PI : Oui c'est important.
M : Pourquoi ?
PI : Tout simplement déjà sans photo on aurait pas d'idée de ce qu'on achète. Et voilà le design, la couleur c'est important pour savoir que ça va être assorti à notre cuisine, … Si on a une cuisine rouge on ne va pas acheter un appareil qui est bleu.
M : Le fonctionnement du produit ? Est-ce que ça attire votre attention sur une fiche produit ?
PI : Peut-être pas directement parce que généralement il faut un peu faire défiler la page, un peu chercher pour trouver cette information. Mais c'est clair qu'on va faire l'effort pour trouver cette information.
M : La durée de la garantie ?
PI : Je sais qu'en Belgique la garantie légale est de 2 ans. Donc a priori non, ce n'est pas quelque chose que je regarde.
M : Par exemple, Dyson, je ne sais pas si vous connaissez la marque d'aspirateurs ?
PI : Oui très bien.
M : Pour certains de ses produits ils proposent une garantie de 5 ans. Il y a aussi d'autres marques de balances qui proposent des garanties de 10 ans. Est-ce que pour vous avoir une garantie supérieure à 2 ans serait intéressant ?
PI : Une garantie supérieure à 2 ans oui c'est toujours intéressant. Et donc si c'est le cas je pense que c'est important de le mettre en évidence.
M : Donc si la garantie est de 2 ans là c'est pas nécessaire de l'afficher mais si la garantie est plus longue là vous aimeriez le savoir ?
PI : Tout à fait.
M : Les avis extérieurs sur le produit ?
PI : C'est vrai que c'est intéressant. Je sais qu'il y a de plus en plus de gens qui font attention à ça et qui regardent ça. Après moi ce ne sera pas forcément mon premier reflex on va dire. Mais s'ils sont affichés, mis en évidence je pense que ça attirerait mon regard et que j'en lirais peut-être quelques-uns mais à priori non.
M : L'année du modèle ?
PI : Non ce n'est pas important pour moi.
M : Pourquoi ?
PI : L'appareil sera neuf qu'il date d'il y a deux ans ou de cette année il sera neuf et donc de bon fonctionnement.
M : La consommation énergétique ?
PI : Ca dépend des appareils. Si c'est des gros appareils électroménagers comme un frigo, une machine à laver oui là c'est de plus en plus important qu'on y regarde.
M : Donc ça va plus attirer votre attention pour les gros appareils électroménagers ?
PI : Oui.
M : Après que j'ai énoncé tous ces critères, y a-t-il d'autres critères auxquels vous pensez, qui attireraient votre attention ?
PI : Je pense que c'est toujours intéressant d'avoir la description du produit, parce que peut-être qu'on va découvrir certaines choses auxquelles on n'aurait pas spécialement pensées.

AVANTAGES ET INCONVENIENTS DE L'INFORMATION DE REPARABILITE/DU CRITERE DE REPARABILITE

M : Pouvez-vous compléter la dernière bulle des deux planches de BD. Il y en a une devant et une derrière. Pouvez-vous lire et compléter une planche de BD à la fois pour que je comprenne bien votre argument. Je vous laisse un peu de temps pour les lire.
PI : Lucie veut convaincre sa copine que c'est intéressant qu'il y ait cette possibilité de réparation, c'est ça ?
M : Oui.
PI : Si je devais convaincre sa copine, je pense que oui c'est intéressant de savoir que certaines marques assurent la garantie qu'on puisse réparer jusqu'à 10 ans. Par exemple, moi à la maison, en général, s'il y a quelque chose qui est cassé on aura tendance à la réparer. Donc savoir qu'il y a des pièces détachées qui sont accessibles pendant 10 ans, c'est pas rien.
M : Et l'autre planche ?

PI : Ca peut être difficile à croire au début. Il faut aussi savoir en quoi consiste cette assurance de réparation. Est-ce que ça veut dire que la marque fournit les pièces pour réparer ? Est-ce que ça veut dire que l'entreprise, la marque propose de réparer gratuitement ? Je pense qu'il y a beaucoup d'informations qui sont importantes à savoir. Ok ils assurent la réparation mais peut-être qu'ils ne fournissent pas les pièces. Donc oui je pense principalement pour ça.
M : Êtes-vous d'avantage en faveur des arguments de Marie qui était plutôt contre ou de Lucie qui est plutôt pour ?
PI : Je pense que je serais plutôt d'avis de Lucie. C'est intéressant de savoir ça et c'est quelque chose dont on entend pas parler. Moi personnellement, j'en ai jamais entendu parler auparavant. Donc si c'est quelque chose de nouveau oui ça peut être un nouveau critère qui peut être intéressant à comparer.
M : Selon vous cet argument de réparabilité pourrait influencer votre choix ?
PI : Oui.
M : Pourquoi ?
PI : Tout simplement parce que ça arrive que des appareils se cassent. Je pense plus facilement les petits appareils électroménagers que les grands. Ce qui est surtout important c'est de savoir le coût parce que si ça me coûte plus cher de le réparer que d'en acheter un nouveau, là ça devient pas du tout intéressant.
M : Ce serait donc intéressant d'avoir l'information de coût par rapport à cette réparabilité ?
PI : Oui.
M : Votre réponse dépend-t-elle du produit présenté dans la BD ? Ici, par exemple, de la machine à laver. Est-ce que votre réponse dépend de ce produit-là ?
PI : Non puisque voilà comme je disais jusque maintenant je crois que c'est peut-être plus intéressant pour les petits appareils électroménagers. Après pour les grands oui c'est vrai que ça arrive aussi qu'il y ait un problème. Après, il ne faudrait pas que le prix de l'appareil augmente parce qu'il y a cette assurance de réparabilité.
M : Donc vous auriez les mêmes arguments pour d'autres produits comme une centrale à repasser ou un aspirateur par exemple ?
PI : Oui car ce sont des appareils qu'on utilise beaucoup.
M : Y a-t-il d'autres indicateurs qui sont plus importants pour vous que la réparabilité ?
PI : Là, tout de suite je n'y pense pas.
M : Par exemple, comme la durabilité ? Le fait que le produit dure longtemps ?
PI : Oui mais après c'est jamais quelque chose qu'on voit sur les appareils. Mais c'est clair que si des connaissances me disent que voilà elles ont acheté cette machine-là et que ça fait 5 ans qu'elles l'ont et d'autres qui me disent qu'ils ont acheté cette machine-là mais qu'après 2 ans elle était déjà cassée, oui je vais avoir une préférence pour celle qui dure 5 ans.
M : Donc ce critère de durabilité est plus important pour vous que le critère de réparabilité ?
PI : Oui je dirais que oui.
M : Pourquoi ?
PI : Parce que le critère de réparabilité ça peut indiquer que la machine peut casser. Le fait de dire que ça peut être réparable ça peut vouloir dire que c'est cassable. Alors que la durabilité je pense que ça peut avoir un impact plus positif. Dans le sens durabilité ça veut dire que ça dure et qu'en principe ce n'est pas censé casser.

SIGNIFICATION DU TERME REPARABILITE

M : Voici un exemple de logo « produit réparable ». L'avez-vous déjà vu ?
PI : Non jamais. Ca ne me dit rien du tout.
M : Qu'est-ce que ce logo signifie à votre avis ?
PI : En effet qu'on a une possibilité de faire réparer le produit et ce jusqu'à une durée de 10 ans je dirais après l'achat.
M : Quand vous dites réparer qu'est-ce que ça veut dire pour vous plus spécifiquement ?
PI : Que ce soit une pièce qui doit être réparée parce qu'elle a fondu ou qu'elle est cassée, qu'on puisse avoir cette pièce a priori pour moi gratuitement. C'est aussi la possibilité de faire réparer le produit soit par nos soins soit par les soins de l'entreprise ou dans un repair café, mais qu'on puisse recevoir la pièce. Si c'est un problème plutôt technique qu'il y ait quelqu'un de l'entreprise qui puisse régler le problème aussi gratuitement.
M : Donc il y a la notion de gratuité derrière ce logo pour vous ?
PI : Oui.
M : Donc pour les pièces de rechange pour vous ça veut dire que ces pièces seront disponibles pendant 10 ans après l'achat ?
PI : Oui.
M : Et donc gratuitement ?

PI : Ca dépend de la grandeur de la pièce je dirais, à priori oui, non même pas. Peut-être qu'elle ne sera pas gratuite mais que les assurances vont peut-être éventuellement intervenir. Par exemple, notre plaque rétro céramique était fendue et voilà l'assurance nous a payé une nouvelle.
M : Donc là ce serait plus votre assurance personnelle qui interviendrait ?
PI : Oui, peut-être avoir un partenariat entre les entreprises et les assurances.
M : Donc pour vous ces pièces de rechange seront toujours gratuites que ce soit pris en compte par l'entreprise ou par une assurance ? Donc ce serait votre assurance personnelle qui interviendrait pas une assurance que vous contractez en plus lors de l'achat de ce produit ?
PI : Je pense que si l'assurance personnelle le fait il n'y a pas de raison d'en prendre une nouvelle. Après, s'il faut prendre une assurance alors il faut voir quel est le coût de cette assurance.
M : Selon vous quelles sont les caractéristiques du produit sur lequel se trouve ce logo ?
PI : Je pense que ce sera un produit où il y a beaucoup de pièces détachées puisque souvent quand un appareil fonctionne plus c'est à cause d'une pièce.
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques de la marque qui utilise ce logo sur ses produits ?
PI : Je reste sur mon avis que le logo a quand même un côté négatif. Toujours à cause du mot réparable. J'ai l'impression que la marque veut dire oui regardez c'est réparable pendant 10 ans. Oui mais c'est réparable donc ça veut dire que mon appareil va casser d'ici 10 ans. Je pense que ça dépend fortement de la notoriété de la marque. Peut-être que le logo aura un effet positif pour une marque qui est connue. Pour une personne qui n'a jamais vu le logo et qui ne connaît pas le logo pour une marque moins connue ce sera peut-être plus négatif.
M : Lorsque vous voyez ce logo cela induit-il un certain doute chez vous par rapport aux produits ou à la marque ?
PI : Oui par rapport à ce que je viens de dire. Parce qu'il a ce logo ça veut dire que l'appareil est entre guillemets cassable. Ce qui est vrai pour tous les appareils mais là ça met vraiment en évidence que c'est cassable.
M : Selon vous quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa fiabilité ?
PI : Je suppose que ça dépend aussi de l'appareil. Je pense que ça dépendra aussi de chaque consommateur. Si ce logo était connu depuis 10 ans et que tout le monde en parlait je pense que là on aurait un avis plus positif sur le produit et du coup le produit serait plus fiable, en effet. Mais là comme je n'ai jamais vu ce logo sur aucun appareil que j'ai acheté, j'ai un doute et donc oui je me poserais la question sur la fiabilité du produit.
M : Pour vous qui n'avez jamais vu ce logo, ce logo a donc un impact plutôt négatif sur la fiabilité du produit ?
PI : C'est difficile à dire. Je n'ai pas envie de me contredire parce qu'avant dans l'interview je disais que c'était intéressant à savoir. J'ai un avis assez mitigé.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa durabilité ?
PI : En fait c'est peut-être le mot réparable qui n'est pas le bon. Parce que oui le fait qu'on répare ça veut dire que l'appareil va durer plus longtemps. Mais le fait que ce soit réparable c'est aussi parce que l'appareil est cassable et du coup ce ne sera pas durable. C'est peut-être le mot qui pose problème.
M : Selon vous quelle est la conséquence de ce type d'information sur la marque et sa stratégie ?
PI : Vous avez des exemples ?
M : Par exemple ça peut être un élément marketing.
PI : Oui ça pourrait l'être. Je pense que ça pourrait le devenir si ce logo prend de plus en plus d'importance. Si ce logo était connu dans la tête des gens ça pourrait devenir un élément marketing. Prenons l'exemple du coton bio. Oui je pense que là c'est clairement un élément marketing puisque les gens sont attirés par ça mais parce qu'ils connaissent, ils savent ce que c'est. Pour le logo je pense que dans un futur ça pourrait le devenir.
M : Pouvez-vous lire la page web du site SEB sur la réparation. N'hésitez pas à énoncer à voix haute les questions que vous vous posez en découvrant cette page ainsi que les commentaires que vous avez.
PI : SEB c'est une marque d'électroménagers ?
M : Oui.
PI : Je suppose qu'il n'y a pas tous les produits qui sont réparables. Aussi est-ce que c'est 10 ans pour tous les produits ou est-ce que certains produits sont réparables que pendant 5 ans, 6 ans ou 7 ans ? Si le chiffre 10 ans change ou pas selon le produit ? C'est pas mal de voir la photo où on voit vraiment toutes les petites box où ils stockent les pièces détachées. C'est un peu une preuve. Je pense que cette phrase-là est assez importante : le coût d'une réparation est souvent moins onéreux que celui du remplacement d'un produit. Il serait peut-être plus intéressant de la mettre en plus grand parce que là je vois qu'elle est au même niveau que le reste du texte. Elle est déjà en couleur mais plus grande ce serait peut-être mieux. Le fait que c'est possible de commander les pièces détachées en ligne c'est assez pratique et les vidéos attirent l'œil.
M : Que pensez-vous de cette page explicative faite par SEB sur son action de réparation ?
PI : C'est bien. Mais après je ne sais pas si cette page est visible dès la page d'accueil parce qu'en effet je ne pense pas que quelqu'un recherchera cette information si elle n'est pas visible. Mais une fois qu'on tombe dessus c'est assez intéressant.

M : Est-ce que ça vous éclaire sur certains points ?
PI : Oui le fait qu'en effet les pièces détachées ont probablement un coût. Ce qui semble logique parce qu'en effet ils doivent stocker tout ça et ça a un coût cela. Je pense que c'est plutôt le stockage des pièces détachées qui a un coût plutôt que la pièce en elle-même. Ce qui est intéressant aussi c'est l'impression 3D parce que si un appareil peut continuer à fonctionner avec une pièce détachée imprimée je pense que la réparabilité elle est plus de 10 ans mais elle est à l'infini. L'innovation des impressions 3D est assez intéressante.
M : Y a-t-il des éléments qui vous étonnent ou qui vous surprennent ?
PI : Oui donc l'impression 3D. Peut-être le 15000 mètres carrés pour stocker les pièces détachées.
Je ne sais pas combien de références de produits ils ont mais c'est quand même très grand juste pour des pièces détachées.
M : Y a-t-il des informations, des éléments sur cette page auxquels vous n'auriez pas pensés ?
PI : L'impression 3D.
M : Êtes-vous d'accord avec tout ce qui est dit sur cette page ?
PI : De nouveau la phrase le coût d'une réparation est souvent moins onéreux que celui du remplacement d'un produit, oui elle est bien mais le mot souvent ça induit que parfois c'est quand même plus cher. Donc c'est à nuancer. Je pense que pour chaque produit c'est important de mettre le coût de la réparation et de montrer l'économie par rapport à l'achat d'un nouvel appareil.

FORMAT DE L'INFORMATION REPARABILITE

M : Revenons sur le logo produit réparable. Selon vous ce logo requiert-il un texte explicatif pour être compris ?
PI : Oui parce qu'il n'est pas encore connu.
M : Quoi comme explication par exemple ?
PI : Par exemple, pièces détachées disponibles. Je ne sais pas peut-être le fait qu'on puisse commander les pièces en ligne si c'est le cas.
M : D'autres choses ?
PI : Non.
M : Pensez-vous à d'autres éléments d'informations qui pourraient apparaître sur le logo ?
PI : D'autres informations non mais le design du logo j'aime pas trop.
M : Donc si vous voyez ce logo sur un appareil électroménager selon vous il n'y a rien en plus auquel vous voudriez avoir accès ?
PI : Dans le logo lui-même ?
M : Oui.
PI : Non je pense que c'est suffisant.
M : Donc vous trouvez ce logo « produit réparable » suffisamment clair pour le consommateur ?
PI : Oui mais s'il y a les informations à côté à propos des pièces détachée.
M : Les pièces détachées et le fait que ces pièces soient disponibles en ligne ?
PI : Oui.
M : Il n'y a aucune autre information en plus ?
PI : Peut-être le coût.
M : Sur le logo ou dans le texte explicatif ?
PI : Dans le texte explicatif parce que celui-là il va dépendre de chaque produit donc je suppose que ce sera une moyenne puisqu'on ne sait pas quelle pièce détachée devra être utilisée.
Donc une approximation du prix peut-être en pourcentage du prix d'achat. Mais pas sur le logo parce que ça c'est propre à chaque produit donc je pense que c'est important que le logo soit le même sur toutes les boîtes de produits différents.
M : Si vous deviez baser votre décision d'achat sur le caractère réparable d'un produit à quelles informations voudriez-vous avoir accès ?
PI : La période pendant laquelle le produit est réparable. Le coût des pièces détachées. Avoir aussi des informations sur la réparation en elle-même, autre que les pièces détachées.
M : Voici un tableau présentant un score de réparabilité pour différents produits. Au plus ce score de réparabilité est élevé, au plus le produit sera facile à réparer et donc au moins le coût de la réparation sera élevé. Que pensez-vous d'un score de réparabilité ?
PI : Un score de réparabilité est pas mal mais il faudrait connaître l'échelle sur laquelle se base ce score. Les couleurs signifient déjà quelque chose mais je pense que c'est important de savoir jusque combien va ce score. Oui c'est intéressant d'avoir un score de réparabilité.
M : Selon vous un score de réparabilité est-il plus parlant qu'un logo produit réparable ?
PI : Oui je pense parce que ça permet de différencier plusieurs produits, plus précisément. Parce que si je comprends bien ils ont tous un score de réparabilité, c'est qu'ils peuvent tous avoir le logo sur leur emballage. Si

j'avais que le logo, à propos du critère de réparabilité, ils seraient tous au même niveau. Alors que le score permet de différencier le niveau de réparabilité.
M : Quelles questions vous posez-vous quand vous voyez ce genre de score ?
PI : Ma première question c'est sur combien est ce score ? C'est aussi intéressant de savoir sur quoi il est basé ce score. Est-ce que c'est sur la durée de réparabilité ? Est-ce que c'est sur l'accessibilité des pièces détachées ? Parce que si c'est que sur la durée il suffirait de dire là c'est 10 ans, là c'est 5 ans. Je suppose qu'il y a d'autres choses mais je ne sais pas quoi.
M : Est-ce que ce genre de score pourrait influencer votre choix de produits ?
PI : Oui je pense bien après toutes les autres fonctionnalités qui sont plus importantes.
M : Comme quoi par exemple ?
PI : Le design, le prix, ici pour les téléphones la batterie. Je préfère prendre un téléphone qui a un score faible mais qui a une bonne batterie, un beau design, un bon prix, …

ATTITUDE/INTENTION D'ACHAT

M : Est-ce que la présence d'un logo produit réparable sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de ce produit ? Je répète la question. Est-ce que la présence du logo produit réparable sur un produit d'une certaine marque pourrait changer l'opinion que vous vous faites de ce produit ? Par exemple, s'il y a un logo produit réparable sur une machine à café Nespresso, le fait qu'il y ait ce logo est-ce que ça va changer l'opinion que vous avez de ce produit ?
PI : Ca rejoint un peu ce que je disais avant, le fait que oui si c'est la première fois que je vois ce logo la notion que l'appareil est cassable me traverse l'esprit. Après voilà Nespresso c'est une très bonne marque donc je ne pense pas que mon opinion changera pour cette marque là où d'autres marques très connues si à un moment donné il y a ce logo.
M : Est-ce que la présence d'un logo produit réparable sur un produit d'une certaine marque peut changer cette fois-ci l'opinion que vous vous faites de la marque et plus du produit ?
PI : Je pense que l'image qu'on a des produits se reflète dans l'image qu'on a de la marque. Oui ça peut changer l'opinion après positivement ou négativement là de nouveau je suis mitigée.
M : Donc ça dépend de nouveau de la notoriété de la marque ? Si c'est une marque qui est assez connue ce sera positif alors que si c'est une marque que vous ne connaissez absolument pas ce sera négatif ?
PI : Et que je n'ai jamais vu ce logo auparavant. Si je commence à connaître ce logo, que je l'ai vu apparaître plusieurs fois sur des marques connues et qu'ensuite je le vois apparaître sur une marque peu connue, là je pense que mon opinion serait quand même positif. Ah oui ils utilisent le même logo que la marque que je connais. Tout dépend de la notoriété du logo.
M : Est-ce que la présence d'un logo produit réparable sur un produit d'une certaine marque pourrait changer la perception que vous avez des autres marques ? Donc si une marque utilise ce logo pour ses produits et qu'une autre marque ne l'utilise pas est-ce que ça va changer votre opinion sur les autres marques qui ne l'utilisent pas ?
PI : Non je ne pense pas.
M : Pourquoi ?
PI : Je pense que déjà j'aurais du mal à remarquer le fait que d'autres marques ne l'utilisent pas. Parce que c'est pas une chose à laquelle je pense en premier.
M : Selon vous une marque qui utilise le logo produit réparable est-elle supérieure ou inférieure à une autre marque qui n'utilise pas ce logo ?
PI : Supérieure mais tout dépend de nouveau de la notoriété du logo. Moi je ne le connaissais pas avant mais s'il devient connu oui clairement supérieure.
M : Pourquoi ?
PI : C'est intéressant de savoir que le produit est réparable. Donc oui si j'ai 2 produits que l'un est réparable et l'autre pas, oui c'est bon d'avoir ce logo mais de nouveau si ce sont des produits d'une marque peu connue, que je connais pas le logo, je suis assez mitigée.
M : Selon vous si une entreprise utilise ce logo pour une partie des produits de la catégorie cela risque-t-il de détériorer l'image des autres produits de la catégorie sur lesquels ils n'utilisent pas ce logo ?
PI : Oui peut-être bien parce que le consommateur pourrait se poser la question tient mais alors ce produit qui n'a pas ce logo, ça confirme qu'il n'est pas réparable s'il se casse.
M : Donc ça veut dire que les produits qui n'ont d'office pas ce logo ne sont d'office pas réparables ?
PI : Si la marque a mis ce logo sur d'autres produits alors oui. Si la marque en a mis sur aucun, pour moi ça veut dire que soit la marque ne connait pas ce logo ou elle ne l'utilise pas mais ça pourrait peut-être quand même dire que les appareils sont réparables. Mais si la marque utilise le logo sur quelques-uns mais pas sur d'autres c'est que les autres produits ne sont pas réparables.
M : Donc ça détériore un peu l'image de ces produits qui ne seront pas réparables ?

PI : Oui mais juste à ce niveau-là, pas au niveau de leurs fonctionnalités ou autre.
M : Dans quelle mesure l'information de réparabilité pourrait influencer votre choix ?
PI : Ca influencera le choix mais pas en premier temps ce sera après le reste.
M : Donc ce sera une des dernières choses que vous allez regarder ?
PI : Oui.
M : Qu'est ce qui pourrait faire que vous considériez l'information de réparabilité dans vos critères de choix au moment de l'achat ?
PI : Le critère de réparabilité pourrait entrer dans mes critères de choix si le logo était mis plus en évidence, que ça attirait directement mon regard mais s'il est tout petit je ne vais pas forcément le chercher donc y penser.
M : Vous avez cité pas mal de critères que vous prenez en compte pour choisir un produit, comme, par exemple, le prix, le design, les fonctionnalités, la consommation énergétique. La réparation ou la durée de vie ne sont pas apparues. Pourquoi pensez-vous privilégier l'ensemble des informations dont vous avez parlées par rapport à la réparation ?
PI : Pour moi elles sont plus importantes parce que l'appareil on va l'utiliser quotidiennement et donc ces critères ont un impact plus important sur l'usage quotidien de l'appareil que le critère de réparabilité. Parce que la réparabilité ça arrivera une fois, deux fois sur la durée de vie du produit alors que les autres critères ont un impact plus direct.
M : Seriez-vous prêt à payer un prix plus élevé pour pouvoir bénéficier de cet avantage de réparabilité ?
PI : Non.
M : Jamais ?
PI : Non.
M : Même pour un électroménager qui coûte plus cher de base ? Par exemple, un frigo, même pour un frigo vous ne seriez pas prête à payer un peu plus pour avoir ce logo ?
PI : Non parce que pour moi si le produit est réparable, c'est qu'il y a des pièces détachées disponibles et on payera au moment où on en aura besoin. Mais j'ai pas envie de payer plus pour me rassurer que ce sera possible parce que si ça se trouve mon produit il ne va jamais casser et j'aurai payé un prix plus cher pour rien. Je vais déjà devoir payer quand je vais devoir le réparer.
M : Dans quelle mesure est-ce que le coût potentiel de réparation est important dans votre décision d'achat ?
PI : Donc au moment de la réparation ?
M : Au moment où vous achetez votre produit dans quelle mesure est-ce que le coût potentiel d'une réparation future intervient dans votre décision d'achat ? Est-ce que, par exemple, quand vous achetez un frigo vous vous faites une réflexion en vous disant le coût potentiel de réparation pourrait être d'autant ? Est-ce que ça va jouer dans votre décision d'achat du produit ?
PI : Non, je ne pense pas que ça va intervenir dans la décision. Je ne réfléchis pas à ça.
M : Contractez-vous parfois une assurance commerciale lors de l'achat d'électroménagers ?
PI : Non. Je n'ai pas encore eu beaucoup l'occasion d'acheter de l'électroménager.

BOUNDARY CONDITION

M : Voici un ensemble d'images, veuillez les trier en fonction du critère suivant : L'information réparable est applicable pour cette catégorie de produits. Je vous donne un tableau pour les trier pour que ce soit plus facile. Ici vous pouvez mettre les produits pour lesquels l'information est applicable et là les produits pour lesquels l'information n'est pas applicable.
PI : Donc si selon moi le produit me semble réparable ou pas ?
M : Oui.
PI : J'ai envie de tout mettre dans applicable mais je vais les trier en mettant ceux qui me semblent plus réparables en premier.
M : Ok.
PI : Je dirais dans cette ordre-là : Vélo/vêtements/aspirateur/sèche-cheveux/voiture/grille-pain/machine à laver/appareil photos/rasoir/frigo/brosse à dents/iPhone/iPad.
M : Maintenant en fonction du critère : L'information réparable est utile pour cette catégorie de produits. Est-ce que c'est utile de savoir que c'est réparable ?

- Information réparable est utile : Aspirateur/machine à laver/rasoir/frigo/brosse à dents/appareil photos/sèche-cheveux.
- Information réparable n'est pas utile : Grille-pain/vélo/voiture/vêtements/iPhone/iPad.

PI : Ici j'ai mis un peu les objets qui selon moi c'est logique qu'ils soient réparables, par exemple, une voiture on sait que s'il y a quelque chose de cassé on aura toujours le reflex d'aller chez le garagiste qui va réparer ce qui est cassé. Pareil pour le vélo, on peut aller dans un magasin de vélos ou le réparer nous-même. Les vêtements

on va chez la couturière. Les téléphones on va dans des magasins spécialisés là-dedans. Par contre les objets pour lesquels on n'a pas un réflex direct de les réparer je les ai mis dans la colonne l'information est utile.
M : Maintenant en fonction du critère : Je pourrais considérer cette information pour cette catégorie de produits.
PI : Donc prendre en compte cette information pour acheter ou pas c'est ça ?
M : Oui.
PI : Donc ça je ferais plutôt un peu comme le tableau précédent.

- Considération de l'information : Appareil photos/frigo/rasoir/brosse à dents/iPad/machine à laver/aspirateur/iPhone.
- Pas de considération de l'information : Sèche-cheveux/grille-pain/vêtements/voiture/vélo.

M : Pour le téléphone et la tablette, vous considériez que l'information n'était pas utile mais vous pourriez considérer l'information. Pouvez-vous un peu expliquer ?
PI : Oui c'est un peu contradictoire. L'information n'est pas utile dans le sens que je n'ai pas besoin de voir par écrit que c'est réparable mais le fait que je sache que c'est réparable c'est important.
M : Donc ce n'est pas nécessaire que sur ces produits-là il y ait mis « produit réparable », ce n'est pas utile. Mais par contre quand vous allez acheter ces produits vous allez quand même considérer cette information dans votre décision d'achat ?
PI : Oui.
M : Pouvez-vous trier ces profils en pensant à qui parmi ces personnages est susceptible ou pas de prendre en considération la réparation comme critère de choix.

- Prise en considération de la réparation comme critère de choix : L'activiste/l'écologique/l'aventurier/le manuel/la famille nombreuse/le pauvre/le jeune.
- Pas de prise en considération de la réparation comme critère de choix : Le riche/personne qui n'a pas le temps/la fashion/personnes âgées.
- Au milieu : l'homme et la femme.

PI : Ceux qui sont pour l'écologie, qui défendent le climat, cela me semble logique parce que le fait de réparer un objet avant d'acheter un nouveau ça évite la surconsommation et la surproduction. L'aventurier est souvent débrouillard et donc il répare par lui-même. Le manuel c'est logique qu'il voudra essayer de réparer par lui-même. Pour la famille nombreuse c'est intéressant parce que ça va leur éviter d'acheter trop. Le pauvre ça lui coûtera moins cher de réparer que d'acheter un nouvel appareil. Le jeune a plus une manière de penser dans la direction de l'écologie et de l'avenir et donc il essayera de réparer. Le riche se soucie moins de l'argent et donc il se souciera moins du fait d'acheter un nouvel appareil. Celui qui est toujours pressé il n'a pas le temps de penser à comment réparer son appareil. Pour lui c'est plus simple d'acheter un nouvel appareil. La fashion aime bien acheter. Pour les personnes âgées c'est plus simple d'acheter un nouvel appareil. L'homme et la femme je les mettrais au milieu. Il y aura des hommes qui seront plus à droite et des hommes qui seront plus à gauche. Idem pour les femmes.
M : Mais donc il n'y a pas de différence entre les hommes et les femmes ? Par exemple, les femmes n'ont pas plus tendance à prendre en compte cette information que les hommes ou le contraire ?
PI : Non. Je pense que c'est important de faire savoir que c'est simple de réparer parce que ça peut paraître compliquer.
M : Nous voilà arrivé à la fin de la discussion. Voici les éléments qui se sont dégagés lors de cette discussion. Au niveau des critères importants lorsque vous achetez un appareil électroménager, le prix, le design, les fonctionnalités ou encore la consommation énergétique sont ressortis. Comme critères accessoires, la couleur est moins importante. Lorsque vous recherchez des informations sur un produit vous le faites souvent sur internet et vous regardez le prix, la taille, la dimension, les fonctionnalités, la photo. A première vue vous êtes plutôt pour cette information de réparabilité en tout cas au tout début de cet entretien. Vous aviez jamais vu ce logo. Et pour vous la signification de ce logo ça veut dire que le produit est réparable pendant dix ans après la date d'achat. Ca veut dire que les pièces de rechange sont disponibles gratuitement. C'est ce que vous pensiez au début et que la réparation sera gratuite donc la réparation par un technicien. Vous avez quand même un peu de doutes sur ce logo parce que pour vous si ce logo est présent ça veut dire que le produit peut casser. Pour vous ce logo nécessite un texte explicatif pour être compris, notamment avec les pièces détachées disponibles, la disponibilité en ligne de ces pièces et vous devez avoir une idée en pourcentage du coût total d'achat du coût potentiel de la réparation. Sur la fiche descriptive d'un produit lorsqu'il y a ce logo vous voulez avoir accès à la période pendant laquelle le produit est réparable, le coût des pièces détachées et l'information sur la réparation par des techniciens. Vous trouvez qu'avoir un score de réparabilité c'est pas mal mais vous voulez savoir sur combien ce score est mesuré. Ce score de réparabilité est plus parlant que le logo produit réparable parce que ça permet de différencier et de comparer entre les différents produits. Es-je bien tout compris ?
PI : Oui.

M : Avez-vous quelque chose à ajouter ? Auriez-vous des critiques à émettre par rapport à cette interview ?
PI : Par rapport au logo oui je pense qu'il est intéressant mais je pense qu'il n'aura pas beaucoup d'impact dans les décisions d'achat parce que je pense que les autres critères sont plus importants.
M : Un grand merci.
PI : Avec plaisir.

Retranscription entretien 2

Mathilde : Bonjour, cet entretien est réalisé dans le cadre de mon travail de fin d'études et a pour objectif de comprendre votre comportement et intention d'achat par rapport à des petits et gros électroménagers. Toutes les informations que vous me communiquerez sont utiles pour ma recherche. Si l'une des questions vous gêne ou vous embarrasse, n'hésitez pas à me le faire savoir. Afin de pouvoir retranscrire cette interview, puis-je vous demander votre accord afin d'enregistrer notre conversation ?
Personne interrogée : Je suis d'accord.
M : Néanmoins, votre identité restera totalement confidentielle. Cet entretien se déroulera en différentes parties et durera approximativement ¾ d'heure à 1 heure.
ECHAUFFEMENT
M : Avant d'entrer dans le vif du sujet pouvez-vous vous présenter ?
PI : Je m'appelle [redacted], j'ai 25 ans et je suis infirmière.
M : Donc vous êtes employée ?
PI : Oui.
M : Pouvez-vous revenir sur votre dernier achat de petit ou gros électroménager au cours de ces 12 derniers mois ?
PI : J'ai acheté un mixeur, un toaster et un SodaStream.
M : Pourquoi avez-vous acheté ces produits ?
PI : Parce qu'on n'en avait besoin au moment où on a emménagé dans l'appartement.
M : Donc ce n'était pas pour remplacer des anciens produits qui ne fonctionnaient plus ?
PI : Non.
M : Comment avez-vous choisi ces produits ? Quels critères avez-vous pris en compte ?
PI : Le prix, on a essayé de faire un bon rapport qualité-prix, le design et c'est tout.
M : Plus spécifiquement, quel a été le facteur clé dans votre décision d'achat ?
PI : Le prix.
M : Quels sont les facteurs qui sont plus accessoires dans votre décision d'achat ?
PI : Le design. On a préféré ce qui était le moins cher par rapport à ce qui était le plus beau.
M : A postériori, pensez-vous à d'autres critères que vous auriez pu prendre en compte ?
PI : Non.
M : Avez-vous reçu des conseils ?
PI : Non, j'ai fait par moi-même.
M : Donc vous avez recherché des informations avant sur internet ?
PI : Non même pas, j'ai comparé différents modèles dans le magasin.
CRITERES DE CHOIX
M : Avant d'effectuer ce genre d'achat donc ici un mixeur, un toaster ou un SodaStream, à quels critères pensez-vous que le consommateur, en général, fait généralement attention ?
PI : Au prix je pense que c'est quand même un critère important.
M : Selon vous, quels sont les principaux critères d'achat auxquels le consommateur, en général, fait attention lorsqu'il achète un produit électroménager ?
PI : Au prix, à la garantie.
M : Rien d'autre ?
PI : Non.
M : Ces critères sont-ils les mêmes pour un petit et un gros électroménager ?
PI : Oui je pense.
M : Ces critères pourraient-ils varier en fonction d'un consommateur à un autre ?
PI : Oui.
M : Comment ?
PI : Certaines personnes ont un autre budget que d'autres et vont plus accorder d'importance aux fonctions de l'appareil plutôt qu'au prix.

M : Y-a-t-il, au contraire, selon vous, des critères d'achat auxquels le consommateur en général ne porte jamais attention lorsqu'il achète un petit ou gros électroménager ?
PI : Je ne sais pas.

RECHERCHE D'INFORMATION

M : Comme vous me l'avez mentionné, vous avez acheté plusieurs petits appareils électroménagers il n'y a pas si longtemps. Vous n'aviez pas recherché d'information sur ces produits avant de les acheter. Mais en général, est-ce que vous pourriez rechercher des informations avant d'acheter un produit électroménager ?
PI : Oui.
M : Via quels moyens ?
PI : Via internet.
M : Pour chercher quels genres d'informations ?
PI : Comparer les prix, les fonctions, les avantages et les inconvénients de chaque appareil.
M : Donc vous allez surtout chercher ces informations sur internet que dans les magasins ?
PI : D'abord une pré-recherche sur internet et puis après à la limite des conseils en magasin.
M : Vous allez plus faire des recherches pour des gros électroménagers que pour des petits ?
PI : Oui.
M : Lorsque le moment d'acheter le produit arrive, là vous allez encore demander des conseils dans le magasin ?
PI : Oui.
M : Lorsque vous considérez l'achat d'un produit électroménager, avez-vous pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : Oui.
M : Donc là vous le fait via internet grâce aux comparateurs qui existent et aussi dans le magasin ?
PI : Oui.
M : Selon vous, quelles sont les informations que le consommateur en général recherche avant d'acheter un produit électroménager ?
PI : Le prix, quelles sont les différentes options qu'on peut faire avec (est-ce qu'on sait griller 1 tartine, 4 tartines), si c'est garanti, combien d'années, si on peut l'échanger, …
M : Selon vous, le consommateur en général a-t-il pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : Oui à mon avis.
M : Vous devez acheter une nouvelle machine à café. Un ami vous parle du modèle suivant. Avez-vous accès à l'ensemble des informations nécessaires pour prendre votre décision d'achat ? N'hésitez pas à faire des commentaires à voix haute.
PI : Je pense qu'il y a tout ce qu'il faut.
M : Quel est l'élément de cette fiche produit qui est le plus important pour vous ?
PI : Le prix.
M : Quels éléments sont absents pour guider votre choix d'achat ? A quelles informations supplémentaires souhaiteriez-vous avoir accès ?
PI : Si c'est échangeable ou remboursé.
M : Rien d'autre ?
PI : Je ne vois pas.
M : Pourquoi est-ce que les éléments suivants attirent/n'attirent pas votre attention sur une fiche produit. Le prix ?
PI : Oui.
M : Pourquoi ?
PI : Parce que c'est ce qu'on va payer en fin de compte donc c'est important à savoir.
M : La marque ?
PI : Oui.
M : Pourquoi ?
PI : Parce qu'il y a certaines marques qui ont meilleure réputation que d'autres, on va donc plus vite se diriger vers certaines marques.
M : L'apparence du produit (photo) ?
PI : Oui.
M : Le fonctionnement du produit ?
PI : Oui.
M : La durée de la garantie ?
PI : Oui.

M : Des avis extérieurs sur le produit ?
PI : Oui.
M : Pourquoi ?
PI : Parce que c'est toujours bien d'avoir l'avis de quelqu'un qui l'a utilisé et pas du professionnel qui essaye de le vendre.
M : L'année du modèle ?
PI : Non pas spécialement.
M : Pourquoi ?
PI : Je ne fais pas attention si c'est dernier cri.
M : La consommation énergétique ?
PI : Oui, si on arrive à avoir un prix correct et une meilleure consommation énergétique c'est bien.

AVANTAGES ET INCONVENIENTS DE L'INFORMATION DE REPARABILITE/DU CRITERE DE REPARABILITE

M : Pouvez-vous compléter la dernière bulle des 2 planches de BD suivantes ? Il y en a une devant et une derrière. Pouvez-vous lire et compléter une planche de BD à la fois pour que je comprenne bien votre argument.
PI : Évidemment, ça vaut la peine d'acheter un produit qu'on peut réparer pendant 10 ans plutôt que de racheter quelque chose 2 ans après parce qu'on ne sait pas faire réparer notre produit qui est cassé.
N'importe quoi, vaut mieux acheter neuf plutôt que de faire réparer un produit, pour être plus sûre de la qualité.
M : Êtes-vous davantage en faveur des arguments de Marie (contre) ou de Lucie (pour) ?
PI : Pour les 2 je pense parce qu'il y a certains appareils que j'irais faire réparer comme l'écran de mon téléphone ou la batterie de mon ordinateur et d'autres comme mon toaster que j'emmènerais peut-être pas en réparation.
M : Donc ça va un peu dépendre du prix du produit ?
PI : Oui.
M : Donc, selon vous cet argument de réparabilté pourrait ou ne pourrait pas influencer votre choix ?
PI : Ca pourrait.
M : Votre réponse dépend-t-elle du produit présenté dans la BD (machine à lessiver) ? Auriez-vous les mêmes arguments pour d'autres produits comme une centrale à repasser ou un grille-pain ?
PI : Oui ça dépend du produit.
M : Y-a-t-il d'autres indicateurs qui sont plus importants pour vous que la réparabilté ?
PI : Si ma machine à laver elle est réparable mais qu'elle me coûte 5 fois le prix d'une autre machine à laver je vais peut-être prendre celle qui coûte moins cher.
M : Donc le critère de prix passe avant le critère de réparabilité ?
PI : Oui.

SIGNIFICATION DU TERME REPARABILITE

M : Voici un exemple de logo « produit réparable ». L'avez-vous déjà vu ?
PI : Non.
M : Qu'est-ce que ce logo signifie à votre avis ?
PI : Que le produit sera réparable pendant 10 ans.
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques du produit sur lequel se trouve ce logo ?
PI : C'est quelque chose qui est censé durer dans le temps comme un frigo.
M : Donc ce sera plus un gros électroménager qu'un petit qui aura ce genre de logo ?
PI : Oui.
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques de la marque qui utilise ce logo sur ses produits ?
PI : Ce sera une marque qui fait peut-être un peu plus attention à l'écologie.
M : Lorsque vous voyez ce logo, cela induit-il un certain doute chez vous par rapport aux produits ou à la marque ?
PI : Non.
M : Selon vous, c'est la marque ou vous qui payerez la réparation ?
PI : Normalement la marque.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa qualité ?
PI : Parfois on peut se dire que s'ils proposent c'est peut-être que la qualité est moins bonne et que donc ce sera plus facilement réparable qu'un autre.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa fiabilité ?
PI : Ca n'aura pas de conséquence.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa durabilité ?
PI : Le produit est au moins censé durer 10 ans.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur la marque et sa stratégie ?
PI : Ils essayent d'avoir plus de clients en proposant des réparations.

M : Selon vous, cette information est-elle positive ou négative ?
PI : Positive.
M : Pouvez-vous lire la page web du site SEB sur la réparation. N'hésitez pas à énoncer à voix haute les questions que vous vous posez en découvrant cette page ainsi que les commentaires que vous avez.
M : Que pensez-vous de cette page explicative faite par SEB sur son action de réparation ?
PI : C'est pas mal, ça explique bien ce qu'ils font.
M : Est-ce que ça vous éclaire sur certains points ?
PI : Oui.
M : Lesquels ?
PI : Le fait que pleins de petites pièces soient détachables et remplaçables. Ce n'est pas toute la machine qu'il faut remplacer mais c'est juste la pièce défaillante.
M : D'autres choses ?
PI : Que le coût d'une réparation est moins onéreux que le remplacement du produit, que ça limite le gaspillage, ça aide l'environnement.
M : Y a-t-il des éléments qui vous étonnent ou qui vous surprennent ? Y-a-t-il des informations/éléments sur cette page auxquels vous n'auriez pas pensé ?
PI : Non je ne vois pas comme ça.
M : Êtes-vous d'accord avec tout ce qui est dit sur cette page ?
PI : Oui.

FORMAT DE L'INFORMATION REPARABILITE

M : Revenons sur le logo « produit réparable ». Selon vous, ce logo requiert-il un texte explicatif pour être compris ?
PI : Non pas spécialement, il est assez clair.
M : Pensez-vous à d'autres éléments d'information qui pourraient apparaître sur ce logo ?
PI : Non.
M : Si vous deviez baser votre décision d'achat sur le caractère réparable d'un produit, à quelles informations voudriez-vous avoir accès ? Quelles informations voudriez-vous retrouver sur le produit ou sa fiche descriptive ?
PI : Dans quels cas c'est réparable. Si c'est moi qui le fait tomber est-ce qu'on va me le réparer ou seulement si c'est dû à un problème technique ? Qui va payer ? Est-ce qu'il faut payer quelque chose en plus à l'achat de cet appareil pour avoir accès aux 10 ans de réparation ?
M : Voici un tableau présentant un score de réparabilité pour différents produits. Au plus ce score de réparabilité est élevé au plus le produit sera facile à réparer et au moins le coût de la réparation sera élevé. Que pensez-vous d'un score de réparabilité ?
PI : C'est pas mal, ça aide à nous donner une vision de ce qu'on achète.
M : Selon vous, un score de réparabilité est-il plus parlant qu'un logo « produit réparable » ?
PI : Oui.
M : Pourquoi ?
PI : Avec un score de réparabilité, on voit si c'est dans le rouge ou dans le vert, ça parle directement.
M : Quelles questions vous posez-vous quand vous voyez ce genre de score ?
PI : Les facteurs qui sont pris en compte dans ce score.
M : Est-ce que ce genre de score pourrait influencer votre choix de produit ?
PI : Je pense.
M : Toujours ?
PI : Non pas spécialement. Par exemple, moi j'aime bien les iPhone donc j'aurais quand même acheté cette marque même si le score de réparabilité était mauvais.
M : Donc ça va dépendre des produits ?
PI : Oui. Ce score ne jouera pas vraiment pour les produits plus technologiques qui ont un beau design mais par contre pour des produits comme un grille-pain là ça aura une influence.

ATTITUDE/INTENTION D'ACHAT

M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de ce produit ?
PI : Oui.
M : Comment ?
PI : Ce sera un avantage en plus de proposer ce service-là.
M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de cette marque ? Comment ?
PI : Oui parce qu'elle fera des efforts pour limiter le gaspillage.

M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque pourrait changer la perception que vous avez des autres marques ?
PI : Non pas spécialement. C'est comme l'exemple de l'iPhone, si Apple n'utilise pas ce logo et d'autres marques oui ça ne va pas changer la perception que j'ai de la marque Apple.
M : Selon vous, une marque qui utilise le logo « produit réparable » est-elle supérieure ou inférieure à une autre marque qui n'utilise pas ce logo ?
PI : Pas spécialement supérieure ou inférieure.
M : Selon vous, si une entreprise utilise ce logo pour une partie des produits de la catégorie, cela risque-t-il de détériorer l'image des autres produits de la catégorie ?
PI : Non pas spécialement c'est peut-être des produits qui sont dans une autre gamme de prix.
M : Dans quelle mesure l'information de réparabilité pourrait influencer votre choix ?
PI : Si j'achète un électroménager pour du long terme, c'est bien de savoir qu'il peut toujours être réparé et pas que je vais devoir en racheter un quelques années plus tard.
M : Qu'est-ce qui pourrait faire que vous considéreriez l'information de réparabilité dans vos critères de choix au moment de l'achat ?
PI : Aucune idée.
M : Vous avez cité pas mal de critères que vous prenez en compte pour choisir un produit, notamment le prix, le rapport qualité-prix ou encore le design. La réparation ou la durée de vie ne sont pas apparues. Pourquoi pensez-vous privilégier l'ensemble des informations suivantes par rapport à la réparation ?
PI : Je n'y ai pas pensé. Ce n'est pas quelque chose de connu aujourd'hui.
M : Seriez-vous prêt à payer un prix plus élevé pour pouvoir bénéficier de cet avantage de réparabilité ?
PI : Je pense, ça dépend ce que j'achète. Peut-être pas sur un toaster mais si j'achète un frigo et que j'ai envie que ça dure là je serais prête à payer un peu plus.
M : Dans quelle mesure ?
PI : Pas plus de 5 à 10% du prix d'achat.
M : Dans quelle mesure est-ce que le coût potentiel de réparation est important dans votre décision d'achat ?
PI : Je n'y pense pas du tout.
M : Contractez-vous parfois des assurances commerciales lors de l'achat d'électroménagers ?
PI : J'ai fait ça une fois.
M : Et c'est quelque chose que vous referiez ?
PI : Non.
M : Pourquoi ?
PI : Parce que j'ai l'impression de m'être fait avoir, d'avoir payé en plus alors que je n'ai jamais eu de problèmes et à mon avis il n'y aura jamais de problèmes, maintenant on ne sait jamais ce qui peut arriver.

BOUNDARY CONDITION

M : Voici un ensemble d'images de produits, veuillez les trier en fonction du critère suivant : l'information réparable est applicable pour cette catégorie de produits.

- Information applicable : Voiture, iPhone, vélo, machine à laver, aspirateur, appareil photos, frigo, iPad.
- Information pas applicable : Brosse à dents, rasoir, vêtements, sèche-cheveux, grille-pain.

M : Maintenant en fonction du critère suivant : l'information réparable est utile pour cette catégorie de produits.

- Information utile : Voiture, iPhone, vélo, machine à laver, aspirateur, appareil photos, frigo, iPad.
- Information pas utile : Brosse à dents, rasoir, vêtements, sèche-cheveux, grille-pain.

M : Maintenant en fonction du critère suivant : je pourrais considérer cette information pour cette catégorie de produits.

- Considération : Voiture, iPhone, vélo, machine à laver, aspirateur, appareil photos, frigo, iPad.
- Pas de considération : Brosse à dents, rasoir, vêtements, sèche-cheveux, grille-pain.

M : Triez ces profils en pensant à qui parmi ces personnages est susceptible (ou pas) de prendre considération la réparation comme critère de choix.

- Considération : L'activiste, le manuel, le riche, la famille nombreuse, l'homme, la femme, les personnes âgées, l'écologique.
- Pas de considération : La fashion, le jeune, l'aventurier, le pauvre, personne pressée.

M : Nous voilà arrivé à la fin de la discussion. Voici les éléments qui se sont dégagés lors de cette interview. Le prix et le rapport qualité-prix sont des critères importants lorsque vous devez choisir un appareil électroménager. Le design est un critère un peu plus accessoire. En général, vous recherchez des informations avant d'acheter des gros produits électroménagers, d'abord sur internet et puis vous demandez des conseils dans le magasin. Vous n'aviez jamais vu le logo « produit réparable » et pour vous cela signifie que le produit sera réparable

pendant 10 ans. Vous n'avez pas de doutes par rapport à ce logo. Vous trouvez un score de réparabilité intéressant et un peu plus parlant que le logo produit réparable. Ai-je bien tout compris ?
PI : Oui.
M : Avez-vous quelque chose à ajouter ?
PI : Non.
M : Auriez-vous des critiques à émettre par rapport à cette interview ?
PI : Non.
M : Un grand merci !

Retranscription entretien 3

Mathilde : Bonjour, cet entretien est réalisé dans le cadre de mon travail de fin d'études et a pour objectif de comprendre votre comportement et intention d'achat par rapport à des petits et gros électroménagers. Toutes les informations que vous me communiquerez sont utiles pour ma recherche. Si l'une des questions vous gêne ou vous embarrasse, n'hésitez pas à me le faire savoir. Afin de pouvoir retranscrire cette interview, puis-je vous demander votre accord afin d'enregistrer notre conversation ?
Personne interrogée : Je suis d'accord.
M : Néanmoins, votre identité restera totalement confidentielle. Cet entretien se déroulera en différentes parties et durera approximativement ¾ d'heure à 1 heure.
ECHAUFFEMENT
M : Avant d'entrer dans le vif du sujet, pouvez-vous vous présenter ?
PI : Je m'appelle [redacted], j'ai 26 ans. J'ai ouvert un restaurant il n'y a pas longtemps. Je suis donc indépendante. Je suis célibataire. J'habite en colocation avec une personne de mon âge mais qui est encore aux études.
M : Pouvez-vous revenir sur votre dernier achat de petit ou gros électroménager au cours de ces 12 derniers mois ?
PI : Pour le privé ?
M : Oui.
PI : On a emménagé il y a un an et demi donc cette dernière année on a quand même acheté pas mal de choses et la dernière chose qu'on a acheté c'est une bouilloire à thé, où en fait on peut mettre le thé directement dans la bouilloire. Sinon on a acheté un extracteur à jus. On a aussi acheté un mixeur pour les milkshakes, les smoothies et tout ça et un mixeur à bras aussi.
M : Pourquoi avez-vous acheté ces produits ?
PI : La machine à thé, c'est une question de facilité. Pour le reste, c'est pour une alimentation plus saine.
M : Donc aucun de ces produits n'avait pour but de remplacer un ancien produit qui était en fin de vie ?
PI : Non.
M : Comment avez-vous choisi ces produits ? Quels critères avez-vous pris en compte ?
PI : Principalement le prix. C'est vraiment le rapport qualité-prix. On a pas pris le moins cher parce que le but c'est quand même de les garder plusieurs années, mais on s'est surtout basé sur le prix.
M : Rien d'autre ?
PI : Non la qualité et le prix.
M : Plus spécifiquement, quel a été le facteur clé dans votre décision d'achat ?
PI : Le prix.
M : Quels sont les facteurs qui sont plus accessoires dans votre décision d'achat ?
PI : Par exemple, des petites options qu'il n'y avait pas sur d'autres. Je pense, par exemple, à l'extracteur à jus qu'on a acheté, il y avait tout un kit de nettoyage qui allait avec, on s'est dit que ça allait être plus facile pour le nettoyer.
M : A postériori, pensez-vous à d'autres critères que vous auriez pu prendre en compte ?
PI : Peut-être qu'on aurait pu regarder par rapport à la garantie. On a pas du tout regardé ça et on s'est rendu compte qu'il y avait certains appareils qui avaient une garantie très courte.
M : Avez-vous reçu des conseils ?
PI : Oui de vendeurs.
M : Quel genre de conseils ?
PI : Justement, le meilleur rapport qualité-prix.
CRITERES DE CHOIX
M : Avant d'effectuer ce genre d'achats (bouilloire à thé, extracteur à jus et mixeur) , à quels critères pensez-vous que le consommateur, en général, fait généralement attention ?

PI : Je pense que beaucoup se fient à la marque, une marque qui est connue. Le packaging joue aussi. Je pense que c'est surtout ça les premiers critères.
M : Ces critères sont-ils les mêmes pour un petit et un gros électroménager ?
PI : Je pense qu'on fait plus attention quand c'est un gros électroménager. Je pense que c'est une question de prix.
M : Ces critères pourraient-ils varier en fonction d'un consommateur à un autre ?
PI : Oui.
M : Comment par exemple ?
PI : Tout dépend de l'utilité qu'on va en avoir. Est-ce qu'on va l'utiliser tous les jours ? Par exemple, une personne qui va se faire un jus tous les matins va peut-être mettre plus d'argent, essayer d'avoir une meilleure qualité, tandis que quelqu'un qui se fait un jus de temps en temps va peut-être mettre moins d'argent là-dedans.
M : Y a-t-il, au contraire, selon vous, des critères d'achat auxquels le consommateur, en général, ne porte jamais attention lorsqu'il achète un petit ou gros électroménager ?
PI : Je ne pense pas.

RECHERCHE D'INFORMATION

M : Comme vous me l'avez mentionné, vous avez acheté différents appareils électroménagers il n'y a pas si longtemps. Aviez-vous recherché des informations sur ces produits avant de les acheter ?
PI : Non pas pour le privé. Pour le restaurant oui.
M : Pour le restaurant, quel genre d'informations aviez-vous recherchées ?
PI : On avait fait des recherches de plein d'évaluations sur le marché. Là on s'était vraiment renseignées sur toutes les marques, sur ce qui était le mieux. Comme c'est des appareils qui vont être utilisés au minimum 1 fois par jour, il fallait vraiment de la marque, de la qualité et des garanties. Là on a ouvert le restaurant depuis 4 mois et il y a déjà 2 machines qui nous ont lâchées.
M : Vous aviez plutôt fait des recherches sur internet pour le restaurant ?
PI : Oui sur internet.
M : Lorsque le moment d'acheter les différents produits pour le privé est arrivé, là vous avez plutôt demandé des conseils au vendeur dans le magasin ?
PI : Oui.
M : Quel genre de conseils avez-vous demandés ?
PI : Généralement on demande ce qui se vend le mieux, ce qu'ils recommandent.
M : Lorsque vous considérez l'achat d'un produit électroménager, avez-vous pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : Non.
M : Jamais ?
PI : Oui ce qui va être mis en gras, ce qui va ressortir oui. Je ne vais jamais m'amuser à comparer les notices, je ne vais pas retourner la boîte.
M : Selon vous, quels sont les informations que le consommateur en général recherche avant d'acheter un produit électroménager ?
PI : Ses fonctions détaillées. Je pense le prix aussi, c'est quand même un des gros facteurs. Oui son prix et son utilité.
M : Selon vous, le consommateur en général a-t-il pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : Je pense.
M : Qu'est-ce qu'il va essayer de comparer ?
PI : Ca revient toujours au rapport qualité-prix.
M : Vous devez acheter une nouvelle machine à café. Un ami vous parle du modèle suivant. Avez-vous accès à l'ensemble des informations nécessaires pour prendre votre décision d'achat ? N'hésitez pas à faire des commentaires à voix haute.
PI : Ce qui est difficile c'est que je ne connais pas le marché pour ce genre de machines. Je vois le prix mais je ne sais pas vraiment dire par rapport à la concurrence. Ca ne me convainc pas des masses. Mais après oui il y a le prix, il y a l'explication, il y a une photo.
M : Pourquoi cela ne vous convainc pas des masses ? Qu'est-ce qu'il pourrait y avoir en plus par exemple ?
PI : Rendre la chose un peu plus attractive. J'aurais mis des capsules. Peut-être aussi un peu plus parler des fonctionnalités.
M : Quel est l'élément de cette fiche produit qui est le plus important pour vous ?
PI : La photo quand même.
M : Donc l'apparence du produit ?

PI : Oui.
M : Quels éléments sont absents pour guider votre choix d'achat ?
PI : Il n'y a pas de comparatif. Parfois, quand on achète en ligne on a une proposition de produits dans la même gamme. J'aime toujours bien comparer. Et alors il n'y a pas la garantie. Pour un objet à 250€, c'est intéressant de le savoir.
M : Pourquoi est-ce que les éléments suivants attirent/n'attirent pas votre attention sur une fiche produit. Le prix ?
PI : Oui.
M : Pourquoi ?
PI : Un produit va m'attirer par son packaging, par sa fonction mais l'élément qui va trancher c'est le prix.
M : La marque ?
PI : Je pense qu'on est toujours plus attiré par les marques qu'on connaît mais après ça ne me dérangerait pas d'acheter une autre marque si le produit est intéressant.
M : L'apparence du produit (photo) ?
PI : Oui.
M : Le fonctionnement du produit ?
PI : Aussi.
M : La durée de la garantie ?
PI : Aussi.
M : Des avis extérieurs sur le produit ?
PI : Non parce que ça je n'ai pas l'impression que c'est très vrai. J'ai l'impression que c'est toujours assez faussé.
M : L'année du modèle ?
PI : Ca oui.
M : Pourquoi ?
PI : Pour moi au plus on se rapproche de notre année au plus c'est performant. Il y a toujours des nouveautés.
M : La consommation énergétique ?
PI : Aussi. Pas de base mais c'est vrai que maintenant j'essaye de faire de plus en plus attention à cela.

AVANTAGES ET INCONVENIENTS DE L'INFORMATION DE REPARABILITE/DU CRITERE DE REPARABILITE

M : Pouvez-vous compléter la dernière bulle des 2 planches de BD suivantes. Il y en a une devant et une derrière. Pouvez-vous lire et compléter une planche de BD à la fois pour que je comprenne bien votre argument.
PI : Évidemment, c'est des frais en moins. Sur 10 ans, si une fois par an la machine tombe en panne, il ne faudra pas débourser ça de ta poche. C'est super rassurant aussi d'acheter un produit sachant que pendant 10 ans il sera assuré.
N'importe quoi, c'est plus rapide d'appeler son propre technicien plutôt que de passer par la firme.
M : Êtes-vous davantage en faveur des arguments de Marie (contre) ou de Lucie (pour) ?
PI : De Lucie.
M : Pourquoi ?
PI : Je trouve que c'est une super chouette garantie, c'est un gain d'argent et je trouve ça rassurant.
M : Donc, selon vous cet argument de réparabilté pourrait influencer votre choix ?
PI : Oui.
M : Votre réponse dépend-t-elle du produit présenté dans la BD (machine à lessiver) ?
PI : Non, on est jamais contre ça.
M : Y a-t-il d'autres indicateurs qui sont plus importants pour vous que la réparabilté ?
PI : Ca dépendra aussi toujours du prix. S'il y a un grille-pain à 200€ avec une réparabilité de 10 ans ou un autre à 50€ mais qui est tout aussi performant, je vais pencher vers celui à 50€. C'est peut-être parce que c'est un plus petit investissement. Je pense que pour un plus gros investissement on prendra plus en compte la réparabilité pour éviter de devoir en racheter.

SIGNIFICATION DU TERME REPARABILITE

M : Voici un exemple de logo « produit réparable ». L'avez-vous déjà vu ?
PI : Ca me dit quelque chose, ce n'est pas inconnu.
M : Vous souvenez-vous où vous auriez pu le voir ?
PI : Non.
M : Qu'est-ce que ce logo signifie à votre avis ?
PI : Que le produit est réparable pendant 10 ans.
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques du produit sur lequel se trouve ce logo ?
PI : Aucune idée.
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques de la marque qui utilise ce logo sur ses produits ?

PI : Je dirais une marque qui fait attention à l'écologie, pour éviter qu'on remplace toujours les produits.
M : Lorsque vous voyez ce logo, cela induit-il un certain doute chez vous par rapport aux produits ou à la marque ?
PI : Non.
M : Selon vous, c'est la marque ou vous qui payerez la réparation ?
PI : La marque.
M : Toujours ? Pendant les 10 ans ?
PI : Oui.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa qualité ?
PI : Je pense que certaines personnes se diront que comme on met ce logo ça veut dire qu'il y a un moyen qu'il casse. Mais moi justement je trouve cela un gage de qualité.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa fiabilité ?
PI : Pareil, il s'agira d'un produit fiable.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa durabilité ?
PI : Aussi pareil. C'est un produit qui va durer.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur la marque et sa stratégie ?
PI : Ce sera une marque qui est beaucoup plus responsable, qui a une meilleure image.
M : Selon vous, cette information est-elle positive ou négative ?
PI : Positive.
M : Toujours ? Sur n'importe quel électroménager ?
PI : Oui.
M : Pouvez-vous lire la page web du site SEB sur la réparation. N'hésitez pas à énoncer à voix haute les questions que vous vous posez en découvrant cette page ainsi que les commentaires que vous avez.
PI : Donc du coup c'est le client qui paye ?
M : Oui.
PI : Tout est assez clair, je ne me pose pas vraiment de questions.
M : Que pensez-vous de cette page explicative faite par SEB sur son action de réparation ?
PI : Comme je disais, c'est assez bien expliqué. On comprend vite pourquoi il vaut mieux réparer que remplacer. Pour une question de coûts, pour une question écologique. C'est vrai que parfois c'est râlant de devoir jeter un appareil juste parce qu'il manque une petite pièce qu'on a perdu alors que le reste de l'appareil fonctionne encore. Je trouve ça une bonne idée.
M : Est-ce que ça vous éclaire sur certains points ?
PI : Oui. A la base, pour moi, les 10 ans réparable c'était plus comme une garantie. Tandis que là on comprend que ce n'est pas une garantie. Tout ne rentre pas en compte dans une garantie. Par exemple, si on fait tomber un appareil la garantie ne jouera pas. Tandis qu'ici on peut trouver des pièces et on ne doit pas tout remplacer. C'est vachement pratique.
M : Y-a-t-il des informations/éléments sur cette page auxquels vous n'auriez pas pensé ?
PI : Le fait de mettre une carte je trouve ça chouette, de voir qu'il y en a partout autour de nous. Cela me semble assez complet.
M : Êtes-vous d'accord avec tout ce qui est dit sur cette page ?
PI : Oui.

FORMAT DE L'INFORMATION REPARABILITE

M : Revenons sur le logo « produit réparable ». Selon vous, ce logo requiert-il un texte explicatif pour être compris ?
PI : Comme je disais, je n'avais pas fait la différence entre réparable et garantie.
M : Donc ce serait bien qu'il y ait une petite explication ?
PI : Oui. Mais en fait c'est peut-être juste moi qui n'ai pas fait attention parce qu'il n'y a pas plus explicatif que réparable.
M : Beaucoup de gens comprennent comme vous. Donc il faudrait une explication qui explique que c'est à charge du client ?
PI : Oui.
M : Pensez-vous à d'autres éléments d'information qui pourraient apparaître sur ce logo ?
PI : Je pense à toutes les petites pièces qui sont en stock et qui permettraient de réparer les produits.
M : Donc parler des pièces détachées sur ce logo ?
PI : Oui et que toutes les pièces peuvent être remplacées. Parce que parfois c'est juste les grosses pièces qu'on peut racheter et on ne peut, par exemple, pas racheter une petite vis.

M : Si vous deviez baser votre décision d'achat sur le caractère réparable d'un produit, à quelles informations voudriez-vous avoir accès ? Quelles informations voudriez-vous retrouver sur le produit ou sa fiche descriptive ?
PI : Par rapport au fait qu'il soit réparable ?
M : Oui.
PI : Par exemple, combien de temps cela prendrait de le faire réparer. Combien de pièces contient le produit. Ce que ça coûterait environ selon les dégâts.
M : Voici un tableau présentant un score de réparabilité pour différents produits. Au plus ce score de réparabilité est élevé au plus le produit sera facile à réparer et au moins le coût de la réparation sera élevé. Que pensez-vous d'un score de réparabilité ?
PI : C'est très pratique. Si j'étais quelqu'un qui cassait son téléphone régulièrement, je me fierais à cela pour savoir ce qu'il se passera la prochaine fois que je le casse.
M : Selon vous, un score de réparabilité est-il plus parlant qu'un logo « produit réparable » ?
PI : Oui sûrement, en tout cas quand il y a une comparaison à faire.
M : Donc s'il y a juste un seul produit le logo est suffisant mais si on a le choix entre différents produits là c'est intéressant d'avoir un score de réparabilité ?
PI : Oui pour mieux aiguiller son choix.
M : Quelles questions vous posez-vous quand vous voyez ce genre de score ?
PI : J'aimerais connaître le prix des produits. Savoir si un produit qui a un score de réparabilité plus élevé a nécessairement un coût plus élevé. Les prix ne sont pas indiqués sur la fiche.
M : Quand vous voyez ce genre de score, vous demandez-vous sur quelle échelle c'est basé ?
PI : Oui pourquoi un téléphone est plus réparable qu'un autre.
M : Est-ce que ce genre de score pourrait influencer votre choix de produit ?
PI : Oui quand j'ai une comparaison à faire.

ATTITUDE/INTENTION D'ACHAT

M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de ce produit ?
PI : Oui.
M : Comment ?
PI : De nouveau en bien. Il y a certaines marques que je ne vois pas du tout comme des marques écologiques ou écoresponsables, en voyant ce logo je me dirais qu'ils essayent.
M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de cette marque ?
PI : La même chose.
M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque pourrait changer la perception que vous avez des autres marques ?
PI : Oui, ça pourrait mettre en valeur la marque qui utilise le logo « produit réparable ».
M : Selon vous, une marque qui utilise le logo « produit réparable » est-elle supérieure ou inférieure à une autre marque qui n'utilise pas ce logo ?
PI : Supérieure.
M Pourquoi ?
PI : Parce que je trouve que c'est vraiment un service supérieur.
M : Selon vous, si une entreprise utilise ce logo pour une partie des produits de la catégorie, cela risque-t-il de détériorer l'image des autres produits de la catégorie ?
PI : Non je ne pense pas, je pense qu'il y a des produits qui sont plus réparables que d'autres.
M : Dans quelle mesure l'information de réparabilité pourrait influencer votre choix ?
PI : Une fois de plus si je dois hésiter entre 2 produits, je pense que ça pourrait faire pencher la balance.
M : Qu'est-ce qui pourrait faire que vous considéreriez l'information de réparabilité dans vos critères de choix au moment de l'achat ?
PI : Je pense que si on communiquait plus sur ce genre de produits, qui ont une réparabilité de 10 ans, ce genre d'information serait beaucoup plus recherché. Actuellement, je pense que si j'ai un investissement à faire je chercherais ce genre d'information.
M : Vous avez cité pas mal de critères que vous prenez en compte pour choisir un produit. Vous prenez surtout en compte le rapport qualité-prix. La réparation ou la durée de vie ne sont pas apparues. Pourquoi pensez-vous privilégier l'ensemble des informations suivantes par rapport à la réparation ?
PI : Je n'étais pas bien informée donc je ne savais pas que ce genre de service existait. Après je pense que le rapport qualité-prix restera toujours une des priorités mais la réparabilité rentrera dans les critères.
M : Seriez-vous prête à payer un prix plus élevé pour pouvoir bénéficier de cet avantage de réparabilité ?

PI : Oui.
M : Dans quelle mesure ?
PI : Une fois de plus tout dépend du produit. Je pense que ce serait un pourcentage du prix total.
M : Avez-vous une idée de ce pourcentage ?
PI : 5-10%.
M : Dans quelle mesure est-ce que le coût potentiel de réparation est important dans votre décision d'achat ?
PI : Jamais. Mais c'est vrai que si je penchais vers un électroménager qui était réparable, j'aimerais bien savoir le coût de la réparation si jamais ça casse.
M : Contractez-vous parfois des assurances commerciales lors de l'achat d'électroménagers ?
PI : Non. Je ne vais pas au-delà des garanties légales.

BOUNDARY CONDITION

M : Voici un ensemble d'images de produits, veuillez les trier en fonction du critère suivant : l'information réparable est applicable pour cette catégorie de produits.

- Information applicable : Rasoir, iPad, vélo, aspirateur, frigo, grille-pain, appareil photos, voiture, iPhone, machine à laver.
- Information pas applicable : Sèche-cheveux, vêtements, brosse à dents.

M : Maintenant en fonction du critère suivant : l'information réparable est utile pour cette catégorie de produits.

- Utile : Rasoir, iPad, vélo, aspirateur, frigo, grille-pain, appareil photos, voiture, iPhone, machine à laver, sèche-cheveux, brosse à dents.
- Pas utile : Vêtements.

M : Maintenant en fonction du critère suivant : je pourrais considérer cette information pour cette catégorie de produits.

- Considération : Rasoir, iPad, vélo, aspirateur, frigo, grille-pain, appareil photos, voiture, iPhone, machine à laver, sèche-cheveux, brosse à dents.
- Pas de considération : Vêtements.

M : Triez ces profils en pensant à qui parmi ces personnages est susceptible (ou pas) de prendre en considération la réparation comme critère de choix.

- Prise en considération : Le pauvre, les personne âgées, l'écologique, la femme, l'homme, l'activiste, la famille nombreuse, le jeune.
- Pas de prise en considération : Le manuel, le riche, la fashion, personne qui n'a pas le temps.

M : Pourquoi le manuel ne prendra pas cette information en considération ?
PI : Parce qu'il s'imagine qu'il peut le faire lui-même.
M : Nous voilà arrivé à la fin de la discussion. Voici les éléments qui se sont dégagés lors de cette interview. Le rapport qualité-prix est un critère important lorsque vous achetez un appareil électroménager. Les différentes options que possède un produit est un critère un peu plus accessoire pour vous. Pour tout l'électroménager du restaurant vous avez recherché des informations sur internet. Pour vos électroménagers privés, vous demandez surtout des conseils dans le magasin. Ce logo ne vous était pas inconnu. Pour vous ce logo veut dire que le produit est réparable pendant 10 ans et à première vue que la réparation sera payée par la marque. Vous n'avez pas de doutes quand vous voyez ce logo. Ce logo nécessiterait un texte explicatif pour être compris, notamment que le coût de la réparation est à charge du client. Un score de réparabilité vous paraît intéressant et plus intéressant que le logo produit réparable quand il s'agit de comparer plusieurs produits. Ai-je bien tout compris ?
PI : Oui.
M : Avez-vous quelque chose à ajouter ?
PI : Non.
M : Auriez-vous des critiques à émettre par rapport à cette interview ?
PI : Non.
M : Un grand merci !

Retranscription entretien 4

Mathilde : Bonjour, cet entretien est réalisé dans le cadre de mon travail de fin d'études et a pour objectif de comprendre votre comportement et intention d'achat par rapport à des petits et gros électroménagers. Toutes les informations que vous me communiquerez sont utiles pour ma recherche. Si l'une des questions vous gêne ou vous embarrasse, n'hésitez pas à me le faire savoir. Afin de pouvoir retranscrire cette interview, puis-je vous demander votre accord afin d'enregistrer notre conversation ?
Personne interrogée : Vous avez mon accord.

M : Néanmoins, votre identité restera totalement confidentielle. Cet entretien se déroulera en différentes parties et durera approximativement ¾ d'heure à 1 heure.

ECHAUFFEMENT

M : Avant d'entrer dans le vif du sujet pouvez-vous vous présenter ?
PI : J'ai 53 ans. Je suis kinésithérapeute. Je vis pour le moment juste avec mon fils mais nous avons été une famille tout à fait ordinaire avant.
M : Pouvez-vous revenir sur votre dernier achat de petit ou gros électroménager au cours de ces 12 derniers mois ?
PI : Je n'ai pas fait d'achats dans les 12 derniers mois.
M : Est-ce que vous avez l'intention d'acheter un petit ou gros électroménager ?
PI : Oui, je devrais m'acheter un nouveau fer à repasser.
M : Pourquoi devez-vous acheter ce produit ?
PI : Parce qu'il ne chauffe plus bien et il a toute la poignée qui est cassée. Il a vécu.
M : Donc il n'est pas en fin de vie, il fonctionne encore ?
PI : Il fonctionne encore oui.
M : Comment comptez-vous choisir ce produit ? Quels critères allez-vous prendre en compte ?
PI : Sa capacité électrique, le poids et le prix donc en fait un bon rapport qualité/prix.
M : Quels sont les facteurs qui sont plus accessoires dans votre décision d'achat ?
PI : Peut-être l'esthétique, l'effet de mode.
M : Allez-vous demander des conseils pour acheter ce nouveau fer ?
PI : Oui.
M : Vous allez plutôt chercher des informations sur internet ou dans un magasin ?
PI : Je fais les 2 en parallèle. Je demande d'abord au magasin et puis je viens toujours vérifier après sur internet. Après je fais aussi une étude de marché en fonction des magasins et des prix.

CRITERES DE CHOIX

M : Avant d'effectuer ce genre d'achat donc ici un fer à repasser, à quels critères pensez-vous que le consommateur en général fait généralement attention ?
PI : Au prix quand même, à la qualité et aussi aux marques, si ce sont des marques qui ont prouvé leur efficacité.
M : Selon vous, quels sont les principaux critères d'achat auxquels le consommateur en général fait attention lorsqu'il achète un produit électroménager ?
PI : Je pense que c'est vraiment la qualité et le prix.
M : Ces critères sont-ils les mêmes pour un petit et un gros électroménager ?
PI : Ca je n'ai pas l'impression. J'ai l'impression que c'est quand même très différent dans le budget d'un ménage de dépenser une grosse somme comme pour une machine à laver, par exemple, que d'acheter un petit mixeur, par exemple.
M : Ces critères pourraient-ils varier en fonction d'un consommateur à un autre ?
PI : Ca j'imagine oui. Chaque personne est différente.
M : Y a-t-il, au contraire, selon vous, des critères d'achat auxquels le consommateur en général ne porte jamais attention lorsqu'il achète un petit ou gros électroménager ?
PI : Non, je pense qu'en général les gens font attention à tout. Maintenant il y a vraiment des gens qui veulent une marque peu importe le prix.

RECHERCHE D'INFORMATION

M : Comme vous me l'avez mentionné, vous comptez acheter un fer à repasser. Vous allez d'abord aller en magasin vous renseigner et ensuite vérifier l'exactitude des informations que l'on vous a fournies sur internet. Après que comptez-vous faire ?
PI : Après, j'attends les soldes quand ce n'est pas quelque chose d'urgent pour voir s'il ne pourrait pas y avoir une gamme d'appareils qui pourrait être intéressante.
M : Lorsque vous considérez l'achat d'un produit électroménager, avez-vous pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : Oui ça j'ai l'habitude. Tout dépend aussi si je la comprend parce que tout n'est pas toujours accessible mais oui je compare.
M : Quelles sont les informations auxquelles vous portez généralement attention sur les étiquettes et les fiches descriptives des produits électroménagers ?
PI : Par exemple, dans tout ce qui est électrique, les volts et tout ça.
M : Selon vous, quelles sont les informations que le consommateur, en général, recherche avant d'acheter un produit électroménager ?

PI : Toutes les caractéristiques de l'électroménager, peu importe qu'il soit. Par exemple, tous les programmes, voir aussi au niveau écologique comment cela fonctionne, tout ce qui est consommation d'eau, consommation électrique, le prix aussi.
M : Selon vous, le consommateur en général a-t-il pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : Ca je ne suis pas sûre, je pense qu'il va plutôt demander de l'aide aux vendeurs. Maintenant, il y a aussi des comparateurs sur internet qui aident.
M : Vous devez acheter une nouvelle machine à café. Un ami vous parle du modèle suivant. Avez-vous accès à l'ensemble des informations nécessaires pour prendre votre décision d'achat ? N'hésitez pas à faire des commentaires à voix haute.
PI : Il y a la photo, il y a le prix. Ce qui me manque c'est le coût et l'accessibilité des capsules. Certaines ne se vendent que par internet ou dans des magasins spécifiques, d'autres se trouvent un peu partout. A part ça je pense que c'est bien.
M : Quel est l'élément de cette fiche produit qui est le plus important pour vous ?
PI : La photo, c'est ça qui va attirer dans un premier temps, ensuite c'est quand même le prix et puis on va lire ce que fait cette machine. Les petits dessins en dessous sont trop petits pour moi.
M : Quels éléments sont absents pour guider votre choix d'achat ?
PI : Le coût et l'accessibilité des capsules parce que ça c'est fort développé à l'heure actuelle.
M : Pourquoi est-ce que les éléments suivants attirent/n'attirent pas votre attention sur une fiche produit. Le prix ?
PI : Oui parce que quand on achète un électro, petit ou grand, on regarde le prix parce qu'il y a un budget dans un ménage. Personnellement, je suis toute seule donc je ne peux pas faire des dépenses comme ça sans réfléchir. En dessous de 100€ ça va mais au-delà il faut quand même réfléchir et comparer.
M : La marque ?
PI : Moi pas. Maintenant, je ne vais pas non plus aller dans le bas de gamme. Je vais plutôt me trouver au milieu.
M : Mais donc sur une fiche produit ce n'est pas quelque chose que vous allez spécialement regarder ?
PI : Non.
M : L'apparence du produit (photo) ?
PI : Il y a un design quand même. J'ai acheté ce type de machine et c'était le design que j'aimais. Dans une cuisine, je trouve que le design c'est important.
M : Le fonctionnement du produit ?
PI : Je regarde plutôt la photo et j'essaye de comprendre. Je ne suis pas sûre que je lis cette partie-là.
M : La durée de la garantie ?
PI : Pour les gros appareils oui, pour les plus petits non.
M : Des avis extérieurs sur le produit ?
PI : Oui c'est intéressant même si je ne suis pas une partisante de l'effet de mode. Ce n'est pas parce que tout le monde achète un appareil que je vais l'acheter. Mais c'est quand même intéressant de pouvoir savoir ce que les gens pensent du produit avant de l'acheter.
M : L'année du modèle ?
PI : Non pas du tout.
M : La consommation énergétique ?
PI : Oui peut-être pas pour les petits appareils mais pour les grands électroménagers oui.

AVANTAGES ET INCONVENIENTS DE L'INFORMATION DE REPARABILITE/DU CRITERE DE REPARABILITE

M : Pouvez-vous compléter la dernière bulle des 2 planches de BD suivantes ? Il y en a une devant et une derrière. Pouvez-vous lire et compléter une planche de BD à la fois pour que je comprenne bien votre argument.
PI : Évidemment, si elle est réparable mieux vaut la réparer.
N'importe quoi … Je ne sais pas répondre à cela parce que les gros électroménagers sont réparables.
M : Êtes-vous davantage en faveur des arguments de Marie (contre) ou de Lucie (pour) ?
PI : De Lucie.
M : Donc, selon vous, cet argument de réparabilté pourrait influencer votre choix ?
PI : Oui. Maintenant, je ne pense pas que tous les électroménagers sont réparables. Parfois, ils demandent des sommes folles pour réparer un objet, qui équivalent au prix d'un nouveau. Donc clairement je pense que la société de consommation elle ne veut pas qu'on répare. Mon four est tombé en panne il n'y a pas longtemps, mon fils l'a démonté et on l'a réparé. Cela m'a coûté 60€. Donc si c'est faisable je suis pour.
M : Votre réponse dépend-t-elle du produit présenté dans la BD (machine à lessiver) ?
PI : Oui si ma cafetière tombe en panne, je ne vais pas la faire réparer. Les appareils en-dessous de 100€ je vais plutôt les remplacer. Je vais plutôt réparer les gros appareils.

M : Y a-t-il d'autres indicateurs qui sont plus importants pour vous que la réparabilté ?
PI : La consommation énergétique. Si j'ai un appareil qui tombe en panne mais que c'est un vieil appareil qui consomme énormément, je vais avoir tendance à le remplacer plutôt que de le réparer parce que je vais moins consommer.

SIGNIFICATION DU TERME REPARABILITE

M : Voici un exemple de logo « produit réparable ». L'avez-vous déjà vu ?
PI : Non.
M : Qu'est-ce que ce logo signifie à votre avis ?
PI : Il s'agit de produits qui peuvent être réparés sur une durée de vie de 10 ans.
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques du produit sur lequel se trouve ce logo ?
PI : Je verrais plus cela sur des gros appareils électroménagers, des appareils que l'on utilise beaucoup. Je pense à des machines à laver, des séchoirs ou des lave-vaisselles, peut-être des aspirateurs mais pas sur des petits appareils.
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques de la marque qui utilise ce logo sur ses produits ?
PI : Ce sont des marques qui à mon avis sont plus chères.
M : Lorsque vous voyez ce logo, cela induit-il un certain doute chez vous par rapport aux produits ou à la marque ?
PI : Non, c'est rassurant de se dire que c'est réparable. Maintenant si c'est sur une machine un peu plus chère, théoriquement, elle ne devrait pas être réparée.
M : Selon vous, c'est la marque ou vous qui payerez la réparation ?
PI : J'aimerais bien que ce soit la marque.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa qualité ?
PI : Je ne suis pas sûre que ça aura un impact sur la qualité.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa fiabilité ?
PI : Les gens vont acheter ce genre de produit parce qu'il y aura un petit plus de réparation endéans les 10 ans.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa durabilité ?
PI : Durabilité je ne sais pas.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur la marque et sa stratégie ?
PI : Ce sont des marques qui attirent le client et qui doivent avoir une certaine puissance au niveau de la réparation.
M : Selon vous, cette information est-elle positive ou négative ?
PI : C'est positif.
M : Pouvez-vous lire la page web du site SEB sur la réparation. N'hésitez pas à énoncer à voix haute les questions que vous vous posez en découvrant cette page ainsi que les commentaires que vous avez.
PI : Ici, à Waterloo, j'ai un magasin comme cela, ça s'appelle Electro-Pièces. On va avec n'importe quel produit et ils vous disent si c'est réparable, pas réparable et ils vous donnent les prix.
M : Que pensez-vous de cette page explicative faite par SEB sur son action de réparation ?
PI : Je pense que c'est bien parce qu'il y a plein de gens qui ne sont pas du tout là-dedans. Si un appareil tombe en panne ils vont en acheter un nouveau. Ils ne pensent pas à cela. On n'a aussi un peu perdu de vue que c'est réparable. Je pense qu'il y a vraiment des gens qui n'ont même pas envie d'essayer.
M : Est-ce que ça vous éclaire sur certains points ?
PI : Non, parce que moi j'étais déjà dans cet objectif-là. Parce que j'ai un endroit où je peux aller demander des conseils. Par contre dans les magasins quand on retourne avec un objet qui a quelques années, ils vous envoient promener tout de suite.
M : Y a-t-il des éléments qui vous étonnent ou qui vous surprennent ?
PI : Je trouve que cette page est quand-même fort chargée. Elle n'est pas spécialement facile à lire. Je pense que si c'est réparable, c'est parfois réparable au-delà des 10 ans. Il faut aller chercher l'information sur internet. Ce n'est pas quelque chose qui va être donné quand on achète un produit.
M : Êtes-vous d'accord avec tout ce qui est dit sur cette page ?
PI : Oui. Maintenant les points de réparation SEB ça paraît beaucoup, maintenant sur l'échelle ce n'est pas énorme. On ne va pas faire 300km pour aller réparer quelque chose. Il faut que ce soit accessible.

FORMAT DE L'INFORMATION REPARABILITE

M : Revenons sur le logo « produit réparable ». Selon vous, ce logo requiert-il un texte explicatif pour être compris ?
PI : Oui parce que moi je me demandais si c'était la firme qui proposait une réparation pendant les 10 ans. Ca peut être confondu avec une garantie. Donc expliquer que c'est à la charge du client qui achète.
M : Pensez-vous à d'autres éléments d'information qui pourraient apparaître sur ce logo ?

PI : Je trouve que ce logo est assez nu. Il serait peut-être intéressant d'ajouter l'aspect écologique si on veut inciter les gens à réparer leurs produits. Peut-être une terre pour montrer que ça aide à sauver la planète.
M : Si vous deviez baser votre décision d'achat sur le caractère réparable d'un produit, à quelles informations voudriez-vous avoir accès ? Quelles informations voudriez-vous retrouver sur le produit ou sa fiche descriptive ?
PI : Les endroits où aller faire réparer mes produits.
M : Voici un tableau présentant un score de réparabilité pour différents produits. Au plus ce score de réparabilité est élevé au plus le produit sera facile à réparer et au moins le coût de la réparation sera élevé. Que pensez-vous d'un score de réparabilité ?
PI : C'est pas mal pour avoir une idée du prix de la réparation.
M : Selon vous, un score de réparabilité est-il plus parlant qu'un logo « produit réparable » ?
PI : Non parce que cela ne me donne toujours pas le prix.
M : Quelles questions vous posez-vous quand vous voyez ce genre de score ?
PI : Sur quels critères se sont-ils basés pour attribuer ce score. Je ne sais pas ce que 1, 4, 7 ça veut dire.
M : Est-ce que ce genre de score pourrait influencer votre choix de produit ?
PI : Non, je ne crois pas. Pour moi ce score ne veut pas dire grand-chose.

ATTITUDE/INTENTION D'ACHAT

M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de ce produit ? Comment ?
PI : Je trouve ça intéressant de savoir qu'il est réparable mais je suis convaincue qu'ils sont tous réparables. Maintenant chez quelqu'un qui n'est pas du tout dans l'optique de réparer, peut-être que ça va lui ouvrir l'esprit par rapport à une réparation.
M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de cette marque ?
PI : Non je trouve qu'ils devraient tous l'avoir d'office.
M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque pourrait changer la perception que vous avez des autres marques ?
PI : Je pense que les marques qui utilisent ce genre de logo sont peut-être des marques qui ont une vue sur le marché peut-être plus importante. Peut-être moins les plus petites marques ou celles de bas prix. Le logo, pour moi, ne veut pas dire que celui qui n'en a pas n'est pas réparable.
M : Selon vous, une marque qui utilise le logo « produit réparable » est-elle supérieure ou inférieure à une autre marque qui n'utilise pas ce logo ?
PI : Non je pense qu'ils ont simplement un peu en tête l'écologie, la planète et pas cette hyperconsommation qui est vraiment maintenant, je prends, je jette.
M : Selon vous, si une entreprise utilise ce logo pour une partie des produits de la catégorie, cela risque-t-il de détériorer l'image des autres produits de la catégorie ?
PI : Non mais je me demanderais pourquoi.
M : Dans quelle mesure l'information de réparabilité pourrait influencer votre choix ?
PI : Je vais d'office acheter quelque chose de réparable à condition que cela reste accessible au niveau prix.
M : Qu'est-ce qui pourrait faire que vous considéreriez l'information de réparabilité dans vos critères de choix au moment de l'achat ?
PI : Si j'ai déjà eu avant ça un électroménager qui est beaucoup tombé en panne. Pour le suivant je vais faire attention à la réparabilité, me poser la question de savoir s'il est réparable ou pas.
M : Vous avez cité pas mal de critères que vous prenez en compte pour choisir un produit, notamment la capacité électrique, le poids et le prix. La réparation ou la durée de vie ne sont pas apparues. Pourquoi pensez-vous privilégier l'ensemble des informations suivantes par rapport à la réparation ?
PI : Je ne privilégie pas, c'est le marché qui est comme ça. Quand on achète un fer à 70€, par exemple, et qu'il casse et qu'on veut le faire réparer, ils ne veulent pas. Ils disent qu'il n'est pas réparable. Je crois que c'est la faute du système de consommation. En-dessous d'un certain prix ce n'est pas possible de réparer.
M : Seriez-vous prête à payer un prix plus élevé pour pouvoir bénéficier de cet avantage de réparabilité ? Dans quelle mesure ? A quelle(s) condition(s) ?
PI : Je ne suis pas sûre mais ça dépend vraiment de l'électroménager, peut-être plus pour des gros électroménagers.
M : Dans quelle mesure est-ce que le coût potentiel de réparation est important dans votre décision d'achat ?
PI : Je n'y pense pas.
M : Contractez-vous parfois des assurances commerciales lors de l'achat d'électroménagers ?
PI : Jamais.

BOUNDARY CONDITION

M : Voici un ensemble d'images de produits, veuillez les trier en fonction du critère suivant : l'information réparable est applicable pour cette catégorie de produits

- Information applicable : Vêtements, frigo, machine à laver, aspirateur, vélo, voiture, grille-pain, iPhone, iPad.
- Information pas applicable : Brosse à dents, sèche-cheveux, appareil photos, rasoir.

M : Maintenant en fonction du critère suivant : l'information réparable est utile pour cette catégorie de produits.

- Information utile : Vêtements, frigo, machine à laver, aspirateur, vélo, voiture, grille-pain, iPhone, iPad, brosse à dents, sèche-cheveux, appareil photos, rasoir.

PI : Je les mets tous parce que si c'est noté je pourrais me renseigner. Après à moi de voir si c'est utile ou pas de faire réparer.

M : Maintenant en fonction du critère suivant : je pourrais considérer cette information pour cette catégorie de produits.

- Considération : Vêtements, frigo, machine à laver, aspirateur, vélo, voiture, grille-pain, iPhone, iPad, appareil photos.
- Pas de considération : Brosse à dents, sèche-cheveux, rasoir.

M : Triez ces profils en pensant à qui parmi ces personnages est susceptible (ou pas) de prendre en considération la réparation comme critère de choix.

- Considération : L'activiste, les personnes âgées, le pauvre, l'écologique, l'aventurier, le manuel.
- Pas de considération : La famille nombreuse, la fashion, personne qui n'a pas le temps, un jeune.
- Au milieu : Le riche, l'homme, la femme.

PI : J'ai envie de les mettre au milieu, il y aura des gens qui vont considérer cette information et d'autres pas.

M : Nous voilà arrivé à la fin de la discussion. Voici les éléments qui se sont dégagés lors de cette interview. Lorsque vous devez acheter un appareil électroménager, les critères que vous prenez en compte sont la capacité électrique, le poids et le prix. L'esthétique et les influences de la mode sont un peu plus accessoires. Vous recherchez généralement des informations sur les produits avant de les acheter, d'abord en magasin et puis vous vérifiez l'exactitude de cette information sur internet. Vous allez souvent attendre les soldes pour acheter un produit. Vous n'aviez jamais vu le logo produit réparable et pour vous il signifie que le produit est réparable pendant 10 ans. Vous n'avez aucun doute sur ce logo. Ce logo nécessiterait un texte explicatif pour être compris qui comprend notamment que le coût de la réparation est à la charge du consommateur. Pour vous un score de réparabilité n'aura pas vraiment d'influence sur vos achats. Ai-je bien tout compris ?

PI : Oui. Concernant l'esthétique, parfois ce critère est important lorsque le produit est visible. Ce qui serait intéressant aussi c'est de connaître les coûts des réparations.

M : Auriez-vous des critiques à émettre par rapport à cette interview ?

PI : Non ça m'a permis de réfléchir comment je fonctionnais.

M : Un grand merci !

Retranscription entretien 5

Mathilde : Bonjour, cet entretien est réalisé dans le cadre de mon travail de fin d'études et a pour objectif de comprendre votre comportement et intention d'achat par rapport à des petits et gros électroménagers. Toutes les informations que vous me communiquerez sont utiles pour ma recherche. Si l'une des questions vous gêne ou vous embarrasse n'hésitez pas à me le faire savoir. Afin de pouvoir retranscrire cette interview, puis-je vous demander votre accord afin d'enregistrer notre conversation ?

Personne interrogée : Pas de problème.

M : Néanmoins, votre identité restera totalement confidentielle. Cet entretien se déroulera en différentes parties et durera approximativement 3/4 d'heure à 1 heure.

ECHAUFFEMENT

M : Avant d'entrer dans le vif du sujet pouvez-vous vous présenter ?

PI : Je suis [redacted]. J'ai 55 ans. J'ai 4 enfants. Je travaille dans une société qui organise des événements dans le secteur de l'automobile.

M : Pouvez-vous revenir sur votre dernier achat de petit ou gros électroménager au cours de ces 12 derniers mois ?

PI : Je n'ai pas fait d'achat d'électroménager au cours de ces 12 derniers mois.

M : Quelle est votre intention d'achat de petit ou gros électroménager dans les 6 mois à venir ?

PI : Une machine à café.

M : Pourquoi voulez-vous acheter ce produit ?

PI : Parce que la mienne arrive en bout de vie et donc voilà il faut que je la renouvelle.

M : En bout de vie cela veut dire qu'elle ne fonctionne plus ?
PI : Elle fonctionne encore mais moins bien parce que le café ne coule plus assez vite et j'ai beau la détartrer ça ne suffit pas.
M : Comment allez-vous choisir ce produit ? Quels critères allez-vous prendre en compte ?
PI : La qualité, le design et le prix.
M : Plus spécifiquement, quel a été le facteur clé dans votre décision d'achat ? Qu'est-ce qui a fait que vous vous êtes dit je dois acheter une nouvelle machine à café ?
PI : Justement, que le café ne coule plus correctement et donc voilà la machine n'est plus optimale et donc c'est embêtant.
M : Quels sont les facteurs qui sont plus accessoires dans votre décision d'achat ? Auxquels vous allez porter moins attention ?
PI : La taille je dirais.

CRITERES DE CHOIX

M : Avant d'effectuer cet achat de machine à café, à quels critères pensez-vous cette fois-ci que le consommateur en général fait généralement attention ?
PI : Le prix.
M : Rien d'autre ?
PI : La marque, le design ou la couleur.
M : Selon vous, quels sont les principaux critères d'achat auxquels le consommateur de nouveau ici en général fait moins attention lorsqu'il achète un appareil électroménager ?
PI : Cela peut être le design et la taille quoique ça peut être important aussi, il faut pouvoir le mettre quand même à un endroit mais bon ça peut être moins important.
M : Ces critères, selon vous, sont-ils les mêmes pour un petit et un grand électroménager de nouveau pour le consommateur en général ?
PI : Non pas forcément parce qu'un gros, par exemple un aspirateur, je pense que là justement la taille c'est important parce qu'il faut le porter donc le poids est important aussi dans ces cas-là. Donc non je pense qu'en fonction de chaque appareil qu'on achète l'importance des critères varie.
M : Ces critères pourraient-ils varier en fonction d'un consommateur à un autre ?
PI : Absolument.
M : Comment par exemple ?
PI : Déjà le prix, je pense que le prix varie d'une personne à l'autre en fonction de son budget. Il y en a qui trouvent que ce n'est pas important et d'autres oui. Donc ça peut être un critère prioritaire ou non.

RECHERCHE D'INFORMATION

M : Comme vous me l'avez mentionné, vous avez l'intention d'acheter une machine à café. Avez-vous l'intention de rechercher des informations sur le produit avant de l'acheter ?
PI : Oui de préférence oui.
M : Quel genre d'informations ?
PI : Déjà voir quelle est sa réputation donc faire une petite étude de marché sur les marques qui ont bonne réputation et aussi évidemment voir quel est le meilleur rapport qualité-prix. Par exemple, en regardant sur Test Achats ou sur un forum sur internet afin d'avoir les avis des consommateurs sur différents modèles.
M : Lorsque le moment d'acheter le produit va arriver est-ce que vous allez encore chercher d'autres informations sur le produit ?
PI : Je vais voir s'il y a des promotions à gauche ou à droite avant d'aller justement voir dans quel magasin je vais aller. Si jamais il y a une promotion dans le modèle que j'ai choisi oui j'en tiendrai compte.
M : Lorsque vous considérez l'achat d'un produit électroménager, avez-vous pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : Oui oui.
M : Pourquoi ?
PI : Parce que justement là on parle de machine à café mais comme je pensais acheter un Karcher, il y a des critères techniques et de puissance, par exemple, qui sont importants. Dans la machine à café, c'est semblable, il y a des critères importants parce qu'en fonction de ces critères elle peut fonctionner plus longtemps ou pas.
M : Donc, par exemple, pour la machine à café ça pourrait être le critère de puissance ?
PI : Oui oui effectivement, la puissance ou également ce que ça consomme en électricité quoique pour une machine à café je pense que ce n'est pas très important. C'est plus important pour certains autres électroménagers, plus gros. C'est important de savoir quelle est la consommation pour un l'aspirateur, par exemple. Quoi d'autre, qu'est ce qui est encore important. S'il y a des accessoires ou quelles sont toutes les possibilités d'utilisation pour la machine à café. Est-ce qu'elle fait une petite tasse, une grande tasse ou est ce

qu’elle fait d’autres types de café comme le capuccino ou du thé. Maintenant, avec les machines à café il y a beaucoup plus de possibilités qu'avant.
M : Ces informations sont-elles différentes en fonction d'un petit et un d’un gros électroménager ?
PI : Oui je trouve que oui, en fonction de l'achat on fait attention à d'autres critères. Comme je disais la tout à l'heure, un gros électroménager, par exemple, l'aspirateur, on va tenir plus compte du poids parce qu'on doit le porter donc le poids est important tandis que la machine à café pas du tout parce qu’on la met quelque part dans un coin et après on y porte plus attention donc c'est moins important.
M : Selon vous, quelles sont les informations que le consommateur en général recherche avant d'acheter un produit électroménager ?
PI : Je pense que les critères les plus importants c'est le prix, la marque et bien sûr les spécificités techniques mais les deux choses les plus importantes à mon avis c'est le prix et la marque.
M : Selon vous, le consommateur en général a-t-il pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : Une partie des consommateurs oui mais à mon avis même si c'est de plus en plus je pense qu'il y a une moitié des consommateurs qui le font et une autre moitié ne le font pas.
M : Pourquoi ?
PI : Parce que je pense que le critère primordial chez la majorité des consommateurs c'est le prix et donc une fois que le prix est bas même si les spécificités techniques sont lues je pense que le prix est plus important.
M : Selon vous, quelles sont les informations auxquelles le consommateur en général fait attention sur les étiquettes et les fiches descriptives des produits électroménagers ?
PI : La puissance, la consommation électrique et puis tous les accessoires qui font partie de l'électroménager.
M : Vous devez acheter une nouvelle machine à café, un ami vous parle du modèle suivant. Avez-vous accès à l'ensemble des informations nécessaires pour prendre votre décision d'achat ? N'hésitez pas à faire des commentaires à voix haute pendant que vous lisez la fiche.
PI : On parle de design, on parle de ce qu'il y a moyen de faire, la mousseur, le lait intégré. C'est très restreint comme explication technique. Le prix oui. Il n'y a pas la puissance mais je ne sais pas si c'est très important pour une machine à café.
M : Quel est l'élément de cette fiche produit qui est le plus important pour vous ?
PI : Que c'est une machine Nespresso et que la marque est Krups. C'est sûr que c'est la première chose qu'on voit « Krups-Nespresso ».
M : Donc c'est la notoriété de la marque ? Le fait que la marque soit connue ou juste quand vous regardez une fiche produit, la marque c'est la première chose que vous allez regarder ?
PI : Oui, c'est vrai que c'est la première chose que je vais regarder.
M : Quels éléments sont absents pour guider votre choix d'achat ?
PI : Une partie des spécificités vraiment techniques je trouve. Je trouve qu'il n'y a rien au niveau technique.
M : Autre chose ?
PI : Non, il y a la couleur, on sait faire de la mousse de lait, on parle qu’il est chic mais ça c’est très subjectif, on parle du design et que la manière de l’utiliser est intuitive et conviviale.
M : Est-ce qu'il y a des informations supplémentaires encore auxquelles vous voudriez avoir accès à part le fonctionnement technique ?
PI : On ne parle pas, par exemple, du détartrage, on pourrait éventuellement en parler parce que c’est quand même un problème dans les machines à café.
M : Pourquoi est-ce que les éléments suivants attirent ou n'attirent pas votre attention sur une fiche produit en général ? Le prix ? Est-ce que ça attire votre attention ou pas spécialement ?
PI : Oui oui, j'avais tout de suite vu. En fait, il y a 3 choses qu'on voit tout de suite, c'est la marque, le nom de l'appareil et le prix. C’est les 3 choses qu’on voit tout de suite.
M : Donc la marque attire aussi votre attention ?
PI : Oui.
M : L'apparence du produit, est-ce que ça attire votre attention ?
PI : Oui parce qu’il y a une photo.
M : Le fonctionnement du produit ?
PI : C’est écrit dans le descriptif mais sans vraiment expliquer. On dit que c'est simple mais il n'y a pas d'explications.
M : Donc, en général, c’est quelque chose qui attire votre attention ?
PI : Aujourd'hui de moins en moins parce que, en général, l'utilisation est tellement simple qu'on n'a plus besoin d'explications.

M : La durée de la garantie ? Ici ce n'est pas écrit mais est-ce que c'est quelque chose qui attire votre attention en général ?
PI : En général, quand on ne le met pas on sait que légalement c'est 2 ans. Donc quand on ne l'indique pas c'est qu'il n'y a pas d'extension de la garantie donc quelque part ce n'est pas utile.
M : Mais s'il y avait une extension de la garantie légale et que c'était écrit c'est quelque chose qui attirerait votre attention ?
PI : Oui, ça peut être un élément positif supplémentaire.
M : Des avis extérieurs sur le produit ? Est-ce que ça pourrait attirer votre attention ?
PI : Sur une fiche comme ça honnêtement non parce que je trouve que ça ne fait pas très vrai. On ira soi-même sur Internet chercher des avis extérieurs, on va voir sur des forums. Ici, si la marque l'indique personnellement je ne vais pas prendre ça pour une information objective.
M : Pourquoi ?
PI : Parce que c'est la marque qui a créé la fiche technique donc c'est dirigé.
M : Est-ce que l'année du modèle attirerait votre attention ?
PI : L'année du modèle, honnêtement non.
M : Pourquoi ?
PI : Parce que je n'ai pas besoin forcément du dernier cri. Ca c'est très personnel.
M : La consommation énergétique ?
PI : Oui ça j'en ai déjà parlé.
PI : Après tous ces critères, est-ce que vous pensez à d'autres critères qui attireraient encore votre attention ?
M : J'avais parlé de la puissance parce que je pense que dans ces appareils il y a quand même des puissances différentes qui font que le café est plus ou moins mousseux par exemple.

AVANTAGES ET INCONVENIENTS DE L'INFORMATION DE REPARABILITE/DU CRITERE DE REPARABILITE

M : Pouvez-vous compléter la dernière bulle des 2 planches de BD suivantes. Il y a une planche devant et une planche derrière. Pouvez-vous lire et compléter une planche de BD à la fois pour que je comprenne bien votre argument.
PI : Donc l'amie dit qu'elle a vu que pour l'appareil il y a un service qui est inclus, c'est-à-dire les réparations. Évidemment : intégrer le prix des réparations sur 10 ans me semble très intéressant.
M : Et alors la planche derrière ?
PI : N'importe quoi : encore une publicité mensongère, qu'est-ce qu'ils ne vont pas nous inventer pour nous vendre leurs appareils.
M : Êtes-vous davantage en faveur des arguments de Lucie qui est plutôt pour ou de Marie qui est plutôt contre ?
PI : C'est très abstrait donc je pourrais être pour les deux mais si j'avais plus d'informations parce que ça peut être bien d'avoir le service all-in mais ça dépend du prix. Comme ici il n'y a pas d'informations sur le prix ni sur le modèle, je n'ai pas beaucoup d'éléments en main mais je pourrais avoir tendance à dire que oui c'est encore une publicité pour essayer de nous vendre quelque chose mais après s'il y a des petites inscriptions en tout petit qu'on n'aurait pas vues on peut se faire avoir.
M : Donc vous auriez besoin d'un peu plus d'informations pour pouvoir prendre position ?
PI : Oui.
M : Si vous aviez plus d'informations et que vous étiez plutôt pour, est-ce que ça pourrait influencer votre choix d'achat ?
PI : Si le prix reste correct malgré qu'on inclut 10 ans de réparation, absolument. C'est un calcul à faire. Si le pourcentage du prix supplémentaire par rapport au prix initial du même appareil ailleurs est trop élevé alors non.
M : Y a-t-il d'autres indicateurs qui sont plus importants pour vous que la réparabilité ?
PI : Oui les fonctions premières, c'est-à-dire les forces de l'appareil. Ici on parle de machine à laver donc le but c'est que ça nettoie bien. Il faut un ensemble de critères qui font que l'appareil fonctionne bien mais qu'il ne soit pas à un prix abusif.
M : Est-ce que, par exemple, la durabilité, le fait qu'un produit dure longtemps pourrait être plus important pour vous que le fait que les produit soient réparables ?
PI : C'est certain que l'obsolescence programmée serait moindre. C'est sûr que c'est très important actuellement. On a une prise de conscience que la durabilité dans notre société de consommation oui c'est très important. Maintenant, s'il dure ou s'il tourne bien mais qu'il ne nettoie plus je ne vois pas l'intérêt.

SIGNIFICATION DU TERME REPARABILITE

M : Voici un exemple de logo « produit réparable ». L'avez-vous déjà vu ?
PI : Non.
M : Qu'est-ce que ce logo signifie à votre avis ?

PI : Ca pourrait vouloir dire plusieurs choses, qu'il est réparable pendant 10 ans mais après ça pourrait être de l'obsolescence programmée de nouveau. Cela voudrait dire qu'après 10 ans on ne sait plus le réparer. Comme il y a aucune information c'est un peu comme un indicateur sur la route. Cela manque quand même d'informations parce que ok 10 ans, produit avec un tournevis qu'on peut réparer pendant 10 ans. Moi je le prendrais comme ça qu'après 10 ans on ne sait plus le réparer.
M : Et pendant ces 10 ans s'il y a ce logo sur un produit qu'est-ce que ça veut dire ?
PI : Mais ça pourrait être que c'est inclus dans le prix de l'achat mais ça doit être dit dans ces cas-là. Là c'est pas clair.
M : Et donc ça pourrait être le fait qu'un technicien se déplace ou qu'il y ait des pièces détachées disponibles ?
PI : Que oui dans le prix est inclus la réparation mais encore une fois sans explications parce que souvent ce n'est pas toutes les pièces qui sont incluses dans la réparation. Et puis le déplacement du technicien ça aussi. Donc voilà il y a sûrement des conditions et ça demande des explications.
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques du produit sur lequel se trouve ce logo ?
PI : Je pense une machine à laver par exemple. En tout cas un produit qui est difficile à transporter, pour lequel il faut que quelqu'un se déplace.
M : Selon vous quelles sont les caractéristiques de la marque qui utilise ce logo sur ses produits ?
PI : C'est une société qui est capable d'avoir un service de techniciens. Ca doit être une marque connue qui a une infrastructure suffisante pour pouvoir offrir ce service et pas uniquement des techniciens agréés. C'est intégré à la marque.
M : Lorsque vous voyez ce logo cela induit-il un certain doute chez vous par rapport au produit ou à la marque ?
PI : Non parce que c'est dans l'air du temps et donc quelque part non. C'est une marque qui a envie d'aller dans son temps donc je trouve que c'est plutôt positif.
M : Selon vous, c'est la marque ou vous qui paierez la réparation si ce logo se trouve sur un produit ?
PI : Tout est possible.
M : Il faudrait un peu plus d'informations ?
PI : Oui oui parce que comme je disais, il y a les pièces et il y a le déplacement et en général c'est pas tout. Donc soit c'est l'un, soit c'est l'autre mais c'est très rarement et le déplacement et les pièces qui sont inclus dans ce genre de service.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa qualité ?
PI : Je pense que si une marque met ça en avant c'est que son produit doit être de qualité parce que sinon ce ne serait plus rentable pour elle de vendre ce genre d'appareils si pendant 10 ans elle doit intervenir plusieurs fois donc c'est un calcul qui a été fait. Donc je pense que ça doit correspondre à une marque de qualité.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa fiabilité ?
PI : C'est un peu la même chose donc je pense que ça veut dire que c'est un produit fiable.
M : La conséquence sur le produit et sa durabilité ?
PI : C'est un peu pareil aussi c'est que si on dit qu'ils sont réparables pendant 10 ans ça veut dire qu'ils vont tenir 10 ans parce que sinon on ne mettrait pas qu'il est réparable. Donc si on dit qu'il est réparable c'est qu'il va d'office tenir 10 ans.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur la marque et sa stratégie ?
PI : C'est qu'elle veut s'inscrire dans la durabilité puisqu'on parlait souvent de 7 ans et là on parle de 10 ans. Si un appareil peut tenir 10 ans tout en étant réparé et que ça soit rentable pour la marque c'est que c'est de qualité et que c'est rentable pour la marque donc je pense que c'est positif.
M : Selon vous cette information est-elle positive ou négative ?
PI : Positive.
M : Pourquoi ?
PI : Parce que ça rentre dans la durabilité de la marque et donc elle veut montrer qu'elle produit des appareils durables.
M : Pouvez-vous lire la page web du site SEB sur la réparation ? N'hésitez pas à énoncer à voix haute les questions que vous vous posez en découvrant cette page ainsi que les commentaires que vous avez.
PI : C'est un peu tout ce qu'on disait avant donc SEB veut s'engager auprès du grand public en disant que ses appareils sont durables et sont donc réparables pendant 10 ans. Prouver que oui que ce sont des appareils de qualité et qu'il ne faut pas gaspiller, qu'on ne doit pas racheter des appareils moins que tous les dix ans. C'est ce que je comprends. C'est pour éviter le gaspillage. C'est vrai que quand on fait réparer un appareil souvent on le remplace complètement plutôt que de le réparer et donc ici on met en avant qu'on répare juste les pièces qui sont défectueuses et qu'on ne va pas complètement tout changer. Ca s'inscrit vraiment pour éviter le gaspillage et au moindre coût parce qu'effectivement régulièrement quand on va faire réparer un appareil on nous dit qu'il n'est plus réparable et du coup on doit racheter un nouveau ou bien on a un montant qu'on peut récupérer mais

bon on jette à la poubelle donc c'est du gaspillage. Donc ici si on peut le faire réparer pendant 10 ans avec certitude c'est vraiment pour s'inscrire dans la durabilité. On explique que ce n'est pas du vent parce que c'est vrai qu'encore une fois ça pourrait être de la publicité mensongère et donc on explique que les pièces, parce que c'est vrai que les modèles sont changés très régulièrement, chaque année voir tous les deux ans et que donc quand un modèle est abandonné on ne sait plus le faire réparer parce que les pièces n'existent plus et donc ici ils s'engagent à garder les pièces d'une certaine référence pendant 10 ans pour qu'on puisse continuer à le faire réparer. Pour prouver que ce qu'ils avancent est juste et exact, pour inspirer la confiance auprès des consommateurs. Et donc aussi rapidement parce que ça c'est vrai qu'aujourd'hui tout doit toujours aller vite donc si on doit attendre un mois pour faire réparer son appareil ça ce n'est pas intéressant non plus. C'est tous les éléments qui sont importants pour le consommateur, il y a le prix, la rapidité de l'intervention et la conservation pendant dix ans des pièces pour le réparer. Donc ici c'est des réparateurs agréés, c'est pour faciliter au consommateur de trouver un réparateur proche de chez lui et donc pour avoir un service optimal. C'est encore tous des éléments pour prolonger la durée de vie d'un appareil. Ca c'est l'avenir évidemment les impressions 3 ou 4D. C'est sûr que ça permet de continuer à produire des pièces à la demande et ne pas les produire sans savoir s'il va encore y avoir des pannes ou des réparations à faire. Donc si ça peut être produit au fur et à mesure des demandes c'est encore mieux pour éviter le gaspillage et pour aller le plus longtemps possible dans le temps pour réparer des anciens modèles qui ne seraient plus commercialisés.
M : Que pensez-vous de cette page explicative faite par SEB sur son action de réparation ?
PI : C'est pas mal. Moi j'avoue que je n'avais encore jamais lu ce genre de chose. Je ne sais pas si c'est très répandu mais je trouve que c'est pas mal. C'est quelque chose auquel nous on n'a pas encore accès mais dont on parle depuis quelques années. Mais si on fait appel à des appareils qui permettent de produire à l'infini des pièces, puisque c'est comme une espèce de machine à photocopier, c'est magnifique.
M : Est-ce que cette page explicative vous éclaire sur certains points ?
PI : Oui on parle de fournitures à vie, de pièces plastiques. On sait tous que les pièces plastiques en principe on ne sait pas les ouvrir parce qu'elles cassent donc là si on sait fabriquer ces petites pièces plastiques avec cet appareil en 3D, encore une fois comme je disais même si l'appareil n'est plus vendu, on peut encore le réparer et on peut prolonger la vie de ces appareils auxquels on tient finalement. On a pas forcément envie de le remplacer par un nouveau.
M : Y a-t-il des éléments sur cette page explicative qui vous étonnent ou qui vous surprennent ?
PI : J'ai lu qu'ils testent depuis 2016 donc ça fait déjà trois ans.
M : Y a-t-il des informations ou des éléments auxquels vous n'auriez pas pensés, qui sont présentés sur cette page ?
PI : L'impression 3D, je ne savais pas qu'on parlait déjà de ça dans l'électroménager donc c'est pas mal. Ici c'est contraire, ici les pièces sont là, on les a déjà produites, ce n'est pas du 3D donc là effectivement il va y avoir du déchet encore mais bon les pièces sont là donc c'est pour garantir sur une plus longue durée la réparation. Mais je pense que le système 3D est plus en phase avec la lutte contre l'obsolescence programmée.
M : Êtes-vous d'accord avec tout ce qui est dit sur cette page ?
PI : Je ne vois pas vraiment de choses avec lesquelles je ne suis pas d'accord. Peut-être « fournitures à vie » ça ne va pas amener nos produits à vie de toute façon parce qu'il y a un moment où de toute façon ils vont quand même rendre l'âme.

FORMAT DE L'INFORMATION REPARABILITE

M : Revenons sur le logo « produit réparable ». Selon vous, ce logo requiert-il un texte explicatif pour être compris ?
PI : Oui.
M : Avec quoi par exemple ?
PI : Si c'est purement informatif que le produit qu'on achète est réparable 10 ans ou si c'est une garantie qui doit être payée.
M : Donc si c'est un service qui est gratuit ou s'il faut payer pour y avoir accès ?
PI : Oui.
M : D'autres choses ? Le fait que ce logo soit présent sur un produit quel droit cela nous donne ?
PI : J'imagine que si on nous annonce endéans les 10 ans qu'il est cassé, à quoi ça nous donne droit puisque ce serait faux si on ne savait plus le réparer. Donc là ça mérite aussi une information, si on est remboursé ou si on remplace l'appareil s'il s'avère qu'avant le terme des 10 ans il ne soit plus réparable.
M : Pensez-vous à d'autres éléments qui pourraient apparaître directement sur le logo ?
PI : S'il faut se débrouiller ou s'il y a l'intervention d'un technicien pour la réparation. Comment avoir accès à la réparation.

M : Si vous deviez baser votre décision d'achat sur le caractère réparable d'un produit, à quelles informations voudriez-vous avoir accès ? Quelles informations voudriez-vous retrouver sur le produit ou sa fiche descriptive ?
PI : Ce que ça inclut le fait qu'il soit réparable et si avant les 10 ans il est cassé là aussi ce qui se passe. Pas le prix puisque de toute façon maintenant c'est réparable point barre donc le prix c'est le prix.
M : Voici un tableau présentant un score de réparabilité pour différents produits. Au plus ce score de réparabilité est élevé au plus le produit sera facile à réparer et au moins le coût de la réparation sera élevé. Que pensez-vous d'un score de réparabilité ?
PI : C'est intéressant de savoir que le premier, par exemple, il n'y a aucune chance ou très peu de chances qu'on puisse le faire réparer. C'est intéressant.
M : Selon vous un score de réparabilité est-il plus parlant qu'un logo produit réparable ?
PI : Oui, sauf qu'il faut savoir sur quoi on se base parce qu'encore une fois voilà ok on voit le 1 et le 7 donc c'est 7 fois plus réparable que le 1 mais sur quoi est-ce qu'on se base pour donner une note de 1 à 7. Il faut connaître les critères qu'on a pris pour noter.
M : Quelles questions vous posez-vous quand vous voyez ce genre de score ?
PI : Sur quoi on s'est basé pour donner une note de 1 sur un appareil et une note de 7 sur un autre. Quels sont les facteurs qu'on a comparés. Quelles sont les caractéristiques sur lesquelles ils se sont basés pour pouvoir donner une note.
M : Est-ce que ce genre de score pourrait influencer votre choix de produits ?
PI : Oui.
M : Pourquoi ?
PI : On est tous amené à avoir une panne sur nos appareils et donc si on sait que le score est plus élevé, on sait qu'il y a plus de chances qu'on va pouvoir le garder plus longtemps. Donc c'est important.

ATTITUDE/INTENTION D'ACHAT

M : Est-ce que la présence d'un logo produit réparable sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de ce produit ?
PI : Oui.
M : Comment ?
PI : C'est toutes des choses nouvelles qu'on ne voit pas pour l'instant donc c'est quelque chose à partir du moment où ça sera généralisé, je pense que ça fera partie des choses importantes qui feront partie de la décision d'un achat.
M : Est-ce que la présence d'un logo produit réparable sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de cette marque ?
PI : Oui aussi pareil.
M : Pour les mêmes raisons ?
PI : Oui.
M : Est-ce que la présence d'un logo produit réparable sur un produit d'une certaine marque pourrait changer la perception que vous avez des autres marques ? Par exemple, si une marque utilise ce logo et une autre pas ?
PI : Oui, encore une fois c'est quelque chose qu'on ne voit pas mais je suis convaincue que si ça se généralise ou que ça devient obligatoire ça fera partie de la sélection des achats parce que voilà on a tous envie d'acheter moins souvent des appareils et on a envie que les appareils durent plus longtemps et qu'on puisse effectivement les réparer.
M : Selon vous une marque qui utilise le logo produit réparable est-elle supérieure ou inférieure à une autre marque qui n'utilise pas ce logo ?
PI : Pas forcément parce que ce n'est pas parce qu'elle en parle qu'elle est meilleure. Il y en a peut-être qui n'en parlent pas mais qui sont tout aussi bonnes. Ce ne sera qu'à partir du moment où ça sera légalement obligatoire qu'on pourra avoir une opinion objective vis-à-vis de toutes les marques. Parce que si certaines le font et d'autres pas c'est leur choix donc je pense qu'on pourra se faire une opinion qu'à partir du moment où ça deviendra quelque chose de répandu, légal et donc que toutes les marques soient obligées de communiquer comme ça.
M : Selon vous si une entreprise utilise ce logo pour une partie des produits de la catégorie cela risque-t-il de détériorer l'image des autres produits de la catégorie ?
PI : Ca peut éventuellement parce qu'on pourrait se dire que c'est pour cacher quelque chose là où ils n'en parlent pas et de mettre en avant là où ils en parlent.
M : Dans quelle mesure l'information de réparabilité pourrait influencer votre choix ?
PI : Je pense qu'une fois que cette information sera communiquée partout, elle l'influencera très fort.
M : Vous avez cité pas mal de critères que vous preniez en compte pour choisir un produit, comme, notamment, la qualité, le design, le prix, la marque ou encore les spécificités techniques. La réparation ou la durée de vie ne

sont pas apparues. Pourquoi pensez-vous privilégier l'ensemble des informations suivantes par rapport à la réparation ?
PI : En fait la durabilité on peut la mettre dans la qualité parce que ça fait partie du critère de qualité même si je ne l'ai pas cité parce que c'est vrai que ça ne m'est pas passé par la tête mais un produit de qualité en principe il tombe moins en panne qu'un qui est de qualité moindre. Donc voilà c'est un élément qui rentre en compte dans la qualité.
M : Et au niveau de la réparation ? Pourquoi est-ce que vous privilégiez ces critères par rapport à la réparation ?
PI : Je n'y ai pas pensé.
M : Mais donc ça pourrait être un élément auquel vous faites attention au moment où vous allez acheter un produit ?
PI : A l'avenir oui probablement.
M : Seriez-vous prête à payer un prix plus élevé pour pouvoir bénéficier de cet avantage de réparabilité ?
PI : Oui.
M : Dans quelle mesure ?
PI : Ca dépend du prix de base. Je dirais un pourcentage oui tout à fait.
M : Et à quelles conditions ?
PI : Que ça n'excède pas un pourcentage du prix de base.
M : Dans quelle mesure est ce que le coût potentiel de réparation est important dans votre décision d'achat ?
PI : Ca dépend de l'appareil déjà aussi. La majorité c'est important mais dans quelle mesure je ne sais pas dire.
M : Contractez-vous parfois des assurances commerciales lors de l'achat d'électroménager ?
PI : Pour un téléphone oui pour casse, vol et perte.
M : Et pas pour d'autres produits ?
PI : Non.

BOUNDARY CONDITION

M : Voici un ensemble d'images de produits. Est-ce que vous pouvez les trier en fonction du critère suivant : l'information réparable est applicable pour cette catégorie de produits ?
PI : Ca va être tous à mon avis.
M : C'est possible.
PI : Là j'ai envie de le mettre entre les deux parce que je vois bien que c'est les vêtements, oui c'est réparable en général mais quand c'est déchiré non. Sinon le reste à priori tous.
M : Maintenant en fonction du critère suivant : l'information réparable est utile pour cette catégorie de produits.

- Utile : frigo/vélo/machine à laver/rasoir/aspirateur/appareil photos/voiture/grille-pain/iPhone/iPad.
- Pas utile : vêtements/brosse à dents/sèche-cheveux.

M : Maintenant en fonction du critère suivant : je pourrais considérer cette information pour cette catégorie de produits.
PI : Considérer pour prendre ma décision ?
M : Oui.
PI : C'est un peu la même chose que ça (utile/pas utile).
M : Pour tous les produits ?
PI : Oui.
M : Est-ce que vous pouvez trier ces profils en pensant à qui parmi ces personnages est susceptible ou pas de prendre en considération la réparation comme critère de choix.

- Prise en considération : L'écologique, l'aventurier, l'activiste.
- Pas de prise en considération : La fashion, le pauvre, le riche, les personnes âgées.
- Au milieu : Personne qui n'a pas le temps, le manuel, l'homme, la femme, la famille nombreuse.

M : Pour quelqu'un qui n'a pas de sous, pourquoi pensez-vous qu'il ne considérerait pas spécialement l'information de réparabilité ?
PI : Je crois que ce n'est pas sa priorité. Il a d'autres priorités avant de penser à la durabilité et être conscient de ces choses-là.
M : Donc il préfèrera acheter un nouveau produit plutôt que d'essayer de réparer son appareil qui ne fonctionne plus ?
PI : Oui il achètera un produit pas cher, donc il y a moins de chances qu'il soit réparable.
M : Nous voilà arrivé à la fin de la discussion. Voici les éléments qui se sont dégagés lors de cet entretien. Vous faites plutôt attention à la qualité, au design, au prix, à la marque ou encore aux spécificités techniques lorsque vous devez acheter un nouvel appareil électroménager. La taille est un critère un peu plus accessoire. Lorsque vous devez acheter un nouveau produit électroménager vous faites des recherches avant de l'acheter. Vous essayez notamment de trouver des informations sur sa réputation grâce à des recherches sur des forums ou via

Test Achats. En ce qui concerne le logo produit réparable vous ne l'aviez jamais vu et au niveau de la signification vous dites que c'est réparable pendant 10 ans mais que cette information n'est pas assez claire et que le logo nécessite un texte explicatif pour être compris notamment sur l'intervention des techniciens ou comment avoir accès à cette réparation. Au niveau du score de réparabilité vous trouvez ça intéressant mais vous voudriez connaître les facteurs et les caractéristiques qui sont pris en compte pour cette échelle. Ai-je bien tout compris ?
PI : Oui.
M : Avez-vous quelque chose à ajouter. Auriez-vous des critiques à émettre par rapport à cette interview ?
PI : Non non je n'ai pas forcément quelque chose à ajouter.
M : Un grand merci.

Retranscription entretien 6

Mathilde : Bonjour, cet entretien est réalisé dans le cadre de mon travail de fin d'études et a pour objectif de comprendre votre comportement et intention d'achat par rapport à des petits et gros électroménagers. Toutes les informations que vous me communiquerez sont utiles pour ma recherche. Si l'une des questions vous gêne ou vous embarrasse n'hésitez pas à me le faire savoir. Afin de pouvoir retranscrire cette interview, puis-je vous demander votre accord afin d'enregistrer notre conversation ?
Personne interrogée : Oui.
M : Néanmoins votre identité restera totalement confidentielle. Cet entretien se déroulera en différentes parties et durera approximativement 3/4 d'heure à 1 heure.
ECHAUFFEMENT
M : Avant d'entrer dans le vif du sujet, pouvez-vous vous présenter ?
PI : Je m'appelle [redacted]. J'ai 56 ans. Je suis maman de 3 garçons. J'habite La Hulpe. Je suis employée.
M : Pouvez-vous revenir sur votre dernier achat de petit ou gros électroménager au cours de ces 12 derniers mois ?
PI : Alors, les 12 derniers mois et bien je n'ai pas fait d'achat d'électroménager petit ou moyen.
M : Est-ce que vous avez l'intention de faire des achats dans les 12 mois à venir ?
PI : Alors oui, je compte acheter une taque électrique et j'ai mon fer à repasser qui a rendu l'âme il y a une semaine.
M : Pourquoi comptez-vous acheter ces produits ?
PI : Parce qu'ils sont tous les 2 en fin de vie.
M : Comment allez-vous choisir ces produits et quels critères vous allez prendre en compte ?
PI : En ce qui concerne la taque, j'ai une taque de marque Miele dont je suis très contente donc je vais de toute façon rester chez Miele et à mon avis je vais prendre une taque équivalente à ce que j'ai. En ce qui concerne le fer à repasser, là par contre je crois que je vais changer de modèle et je dois un peu me renseigner. Donc je vais faire un peu une étude de marché.
M : Quel est le facteur clé dans votre décision d'achat ?
PI : Alors, il y a quand même une question de prix au niveau général pour l'électroménager. Je suis quand même assez tentée de rester dans des marques qui sont un peu connues.
CRITERES DE CHOIX
M : Avant d'effectuer ce genre d'achat donc par exemple le fer à repasser ou la taque, à quels critères pensez-vous que les consommateurs en général font attention ?
PI : Tout cela dépend de la tranche de consommateurs. Je crois qu'il y a des gens qui font uniquement attention aux prix et puis si on a les moyens et la possibilité de choisir un peu ce qu'on veut alors j'imagine que chacun fait une étude de marché et voit ce qui lui correspond.
M : Selon vous, quels sont les principaux critères d'achat auxquels le consommateur en général fait attention lorsqu'il achète un produit électroménager ?
PI : C'est un peu la même question que la première.
M : Selon vous, ces critères d'achat sont-ils les mêmes pour un petit et un gros électroménager ?
PI : Ça je ne crois pas non, parce que le budget est différent et si on achète une taque et qu'on tourne aux alentours des 1000€ on fera peut-être attention. Un fer à repasser on est dans des budgets qui sont moins élevés donc là on peut peut-être, en effet, mettre un prix un peu plus élevé parce que le budget est différent.
M : Ces critères pourraient-ils varier en fonction d'un consommateur à un autre ?
PI : Sûrement oui, chacun a son budget et sait de quoi il dispose pour pouvoir faire son achat.
M : Y a-t-il, au contraire, selon vous, des critères d'achat auxquels le consommateur en général ne porte jamais attention lorsqu'il achète un petit ou gros électroménager ?
PI : Jamais, je ne sais pas.

M : Ou fait moins attention ?
PI : Non, je sais à quoi aujourd'hui les gens font de plus en plus attention. Je suppose que c'est la question suivante… C'est au niveau de la consommation de ce qu'on achète, avec les A++. Je crois qu'aujourd'hui les gens font de plus en plus attention à ça.

RECHERCHE D'INFORMATION

M : Comme vous me l'avez mentionné, vous comptez acheter un fer à repasser et une taque. Comptez-vous rechercher des informations sur ces produits avant de les acheter ?
PI : Tout à fait. C'est clair qu'en ce qui concerne la taque j'ai un excellent cuisiniste qui va me renseigner. Et en ce qui concerne le fer à repasser, je vais un peu faire le tour du marché, c'est-à-dire que je vais aller sans doute chez Vandenborre et je vais sans doute aller chez Mediamarkt et voir ce qu'ils me proposent.
M : Lorsque le moment de l'achat va arriver, allez-vous encore rechercher d'autres informations sur le produit ou la catégorie de produits que celles que vous aviez trouvées juste avant ?
PI : Non, une fois que j'aurai choisi non. Je ne vais pas y passer non plus des heures.
M : Lorsque vous considérez l'achat d'un produit électroménager avez-vous pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : Ça en fait, je commence à le faire, ce que je ne faisais pas du tout avant, justement en fonction de la consommation électrique, de la consommation d'eau, si c'est une machine à laver. Aujourd'hui ce sont des critères importants dans le choix des produits.
M : Les informations auxquelles vous portez généralement attention sur les étiquettes c'est la consommation énergétique et la consommation d'eau. Est-ce qu'elles pourraient être différentes entre un petit et un gros électroménager ?
PI : Un petit électroménager logiquement consomme moins qu'un sèche-linge. Non mais je crois que je ferais attention que ce soit un gros ou un petit.
M : Selon vous, en règle générale, quelles sont les informations que l'ensemble des consommateurs recherchent avant d'acheter un produit électroménager ?
PI : Je crois qu'il y a beaucoup de consommateurs qui achètent en fonction du prix. Et si on a un peu de moyens, à ce moment-là on fait attention à la consommation électrique, on fait peut-être attention plus à la marque. A mon avis c'est fort lié au budget dont on dispose.
M : Selon vous, le consommateur en général a-t-il pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : J'espère que les gens le font. Mais aujourd'hui aussi on a beaucoup plus de détails qu'avant, des détails techniques des produits. Donc si on s'y connaît un peu on a intérêt à comparer.
M : Selon vous, quelles sont les informations auxquelles le consommateur en général fait attention sur les étiquettes et les fiches descriptives des produits électroménagers ?
PI : On revient toujours un peu à la même chose, c'est la consommation.
M : Vous devez acheter une nouvelle machine à café. Un ami vous parle du modèle suivant. Avez-vous accès à l'ensemble des informations nécessaires pour prendre votre décision d'achat ? N'hésitez pas à faire des commentaires à voix haute pendant que vous lisez cette fiche.
PI : Alors Nespresso. Il y a pas mal d'infos sur la fiche en question. Je ne suis pas sûre que je serais intéressée par ce genre de produit. Mais ça c'est un autre problème. Sur base de ça, quelqu'un qui est intéressé à mon avis il a tout ce qu'il lui faut.
M : Quel est l'élément de cette fiche produit qui est le plus important pour vous ?
PI : Je dirais la première chose c'est le prix. C'est la première chose que je regarderais.
M : Au contraire, quels éléments sont absents pour guider votre choix d'achat ?
PI : Ce qu'il manque peut-être c'est une question de dimensions de machine parce qu'on ne sait pas très bien si c'est une moyenne, une petite ou une grande.
M : A quelles informations supplémentaires souhaiteriez-vous avoir accès ?
PI : Par exemple, si c'est disponible dans d'autres couleurs.
M : Pourquoi le prix attire votre attention ?
PI : En fait, ici, cela attire mon attention parce que je ne suis pas sûre que ce genre de produit m'intéresserait. Si c'était un autre prix je me dirais pourquoi pas. Mais je ne mettrais pas 250€ pour ça.
M : Est-ce que la marque attire votre attention ?
PI : La marque oui sûrement. Je sais qu'au niveau de la marque c'est à mon avis un bon achat.
M : L'apparence du produit attire-t-elle votre attention ?
PI : L'apparence du produit est sympa.
M : Le fonctionnement du produit ?

PI : Le fonctionnement du produit comme je connais un peu les machines Nespresso je suppose que ça fonctionne toujours comme les autres. Ca ça n'attire pas spécialement mon attention.
M : Est-ce que la durée de la garantie vous intéresserait ?
PI : Logiquement c'est 2 ans sur tout ce qui est électroménager.
M : Des avis extérieurs sur le produit pourraient-ils vous intéresser ?
PI : Ca je me méfie toujours un peu. Quand sur un site il y a des avis pff. Je préfère avoir un avis d'une amie ou d'un ami que vraiment les avis qu'il y a sur les sites.
M : L'année du modèle ?
PI : Ca ça peut être intéressant et en fait ce n'est pas noté.
M : Et alors la consommation énergétique ?
PI : Est-ce que ce genre de machine consomme énormément ? En fait c'est ça la question. Ce n'est pas noté non plus.
M : Après tous ces critères est-ce que vous pensez encore à d'autres choses qui vous intéresseraient sur la fiche produit ?
PI : Non pas spécialement.

AVANTAGES ET INCONVENIENTS DE L'INFORMATION DE REPARABILITE/DU CRITERE DE REPARABILITE

M : Pouvez-vous compléter la dernière bulle des 2 planches de BD suivantes ?
PI : Ca c'est clair, s'ils assurent réellement la réparabilité de leurs produits sur plus de 10 ans ça vaut la peine d'y réfléchir.
Je suis un peu d'accord parce qu'il y a une garantie de 2 ans. Apparemment il y a des machines qui sont programmées par le fabricant pour un certain nombre d'années. Si c'est vrai ça vaut la peine de s'y pencher mais moi j'y crois pas fort.
M : Êtes-vous davantage en faveur des arguments de Marie donc la première planche ou de Lucie ?
PI : Si je pars du principe que 10 ans c'est pas vrai, Lucie n'a pas raison.
M : Donc, selon vous cet argument de réparabilté ne pourrait pas influencer votre choix ?
PI : S'il est vraiment effectif, cela pourrait. De me dire si dans 10 ans je dois remplacer une pièce mais elle n'existe plus alors que ma machine fonctionne toujours alors oui. Mais aujourd'hui les électroménagers quand ils ont déjà 10 ans on est content de les avoir eu pendant 10 ans.
M : Votre réponse dépend-t-elle du produit présenté dans la BD donc ici une machine à laver ? S'il s'agissait d'un autre produit votre réponse serait-elle la même ?
PI : Je crois qu'on accepte plus d'un petit électroménager qu'il tienne moins longtemps que d'un gros électroménager.
M : Auriez-vous les mêmes arguments pour d'autres produits comme une centrale à repasser ou un aspirateur ?
PI : Un aspirateur oui. Le fer à repasser moi je trouve que ça tient 4-5 ans et puis après ça rend l'âme.
M : Y a-t-il d'autres indicateurs qui sont plus importants pour vous que la réparabilté ? Comme par exemple la durabilité ou d'autres choses ?
PI : Avoir des produits qui durent plus longtemps oui sûrement mais le fait qu'ils peuvent encore être réparables 10 ans après et qu'on retrouve les pièces ça c'est quand même vachement important. Parce qu'aujourd'hui on est quand même dans une société où on essaye de réparer plutôt que de liquider et d'en acheter une nouvelle.

SIGNIFICATION DU TERME REPARABILITE

M : Voici un exemple de logo « produit réparable ». L'avez-vous déjà vu ?
PI : Non
M : Qu'est-ce que ce logo signifie à votre avis ?
PI : Vu comme ça avec le tourne-vis, je me dis j'achète un produit qui dans les 10 ans sera réparable. Donc c'est-à-dire que les pièces qui composent la machine je pourrai les retrouver dans 10 ans et encore les changer.
M : Y a-t-il d'autres caractéristiques dans le logo ?
PI : Non, c'est ce que je ressors du logo.
M : Selon vous, quels sont les caractéristiques de la marque qui utilise ce logo sur ses produits ?
PI : Donc je trouve ça plutôt positif.
M : Lorsque vous voyez ce logo, cela induit-il un certain doute chez vous par rapport aux produits ou à la marque ?
PI : Non, je n'aurais pas de doutes si je vois ce genre de logo.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et/ou sa qualité/fiabilité /durabilité ?
PI : Ce sont des qualités de fiabilité et de durabilité. C'est un logo qui inspire la confiance en se disant bon voilà au moins dans les 10 années qui viennent on pourra être dépanné.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur la marque et/ou sa stratégie ?

PI : Ca peut être un élément de marketing évidemment, ça c'est clair. Un facteur de ventes supplémentaires.
M : Selon vous, cette information est-elle positive ou négative ?
PI : Moi je la trouve positive parce qu'elle met le consommateur en confiance par rapport à l'achat qu'il fait.
M : Pouvez-vous lire la page web du site SEB sur la réparation. Vous pouvez prendre votre temps pour la lire. N'hésitez pas à énoncer à voix haute les questions que vous vous posez en découvrant cette page et les commentaires que vous avez.
M : Avez-vous des questions ?
PI : Non, je trouve que c'est assez bien fait.
M : Que pensez-vous de cette page explicative faite par SEB sur son action de réparation ?
PI : Ils expliquent d'abord la réparabilité donc ça c'est pas mal. Le fait que le coût d'une réparation est moins onéreux que le remplacement. On a tous les points de vente donc on a un accès facile près de chez soi. La démarche à suivre pour procéder à la réparation. Et ça par contre je trouve ça super intéressant parce qu'il est clair qu'aujourd'hui s'il y a une pièce éventuellement qui n'est plus disponible grâce à l'impression 3D aujourd'hui on peut tout faire. Donc ça je trouve ça pas mal. Je trouve ça assez avant-gardiste de proposer ça sur une page web comme ça.
M : Est-ce que cette page web vous éclaire sur certains points ?
PI : L'histoire de la 3D je ne savais pas.
M : Y a-t-il des éléments qui vous étonnent ou qui vous surprennent ?
PI : A part qu'ils ont éventuellement la possibilité d'utiliser la 3D, non pas spécialement.
M : Y a-t-il des informations ou éléments sur cette page auxquels vous n'auriez pas pensés ?
PI : Je reviens toujours à la 3D.
M : Êtes-vous d'accord avec tout ce qui est dit sur cette page ?
PI : Oui je trouve que c'est bien fait.

FORMAT DE L'INFORMATION REPARABILITE

M : Revenons sur le logo « produit réparable ». Selon vous, ce logo requiert-il un texte explicatif pour être compris ?
PI : Pour moi non.
M : Pensez-vous à d'autres éléments d'information qui pourraient apparaître sur ce logo ?
PI : Il faudrait peut-être un critère de validité, une norme européenne mentionnée sur ce logo, parce que, comme ça, c'est un peu vide de validité je dirais. C'est très explicatif, je trouve que le logo est bien fait mais il faudrait peut-être ajouter une norme européenne parce que mondial c'est compliqué sur le logo.
M : Si vous deviez baser votre décision d'achat sur le caractère réparable d'un produit, à quelles informations voudriez-vous avoir accès ? Quelles informations voudriez-vous retrouver sur le produit ou sa fiche descriptive ?
PI : Être bien sûre que s'il y a un logo comme ça, que toutes les pièces de l'appareil en question soient en effet réparables. Parce qu'on risque peut-être d'avoir certaines restrictions de certains fabricants en disant ah oui mais non ça justement ça ne se remplace pas, avoir ces restrictions-là sur ces caractéristiques.
M : Voici un tableau présentant un score de réparabilité pour différents produits. Au plus ce score de réparabilité est élevé au plus le produit sera facile à réparer et au moins le coût de la réparation sera élevé. Vous pouvez le regarder.
PI : Alors donc il y en a 3 qui apparemment sont facilement réparables à moindre coût. C'est tous des téléphones.
M : Que pensez-vous d'un score de réparabilité ?
PI : C'est un indice supplémentaire de choix.
M : Selon vous, un score de réparabilité est-il plus parlant qu'un logo produit réparable ?
PI : En fait, c'est pas mal d'avoir à la limite les 2. Mais encore une fois sous une norme européenne pour nous permettre de pouvoir comparer d'une manière équitable les produits.
M : Quelles questions vous posez-vous quand vous voyez ce genre de score ?
PI : Ce qui m'étonne c'est qu'il y a une grande différence entre les produits. Parce qu'un score de 1 ça veut dire que c'est un produit qui n'est pour ainsi dire pas réparable. Donc quelque part pourquoi on met ce genre de produit sur le marché.
M : Est-ce que ce genre de score pourrait influencer votre choix du produit ?
PI : C'est clair que je crois que le 1, je ne l'achèterais pas.

ATTITUDE/INTENTION D'ACHAT

M : Est-ce que la présence d'un logo produit réparable sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de ce produit et de cette marque ? Comment ?
PI : Donc si il y a un logo comme ça sur un produit ?
M : Oui.
PI : Ca peut influencer mon choix oui, ça c'est sûr. Et comment ?

M : Oui, est-ce que ça peut plutôt changer votre choix ?
PI : En fait, si j'hésite entre 2 produits et qu'il y en a un qui a ce logo-là, et bien alors je pencherai pour celui-là. Donc ça peut influencer mon choix.
M : Est-ce que la présence d'un logo produit réparable sur un produit d'une certaine marque pourrait changer la perception que vous avez des autres marques ? Comment ?
PI : Oui parce que je me dirais que la société qui a le logo en question a fait les démarches pour que son produit soit conforme à une certaine norme.
M : Selon vous, une marque qui utilise le logo produit réparable est-elle supérieure ou inférieure à une autre marque qui n'utilise pas ce logo ?
PI : Supérieure ou inférieure ce n'est peut-être pas tout à fait le terme mais quelque part c'est une philosophie de réparabilité qui est intéressante.
M : Selon vous, si une entreprise utilise ce logo pour une partie des produits de la catégorie, cela risque-t-il de détériorer l'image des autres produits de la catégorie ?
PI : Oui, je crois que ça risque de défavoriser les autres produits.
M : Pourquoi ?
PI : Parce que les autres n'auront pas fait la démarche. Je veux dire ce genre de logo, n'importe quel fabricant peut l'obtenir et donc voilà ça veut dire que l'un a fait l'effort de le faire, a soumis son produit aux normes tandis que l'autre ne l'a pas fait.
M : Dans quelle mesure l'information de réparabilité pourrait influencer votre choix ?
PI : Parce que c'est réparable.
M : Qu'est-ce qui pourrait faire que vous considéreriez l'information de réparabilité dans vos critères de choix au moment de l'achat ?
PI : C'est plus la démarche que la société fait pour obtenir ce genre de logo. Donc l'esprit de réparation plutôt que de changement une fois que l'appareil ne fonctionne plus.
M : Vous avez cité pas mal de critères que vous prenez en compte pour choisir un produit. La réparation ou la durée de vie ne sont pas apparues. Pourquoi pensez-vous privilégier le prix, la marque ou la consommation énergétique ?
PI : Mais la réparation est intervenue oui.
M : Oui mais par après, pas au départ.
PI : Parce qu'en fait je n'y ai pas pensé. J'ai d'abord eu tendance à penser à la consommation, parce que ça c'est quand même très tendance aujourd'hui. En fait parce que je n'y ai pas pensé.
M : Seriez-vous prête à payer un prix plus élevé pour pouvoir bénéficier de cet avantage de réparabilité ?
PI : Dans un certain pourcentage oui.
M : Dans quelle mesure ?
PI : Je dirais s'il y a une différence de 20%, je le ferais. Si on a 50% je réfléchirais.
M : Et à certaines conditions ?
PI : Que toutes les pièces puissent être changées et pendant 10 ans.
M : Dans quelle mesure est-ce que le coût potentiel de réparation est important dans votre décision d'achat ?
PI : En fait le problème c'est que quand on achète, on ne s'interroge pas sur un coût de réparation. Une fois qu'on a un souci, on a un devis et on se dit est-ce que proportionnellement ça vaut la peine par rapport à mon prix d'achat. C'est comme ça qu'on réfléchit.
M : Contractez-vous parfois des assurances commerciales lors de l'achat d'électroménagers ?
PI : Ça m'est arrivé une fois de prendre pour mon lave-vaisselle une assurance de 5 ans sur toutes les pièces et la main-d'œuvre s'il arrivait quelque chose. Il n'est rien arrivé et je me suis dit que je ne suis pas sûre que je recommencerais.
M : A cause du coût ?
PI : A la limite il faudrait prendre ça sur 10 ans. On m'a proposé 5 ans et je me suis dit bon oui mais pourquoi pas. Mais ce n'est pas les 5 premières années qu'on a vraiment un souci. Ou alors on tombe sur un mauvais numéro, ça ça peut arriver aussi.
BOUNDARY CONDITION
M : Voici un ensemble d'images de produits, veuillez les trier en fonction du critère suivant : l'information réparable est applicable pour cette catégorie de produits.
PI : L'information réparable ? Mais il y a aucune information.
M : Est-ce que pour vous c'est un produit réparable ?
M : Pouvez-vous expliquer vos choix ?
PI : Les vêtements c'est toujours réparable logiquement. Vélo et voiture normalement vous avez des professionnels qui peuvent le faire. Alors après j'ai mis ceci, parce que normalement il y a des pièces qui peuvent

être remplacées (frigo, machine à laver). Par contre tout ce qui est plus petit électroménager (sèche-cheveux, brosse à dents électrique, rasoir, grille-pain, aspirateur) je trouve qu'une fois que ça tombe en panne en général il faut le changer et ça (iPad, iPhone, appareil photo) c'est compliqué à réparer aussi.
M : Maintenant pouvez-vous les trier en fonction du critère suivant : l'information réparable est utile pour cette catégorie de produits.
PI : Mais ça je ne sais pas très bien.
M : Et en fonction du critère suivant : je pourrais considérer cette information de réparation pour cette catégorie de produits.
PI : Alors oui sûrement dans les gros achats, à ce moment-là je tiens compte du prix, dans un ordre plus ou moins croissant de prix.
M : Est-ce que vous pouvez trier ces profils en pensant à qui parmi ces personnages est susceptible (ou pas) de prendre en considération la réparation comme critère d'achat.
PI : Uniquement la réparation ? Rien à voir avec le prix ?
M : Non, uniquement la réparation.
PI : Je dirais que ce sont ceux-là qui sont susceptibles de tenir compte de la réparabilité.
M : Est-ce que vous pouvez expliquer pourquoi ?
PI : Le manuel parce que lui il va peut-être pouvoir le faire lui-même. La femme parce que à mon avis elle est plus sensible à l'écologie que l'homme. L'activiste ça parle par lui-même, la défense du climat. L'écologiste c'est la même chose. Et le jeune parce qu'aujourd'hui c'est une tendance qui est plutôt jeune de faire attention aux produits qu'on achète et à la réparabilité.
M : Est-ce que vous pensez à d'autres profils de consommateurs ou a des caractéristiques d'une personne qui selon vous augmenteraient l'importance que les consommateurs accordent à la réparation avant achat ?
PI : Je dirais peut-être aussi les familles monoparentales.
M : Nous voilà arrivé à la fin de la discussion. Vous avez parlé de pas mal d'éléments. A première vue, la marque et la consommation énergétique et d'eau sont des éléments importants pour vous lorsque vous devez faire un achat. Vous êtes plutôt en faveur de ce logo de réparabilité même si vous ne l'aviez jamais vu. A la première vue de ce logo, vous pensez que les pièces détachées sont disponibles pendant 10 ans et que cela inspire la confiance mais que cela peut être un élément marketing dans le but d'augmenter les ventes. Idéalement il devrait y avoir des normes européennes pour valider le logo. Un score de réparabilité devrait être combiné avec ce logo et aussi avec des normes européennes. Est-ce que vous avez autre chose à rajouter ?
PI : Je trouve que cette tendance qu'il y a aujourd'hui de d'abord essayer de réparer avant de tout de suite changer ça c'est quand même une nouvelle tendance. Donc ça je trouve ça bien. Peut-être que les fabricants devraient essayer de produire des articles qui ont une durée de vie plus longue.
M : Auriez-vous des critiques à émettre par rapport à cette interview ?
PI : Non ça m'a permis de réfléchir à certaines choses donc je trouve ça positif.
M : Un grand merci.
PI : Avec plaisir.

Retranscription entretien 7

Mathilde : Bonjour, cet entretien est réalisé dans le cadre de mon travail de fin d'études et a pour objectif de comprendre votre comportement et intention d'achat par rapport à des petits et gros électroménagers. Toutes les informations que vous me communiquerez sont utiles pour ma recherche. Si l'une des questions vous gêne ou vous embarrasse, n'hésitez pas à me le faire savoir. Afin de pouvoir retranscrire cette interview, puis-je vous demander votre accord afin d'enregistrer notre conversation ?
Personne interrogée : Oui je suis d'accord.
M : Néanmoins, votre identité restera totalement confidentielle. Cet entretien se déroulera en différentes parties et durera approximativement ¾ d'heure à 1 heure.
ECHAUFFEMENT
M : Avant d'entrer dans le vif du sujet pouvez-vous vous présenter ?
PI : Je m'appelle [redacted]. J'habite à Genval. J'ai 3 enfants. Je suis chef de famille donc famille monoparentale. Je possède ma maison.
M : Dans quel domaine travaillez-vous ?
PI : Dans le pharmaceutique. Je travaille pour un laboratoire pharmaceutique en neurologie dans la sclérose en plaques.
M : Pouvez-vous revenir sur votre dernier achat de petit ou gros électroménager au cours de ces 12 derniers mois ?

PI : Je viens d'acheter un incinérateur de mauvaises herbes pour éviter d'utiliser des produits chimiques.
M : Rien d'autre ?
PI : Une pièce détachée pour mon frigo mais ce n'est pas un électroménager.
M : Quoi comme pièce ?
PI : Une étagère parce qu'elle était cassée.
M : Pourquoi avez-vous acheté cet incinérateur de mauvaises herbes ?
PI : Vu le nombre de mauvaises herbes devant ma maison, je me suis dit que ce serait peut-être utile puisque je n'utilise plus du tout d'insecticide ou d'herbicide depuis quelques années. C'est parfois un peu difficile d'avoir un parterre un peu net et je m'étais dit que ça pouvait être une bonne solution. Ils utilisent aussi maintenant des désherbeurs thermiques dans les communes. J'en ai trouvé un chez Action donc je l'ai acheté.
M : Comment avez-vous choisi ce produit ? Quels critères avez-vous pris en compte ?
PI : La facilité d'emploi parce que je suis très peu douée avec les multifonctions des machines complexes. Je dois avouer que normalement je regarde aussi que ce soit un appareil électrique durable, ça veut dire qui ne consomme pas trop.
M : Plus spécifiquement, quel a été le facteur clé dans votre décision d'achat ?
PI : Le prix qui n'était vraiment pas très cher.
M : Quels sont les facteurs qui sont plus accessoires dans votre décision d'achat ?
PI : La sophistication technologique.
M : C'est tout ?
PI : Oui ça veut dire que j'aime encore bien les trucs assez simples, qu'on peut réparer. Aujourd'hui, il y a de plus en plus de machines qui se réparent même si ce n'est pas toujours évident.
M : A postériori, pensez-vous à d'autres critères que vous auriez pu prendre en compte ?
PI : Oui, j'aurais peut-être pu un peu étudier le sujet sur internet. C'était un peu impulsif comme achat. D'habitude je compare quand j'achète. Si je dois acheter un frigo, par exemple, je vais aller lire des informations dans les associations de consommateurs pour pouvoir avoir une base de comparaison entre les produits. Par exemple, au niveau consommation, efficacité, des choses comme ça.
M : Avez-vous reçu des conseils ?
PI : Aucun.

CRITERES DE CHOIX

M : Avant d'effectuer ce genre d'achat donc ici un désherbeur, à quels critères pensez-vous que le consommateur en général fait généralement attention ?
PI : La consommation électrique parce que je pense que ça consomme pas mal. C'est super puissant au niveau chaleur donc ça doit consommer un max. Ce qui n'est peut-être pas le but quand on veut désherber.
M : Selon vous, quels sont les principaux critères d'achat auxquels le consommateur en général fait attention lorsqu'il achète un produit électroménager ?
PI : Je crois que la marque a quand même de l'importance. Le prix aussi. Et aujourd'hui je crois que les critères de durabilité sur le plan énergétique (AA, AA+) ont de l'importance. De toute façon ça se reflète dans la consommation des gens donc c'est quand même un critère financier aussi. C'est aussi bien soutenu sur tous les plans gouvernementaux donc je pense que ça doit quand même être un critère de choix.
M : Ces critères sont-ils les mêmes pour un petit et un gros électroménager ?
PI : Non le gros électroménager on va vraiment aller vers des marques peut-être plus solides, où on sait qu'il y a un service après-vente. C'est très important mine de rien. Le petit électroménager peut être un achat impulsif comme ce dernier que je viens de faire. Cela ne sera pas une catastrophe si jamais un jour il rend l'âme et que je n'ai pas un service après-vente.
M : Ces critères pourraient-ils varier en fonction d'un consommateur à un autre ?
PI : Tout à fait en fonction du portefeuille de chacun ça c'est sûre. Le vendeur peut avoir une influence en informant le consommateur à propos de la durabilité des produits. Ca peut changer le choix du consommateur.
M : Y a-t-il, au contraire, selon vous, des critères d'achat auxquels le consommateur en général ne porte jamais attention lorsqu'il achète un petit ou gros électroménager ?
PI : Peut-être comment l'appareil sera recyclé, ce qui sera fait avec les déchets. Par exemple, pour les frigos il y a vraiment un recyclage qui doit être fait. Les gens ne se rendent pas toujours compte qu'il y a vraiment un travail à faire après. Je ne suis pas sûre qu'en achetant le frigo on pense à cela. C'est comme les panneaux photovoltaïques, on ne pense pas qu'après ces panneaux doivent aussi être recyclés. Donc je pense que les gens ne pensent jamais à la durée de vie complète d'un produit. Ils ne vont jamais voir aussi loin. Où et comment le produit a été fabriqué aussi. Souvent c'est fabriqué en Chine et on ne le sait pas. Même s'il y a écrit fait en Allemagne, il y a beaucoup de pièces qui sont fabriquées dans des pays où la main d'œuvre est très bon marché.

RECHERCHE D'INFORMATION

M : Comme vous me l'avez mentionné, vous avez acheté un désherbeur il n'y a pas si longtemps. Aviez-vous recherché des informations sur ce produit avant de l'acheter ?
PI : Non, c'était un achat un peu compulsif.
M : En général, lorsque vous achetez un produit électroménager, est-ce que vous faites des recherches ?
PI : Oui c'était vraiment un mauvais exemple. Par exemple, quand j'ai équipé la maison, là j'ai vraiment fait des comparaisons sur internet. On a accès a énormément d'informations sur internet. Il y a des associations de consommateurs qui font ça très bien je trouve comme test-achat, … Il y a aussi l'expérience des uns et des autres mais j'y porte moins attention. Dans les magasins, quand je tombe sur des vendeurs qui connaissent bien leurs produits, qui ont un peu étudié les différents produits et qui peuvent me faire une petite synthèse, ça m'influence beaucoup.
M : Donc généralement vous recherchez des informations avant d'acheter le produit sur internet et dans le magasin vous demandez des conseils ?
PI : Oui, c'est ça.
M : Généralement quel genre d'informations allez-vous rechercher ?
PI : La puissance électrique, l'efficacité, les avantages du produit, la simplicité du produit, plein de côtés pratiques de l'appareil.
M : Lorsque vous considérez l'achat d'un produit électroménager, avez-vous pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : Non.
M : Jamais ?
PI : Non dans le magasin je demande plus de l'aide. C'est pour cela que j'aime bien les magasins où il y a quand même des gens compétents.
M : Selon vous, quelles sont les informations que le consommateur en général recherche avant d'acheter un produit électroménager ?
PI : Le prix va fort jouer dès le départ puisque c'est dans cette catégorie-là de prix que l'on va chercher le meilleur appareil. Peut-être aussi quels sont les critères capitaux pour cet appareil sur le long terme. Aussi voir dans les différentes marques quel est le meilleur rapport qualité-prix.
M : Selon vous, le consommateur en général a-t-il pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : Oui quand même, il y a pas mal de gens que je vois regarder un peu, faire des photos, …
M : Vous devez acheter une nouvelle machine à café. Un ami vous parle du modèle suivant. Avez-vous accès à l'ensemble des informations nécessaires pour prendre votre décision d'achat ? N'hésitez pas à faire des commentaires à voix haute.
PI : Ma décision d'achat est déjà prise avant parce que les capsules Nespresso sont très difficilement recyclables. Je suis très concernée pas le côté déchet pour le moment depuis quelques mois. Ici je ne vais même pas lire la fiche, je ne vais pas acheter.
M : S'il ne s'agissait pas d'une machine Nespresso mais d'un grille-pain, par exemple, quel est l'élément de la fiche produit qui serait le plus important pour vous ?
PI : Les dimensions.
M : Pourquoi est-ce que les éléments suivants attirent/n'attirent pas votre attention sur une fiche produit. Le prix ?
PI : Oui bien sûre.
M : Pourquoi ?
PI : Parce qu'en fonction du prix, on a déjà un peu une idée de la catégorie dans laquelle on se trouve. On a tendance à penser que les prix moindres ne sont pas de la bonne qualité et de provenance un peu inconnue et que les grandes marques qui ont des prix un peu plus élevés, ont des produits qui sont plus performants que ce soit dans le temps ou en efficacité.
M : La marque ?
PI : Dans l'électroménager oui.
M : Pourquoi ?
PI : J'ai quand même tendance à faire confiance aux trucs traditionnels. Que ce soit Miele pour un aspirateur ou Bosh pour un frigo, …
M : L'apparence du produit (photo) ?
PI : Oui de temps en temps. Jusqu'à présent j'étais dans le traditionnel mais maintenant parfois je me laisse tenter par un petit côté vintage.
M : Le fonctionnement du produit ?

PI : Oui très important parce qu'avec les années je me suis rendue compte qu'il ne fallait pas que ce soit trop compliqué, j'utilise quand même que très peu de fonctions. Je ne vais pas me diriger vers un produit multifonctions parce que je sais que c'est trop compliqué en général.
M : La durée de la garantie ?
PI : Oui, jusqu'à présent je ne pensais pas qu'une garantie ça avait vraiment de l'intérêt mais maintenant que j'ai eu plusieurs petits problèmes et que ça c'est super bien passé, la garantie est super importante.
M : Des avis extérieurs sur le produit ?
PI : Oui quand même, de personnes qui sont je dirais des bonnes mères ou bons pères de famille avec un sens pratique, je trouve que c'est toujours intéressant.
M : L'année du modèle ?
PI : Pour une voiture oui mais pour de l'électroménager moins parce que, en général, on les utilise jusqu'à ce qu'ils tombent en panne. C'est moins important, sauf peut-être dans les années qui viennent avec les changements énergétiques, ça peut peut-être jouer mais pour le moment non.
M : La consommation énergétique ?
PI : Oui, j'essaye un max d'aller dans le sens le plus écologique possible.

AVANTAGES ET INCONVENIENTS DE L'INFORMATION DE REPARABILITE/DU CRITERE DE REPARABILITE

M : Pouvez-vous compléter la dernière bulle des 2 planches de BD suivantes. Il y en a une devant et une derrière. Pouvez-vous lire et compléter une planche de BD à la fois pour que je comprenne bien votre argument.
PI : Évidemment, c'est très nouveau la réparabilité des produits. Aujourd'hui on a vraiment un réel engouement pour moins consommer et donc réparer les produits.
N'importe quoi, moi qui suis dans le marketing, je sais très bien que ça n'existe pas encore des produits qui peuvent être réparés. Il y a l'obsolescence programmée, après un certain nombre d'années un produit est programmé pour tomber en panne.
M : Êtes-vous davantage en faveur des arguments de Marie (contre) ou de Lucie (pour) ?
PI : Je suis en faveur des arguments de Lucie.
M : Pourquoi ?
PI : Le fait de pouvoir acheter un produit réparable c'est super. J'aimerais beaucoup que quand on achète un produit on puisse le réparer. Je pense que la solution pour un environnement plus durable c'est de moins consommer. On ne devrait pas jeter autant mais avoir la possibilité de réparer. C'est beaucoup de gaspillage.
M : Donc, selon vous cet argument de réparabilté pourrait influencer votre choix ?
PI : Cet argument de réparabilité pourrait tout à fait influencer mon choix.
M : Votre réponse dépend-t-elle du produit présenté dans la BD (machine à lessiver) ? S'il s'agissait d'un autre produit, par exemple, un plus petit électroménager comme un grille-pain, est-ce que vous auriez les mêmes arguments ?
PI : Oui, d'autant plus pour un grille-pain parce que tous ces produits devraient au départ être réparables parce qu'ils ne sont pas très compliqués. Ca ne devrait pas être complexe.
M : Y a-t-il d'autres indicateurs qui sont plus importants pour vous que la réparabilté ?
PI : La durabilité. Si on me dit vous avez un frigo à vie, je suis contente. En général, si on donne une garantie a vie, c'est que le frigo est très durable. Un frigo pour 25, 30 ans ça évite le gaspillage et la consommation excessive de ce genre de produits.

SIGNIFICATION DU TERME REPARABILITE

M : Voici un exemple de logo « produit réparable ». L'avez-vous déjà vu ?
PI : Non jamais.
M : Qu'est-ce que ce logo signifie à votre avis ?
PI : La marque garantit le fait qu'on puisse réparer notre produit pendant 10 ans. Je ne sais pas s'ils couvrent la réparation mais en tout cas ils offrent un service après-vente de réparation.
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques du produit sur lequel se trouve ce logo ?
PI : C'est un gros électroménager je dirais. Ce n'est pas un produit sophistiqué, ça a l'air plutôt d'un gros produit (frigo, machine à laver, …).
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques de la marque qui utilise ce logo sur ses produits ?
PI : Une marque qui veut protéger l'environnement, une marque écologique.
M : Lorsque vous voyez ce logo, cela induit-il un certain doute chez vous par rapport aux produits ou à la marque ?
PI : Non aucun.
M : Selon vous, c'est la marque ou vous qui payerez la réparation ?

PI : A vérifier. C'est comme les garanties à vie je ne le crois pas d'emblée. On espère mais ça il faudra vérifier. Si c'est une garantie payante, si c'est quelque chose que l'on paye en plus, on va vérifier d'autant plus. Sinon ce sera à l'usage qu'on verra si ça marche ou pas.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa qualité ?
PI : S'ils assurent la réparabilité du produit pendant 10 ans, sans payement en plus de la part du consommateur, c'est que le produit est quand même d'une certaine durabilité, d'une certaine qualité. Sinon ça n'a pas d'intérêt pour eux au niveau de la vente donc ça doit être un bon produit.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa fiabilité ?
PI : La même chose, ça doit être un produit fiable dans le temps donc construit en connaissance de cause, avec une certaine expertise.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur la marque et sa stratégie ?
PI : Durabilité, fiabilité, une bonne marque.
M : Selon vous, cette information est-elle positive ou négative ?
PI : Positive.
M : Pouvez-vous lire la page web du site SEB sur la réparation. N'hésitez pas à énoncer à voix haute les questions que vous vous posez en découvrant cette page ainsi que les commentaires que vous avez.
PI : C'est pas mal. C'est bien expliqué. Je suis toujours étonnée de voir qu'il y a des choses comme ça qui existent.
M : Que pensez-vous de cette page explicative faite par SEB sur son action de réparation ?
PI : C'est bien expliqué. C'est très visuel. Ca a l'air facile. J'aime beaucoup l'idée que l'on change ce principe d'obsolescence programmée des appareils, qu'on commence vraiment à évoluer de ce côté-là.
M : Est-ce que ça vous éclaire sur certains points ?
PI : Oui dans le sens où je vois qu'on m'explique comment est composée la machine, ça me semble d'autant plus réparable. On ouvre pas toujours les machines et on ne se rend pas toujours compte de ce qui peut être remplacé.
M : Y a-t-il des éléments qui vous étonnent ou qui vous surprennent ?
PI : Non, l'idée me surprend parce que je n'avais pas encore vu que ça existait, donc l'ensemble me surprend.
M : Y a-t-il des informations/éléments sur cette page auxquels vous n'auriez pas pensé ?
PI : Ca a l'air très facile. Le fait qu'ils montrent un peu comment fonctionne un appareil électrique et les différentes pièces ça permet de visualiser vraiment l'intérieur et de montrer le côté réalisable de la chose.
M : Êtes-vous d'accord avec tout ce qui est dit sur cette page ?
PI : Oui.

FORMAT DE L'INFORMATION REPARABILITE

M : Revenons sur le logo « produit réparable ». Selon vous, ce logo requiert-il un texte explicatif pour être compris ?
PI : Oui pour savoir ce qu'ils entendent par réparation sur 10 ans. Est-ce que c'est la firme qui s'en occupe ? S'il y a que ça, on se pose des questions. Est-ce que c'est réparable par la firme ? Contre paiement ? Dans quelles conditions ça peut se faire ?
M : Pensez-vous à d'autres éléments d'information qui pourraient apparaître sur ce logo ?
PI : On pourrait tout de suite annoncer la couleur par rapport à, est-ce que la réparation est comprise dans le prix ou est-ce que c'est contre assurance ?
M : Donc le fait de savoir si ce service est payant ou pas payant ?
PI : Oui.
M : Si vous deviez baser votre décision d'achat sur le caractère réparable d'un produit, à quelles informations voudriez-vous avoir accès ? Quelles informations voudriez-vous retrouver sur le produit ou sa fiche descriptive ?
PI : Un numéro de contact où on peut poser toutes les questions.
M : Voici un tableau présentant un score de réparabilité pour différents produits. Au plus ce score de réparabilité est élevé au plus le produit sera facile à réparer et au moins le coût de la réparation sera élevé. Que pensez-vous d'un score de réparabilité ?
PI : C'est intéressant, ça explique un peu la complexité de chaque appareil et donc la possibilité de réparer l'un ou l'autre. J'aurais jamais cru qu'un téléphone ça se réparait d'ailleurs.
M : Selon vous, un score de réparabilité est-il plus parlant qu'un logo « produit réparable » ?
PI : Oui sans doute. Mais il faut commencer par le produit réparable parce que ce n'est pas encore dans nos mœurs. On va chez un réparateur en espérant que l'on peut réparer mais ce n'est pas encore du tout dans nos habitudes. Un score de réparabilité c'est un peu comme les scores donnés pour la consommation énergétique.
M : Donc pour vous le score est plus intéressant que le logo ?
PI Oui.
M : Pourquoi ?

PI : Tout de suite ça permet de visualiser la complexité de l'appareil et la possibilité de réparer cet appareil s'il tombe en panne. Ca joue certainement, surtout si c'est un produit cher, dans le comportement d'achat du consommateur.
M : Quelles questions vous posez-vous quand vous voyez ce genre de score ?
PI : Je pensais que tous les téléphones étaient pareils. Je ne pensais pas qu'un téléphone était plus facile à réparer qu'un autre.
M : Est-ce que ce genre de score pourrait influencer votre choix de produit ?
PI : Oui ça va influencer mon comportement d'achat.

ATTITUDE/INTENTION D'ACHAT

M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de ce produit ?
PI : Certainement oui, parce que c'est nouveau dans pas mal de gammes. Je trouve ça très bien.
M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de cette marque ?
PI : Oui, si jamais un produit chinois était réparable, je serais surprise. Il y a des marques où on s'attend à ce que tout soit parfait et puis il y en a d'autres où on se méfie plus. Par exemple, les machines de l'ALDI ne sont pas mauvaises du tout, mais ce n'est pas connu comme étant des produits de référence. Avec ce logo en plus, on se dirait tient c'est réparable. On s'attend à des logos comme ça sur des produits de marques Allemandes, bien connues, peut-être pas sur des sous-marques. Donc si une sous-marque avait ça on se dira tient c'est plus solide que ce qu'on le croyait, en tout cas il y a vraiment un service de réparation derrière.
M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque pourrait changer la perception que vous avez des autres marques ?
PI : Ça pourrait faire jouer d'autres intervenants sur le marché, bien connus des grands.
M : Selon vous, une marque qui utilise le logo « produit réparable » est-elle supérieure ou inférieure à une autre marque qui n'utilise pas ce logo ?
PI : Innovatrice plutôt que supérieure ou inférieure.
M : Selon vous, si une entreprise utilise ce logo pour une partie des produits de la catégorie, cela risque-t-il de détériorer l'image des autres produits de la catégorie ?
PI : Au contraire, je trouve ça très bien que justement ils soient tout à fait authentiques dans le fait que certains produits ne soient pas réparables, plutôt que de dire tout est réparable.
M : Dans quelle mesure l'information de réparabilité pourrait influencer votre choix ?
PI : Ça m'influencera parce que ça me permettre d'avoir l'impression d'acheter des produits durables et de participer à la protection de l'environnement.
M : Qu'est-ce qui pourrait faire que vous considéreriez l'information de réparabilité dans vos critères de choix au moment de l'achat ?
PI : D'abord qu'elle soit là l'information parce qu'aujourd'hui je ne suis pas sûre que si je vais au magasin tout à l'heure j'y penserai. Si le logo est là ou que ça devient plus fréquent dans certaines gammes de produits alors ça permettra de comparer un peu mieux les produits entre eux. Il faudra que le logo soit officialisé.
M : Vous avez cité pas mal de critères que vous prenez en compte pour choisir un produit, notamment la facilité d'emploi, la consommation énergétique ou encore le prix. La réparation ou la durée de vie ne sont pas apparues. Pourquoi pensez-vous privilégier l'ensemble des informations suivantes par rapport à la réparation ?
PI : C'est clair que la durée de vie aurait dû apparaître au début.
M : Seriez-vous prête à payer un prix plus élevé pour pouvoir bénéficier de cet avantage de réparabilité ?
PI : Oui. Je prends d'ailleurs pour certains produits une assurance qui me permet d'avoir un service après-vente.
M : Dans quelle mesure ?
PI : Ça demande un petit calcul par rapport à la fréquence des pannes. Je dirais que 50€ par an ça me semble faisable.
M : Donc pour vous, c'est plus un montant à payer par an qu'un montant à payer une fois à l'achat ?
PI : Oui, c'est parce que je pense à des assurances. Si on paye en une fois à l'achat, ça va tout de suite augmenter le prix d'achat. Moi je préfère par an.
M : Dans quelle mesure est-ce que le coût potentiel de réparation est important dans votre décision d'achat ?
PI : Non on espère toujours qu'on ne va pas devoir réparer.
M : Contractez-vous parfois des assurances commerciales lors de l'achat d'électroménager ?
PI : Oui.
M : Pour quels produits par exemple ?
PI : Pour un lave-vaisselle.

BOUNDARY CONDITION

M : Voici un ensemble d'images de produits, veuillez les trier en fonction du critère suivant : l'information réparable est applicable pour cette catégorie de produits.

- Information réparable applicable : Voiture, aspirateur, frigo, machine à laver, grille-pain, vêtements, vélo.
- Information réparable pas applicable : iPhone, brosse à dents, rasoir, appareil photos, sèche-cheveux, iPad.

M : Maintenant en fonction du critère suivant : l'information réparable est utile pour cette catégorie de produits.

- Information utile : Voiture, aspirateur, frigo, machine à laver, grille-pain, vêtements, vélo, iPhone, rasoir, appareil photos, sèche-cheveux.
- Information pas utile : Brosse à dents, iPad.

M : Maintenant en fonction du critère suivant : je pourrais considérer cette information pour cette catégorie de produits.

- Considération : Voiture, aspirateur, frigo, machine à laver, grille-pain, vêtements, vélo, iPhone, rasoir, appareil photos, sèche-cheveux, iPad.
- Pas de considération : Brosse à dents.

M : Triez ces profils en pensant à qui parmi ces personnages est susceptible (ou pas) de prendre en considération la réparation comme critère de choix.

- Considération : La femme, la famille nombreuse, les personnes âgées, l'écologique, l'homme, l'aventurier, le jeune, le manuel, l'activiste.
- Pas de considération : La pauvre, une personne qui n'a pas le temps, la fashion, le riche.

M : Nous voilà arrivé à la fin de la discussion. Voici les éléments qui se sont dégagés lors de cette interview. Au niveau des critères qui sont importants pour vous lorsque vous achetez un appareil électroménager on retrouve la facilité d'emploi, le fait que l'appareil soit durable, le prix ou encore la consommation énergétique. La sophistication technologique est plus accessoire. Vous n'aviez jamais vu ce logo et pour vous il signifie que la marque garantit la réparation pendant 10 ans. Vous n'avez aucun doute lorsque vous voyez ce logo. Ce logo nécessite un texte explicatif pour être compris, surtout en ce qui concerne le coût, savoir si ça va être payé par la marque ou par vous. Vous trouvez un score de réparabilité très intéressant et un peu plus parlant que le logo produit réparable. Ai-je bien tout compris ?
PI : Vous avez tout compris.
M : Avez-vous quelque chose à ajouter ?
PI : Non, c'était intéressant.
M : Auriez-vous des critiques à émettre par rapport à cette interview ?
PI : Non.
M : Un grand merci.
PI : Avec plaisir.

Retranscription entretien 8

Mathilde : Bonjour, cet entretien est réalisé dans le cadre de mon travail de fin d'études et a pour objectif de comprendre votre comportement et intention d'achat par rapport à des petits et gros électroménagers. Toutes les informations que vous me communiquerez sont utiles pour ma recherche. Si l'une des questions vous gêne ou vous embarrasse, n'hésitez pas à me le faire savoir. Afin de pouvoir retranscrire cette interview, puis-je vous demander votre accord afin d'enregistrer notre conversation ?
Personne interrogée : Oui.
M : Néanmoins, votre identité restera totalement confidentielle. Cette entretien se déroulera en différentes parties et durera approximativement ¾ d'heure à 1 heure.
ECHAUFFEMENT
M : Avant d'entrer dans le vif du sujet pouvez-vous vous présenter ?
PI : Je m'appelle [redacted], j'ai 56 ans. Je suis maman de 3 enfants. Je travaille à temps plein en tant qu'agent immobilier.
M : Pouvez-vous revenir sur votre dernier achat de petit ou gros électroménager au cours de ces 12 derniers mois ?
PI : Un aspirateur.
M : Pourquoi avez-vous acheté ce produit ?
PI : Parce que le précédent était défectueux.
M : Donc il était en fin de vie ou il fonctionnait encore ?
PI : Non non il ne fonctionnait plus du tout.

M : Comment avez-vous choisi ce produit ? Quels critères avez-vous pris en compte ?
PI : Je me trompe, mon dernier achat est une machine à laver. L'aspirateur ça a bien 3, 4 ans.
M : Pourquoi avez-vous acheté cette machine à laver ?
PI : J'ai acheté une nouvelle machine à laver parce que mon ancienne était cassée. J'ai fait venir un réparateur qui m'a dit qu'elle était impossible à réparer. Le tambour était cassé plus tout à l'intérieur. Elle était trop âgée donc ça coûtait plus cher de la faire réparer que d'en acheter une nouvelle.
M : Comment avez-vous choisi ce produit ? Quels critères avez-vous pris en compte ?
PI : J'ai repris la même marque que ma précédente, j'ai pris dans la même catégorie de prix et j'ai regardé sa performance énergétique.
M : Plus spécifiquement, quel a été le facteur clé dans votre décision d'achat ?
PI : Le fait que j'ai pu acheter sur internet et ne pas devoir me déplacer. Ca devait être rapide, efficace et je n'avais pas envie de perdre de temps.
M : Quels sont les facteurs qui sont plus accessoires dans votre décision d'achat ?
PI : Le design, le look, tout ce qui est esthétique.
M : A postériori, pensez-vous à d'autres critères que vous auriez pu prendre en compte ?
PI : Oui la facilité de la programmation.
M : Avez-vous reçu des conseils ?
PI : Non.
M : Aucun ?
PI : Aucun.

CRITERES DE CHOIX

M : Avant d'effectuer ce genre d'achat donc ici une machine à laver, à quels critères pensez-vous que le consommateur en général fait généralement attention ?
PI : La marque, chacun a une idée et une image sur une marque et a une fiabilité ou un sentiment de qualité ou pas. L'éventail des programmes aussi.
M : Selon vous, quels sont les principaux critères d'achat auxquels le consommateur en général fait attention lorsqu'il achète un produit électroménager ?
PI : Je crois que c'est d'abord la marque, le niveau de prix, on se dit tient je vais rester tant tel budget et puis ça dépend, une machine à laver qu'importe l'esthétisme mais si on achète un percolateur ou un grille-pain qui va être visible dans sa cuisine, l'esthétique peut être important. Si c'est un électroménager qui doit être visible dans une cuisine là je crois qu'il y a la marque, l'esthétisme et le design mais pas pour une machine à laver ou un aspirateur.
M : Ces critères sont-ils les mêmes pour un petit et un gros électroménager ?
PI : Non je ne crois pas, ça peut être différent j'ai l'impression. Un gros électroménager du style aspirateur, machine à laver, frigo ça ne se voit pas donc là le design aura moins d'importance. Le petit électroménager visible est moins cher que du gros électroménager donc je pense que les variations de prix sont moins importantes si on achète un grille-pain par exemple, par contre le design sera plus important. Peut-être que le prix est un élément déterminant, on se fixe tous des catégories, pour un sèche-cheveux je vais donner 30€, pour un grille-pain 40€.
M : Ces critères pourraient-ils varier en fonction d'un consommateur à un autre ?
PI : Oui, il y en a pour qui le prix n'a pas d'importance et il y en a pour qui le prix sera peut-être l'élément déterminant. La marque il y a aussi un certain snobisme, quand on a beaucoup d'argent on va se dire j'achète d'office du Miele. Celui qui n'a pas d'argent il va se dire qu'importe, j'achète la marque blanche parce que je n'ai pas le budget. Le budget sera le premier critère et si on a pas de crainte de budget ce sera la marque, le design, la performance.
M : Y a-t-il, au contraire, selon vous, des critères d'achat auxquels le consommateur en général ne porte jamais attention lorsqu'il achète un petit ou gros électroménager ?
PI : Je ne sais pas si on s'intéresse à se dire tient combien de temps ce produit va durer, comment est-ce qu'il a été construit, où est-ce qu'il a été construit, les origines, est-ce que c'est ici en Allemagne ou est-ce que c'est des petits chinois qui l'ont construit ? J'ai l'impression que les gens s'en foutent de l'origine pour du gros électroménager.

RECHERCHE D'INFORMATION

M : Comme vous me l'avez mentionné, vous avez acheté une machine à laver il n'y a pas si longtemps. Aviez-vous recherché des informations sur ce produit avant de l'acheter ?
PI : Non.
M : Aucune ?
PI : Aucune.

M : Lorsque le moment d'acheter ce produit est arrivé avez-vous cherché d'autres informations sur le produit (ou la catégorie) que celles traditionnellement proposées?
PI : Pour la machine à laver je ne l'ai pas fait parce que je l'ai achetée sur internet mais je le regrette un peu. Les précédents oui, mon petit frigo j'avais demandé des infos, l'aspirateur non parce que je trouve ça très basique.
M : Lorsque vous considérez l'achat d'un produit électroménager, avez-vous pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : Oui, je regarde la consommation, la capacité si c'est pour un frigo, la consommation énergétique.
M : Selon vous, quelles sont les informations que le consommateur en général recherche avant d'acheter un produit électroménager ?
PI : La performance, c'est quand même le critère essentiel d'un électroménager. Un aspirateur doit avoir une aspiration suffisante, une machine à laver doit nettoyer correctement pour tout type de textile. Chaque électroménager à une fonction et c'est ce critère-là qu'on voit s'il est opérationnel par rapport à la fonctionnalité de base de l'électroménager.
M : Selon vous, le consommateur en général a-t-il pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : Oui je crois.
M : Plutôt sur internet ou en magasin ?
PI : Les jeunes plutôt sur internet et les gens comme moi plutôt en magasin.
M : Vous devez acheter une nouvelle machine à café. Un ami vous parle du modèle suivant. Avez-vous accès à l'ensemble des informations nécessaires pour prendre votre décision d'achat ? N'hésitez pas à faire des commentaires à voix haute.
PI : Non, pour moi c'est trop de blabla. Ca ça me tue de lire ça, c'est du marketing pur . On essaye vraiment de séduire. La machine à café c'est typiquement un produit que les gens aiment mettre en évidence dans leur cuisine en disant « je me suis acheté une belle machine à café ». Donc là je trouve qu'on va uniquement sur ce concept de séduction et pas du tout de performance. On ne me dit rien. J'ai un prix. Je ne sais même pas quelles dosettes il faut mettre, le style de capsules. On me parle juste d'un mousseur mais c'est tout ce qu'il y a comme fonctionnalités ? Pour moi c'est trop léger.
M : Quel est l'élément de cette fiche produit qui est le plus important pour vous ?
PI : Moi je regarde le prix.
M : Quels éléments sont absents pour guider votre choix d'achat ?
PI : Plus de spécificités sur les fonctionnalités et le modèle de capsules et sa composition parce que ça me touche très fort.
M : Pourquoi est-ce que les éléments suivants attirent/n'attirent pas votre attention sur une fiche produit. Le prix ?
PI : Oui mais ici je trouve que ce n'est pas très visible.
M : La marque ?
PI : Oui.
M : Pourquoi ?
PI : Parce que de nouveau en électroménager on a confiance dans certaines marques ou pas. C'est des historiques parfois familiaux mais on a tous comme ça des attachements, c'est un peu comme pour une voiture, on va avoir un attachement à la VW et pas à la Peugeot, on va aimer AEG ou Krups et on va détester d'autres marques.
M : L'apparence du produit (photo) ?
PI : Oui la photo est très importante et d'ailleurs ici je trouve ça confus parce que c'est quoi ce truc à côté ? Je ne sais pas ce que c'est, ce n'est pas clair, la photo n'est pas claire. Ceci me perturbe, je ne sais pas ce que c'est. Donc non je n'aime pas ce produit.
M : Le fonctionnement du produit ?
PI : Non pas dans une fiche descriptive. Le fonctionnement on le capte devant la machine. Par contre les spécificités techniques sont importantes.
M : La durée de la garantie ?
PI : Non parce que je trouve que c'est toujours bidon et ils vont toujours dire que ce n'est pas sous garantie.
M : Des avis extérieurs sur le produit ?
PI : Non parce que c'est du fake pour moi.
M : L'année du modèle ?
PI : Non, ça m'est complètement égal.
M : Pourquoi ?

PI : Parce que je ne suis pas quelqu'un qui est attachée à dire j'ai le dernier modèle, le dernier cri, ça m'est égal. Ma voiture je l'ai achetée moins cher parce qu'elle était antérieure de l'année, ça m'est complètement égal.
M : La consommation énergétique ?
PI : Oui peut-être pas pour un percolateur mais pour un autre produit oui.

AVANTAGES ET INCONVENIENTS DE L'INFORMATION DE REPARABILITE/DU CRITERE DE REPARABILITE

M : Pouvez-vous compléter la dernière bulle des 2 planches de BD suivantes ? Il y en a une devant et une derrière. Pouvez-vous lire et compléter une planche de BD à la fois pour que je comprenne bien votre argument.
PI : Évidemment pour ne pas polluer notre planète et éviter d'avoir des tonnes d'électroménagers qui traînent dans tous les coins et qui vont polluer.
N'importe quoi … Je ne suis pas d'accord avec elle donc je ne sais pas répondre.
M : Êtes-vous davantage en faveur des arguments de Marie (contre) ou de Lucie (pour) ?
PI : De Lucie.
M : Donc, selon vous cet argument de réparabilté pourrait influencer votre choix ?
PI : Oui.
M : Pourquoi ?
PI : Parce que je suis contre la société de consommation et que si on a quelque chose auquel on peut redonner vie pour quelques années moi je suis tout à fait partante. Je n'ai pas envie de racheter tout le temps du neuf. J'ai juste envie que tout tienne et que je ne doive pas aller tout racheter et changer, réfléchir, me dire qu'est-ce que je vais acheter. Moi c'est la simplicité, réparer et voilà.
M : Votre réponse dépend-t-elle du produit présenté dans la BD (machine à lessiver) ? Auriez-vous les mêmes arguments pour d'autres produits comme une centrale à repasser ou un grille-pain ?
PI : C'est vrai qu'à la fin un grille-pain ça prend de l'âge et ce n'est plus très beau. Je me dis si je peux le réparer et qu'il tienne encore 10 ans ça va peut-être m'embêter.
M : Donc peut-être plus pour les gros électroménagers ?
PI : Oui voilà. Ce qui est visible et qu'on utilise au quotidien et qui commence à perdre un peu au niveau esthétique, ce serait moins important de les faire réparer mais je ne pense vraiment qu'au grille-pain. Si on me dit un sèche-cheveux on peut le réparer, volontier parce que c'est dans mon panier, on ne le voit pas, ça m'est égal.
M : Y a-t-il d'autres indicateurs qui sont plus importants pour vous que la réparabilté ?
PI : La performance, le prix, la marque, la consommation énergétique, c'est un peu un tout. Si on me dit tu achètes une Miele ou une Siemens et en plus elle est réparable, c'est génial. Mais est-ce que je vais choisir une sous-marque pour me dire qu'elle est réparable ? Je ne sais pas, peut-être qu'encore bien pour des trucs moins impliquant, un séchoir par exemple. Un séchoir ça n'a pas d'apport, ça doit sécher c'est tout donc là je serais prête à acheter un truc bas de gamme et me dire en plus c'est réparable je fonce.

SIGNIFICATION DU TERME REPARABILITE

M : Voici un exemple de logo « produit réparable ». L'avez-vous déjà vu ?
PI : Non.
M : Qu'est-ce que ce logo signifie à votre avis ?
PI : Que pendant 10 ans on offre un service de réparabilité.
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques du produit sur lequel se trouve ce logo ?
PI : Ca doit être un produit qui doit être destiné à une longue vie mais normalement tout électroménager quand même. Je ne trouve pas que ce logo donne une idée sur les caractéristiques que le produit pourrait avoir.
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques de la marque qui utilise ce logo sur ses produits ?
PI : Aucune idée.
M : Lorsque vous voyez ce logo, cela induit-il un certain doute chez vous par rapport aux produits ou à la marque ?
PI : Ce qui m'embête c'est que quand je vois le temps que je garde mes électroménagers, c'est plus de 10 ans. On a l'impression qu'après les 10 ans quand viendront les soucis on ne saura plus les réparer. J'ai comme l'impression que cela ne va pas me servir parce qu'ils tomberont en panne après 10 ans.
M : Selon vous, c'est la marque ou vous qui payerez la réparation ?
PI : C'est nous.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa qualité ?
PI : Je suis perplexe. En réfléchissant on se dit tient est-ce qu'on ne sème pas le doute justement sur la qualité de l'électroménager. Si on voit ça sur une Miele et qu'une Miele est censée tenir 30 ans, ça n'apporte rien. Par contre si on voit ça sur une sous-marque on va se dire aller il va au moins tenir 10 ans. Si on met ça sur une bonne marque ça n'apporte pas grand-chose.
M : Donc ça n'aura aucun impact sur la qualité de la machine ou sa fiabilité ?

PI : Je trouve que ceci aura plus une valeur ajoutée sur une marque qui est moins crédible. Si on met ça sur une bonne marque on se dit de toute façon ça doit être réparable pendant 10 ans, c'est pas possible qu'elle me lâche en 10 ans. Je trouve que ça peut plus porter une marque bas de gamme qu'une marque haut de gamme.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa durabilité ?
PI : Ca peut être positif pour des sous-marques.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur la marque et sa stratégie ?
PI : Je ne sais pas.
M : Selon vous, cette information est-elle positive ou négative ?
PI : Pour moi les 10 ans c'est trop court, ça me gêne. Je trouve ça trop court pour la plupart des électroménagers.
M : Pouvez-vous lire la page web du site SEB sur la réparation. N'hésitez pas à énoncer à voix haute les questions que vous vous posez en découvrant cette page ainsi que les commentaires que vous avez.
PI : Quand on voit ça c'est chouette. Mais je garde tellement longtemps que 10 ans ça me frustre. Mais je trouve que c'est une démarche géniale. C'est la durée sur laquelle j'ai un doute parce que je me dis que je ne les casse pas en 10 ans, je les tiens tellement longtemps. Je trouve ça chouette de dire démontable, remontable. J'ai toujours vu mon père démonter et remonter nos électroménagers. Aujourd'hui on fait des trucs parfois où on ne sait pas le faire, c'est chouette qu'ils précisent qu'il y a moyen de démonter et de remonter, qu'il y a des pièces individualisées. C'est sympa comment c'est expliqué. Ce que je trouve pas mal c'est qu'à partir du moment où ils doivent stocker toutes les pièces pendant 10 ans, ils vont peut-être réduire le nombre de modèles et la fréquence des nouveaux modèles. Ca c'est parfait parce que ça m'écœure de voir chaque année des nouveautés et un choix dont on n'a pas besoin. Moi ça me tue, j'aurais 3 percolateurs c'est bon, 3 grille-pains c'est bon. Quand je vois ça je me dis génial parce qu'ils n'arriveront pas à changer chaque année sinon il y aura trop de pièces. Ce qui m'embête c'est que c'est de nouveau du marketing, on se dit qu'ils fassent moins, qu'ils produisent moins et qu'on soit moins à faire du marketing sur tous ces produits. Que ce soit le même modèle d'il y a 5 ans je m'en fiche. Tous les vieux modèles on va les jeter je ne sais où parce qu'ils ne sont pas de l'année, donc occupons nous d'abord de ça. C'est génial mais il y a d'abord tellement d'autres mesures avant de faire ça. 6500 réparateurs pour le monde ce n'est pas beaucoup. On ne sait pas combien ça va coûter pour faire réparer. Je ne sais pas comment ils mettent ça en place. Je trouve ça génial qu'on puisse lutter contre l'obsolescence programmée.
M : Que pensez-vous de cette page explicative faite par SEB sur son action de réparation ?
PI : Le concept est chouette mais on a aucune idée de coût. On a pas de notion de prix. Le principe est chouette mais ça manque peut-être un peu de contenu.
M : Est-ce que ça vous éclaire sur certains points ?
PI : Déjà c'est un principe que je ne connaissais pas du tout donc je découvre quelque chose de très intéressant.
M : Y a-t-il des éléments qui vous étonnent ou qui vous surprennent ?
PI : Quand on dit 6500 réparateurs dans le monde ça me paraît peu. Je me dis est-ce que vraiment je vais en trouver un près de chez moi. Je serais curieuse d'aller voir sur le site et de voir où le réparateur le plus proche se trouve, est-ce qu'il n'est pas à Lille ou à Paris ?
M : Y a-t-il des informations/éléments sur cette page auxquels vous n'auriez pas pensés ?
PI : Déjà je n'aurais pas pensé qu'on aurait pu imaginer un service pareil. C'est le concept qui est surprenant.
M : Êtes-vous d'accord avec tout ce qui est dit sur cette page ?
PI : Oui.

FORMAT DE L'INFORMATION REPARABILITE

M : Revenons sur le logo « produit réparable ». Selon vous, ce logo requiert-il un texte explicatif pour être compris ?
PI : Non.
M : Pensez-vous à d'autres éléments d'information qui pourraient apparaître sur ce logo ?
PI : Non, on ne peut pas trop compliquer sinon ça devient illisible.
M : Si vous deviez baser votre décision d'achat sur le caractère réparable d'un produit, à quelles informations voudriez-vous avoir accès ? Quelles informations voudriez-vous retrouver sur le produit ou sa fiche descriptive ?
PI : Je trouve que ça pourrait être sympa qu'ils expliquent que ce produit a été construit de façon à ce qu'il puisse être démonté et remonté et qu'on puisse identifier les parties. Il y a plein de choses qui se font maintenant par soudures et donc un électroménager est un tout qu'on ne sait plus réparer. Donc là expliquer que c'est démontable. Il y a quand même une bonne partie des gens qui sont bricoleurs et qui peuvent même réparer eux même comme mon papa. Donc expliquer qu'est-ce que c'est un produit réparable, qu'il a été construit de telle façon qui permet un démontage et qui permet de remplacer l'ensemble des pièces. Ca doit être détaillé.

M : Voici un tableau présentant un score de réparabilité pour différents produits. Au plus ce score de réparabilité est élevé au plus le produit sera facile à réparer et au moins le coût de la réparation sera élevé. Que pensez-vous d'un score de réparabilité ?
PI : C'est bien, c'est sympa.
M : Selon vous, un score de réparabilité est-il plus parlant qu'un logo « produit réparable » ?
PI : Il faut les 2 parce qu'il faut d'abord dire qu'il est réparable et puis dans quelle catégorie. Le logo pourrait prendre la couleur du niveau de réparabilité.
M : Quelles questions vous posez-vous quand vous voyez ce genre de score ?
PI : J'imagine que ce score doit être régulé par un organisme agréé extérieur comme un PEB, un certificateur extérieur qui va dire je juge que ce produit doit avoir un score de 6 ou de 8. Il faut que ce soit des organismes agréés extérieurs.
M : Est-ce que ce genre de score pourrait influencer votre choix de produit ?
PI : Oui évidemment.

ATTITUDE/INTENTION D'ACHAT

M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de ce produit ?
PI : Oui.
M : Comment ?
PI : Si je vois par exemple que du Miele ce n'est pas réparable je vais me dire ce n'est pas génial.
M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de cette marque ?
PI : Oui.
M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque pourrait changer la perception que vous avez des autres marques ?
PI : En tout cas le fait de voir l'existence de ce logo on se pose des questions que l'on ne se posait pas sur les autres marques donc oui ça influence puisqu'on a un nouvel élément qui avant ne rentrait pas dans les critères et qui maintenant entre dans les critères et qui peut modifier l'image qu'on a des autres marques.
M : Selon vous, si une entreprise utilise ce logo pour une partie des produits de la catégorie, cela risque-t-il de détériorer l'image des autres produits de la catégorie ?
PI : Oui, ils doivent tous l'être parce que de nouveau à partir du moment où on nous donne une information et qu'on ne la donne pas sur le reste on se pose des questions.
M : Dans quelle mesure l'information de réparabilité pourrait influencer votre choix ?
PI : Elle va influencer favorablement mon choix pour cette marque.
M : Qu'est-ce qui pourrait faire que vous considéreriez l'information de réparabilité dans vos critères de choix au moment de l'achat ?
PI : Il faut en parler, il faut bien communiquer sur ce critère et bien mettre en valeur l'avantage de ça. Moi ce qui me gêne c'est les 10 ans parce que j'ai l'impression que normalement ça doit durer 10 ans donc est-ce que ça aura vraiment un impact ? Je trouve que c'est une communication qui devrait être étayée par des pourcentages vécus.
M : Vous avez cité pas mal de critères que vous prenez en compte pour choisir un produit, notamment la marque, la catégorie de prix, la performance énergétique ou encore la facilité de programmation. La réparation ou la durée de vie ne sont pas apparues. Pourquoi pensez-vous privilégier l'ensemble des informations suivantes par rapport à la réparation ?
PI : Mais en fait c'est une donnée qui n'est jamais communiquée, la durée de vie d'un produit. Mon choix de marque, sous-entend une bonne marque donc un produit plus durable. C'est quelque chose sur lequel on n'a jamais communiqué.
M : Seriez-vous prête à payer un prix plus élevé pour pouvoir bénéficier de cet avantage de réparabilité ?
PI : Non parce que pour moi ça doit être quelque chose de naturel et donc évident qu'on offre ça.
M : Dans quelle mesure est-ce que le coût potentiel de réparation est important dans votre décision d'achat ?
PI : On ne pense pas au coût de réparation.
M : Contractez-vous parfois des assurances commerciales lors de l'achat d'électroménagers ?
PI : Non jamais.

BOUNDARY CONDITION

M : Voici un ensemble d'images de produits, veuillez les trier en fonction du critère suivant : l'information réparable est applicable pour cette catégorie de produits.

- Information applicable : Voiture, vélo, frigo, machine à laver, grille-pain, aspirateur, iPad, iPhone, appareil photos, sèche-cheveux, brosse à dents, rasoir.

- Information pas applicable : Vêtements.

M : Maintenant en fonction du critère suivant : l'information réparable est utile pour cette catégorie de produits.

- Information utile : Voiture, vélo, frigo, machine à laver, grille-pain, aspirateur, iPad, iPhone, appareil photos, sèche-cheveux, brosse à dents, rasoir.
- Information pas utile : Vêtements.

M : Maintenant en fonction du critère suivant : je pourrais considérer cette information pour cette catégorie de produits.

- Considération : Voiture, vélo, frigo, machine à laver, grille-pain, aspirateur, iPad, iPhone, appareil photos, sèche-cheveux, brosse à dents, rasoir.
- Pas de considération : Vêtements.

M : Triez ces profils en pensant à qui parmi ces personnages est susceptible (ou pas) de prendre considération la réparation comme critère de choix.

- Considération : Le pauvre, le manuel, l'écologique, l'aventurier, la famille nombreuse, les personnes âgées, l'activiste, l'homme.
- Pas de considération : La femme, le jeune, personne qui n'a pas le temps, la fashion, le riche.

M : Nous voilà arrivés à la fin de la discussion. Voici les éléments qui se sont dégagés lors de cette interview. La marque, la catégorie de prix, la performance énergétique et la facilité de programmation sont des critères importants lorsque vous devez acheter un appareil électroménager. Le design et le look sont des critères un peu plus accessoires. Vous ne recherchez pas souvent des informations sur les produits avant de les acheter. Vous n'aviez jamais vu ce logo et pour vous il signifie que pendant 10 ans il y aura un service de réparation. Vous avez quelques doutes par rapport à ce logo parce que généralement les soucis apparaissent après 10 ans. Le logo ne nécessite pas de texte explicatif pour être compris. Vous trouvez un score de réparabilité intéressant mais c'est intéressant de le combiner avec le logo. Ai-je bien tout compris ?
PI : Oui.
M : Avez-vous quelque chose à ajouter ?
PI : Non.
M : Auriez-vous des critiques à émettre par rapport à cette interview ?
PI : Non.
M : Un grand merci !

Retranscription entretien 9

Mathilde : Bonjour, cet entretien est réalisé dans le cadre de mon travail de fin d'études et a pour objectif de comprendre votre comportement et intention d'achat par rapport à des petits et gros électroménagers. Toutes les informations que vous me communiquerez sont utiles pour ma recherche. Si l'une des questions vous gêne ou vous embarrasse, n'hésitez pas à me le faire savoir. Afin de pouvoir retranscrire cette interview, puis-je vous demander votre accord afin d'enregistrer notre conversation ?
Personne interrogée : Vous avez mon accord.
M : Néanmoins, votre identité restera totalement confidentielle. Cet entretien se déroulera en différentes parties et durera approximativement ¾ d'heure à 1 heure.
ECHAUFFEMENT
M : Avant d'entrer dans le vif du sujet pouvez-vous vous présenter ?
PI : Je m'appelle [redacted]. Je suis mère de famille, j'ai 3 enfants. J'ai fait des études de droit et actuellement je travaille dans une petite société d'évènements.
M : Vous êtes employée ?
PI : Oui.
M : Pouvez-vous revenir sur votre dernier achat de petit ou gros électroménager au cours de ces 12 derniers mois ?
PI : J'ai investi dans un Thermomix. Est-ce que vous voyez ce que c'est ?
M : Oui.
PI : C'est un appareil qui vous aide bien puisqu'il cuisine tout pour vous. Il suffit de le programmer et il cuisine pour vous.
M : Ok. Rien d'autre ?
PI : Un petit aspirateur Dyson qui fait énormément de bruit et un petit toaster.
M : Pourquoi avez-vous acheté ces produits ?
PI : Le Thermomix car on m'avait dit qu'il s'agissait d'un appareil assez exceptionnel. L'aspirateur tout simplement pour faire le ménage et le toaster pour toaster.

M : Donc aucun de ces produits n'étaient pour remplacer un ancien appareil électroménager qui était en fin de vie ?
PI : Non aucun.
M : Comment avez-vous choisi ces produits ? Quels critères avez-vous pris en compte ?
PI : Surtout la qualité, on m'avait dit que Dyson c'était une des meilleures marques d'aspirateurs. Le Thermomix, j'ai été à une démonstration et ça me paraissait convainquant. Et le toaster ça j'ai pas cherché. J'aime bien aussi le design et le look de l'électroménager. Donc qualité d'abord et puis look et design ensuite. Mais surtout qualité et réputation de l'électroménager. Je préfère donner le prix. Pour mes machines à laver, par exemple, le linge ou le séchoir, je vais toujours donner le prix. J'ai toujours investi dans la marque Miele depuis des années, là on ne parle pas de design, ça reste une machine. J'ai toujours misé sur la qualité parce que je pense qu'il faut être riche pour acheter pas cher.
M : Plus spécifiquement, quel a été le facteur clé dans votre décision d'achat ?
PI : Vraiment la qualité du produit. La réputation du fabricant et de la marque.
M : Quels sont les facteurs qui sont plus accessoires dans votre décision d'achat ?
PI : Comme je l'ai expliqué, si je suis convaincue de la qualité du produit, ce qui me paraît accessoire c'est le prix, à partir du moment où je suis certaine que j'achète quelque chose de qualité.
M : A postériori, pensez-vous à d'autres critères que vous auriez pu prendre en compte ?
PI : En ce qui concerne l'aspirateur Dyson, peut-être un petit peu plus me renseigner sur le bruit. Malgré que ce soit un objet de qualité, je n'ai pas mesuré le bruit que faisait cet aspirateur. Donc peut-être plus se renseigner au niveau du fonctionnement.
M : Avez-vous reçu des conseils lorsque vous avez acheté ces produits ?
PI : Souvent je sais ce que je veux et puis quand j'arrive dans le magasin pour faire mon achat comme j'ai l'air de savoir ce que je veux on me dit oui oui c'est bon. Je demande quand même des conseils au vendeur, je lui pose des questions. Maintenant ça reste un vendeur, il vend son truc. Mais je fais confiance à priori.

CRITERES DE CHOIX

M : Avant d'effectuer ce genre d'achat donc ici tous les électroménagers que vous m'avez cités, à quels critères pensez-vous que le consommateur en général fait généralement attention ?
PI : Aujourd'hui je pense qu'il y a beaucoup de consommateurs qui ont dans leurs exigences, une exigence écologique. Fatalement de prix aussi. Mais je pense que le facteur écologique aujourd'hui joue énormément.
M : Y a-t-il, au contraire, selon vous, des critères d'achat auxquels le consommateur en général ne porte jamais attention lorsqu'il achète un petit ou gros électroménager ?
PI : Peut-être la durée de vie de l'électroménager. On achète instinctivement, d'abord en fonction de ses besoins évidemment. On ne se pose pas trop la question de savoir si la durée de vie est prévue à l'avance au moment de l'achat.
M : Selon vous, ces critères qui sont importants et plus accessoires pour le consommateur en général, sont-ils les mêmes pour un petit et un gros électroménager ?
PI : Peut-être que pour certains qui ont une grande idée de l'écologie oui, ça reste une priorité. Pour les autres, en dehors de l'efficacité je ne pense pas.

RECHERCHE D'INFORMATION

M : Comme vous me l'avez mentionné, vous avez acheté un Thermomix, un aspirateur et un toaster, il n'y a pas si longtemps. Aviez-vous recherché des informations sur ces produits avant de les acheter, avant d'aller dans le magasin ?
PI : Pour le Thermomix, je me suis renseignée auprès de gens qui l'avaient déjà pour savoir si l'appareil était vraiment performant.
M : Lorsque les moments d'acheter les différents produits sont arrivés avez-vous cherché d'autres informations sur le produit (ou la catégorie) que celles traditionnellement proposées?
PI : Non, ça ne me prend pas non plus des heures pour acheter un électroménager. Je regarde surtout les avis positifs et négatifs sur le produit et puis je fais la balance entre les 2 pour prendre ma décision et puis je vais l'acheter.
M : Lorsque vous considérez l'achat d'un produit électroménager, avez-vous pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : Ca m'arrive mais ce n'est pas une habitude, à partir du moment où l'on sait ce que l'on veut. Mais si le vendeur me fait une proposition, par exemple, alors je vais comparer bien sûre. Mais en général non.
M : Quel genre d'informations vous allez comparer à ce moment-là ?
PI : Je vais commencer à réfléchir au facteur écologique.
M : Selon vous, quelles sont les informations que le consommateur en général recherche avant d'acheter un produit électroménager ?

PI : L'efficacité, le prix, le délai de garantie et le prix de la garantie.
M : Selon vous, le consommateur en général a-t-il pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : Je pense que la majorité des gens se font influencer par les vendeurs, ils sont là pour ça. Je pense qu'ils ont une petite idée de départ de savoir ce qu'ils veulent acheter mais je pense que l'influence du vendeur est énorme sur le futur acheteur. De toute façon aujourd'hui on tape sur Google avis tel électroménager et on a 400 avis qui sortent sur notre iPhone. Certains font cette démarche, d'autres font confiance aux vendeurs. Mais il y a quand même une démarche de renseignement qui se fait. Je pense que les gens deviennent paresseux parce qu'ils ont l'info via des plateformes qui existent sur internet. Je pense que très peu sont les personnes qui vont comparer les produits étiquette par étiquette. Je pense qu'ils font soit appel à un vendeur soit directement en faisant des recherches.
M : Vous devez acheter une nouvelle machine à café. Un ami vous parle du modèle suivant. Avez-vous accès à l'ensemble des informations nécessaires pour prendre votre décision d'achat ? N'hésitez pas à faire des commentaires à voix haute.
PI : En ce qui concerne l'appareil oui, mais pas le prix des capsules. Le prix des capsules n'est pas dessus hors c'est un appareil à café. Cette information devrait être présente.
M : Quel est l'élément de cette fiche produit qui est le plus important pour vous ?
PI : Le prix.
M : Quels éléments sont absents pour guider votre choix d'achat ?
PI : Le prix des capsules, peut-être le prix de la livraison. Sinon tout paraît bien, on a une bonne explication.
M : Pourquoi est-ce que les éléments suivants attirent/n'attirent pas votre attention sur une fiche produit. Le prix ?
PI : Oui et il est mis en évidence.
M : La marque ?
PI : Oui, bien sûre.
M : L'apparence du produit (photo) ?
PI : Évidemment, le look.
M : Le fonctionnement du produit ?
PI : Non. En tout cas pas pour une machine Nespresso.
M : Mais pour d'autres produits ça pourrait être intéressant ?
PI : Par exemple, pour le Thermomix, avoir une petite idée du fonctionnement ça peut être utile. Mais pour une machine à café non. Par contre, par exemple, pour une machine à laver le linge là je pense qu'il faut se renseigner autrement que par une photo.
M : La durée de la garantie ?
PI : Bien sûre et le prix aussi. Est-ce que c'est garanti 1 an ou 2 à l'achat ou est-ce qu'il faut déjà prévoir d'acheter une garantie supplémentaire pour le produit. Mais ça peut-être qu'en cliquant sur acheter, tout ça apparaît par la suite.
M : Des avis extérieurs sur le produit ?
PI : C'est toujours bien d'avoir un avis. Peut-être pas sur le basique de chez basique mais pour des électroménagers un petit peu différents, je pense que c'est toujours bien d'avoir un avis.
M : L'année du modèle ?
PI : Pas du tout.
M : Pourquoi ?
PI : Parce que je suis persuadée que ce que l'on propose quand on rentre dans un magasin d'électroménagers c'est les derniers cris. Si ce n'est pas le cas, c'est noté. Sur internet, si on veut faire la démarche d'avoir un produit qui ne date pas de cette année, il suffit de le taper et on aura une proposition de collection de produits et à nous à ce moment-là de faire le choix par rapport au prix.
M : La consommation énergétique ?
PI : Moi non mais je sais que je devrais peut-être y être un peu plus attentive.

AVANTAGES ET INCONVENIENTS DE L'INFORMATION DE REPARABILITE/DU CRITERE DE REPARABILITE

M : Pouvez-vous compléter la dernière bulle des 2 planches de BD suivantes ? Il y en a une devant et une derrière. Pouvez-vous lire et compléter une planche de BD à la fois pour que je comprenne bien votre argument.
PI : Évidemment, c'est extrêmement important. Maintenant réparabilité des produits sur plus de 10 ans, je suppose qu'il y a un supplément, c'est là-dessus que tu dois te renseigner, sur ce que ça va te coûter. Mais c'est quand même très cher de réparer une machine à laver donc je trouve intéressant, effectivement, de te renseigner sur ce que ça te coûte en dehors de la garantie qui en général est de 2 ans voir de 5 ans parce que tu vas pas t'acheter une machine à laver tous les 3, 4 ans.

M : Et de l'autre côté ?
PI : Je ne suis pas d'accord c'est pas n'importe quoi. Je pense qu'il y a des gens extrêmement sensibles à cela, maintenant il faut voir ce que cela coûte en plus. Sur des petits appareils qui ne coûtent pas chers à l'achat, ça ne vaut peut-être pas la peine de prendre un complément de garantie mais sur une machine à laver oui. Je sais aussi que les vendeurs poussent à ça, qu'ils gagnent leur vie là-dessus. Je trouve que ça doit être payé en rapport avec le prix de départ de l'électroménager. Je trouve que pour ça le vendeur n'est pas toujours très correct.
M : Êtes-vous davantage en faveur des arguments de Marie (contre) ou de Lucie (pour) ?
PI : De Lucie.
M : Donc, selon vous cet argument de réparabilté pourrait influencer votre choix ?
PI : Sûrement.
M : Votre réponse dépend-t-elle du produit présenté dans la BD (machine à lessiver) ?
PI : Oui. Je pense que ça vaut la peine sur des gros électroménagers.

SIGNIFICATION DU TERME REPARABILITE

M : Voici un exemple de logo « produit réparable ». L'avez-vous déjà vu ?
PI : Jamais.
M : Qu'est-ce que ce logo signifie à votre avis ?
PI : Pour moi, l'appareil est garanti 10 ans.
M : Pour vous réparable veut dire garantie ?
PI : Absolument.
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques du produit sur lequel se trouve ce logo ?
PI : Ce sera un produit qui sera réparable pendant 10 ans.
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques de la marque qui utilise ce logo sur ses produits ?
PI : Fiable. Si elle s'engage à ce que ses produits soient garantis 10 ans, pour moi c'est un signe de fiabilité.
M : Lorsque vous voyez ce logo, cela induit-il un certain doute chez vous par rapport aux produits ou à la marque ?
PI : Pas du tout, au contraire cela me donne confiance.
M : Selon vous, c'est la marque ou vous qui payerez la réparation ?
PI : Pour moi, il s'agit d'une garantie décennale incluse dans le prix.
M : Donc c'est la marque qui payera la réparation ?
PI : Oui. Et si elle s'engage à faire cela c'est qu'elle est sûre de son produit.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa qualité ?
PI : Pour moi ça implique fiabilité. C'est le fabricant du produit qui d'avance vous garantit que pendant 10 ans le produit sera pris en charge en cas de défaillance.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa durabilité ?
PI : C'est un élément qui inspire confiance.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur la marque et sa stratégie ?
PI : C'est une stratégie commerciale évidente et qui peut avoir en tout cas des conséquences très positives sur l'ensemble des produits vendus par cette marque.
M : Selon vous, cette information est-elle positive ou négative ?
PI : Pour moi elle est positive.
M : Pouvez-vous lire la page web du site SEB sur la réparation. N'hésitez pas à énoncer à voix haute les questions que vous vous posez en découvrant cette page ainsi que les commentaires que vous avez.
PI : On est donc pas dans une garantie décennale mais plutôt dans une facilité de réparation pour allonger la durée de vie des produits et lutter contre le gaspillage. On ne sait pas combien ça va coûter pour qu'un réparateur se déplace. On est dans un circuit de réparateurs professionnels mais qu'on va devoir payer, rien n'est gratuit. C'est des solutions pour éviter de devoir changer d'électroménagers tous les X temps. Il y a donc, si ce qui est dit est vrai, une démarche écologique.
M : Que pensez-vous de cette page explicative faite par SEB sur son action de réparation ?
PI : Elle est bien faite. Maintenant, je ne l'ai pas devant moi, je ne peux pas cliquer sur toutes les possibilités. Mais elle est complète en espérant qu'à un moment donné le coût apparaisse. Mais c'est bien fait je trouve.
M : Est-ce que ça vous éclaire sur certains points ?
PI : Oui. En tout cas j'apprends en lisant tout ça. Dès le départ il y a un soucis de proposer aux clients d'avoir des contacts avec des réparateurs. Et au niveau même de la construction de l'électroménager, les pièces sont simplifiées pour qu'elles soient réparables et pas avoir cette mentalité, ça ne fonctionne plus, on jette. Ici, il y a vraiment une démarche où l'on tente d'offrir la possibilité de garder un électroménager le plus longtemps possible. On sait tous qu'il y a de l'obsolescence programmée, donc ici je suis assez sensible à cette page.
M : Y a-t-il des informations/éléments sur cette page auxquels vous n'auriez pas pensés ?

PI : L'impression 3D, j'irais voir l'interview. Tout est utile dans ces infos. Mais par contre il serait intéressant d'ajouter une petite icône pour connaître le prix de l'intervention.
M : Êtes-vous d'accord avec tout ce qui est dit sur cette page ?
PI : Pour être d'accord, il faut le tenter et il faut voir si ce qu'ils disent est vrai.

FORMAT DE L'INFORMATION REPARABILITE

M : Revenons sur le logo « produit réparable ».
PI : Maintenant, j'ai compris qu'il ne s'agissait pas d'une garantie incluse mais d'un soucis de pouvoir réparer des électroménagers aujourd'hui. On ne connaît toujours pas le coût. Maintenant que j'ai lu cette page, il faut quand même bien se rendre compte que s'ils font déjà cette démarche avec ce soucis de réparabilité, tout ça ça a un coût. Maintenant, j'ai compris que ce logo était un soucis de durabilité du produit et de proposition de réparabilité.
M : Selon vous, ce logo requiert-il un texte explicatif pour être compris ?
PI : Oui. Moi je mettrais « à charge de l'acheteur ». Je mettrais aussi « garantie 2 ans à l'achat, 10 ans à charge de l'acheteur ». J'indiquerais également le prix de la proposition de garantie décennale (ex : 12€/an). Il s'agit de la garantie de pouvoir contacter ces réparateurs et qu'ils viennent chez vous avec les pièces nécessaires disponibles pour pouvoir effectuer la réparation.
M : Donc, selon vous, les gens vont devoir payer pour avoir accès à ce logo ?
PI : Oui.
M : Si vous deviez baser votre décision d'achat sur le caractère réparable d'un produit, à quelles informations voudriez-vous avoir accès ? Quelles informations voudriez-vous retrouver sur le produit ou sa fiche descriptive ?
PI : La garantie que pendant 10 ans je vais avoir accès aux pièces détachées de cette marque. Donc comment ils s'engagent pour que pendant 10 ans j'ai accès à ces pièces et qu'est-ce que ça me coûte d'avoir cette garantie de réparabilité pendant 10 ans, pas le prix de la réparation. Donc avoir le prix de ce que ça coûte en plus d'avoir la possibilité de réparer mon produit pendant 10 ans et qu'ils gardent toutes les pièces détachées du produit. Est-ce que je paye une fois cette garantie pour 10 ans ou est-ce que je dois la payer chaque année ?
M : Voici un tableau présentant un score de réparabilité pour différents produits. Au plus ce score de réparabilité est élevé au plus le produit sera facile à réparer et au moins le coût de la réparation sera élevé. Que pensez-vous d'un score de réparabilité ?
PI : Donc avoir un indice de réparabilité sur les appareils pour éviter de jeter dès que ça ne fonctionne plus ?
M : Oui
PI : Je pense que tout le monde n'est pas encore sensible à cela. Beaucoup de gens sont sensibles à la rapidité, l'appareil photo, … Il faut ancrer dans la tête des gens cette possibilité d'arrêter de jeter et donc imposer un score de réparabilité.
M : Si vous voyez ce score, cela influencerait-il votre achat ?
PI : Oui, déjà à partir de maintenant j'hésite à acheter ce genre de Smartphone et de me tourner vers les fairphones. Mais s'il n'y a pas ce qu'il me faut dans les fairphones je vais être sensible au degré de réparabilité. Il faut aussi éduquer les vendeurs de smartphones, c'est à eux de parler de ces scores de réparabilité qui impliquent moins de gaspillage et de sensibiliser les gens.
M : Selon vous, un score de réparabilité est-il plus parlant qu'un logo « produit réparable » ?
PI : Oui.
M : Pourquoi ?
PI : C'est plus parlant. Mais il faut indiquer sur ce logo qu'il s'agit d'un degré de réparabilité, parce que le texte plus un 7 ça ne parle pas. 7 ça peut être la qualité de l'appareil photo, la qualité de la batterie. Donc je mettrais autour du logo 7, « degré de réparabilité ».
M : Quelles questions vous posez-vous quand vous voyez ce genre de score ?
PI : Je me demande à quoi ça correspond et s'il y avait écrit « degré de réparabilité » sur ce logo, j'aurais mon info. Mais aussi savoir à quoi correspond ce degré de réparabilité, est-ce que c'est sur la totalité du smartphone que j'ai des pièces réparables ou c'est juste sur certaines pièces ? Là je pense qu'il faut une explication de la personne qui vend le produit ou sur la plateforme internet qui vend ce produit.
M : Est-ce que ce genre de score pourrait influencer votre choix de produit ?
PI : Certainement.

ATTITUDE/INTENTION D'ACHAT

M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de ce produit ?
PI : C'est plutôt positif, quel que soit la marque. Je pense que si on éveil le consommateur à ce degré de réparabilité c'est hyper intéressant.

M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de cette marque ?
PI : Je pense que je me dirais cette marque est sensible et a une approche écologique.
M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque pourrait changer la perception que vous avez des autres marques ?
PI : Oui, bien sûre, à partir du moment où le déclic est fait et qu'on apprend qu'il y a ce système qui est mis en place pour allonger la durabilité d'un produit. Maintenant c'est clair, aujourd'hui j'ai fait cette interview, demain je parlerai de ça, certainement.
M : Selon vous, une marque qui utilise le logo « produit réparable » est-elle supérieure ou inférieure à une autre marque qui n'utilise pas ce logo ?
PI : Ça augmente en tout cas la confiance qu'on peut avoir en le produit.
M : Selon vous, si une entreprise utilise ce logo pour une partie des produits de la catégorie, cela risque-t-il de détériorer l'image des autres produits de la catégorie ?
PI : Oui parce que soit on a une démarche écologique pour tout, soit non. Pourquoi plus de pièces disponibles pour un produit que pour un autre ? Il faut dès le départ avoir cet aspect écologique et l'appliquer à tous les produits.
M : Dans quelle mesure l'information de réparabilité pourrait influencer votre choix ?
PI : A partir du moment où je deviens sensible à cela, je vais être sensible au score proposé et donc plus le score sera élevé, plus je vais être sensible à l'achat de l'électroménager.
M : Qu'est-ce qui pourrait faire que vous considéreriez l'information de réparabilité dans vos critères de choix au moment de l'achat ?
PI : Je trouve peut-être qu'on n'informe pas assez via les plateformes et même dans les magasins au moment de l'achat. Si quelqu'un est attiré par un appareil qui n'a pas ce logo, ce serait bien quand même de dire qu'il existe ce genre d'appareils. Je pense qu'une meilleure communication peut influencer. La communication est permanente aujourd'hui, donc c'est assez facile de dire stop aux appareils qui sont préalablement programmés et de permettre aux marques de communiquer sur son degré de réparabilité pour laisser le choix aux gens de ne plus gaspiller.
M : Vous avez cité pas mal de critères que vous prenez en compte pour choisir un produit, notamment la qualité, le design, le look, le fonctionnement, la réputation et la publicité. La réparation ou la durée de vie ne sont pas apparues. Pourquoi pensez-vous privilégier l'ensemble des informations suivantes par rapport à la réparation ?
PI : Aujourd'hui, après l'interview, je me dis qu'un des critères qui sera peut-être prioritaire et qui sera placé avant le design, la marque, ce sera le degré de réparabilité. Comme quoi c'est utile d'avoir ce genre d'interview.
M : Seriez-vous prête à payer un prix plus élevé pour pouvoir bénéficier de cet avantage de réparabilité ?
PI : Oui.
M : Dans quelle mesure ?
PI : Il faut rester raisonnable. Cette démarche est faite pour des produits pour lesquels les pièces sont facilement interchangeables. Ce qui veut dire aussi que normalement il n'y a pas l'effet obsolescence programmée donc fatalement c'est un électroménager que l'on va garder plusieurs années donc il faut rester raisonnable dans le prix. Tout dépend aussi du prix de la machine. Plus la machine est grande, plus on sera prêt à payer un petit peu plus cher. Sur un petit appareil électroménager il faudra rester raisonnable dans le montant demandé pour cette garantie décennale.
M : Dans quelle mesure est-ce que le coût potentiel de réparation est important dans votre décision d'achat ?
PI : Oui bien sûre mais comme au départ je pense que j'achète de la bonne qualité qui va durer 10-15 ans, je me dis que même si je dois investir dans une nouvelle pièce et payer un déplacement, ça ne me choque pas.
M : Contractez-vous parfois des assurances commerciales lors de l'achat d'électroménagers ?
PI : Pour les gros montants oui, pas pour les petits montants.

BOUNDARY CONDITION

M : Voici un ensemble d'images de produits, veuillez les trier en fonction du critère suivant : l'information réparable est applicable pour cette catégorie de produits.
PI : Applicable et non applicable c'est de voir ce que cela implique comme coûts pour celui qui propose le service donc à un moment il faut être raisonnable aussi. Est-ce que cela ne coûte pas plus cher de faire venir quelqu'un en voiture avec sa brosse à dents, donc pour moi c'est moins applicable.

- Information réparable applicable : Machine à laver, frigo, aspirateur, appareil photos, voiture, iPhone, iPad.
- Information réparable pas applicable : Vélo, rasoir, vêtements, brosse à dents, grille-pain, sèche-cheveux.

M : Maintenant en fonction du critère : l'information réparable est utile pour cette catégorie de produits.

PI : Ici on parle juste de l'info. Pour moi l'info elle est utile sur tout même les petits trucs sauf les vêtements.

- Information réparable est utile : IPad, iPhone, vélo, aspirateur, appareil photos, frigo, grille-pain, sèche-cheveux, brosse à dents, voiture, rasoir, machine à laver.
- Information réparable pas utile : Vêtements.

M : Maintenant en fonction du critère suivant : je pourrais considérer cette information pour cette catégorie de produits.

- Considération : Machine à laver, frigo, aspirateur, appareil photos, voiture, iPhone, iPad.
- Pas de considération : Vélo, rasoir, vêtements, brosse à dents, grille-pain, sèche-cheveux.

M : Triez ces profils en pensant à qui parmi ces personnages est susceptible (ou pas) de prendre considération la réparation comme critère de choix.

- Prise en considération : La femme, l'écologique, le jeune, l'activiste, les personnes âgées, l'homme, l'aventurier, la famille nombreuse, le pauvre.
- Pas de prise en considération : La fashion, la personne qui n'a pas le temps, le manuel.
- Entre les deux : Le riche.

M : Pourquoi le manuel ne considère-t-il pas l'information de réparation comme critère de choix ?
PI : Parce qu'il va le faire lui-même. L'homme riche je le mettrais entre les deux parce que je trouve ça un peu réducteur de dire que tous ceux qui ont de l'argent s'en fichent de l'écologie. C'est loin d'être le vrai. Ça dépend de la personnalité de la personne.
M : Nous voilà arrivés à la fin de la discussion. Voici les éléments qui se sont dégagés lors de cette interview. Au départ les critères qui sont importants pour vous lorsque vous devez acheter un électroménager c'est la qualité, la réputation, le design, le look, la publicité et le fonctionnement. Ce qui est plus accessoire c'est le prix parce qu'avant tout c'est la qualité qui est importante. Généralement vous recherchez des informations avant d'acheter un produit électroménager. Vous regardez notamment les avis sur ce produit sur internet. Vous n'aviez jamais vu le logo produit réparable et pour vous cela signifie que l'on dispose d'une garantie décennale de réparation payée par la marque. Vous n'avez aucun doute par rapport à ce logo. Selon vous ce logo nécessite un texte explicatif pour être compris, notamment que les coûts sont à charge de l'acheteur. Le score de réparabilité est un peu plus parlant pour vous que le logo. Ai-je bien tout compris ?
PI : Oui vraiment.
M : Avez-vous quelque chose à ajouter ?
PI : Oui que l'entretien était très agréable, que j'ai appris pas mal de choses. Ça a éveillé quelque chose que je ne connaissais pas et c'est là tout l'intérêt de cette interview.
M : Auriez-vous des critiques à émettre par rapport à cette interview ?
PI : Non vraiment pas. Je trouve qu'il est très complet. Parfois on a l'impression d'être répétitif mais en fait non parce que chaque question implique une autre réponse.
M : Un grand merci.
PI : Je vous en prie.

Retranscription entretien 10

Mathilde : Bonjour, cet entretien est réalisé dans le cadre de mon travail de fin d'études et a pour objectif de comprendre votre comportement et intention d'achat par rapport à des petits et gros électroménagers. Toutes les informations que vous me communiquerez sont utiles pour ma recherche. Si l'une des questions vous gêne ou vous embarrasse, n'hésitez pas à me le faire savoir. Afin de pouvoir retranscrire cette interview, puis-je vous demander votre accord afin d'enregistrer notre conversation ?
Personne interrogée : Oui bien sûre.
M : Néanmoins, votre identité restera totalement confidentielle. Cette entretien se déroulera en différentes parties et durera approximativement ¾ d'heure à 1 heure.
ECHAUFFEMENT
M : Avant d'entrer dans le vif du sujet pouvez-vous vous présenter ?
PI : Je m'appelle [redacted]. J'ai 76 ans, je vis seule.
M : Est-ce que vous travaillez encore ?
PI : Je travaille encore pour mon plaisir.
M : Dans quel domaine ?
PI : Dans l'immobilier.
M : Pouvez-vous revenir sur votre dernier achat de petit ou gros électroménager au cours de ces 12 derniers mois ?
PI : Je n'ai rien acheté ces 12 derniers mois.

M : Quelle est votre intention d'achat d'électroménager dans les 6 mois à venir ?
PI : Une nouvelle machine à laver.
M : Pourquoi voulez-vous acheter ce produit ?
PI : Parce que ma machine à laver à un problème de programmation.
M : Donc elle fonctionne encore ?
PI : A moitié.
M : Donc elle n'est pas en fin de vie ? Elle fonctionne toujours ?
PI : Pour moi elle est en fin de vie parce que d'autres programmes vont flancher les uns après les autres.
M : Comment allez-vous choisir ce produit ? Quels critères allez-vous prendre en compte ?
PI : Je vais essayer de choisir un produit A, avec un bon rapport qualité-prix et qui répond exactement aux fonctions dont j'ai besoin. Je ne compte pas prendre une machine trop sophistiquée.
M : Plus spécifiquement, quel va être le facteur clé dans votre décision d'achat ?
PI : Les programmes proposés.
M : Quels sont les facteurs qui vont être plus accessoires dans votre décision d'achat ?
PI : L'aspect extérieur et les programmes superflus.
M : Comptez-vous demander des conseils pour l'achat de cette machine à laver ?
PI : Oui au vendeur.
M : Dans un magasin ?
PI : Oui dans le magasin après lecture des petites fiches d'identification.

CRITERES DE CHOIX

M : Avant d'effectuer ce genre d'achat donc ici une machine à laver, à quels critères pensez-vous que le consommateur en général fait généralement attention ?
PI : Je crois que le premier critère c'est le prix et le deuxième critère la consommation.
M : Selon vous, quels sont les principaux critères d'achat auxquels le consommateur en général fait attention lorsqu'il achète un produit électroménager ?
PI : Je crois qu'aujourd'hui c'est encore toujours le prix qui va dicter le choix du consommateur.
M : Ces critères sont-ils les mêmes pour un petit et un gros électroménager ?
PI : Non.
M : Pourquoi ?
PI : Parce qu'il y a moins de facteurs qui interviennent dans un petit électroménager, parce qu'on se dit que ça consomme quand même pas trop, qu'on ne regarde pas à ce détail entre guillemets.
M : Ces critères pourraient-ils varier en fonction d'un consommateur à un autre ?
PI : Certainement.
M : Comment ?
PI : Suivant la philosophie de l'acheteur, il y a des gens qui rechercheront toujours un produit qualité-prix et économique et d'autres auront des achats compulsifs.
M : Y a-t-il, au contraire, selon vous, des critères d'achat auxquels le consommateur en général ne porte jamais attention lorsqu'il achète un petit ou gros électroménager ?
PI : La couleur je crois.
M : Rien d'autre ?
PI : Je ne vois vraiment pas. Quand j'ai fait un choix, à qualité égale et à prix égal, ce sera l'aspect extérieur qui va trancher.

RECHERCHE D'INFORMATION

M : Comme vous me l'avez mentionné, vous avez l'intention d'acheter une machine à laver. Comptez-vous rechercher des informations sur ce produit avant de l'acheter, donc avant d'aller dans le magasin ?
PI : Non.
M : Jamais ?
PI : Peut-être que je verrais autour de moi si d'autres personnes ont fait un achat récent, donc avoir des avis autour de moi.
M : Quand vous êtes dans le magasin, là, vous allez rechercher des informations sur le produit ?
PI : Oui. Je vais d'abord analyser les fiches produits, me faire ma propre opinion sur les différents produits et puis me renseigner auprès d'un vendeur.
M : Qu'allez-vous regarder sur les fiches descriptives des produits ?
PI : Pour ma machine à laver, je vais regarder la consommation, l'énergie et les différentes vitesses d'essorage.
M : Ces informations seront-elles différentes en fonction d'un petit ou d'un gros électroménager ?
PI : Bien sûr, personnellement, je crois que dans un petit électroménager on ne fait pas d'analyse de la consommation comme on le fait pour les gros électroménagers. On parle du prix et d'éventuellement une

caractéristique spécifique à un appareil mais je n'ai encore jamais vu autant d'explications pour un petit électroménager que pour un grand.
M : Selon vous, quelles sont les informations que le consommateur en général recherche avant d'acheter un produit électroménager ?
PI : Sa performance.
M : Rien d'autre ?
PI : Non parce que puisqu'on recherche un appareil qui remplace l'ancien et qui soit mieux, on cherche la performance par rapport au prix proposé.
M : Selon vous, le consommateur en général a-t-il pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : Je pense qu'aujourd'hui en tout cas.
M : Selon vous, quelles sont les informations auxquelles le consommateur en général fait attention sur les étiquettes et les fiches descriptives des produits électroménagers ?
PI : Les différentes caractéristiques de l'appareil, on ne va pas regarder la même chose pour une machine à laver que pour une cafetière. Je vais regarder des informations spécifiques à l'appareil que je veux acheter.
M : Vous devez acheter une nouvelle machine à café. Un ami vous parle du modèle suivant. Avez-vous accès à l'ensemble des informations nécessaires pour prendre votre décision d'achat ? N'hésitez pas à faire des commentaires à voix haute.
PI : La première chose que je regarde c'est le prix.
M : Toujours ?
PI : Ici je vois le prix parce que la façon dont c'est mis, c'est le prix qui saute aux yeux. C'est l'élément le plus visible. J'ai vu le prix et la marque et je me dis que c'est une bonne marque, c'est une marque connue donc j'ai déjà fait une démarche favorable par rapport au produit. Personnellement, je le trouve très cher. Personnellement, je n'achèterais jamais ce produit parce que je n'en ai pas l'utilité. Je trouve que c'est un produit accessoire dans la vie de tous les jours et que son prix est vraiment élevé. En plus, les capsules sont très polluantes.
M : Quel est l'élément de cette fiche produit qui est le plus important pour vous ?
PI : Sa fonction, ce qu'il me prépare, ce que je peux en faire. C'est la première chose que je vais regarder en dehors du prix et de la marque, je vais regarder ce qu'il m'offre.
M : Quels éléments sont absents pour guider votre choix d'achat ?
PI : Le mode d'utilisation, d'emploi. Un mode d'emploi simplifié.
M : Pourquoi est-ce que les éléments suivants attirent/n'attirent pas votre attention sur une fiche produit. Le prix ?
PI : On le voit. Il est en couleur.
M : Donc ça va toujours attirer votre attention sur n'importe quelle fiche produit ?
PI : Non pas dans un premier temps, je vais d'abord regarder à quoi sert l'appareil.
M : Est-ce que la marque va attirer votre attention ?
PI : Oui parce que c'est une marque connue. Je vais aller plus vers cette marque-là que vers une autre marque pour le même type de produit.
M : Donc, par exemple, si c'était une marque que vous ne connaissiez pas sur cette fiche produit, ce n'est pas quelque chose que vous regarderiez spécialement ?
PI : Si je vais la regarder mais ça va déjà influencer mon choix.
M : L'apparence du produit est-ce que ça attire votre attention sur une fiche produit ?
PI : Ca dépend du produit. Ici ça attire mon attention parce que le design est très beau.
M : Le fonctionnement du produit ?
PI : Oui mais ici il n'y est pas.
M : La durée de la garantie ?
PI : Je n'y ai même pas pensée et on en parle pas.
M : Est-ce que si c'était écrit sur une fiche produit ça pourrait attirer votre attention ?
PI : Ca pourrait influencer le choix donc attirer mon attention.
M : Des avis extérieurs sur le produit ?
PI : Quel genre d'avis ?
M : Des avis d'autres consommateurs.
PI : Non ça dépend de chacun, de l'utilisation qu'in en fait.
M : L'année du modèle, est-ce que ça attirerait votre attention ?
PI : Non.
M : La consommation énergétique ?

PI : Comme je l'ai dit plus tôt, pour un petit électroménager ça ne sera pas un de mes premiers critères mais pour un gros électroménager bien.
M : Après tous ces critères, vous pensez à d'autres choses ?
PI : Je crois que s'il y avait plus d'explications je ne les lirais pas.

AVANTAGES ET INCONVENIENTS DE L'INFORMATION DE REPARABILITE/DU CRITERE DE REPARABILITE

M : Pouvez-vous compléter la dernière bulle des 2 planches de BD suivantes. Il y en a une devant et une derrière. Pouvez-vous lire et compléter une planche de BD à la fois pour que je comprenne bien votre argument.
PI : Évidemment, tu te rends compte si tous les 5 ans tu devais acheter une nouvelle machine à laver parce qu'un petit incident s'est produit dans le fonctionnement de celle-ci.
M : Et la planche derrière ?
PI : N'importe quoi parce que tu sais fort bien que le jour d'aujourd'hui les appareils sont faits pour ne pas durer.
M : Êtes-vous davantage en faveur des arguments de Marie (contre) ou de Lucie (pour) ?
PI : Je suis plutôt de l'avis de Lucie.
M : Pourquoi ?
PI : Parce qu'économiquement c'est plus attirant que de devoir jeter un appareil après une petite panne.
M : Donc, selon vous, cet argument de réparabilté pourrait influencer votre choix ?
PI : Tout à fait.
M : Votre réponse dépend-t-elle du produit présenté dans la BD (machine à lessiver) ?
PI : Non je trouve que ça doit être pour tous les électroménagers.
M : Donc vous auriez les mêmes arguments pour d'autres produits comme une centrale à repasser ou un aspirateur ?
PI : Tout à fait.
M : Y a-t-il d'autres indicateurs qui sont plus importants pour vous que la réparabilté ?
PI : Le prix et la performance de l'appareil.

SIGNIFICATION DU TERME REPARABILITE

M : Voici un exemple de logo « produit réparable ». L'avez-vous déjà vu ?
PI : Jamais.
M : Qu'est-ce que ce logo signifie à votre avis ?
PI : Une garantie de réparation sur 10 ans.
M : Qu'est-ce que vous entendez par réparation ?
PI : Ici avec ma machine à laver, j'ai un programme qui semble avoir été défaillant. J'estime qu'on pourrait pouvoir intervenir puisque tous les autres programmes fonctionnent encore.
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques du produit sur lequel se trouve ce logo ?
PI : Ca doit être des gros électroménagers.
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques de la marque qui utilise ce logo sur ses produits ?
PI : La production d'un produit de qualité, peut-être un peu plus cher à l'achat.
M : Lorsque vous voyez ce logo, cela induit-il un certain doute chez vous par rapport aux produits ou à la marque ?
PI : Non je fais confiance au fabricant.
M : Selon vous, c'est la marque ou vous qui payerez la réparation ?
PI : Ca c'est une bonne question. Tout dépendra de la durée de la garantie proprement dite. Au-delà de cette garantie c'est normal que ce soit moi qui paye la réparation.
M : Donc quand vous dites que la signification de ce logo, c'est que le produit est garanti pendant 10 ans. Que voulez-vous dire ?
PI : Il n'est pas garanti pendant 10 ans, il est réparable pendant 10 ans mais ça pourrait induire en erreur et s'imaginer que c'est une garantie pendant 10 ans. Donc ça voudra dire que ma machine tiendra au moins 10 ans puisqu'on m'assure la réparation des petits incidents.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa qualité ?
PI : La qualité sera meilleure puisqu'on garantit une réparation pendant 10 ans. Une machine qui est destinée à être remplacée plus rapidement n'aura pas un logo pareil mais sera beaucoup moins chère.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa fiabilité ?
PI : Je suis presque certaine d'acheter quelque chose de valable.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa durabilité ?
PI : Comparer à d'autres produits, pour moi, si on le répare pendant 10 ans, c'est qu'il va pouvoir vivre plus longtemps.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur la marque et sa stratégie ?
PI : Elle vendra moins de machines à laver puisqu'elles vont durer plus longtemps.

M : Et donc quelle stratégie cette marque utilisera-t-elle ?
PI : Elle cherchera à rendre les machines qui sortent sur le marché de plus en plus performantes.
M : Pouvez-vous lire la page web du site SEB sur la réparation. N'hésitez pas à énoncer à voix haute les questions que vous vous posez en découvrant cette page ainsi que les commentaires que vous avez.
PI : La première chose que je vois ce sont les logos. Ce que je lis d'abord ce sont les gros titres. Les petites explications je ne les lis que suivant mon intérêt. J'ai bien vu qu'on expliquait ce que c'était la réparabilité pendant 10 ans. Je trouve bien qu'ils disent que c'est dans un but écologique quelque part qu'ils proposent des produits réparables. Je trouve ça bien que la marque propose cela alors qu'aujourd'hui on doit aller dans des repair cafés si on veut récupérer un petit électroménager. Les petits dessins je trouve ça trop compliqués, je ne vois pas ce qu'ils veulent expliquer, il faut être technicien. Je trouve inutile la carte avec les différents sites de réparation. Je vois qu'il y en a beaucoup dans l'Europe de l'Est. Je me vois mal envoyer mon électroménager en Europe de l'Est pour le faire réparer. A première vue, les réparations sont rapides. Je ne vois pas si ça va me coûter quelque chose ou pas. Il n'y a pas mis où je peux aller pour faire réparer ma machine, il n'y a pas mis quels types de produits sont réparables. Ils disent avoir beaucoup de pièces mais ils ne disent pas pour quelles machines. Je vois un grille-pain, ça devrait plutôt être les gros électroménagers qui devraient être concernés.
M : Que pensez-vous de cette page explicative faite par SEB sur son action de réparation ?
PI : Je trouve que c'est bien d'informer les gens mais je trouve que c'est encore trop compliqué. Ce n'est pas suffisamment pratique.
M : Est-ce que ça vous éclaire sur certains points ?
PI : Pas du tout.
M : Cela ne vous éclaire pas sur la signification du logo ?
PI : Sur la signification du logo oui, et encore. La première partie est plus intéressante que la deuxième, concernant la réparabilité du produit.
M : Y a-t-il des éléments qui vous étonnent ou qui vous surprennent ?
PI : Justement, je suis surprise par le fait qu'ils montrent leur répartition en Europe. Moi je suis concernée par mon pays, je ne vais pas aller envoyer mon appareil en Europe de l'Est pour le faire réparer.
M : Êtes-vous d'accord avec tout ce qui est dit sur cette page ?
PI : Oui, je suis d'accord avec ce qu'ils disent mais ce n'est pas très pratique. Comment est-ce que je dois faire, où je dois aller porter mon appareil ? Mais je suis d'accord avec ce qu'ils disent.

FORMAT DE L'INFORMATION REPARABILITE

M : Revenons sur le logo « produit réparable ». Selon vous, ce logo requiert-il un texte explicatif pour être compris ?
PI : Un petit peu, puisque j'ai confondu garantie et réparabilité. Donc un texte minimum. Je trouve qu'il faut un peu expliquer ce qu'on entend par réparable, en quelques mots.
M : Pensez-vous à d'autres éléments d'information qui pourraient apparaître sur ce logo ?
PI : La garantie, pour différencier les 2.
M : Si vous deviez baser votre décision d'achat sur le caractère réparable d'un produit, à quelles informations voudriez-vous avoir accès ? Quelles informations voudriez-vous retrouver sur le produit ou sa fiche descriptive ?
PI : D'abord la durée de réparabilité, ensuite le lieu où je peux faire réparer mon électroménager.
M : Voici un tableau présentant un score de réparabilité pour différents produits. Au plus ce score de réparabilité est élevé au plus le produit sera facile à réparer et au moins le coût de la réparation sera élevé. Que pensez-vous d'un score de réparabilité ?
PI : Ca va influencer mon achat, ça c'est clair.
M : Donc vous trouvez ça bien ?
PI : Oui je trouve ça très bien, pour une personne de mon âge en tout cas.
M : Selon vous, un score de réparabilité est-il plus parlant qu'un logo « produit réparable » ?
PI : Je trouve qu'il faut les 2 parce que le score tout seul les gens ne seront peut-être pas informés de cette information supplémentaire. Donc les 2 devraient être représentés en petit.
M : Quelles questions vous posez-vous quand vous voyez ce genre de score ?
PI : Je vais analyser les produits pour voir quelle est la différence, qu'est-ce qu'ils m'offrent comme performance à nouveau. Je vais les comparer.
M : Est-ce que ce genre de score pourrait influencer votre choix de produit ?
PI : Certainement.
M : Comment ?
PI : Je vais déjà regarder ceux qui ont le score de réparabilité le plus élevé et je vais donc faire mon choix entre ceux-là et je vais regarder ce qu'ils m'offrent l'un par rapport à l'autre alors plus dans le détail.

ATTITUDE/INTENTION D'ACHAT

M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de ce produit ?
PI : Après analyse peut-être. Après avoir lu les critères de fonctionnement de l'appareil et le prix. J'irais peut-être vers ce produit alors qu'autrement je n'y serais peut-être pas allé.
M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de cette marque ?
PI : Certainement en mieux.
M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque pourrait changer la perception que vous avez des autres marques ?
PI : Ça va certainement influencer mon jugement.
M : Comment ?
PI : Je vais comparer, je vais regarder pourquoi l'un peut proposer une réparabilité et pas l'autre et probablement que à prix égal je choisirai celui qui est réparable.
M : Selon vous, une marque qui utilise le logo « produit réparable » est-elle supérieure ou inférieure à une autre marque qui n'utilise pas ce logo ?
PI : Je ne crois pas, je crois qu'il faut garder une certaine perspicacité par rapport au produit.
M : Selon vous, si une entreprise utilise ce logo pour une partie des produits de la catégorie, cela risque-t-il de détériorer l'image des autres produits de la catégorie ?
PI : Ça dépend sur quel produit ils vont mettre la réparabilité. S'ils le mettent sur des gros électroménagers, ça n'influencera pas l'achat d'un petit électroménager.
M : Dans quelle mesure l'information de réparabilité pourrait influencer votre choix ?
PI : Ça va certainement influencer mon choix parce que, à nouveau, dans l'analyse des produits à qualité égale je vais prendre celui qui est réparable. A performances égales.
M : Vous avez cité pas mal de critères que vous preniez en compte pour choisir un produit, notamment, le score de consommation, la rapport qualité-prix, les fonctionnalités. La réparation ou la durée de vie ne sont pas apparues. Pourquoi pensez-vous privilégier l'ensemble des informations suivantes par rapport à la réparation ?
PI : Parce que la réparation ne fait pas encore partie de notre vie aujourd'hui. Je n'ai encore jamais vu un appareil réparable ou avec ce logo donc je n'ai pas pensé à la réparabilité dans les premiers critères de choix d'un appareil.
M : Et maintenant, c'est quelque chose auquel vous pourriez faire attention ?
PI : Maintenant je vais regarder si ça existe.
M : Seriez-vous prête à payer un prix plus élevé pour pouvoir bénéficier de cet avantage de réparabilité ?
PI : Disons 10% de plus.
M : A quelles conditions ?
PI : Je veux bien payer plus cher pour un appareil réparable, c'est-à-dire qui a une durée de vie plus longue que les appareils d'aujourd'hui.
M : Dans quelle mesure est-ce que le coût potentiel de réparation est important dans votre décision d'achat ?
PI : Je n'y pense pas.
M : Contractez-vous parfois des assurances commerciales lors de l'achat d'électroménagers ?
PI : Jamais.

BOUNDARY CONDITION

M : Voici un ensemble d'images de produits, veuillez les trier en fonction du critère suivant : l'information réparable est applicable pour cette catégorie de produits.

- Applicable : Machine à laver, frigo, rasoir, aspirateur, iPad, voiture, grille-pain, sèche-cheveux, vélo, iPhone, appareil photos.
- Pas applicable : Vêtements, brosse à dents.

M : Voici un ensemble d'images de produits, veuillez les trier en fonction du critère suivant : l'information réparable est utile pour cette catégorie de produits.

- Utile : Machine à laver, frigo, aspirateur, iPad, voiture, grille-pain, vélo, iPhone, appareil photos.
- Pas utile : Vêtements, brosse à dents, sèche-cheveux, rasoir.

M : Voici un ensemble d'images de produits, veuillez les trier en fonction du critère suivant : je pourrais considérer cette information pour cette catégorie de produits.

- Considération : Machine à laver, frigo, aspirateur, iPad, voiture, grille-pain, vélo, iPhone, appareil photos.
- Pas de considération : Vêtements, brosse à dents, sèche-cheveux, rasoir.

M : Triez ces profils en pensant à qui parmi ces personnages est susceptible (ou pas) de prendre considération la réparation comme critère de choix.

- Prise en considération : L'aventurier, l'activiste, les personnes âgées, l'écologique, la femme, le jeune, le manuel, la famille nombreuse, l'homme.
- Pas de prise en considération : La fashion, personne qui n'a pas le temps, le pauvre, le riche.

M : Pourquoi mettriez-vous une personne qui n'a pas beaucoup de sous dans cette colonne-là ?
PI : Parce qu'elle n'a probablement pas l'argent pour payer la réparation.
M : Donc elle préfèrera acheter un nouvel appareil électroménager ?
PI : Oui, ou carrément s'en passer.
M : Nous voilà arrivés à la fin de la discussion. Voici les éléments qui se sont dégagés lors de cette discussion. Au niveau des critères qui sont importants pour vous lorsque vous devez choisir un produit électroménager, c'est la consommation énergétique, le rapport qualité-prix, les fonctions du produit, elles ne doivent pas être trop sophistiquées. Ce qui est plus accessoire, c'est le design et les programmes qui sont superflus. Vous ne recherchez jamais d'informations avant de vous rendre dans un magasin mais dans le magasin vous allez d'abord analyser les fiches descriptives des produits et puis vous allez demander des conseils aux vendeurs. Vous n'aviez jamais vu le logo « produit réparable » et pour vous il signifie que votre produit sera réparable pendant 10 ans. Selon vous ce logo nécessite un texte explicatif pour être compris, un texte minimum avec quelques informations, notamment que ce logo est différent de la garantie. Vous trouvez qu'un score de réparabilité est utile et qu'il serait bien de le combiner avec le logo. Ai-je bien tout compris ?
PI : Quand je vais dans le magasin je ne vais pas vraiment demander des conseils, je vais demander plus d'explications par rapport à ce que j'ai compris.
M : Avez-vous quelque chose à ajouter ? Auriez-vous des critiques à émettre par rapport à cette interview ?
PI : Non.
M : Merci beaucoup.
PI : Avec plaisir.

Retranscription entretien 11

Mathilde : Bonjour, cet entretien est réalisé dans le cadre de mon travail de fin d'études et a pour objectif de comprendre votre comportement et intention d'achat par rapport à des petits et gros électroménagers. Toutes les informations que vous me communiquerez sont utiles pour ma recherche. Si l'une des questions vous gêne ou vous embarrasse, n'hésitez pas à me le faire savoir. Afin de pouvoir retranscrire cette interview, puis-je vous demander votre accord afin d'enregistrer notre conversation ?
Personne interrogée : Bien sûre.
M : Néanmoins, votre identité restera totalement confidentielle. Cet entretien se déroulera en différentes parties et durera approximativement ¾ d'heure à 1 heure.
ECHAUFFEMENT
M : Avant d'entrer dans le vif du sujet pouvez-vous vous présenter ?
PI : Je suis étudiant en dernière année de bachelier en informatique, orienté vraiment informatique industriel donc tout ce qui concerne la technologie et la programmation des chaînes de production industrielle.
M : Pouvez-vous revenir sur votre dernier achat de petit ou gros électroménager au cours de ces 12 derniers mois ?
PI : Je n'ai jamais acheté de l'électroménager comme je vis encore chez ma mère.
M : Dans les 6 mois à venir, avez-vous l'intention d'acheter de l'électroménager ?
PI : Oui car une fois diplômé je compte m'installer.
M : Quel genre de produits pensez-vous que vous allez acheter ?
PI : A mon avis il va y avoir du petit comme du gros électroménager. Ca va aller de la machine à café au lave-vaisselle en passant par le micro-ondes car pour le moment je n'ai rien en ma possession.
M : Comment allez-vous choisir ces produits ? Quels critères allez-vous prendre en compte ?
PI : Je pense que pour tout ce qui est gros électroménager je vais quand même me fier à la marque. Certaines marques ont quand même une réputation meilleure que d'autres. Le choix du petit électroménager dépendra quant à lui du prix et de l'utilisation que je vais en avoir. Par exemple, pour la machine à café, sachant que je vais l'utiliser tous les jours, je vais avoir tendance à acheter une bonne machine à café, d'une bonne marque. Alors qu'un fer à repasser que je vais utiliser une fois ou deux par mois, là, j'aurai peut-être tendance à acheter une marque un peu moins chère. Ca dépendra de mon utilisation.
M : Plus spécifiquement, quel va être le facteur clé dans votre décision d'achat ?
PI : Je pense que si je devais faire un choix entre 2 marques similaires ce sera la consommation énergétique. A l'heure d'aujourd'hui, il faut faire attention à cela.
M : Quels sont les facteurs qui pourraient être plus accessoires dans votre décision d'achat ?

PI : Tout ce qui est design, aspects décoratifs, gadgets et options non nécessaires de la machine
M : Comptez-vous demander des conseils lorsque vous allez acheter ces produits électroménagers ?
PI : Oui, je pense que c'est toujours intéressant de savoir comment fonctionne ce qu'on achète. Je pense que je demanderais surtout beaucoup de conseils pour ce qui est de l'installation parce que pour le reste il y a toujours un mode d'emploi qui est fourni avec la machine et on peut toujours essayer de se débrouiller tout seul.
M : A qui allez-vous demander ces conseils ?
PI : Je pense que dans un premier temps je les demanderai à un vendeur et éventuellement à des particuliers si j'ai besoin d'informations supplémentaires ou alors des forums sur internet, ça peut toujours être utile, il y a toujours plein d'informations.

CRITERES DE CHOIX

M : Selon vous, quels sont les principaux critères d'achat auxquels le consommateur en général fait attention lorsqu'il achète un produit électroménager ?
PI : Je pense que dans un premier temps il va faire attention à son prix, à la marque. C'est à mon avis les 2 choses qui tapent à l'œil dans un premier temps. Et puis parfois la taille de l'appareil en fonction de l'espace qu'on a chez nous. Je pense que ce sont 3 critères qui font que l'on peut choisir un appareil.
M : Ces critères sont-ils les mêmes pour un petit et un gros électroménager ?
PI : Oui et non, je trouve que ça dépend vraiment de l'utilisation de l'appareil. Ca dépend vraiment si c'est un appareil qu'on utilise beaucoup ou pas beaucoup, si c'est un appareil qui doit tenir dans le temps.
M : Ces critères pourraient-ils varier en fonction d'un consommateur à un autre ? Comment ?
PI : Oui je pense qu'il y a des personnes qui vont vouloir le top quoi qu'il arrive et d'autres qui vont penser peut-être un peu plus à l'utilisation comme moi.
M : Y a-t-il, au contraire, selon vous, des critères d'achat auxquels le consommateur en général ne porte jamais attention lorsqu'il achète un petit ou gros électroménager ?
PI : Je pense que tout le monde ne pense pas forcément au critère énergétique.

RECHERCHE D'INFORMATION

M : Comme vous me l'avez mentionné, vous comptez acheter différents types d'appareils électroménagers. Comptez-vous rechercher des informations sur ces produits avant de les acheter ?
PI : Oui je ferai une étude de marché pour comparer les différents modèles et prendre celui le plus adapté à mes besoins.
M : Comment allez-vous faire cette étude de marché ?
PI : Dans un premier temps, je pense que je vais commencer par internet, je pense que c'est l'outil le plus utilisé pour rechercher des premières informations. Et puis je me rendrai dans les magasins pour avoir plus de conseils précis et d'informations via un vendeur.
M : Lorsque le moment d'acheter les différents produits va arriver allez-vous chercher d'autres informations que celles traditionnellement proposées ?
PI : Si je suis satisfait non. Par contre, si j'ai un doute sur le fait que ça puisse correspondre à ce que j'ai besoin alors oui je rechercherai davantage d'informations.
M : Lorsque vous considérez l'achat d'un produit électroménager, avez-vous pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : Oui ça m'arrive.
M : Quel genre d'informations recherchez-vous ?
PI : C'est parfois des informations purement techniques concernant, par exemple, la puissance de la machine, la consommation, … C'est vraiment la conception technique de la machine qui m'intéresse.
M : Selon vous, quelles sont les informations que le consommateur en général recherche avant d'acheter un produit électroménager ?
PI : Je pense qu'il va toujours essayer de trouver le meilleur rapport qualité/prix d'une machine par rapport à l'autre.
M : Selon vous, le consommateur en général a-t-il pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : Je pense que c'est du 50-50, je pense qu'il y en a qui le font comme d'autres qui ne le font pas. Je pense que certaines personnes ne prennent pas le temps de comparer parce qu'elles veulent la meilleure marque alors qu'il pourrait y avoir l'équivalent en moins cher.
M : Vous devez acheter une nouvelle machine à café. Un ami vous parle du modèle suivant. Avez-vous accès à l'ensemble des informations nécessaires pour prendre votre décision d'achat ? N'hésitez pas à faire des commentaires à voix haute.

PI : A première vue non. Je ne sais même pas où je peux trouver les capsules, je ne sais pas s'il y a le style de café que j'aime bien. Je ne sais pas si c'est une machine qui fonctionne avec une prise ou une batterie. C'est peut-être parce que je fais des études techniques que je puisse m'imaginer ça.
M : Quel est l'élément de cette fiche produit qui est le plus important pour vous ?
PI : Malgré le fait que le design ne soit pas le plus important pour moi, il faut quand même que la première vue de la machine donne envie.
M : Quels éléments sont absents pour guider votre choix d'achat ?
PI : On a pas beaucoup d'informations pratiques sur la machine concernant l'alimentation, le café, …
M : Pourquoi est-ce que les éléments suivants attirent/n'attirent pas votre attention sur une fiche produit. Le prix ?
PI : Oui, malgré le fait que j'utilise quotidiennement la machine à café, j'aurais quand même du mal à mettre ce prix pour une machine à café.
M : La marque ?
PI : Oui parce que certaines sortes de café sont meilleures que d'autres et la sorte dépend de la marque.
M : L'apparence du produit (photo) ?
PI : Oui mais c'est vraiment d'un point de vue première approche. Si on me présentait plusieurs machines et que je devais en choisir une en 2 secondes, ce serait celle qui a le plus beau design qui sortirait du lot.
M : La fonctionnement du produit ?
PI : Oui, au plus simple la machine est au niveau de l'utilisation, au mieux c'est. Il ne faut pas avoir fait polythèque pour pouvoir utiliser la machine.
M : La durée de la garantie ?
PI : Oui on ne sait jamais ce qui peut arriver à une machine, même très rapidement, il peut y avoir un défaut de conception. Donc oui une bonne garantie ça va jouer dans le choix de la machine.
M : Des avis extérieurs sur le produit ?
PI : Oui bien sûre, si jamais il y a plusieurs avis qui se répètent concernant une même panne ou un même problème ça va jouer dans mon choix.
M : L'année du modèle ?
PI : Non, à partir du moment où la machine a su faire ses preuves dans le temps je pense qu'il n'y aura pas de problèmes.
M : La consommation énergétique ?
PI : Oui car je n'ai pas envie d'une machine qui consomme énormément.

AVANTAGES ET INCONVENIENTS DE L'INFORMATION DE REPARABILITE/DU CRITERE DE REPARABILITE

M : Pouvez-vous compléter la dernière bulle des 2 planches de BD suivantes. Il y en a une devant et une derrière. Pouvez-vous lire et compléter une planche de BD à la fois pour que je comprenne bien votre argument.
PI : Évidemment certaines marques utilisent des matériaux plus fiables que d'autres, des matériaux qui ont une longévité plus importante que les autres machines. Tout ça a été prouvé et on ne rencontrera pas de panne avant minimum 10 ans. Toute la réparabilité est fonction des matériaux qu'on utilise.
N'importe quoi, il y a des choses qui peuvent être réparées comme d'autres qui ne peuvent pas. Malgré le fait que certains matériaux sont meilleurs, il y a certains produits qui à partir du moment où ils sont cassés peuvent avoir un prix plus important pour les faire réparer que la machine en elle-même. Une machine peut contenir des matériaux meilleurs qu'une autre mais elle a malgré tout une date de péremption.
M : Êtes-vous davantage en faveur des arguments de Pierre (contre) ou de Éric (pour) ?
PI : A l'heure d'aujourd'hui je pense que je serais plutôt de l'avis de Pierre.
M : Donc contre ?
PI : Oui, parce que de nos jours 10 ans c'est très long pour certaines machines. Je pense qu'aujourd'hui on utilise beaucoup plus les machines et donc il y a une usure qui se fait de manière naturelle. 10 ans pour une machine c'est très long surtout si elle est beaucoup utilisée, comme un lave-vaisselle ou un frigo par exemple.
M : Donc, selon vous, cet argument de réparabilté ne pourrait pas influencer votre choix ?
PI : Ca va quand même malgré tout influencer mon choix parce que si j'investis dans une machine qui a un prix plus conséquent, je pense que j'aimerais bien qu'elle soit réparable même si je suis bien conscient qu'il y a un moment où ça ne sera plus possible.
M : Votre réponse dépend-t-elle du produit présenté dans la BD (frigo) ? Auriez-vous les mêmes arguments pour d'autres produits comme une centrale à repasser ou un aspirateur ?
PI : Oui, malgré le fait que sur des plus petits électroménagers les matériaux ont peut-être tendance à s'user plus rapidement.
M : Y a-t-il d'autres indicateurs qui sont plus importants pour vous que la réparabilté ?

PI : Je pense que si j'investis dans des machines, je voudrais des machines qui soient rentables donc j'espère que ces machines tiendront un certain temps.

SIGNIFICATION DU TERME REPARABILITE

M : Voici un exemple de logo « produit réparable ». L'avez-vous déjà vu ?
PI : Non.
M : Qu'est-ce que ce logo signifie à votre avis ?
PI : Soit une garantie que pendant 10 ans la machine est sous garantie, soit une garantie que pendant 10 ans si la machine tombe en panne elle est réparable.
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques du produit sur lequel se trouve ce logo ?
PI : Ca pourrait être un produit dont les pièces de rechange sont disponibles pendant 10 ans.
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques de la marque qui utilise ce logo sur ses produits ?
PI : Ce sera une marque qui s'engage pendant 10 ans à fournir une réparation.
M : Lorsque vous voyez ce logo, cela induit-il un certain doute chez vous par rapport aux produits ou à la marque ?
PI : Non, on pourrait croire que la marque crée une espèce de confiance entre le consommateur et le vendeur. Il dit que malgré que sa machine soit fiable, il garantit une réparation pendant 10 ans.
M : Selon vous, c'est la marque ou vous qui payerez la réparation ?
PI : C'est difficile à dire parce que ça dépend vraiment de la signification du logo. Mais dans un premier temps je dirais que c'est la marque.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa qualité ?
PI : C'est difficile comme question.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa fiabilité ?
PI : Avoir un logo comme ça devant moi ne me convint pas au niveau de la fiabilité de la machine. Je pense que c'est plus au niveau de la notoriété des marques que ça va se jouer qu'au niveau de la fiabilité.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa durabilité ?
PI : Je pense que s'ils disent que pendant 10 ans le produit est réparable, ça veut dire que quoi qu'il arrive le produit tiendra 10 ans.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur la marque et sa stratégie ?
PI : Ca peut être une bonne stratégie, ça met le client en confiance.
M : Pouvez-vous lire la page web du site SEB sur la réparation. N'hésitez pas à énoncer à voix haute les questions que vous vous posez en découvrant cette page ainsi que les commentaires que vous avez. Que pensez-vous de cette page explicative faite par SEB sur son action de réparation ?
PI : Je la trouve intéressante. J'espère qu'ils sont sincères dans tout ce qu'ils vendent. Si tout ce qu'ils disent est vrai, c'est très intéressant pour l'utilisateur.
M : Est-ce que ça vous éclaire sur certains points ?
PI : Non de manière générale, ce sont des informations auxquelles je m'attendais. L'impression 3D est très intéressante. Dans une machine il y a beaucoup de pièces qui peuvent être faites en plastique et soi-même. Il suffit d'avoir l'expérience suffisante pour pouvoir concevoir cette pièce soi-même.
M : Y a-t-il des éléments qui vous étonnent ou qui vous surprennent ou auxquels vous n'auriez pas pensé ?
PI : Ce qui m'étonne un peu c'est qu'ils disent que le coût d'une réparation est souvent moins onéreux que celui du remplacement d'un produit notamment grâce à la baisse des tarifs des pièces détachées. C'est vrai qu'à partir du moment où on travaille avec des pièces détachées le coût d'une réparation est souvent moins onéreux mais je me demande ce qu'ils considèrent dans le coût d'une réparation. S'ils parlent uniquement de la pièce en elle-même ou s'ils incluent aussi le déplacement du technicien et la main-d'œuvre. J'ai l'impression que ce n'est pas la pièce qui coûte chère mais le déplacement du technicien. Il faudrait donc détailler ce qui est inclus dans le coût de cette réparation.

FORMAT DE L'INFORMATION REPARABILITE

M : Revenons sur le logo « produit réparable ». Selon vous, ce logo requiert-il un texte explicatif pour être compris ?
PI : Oui qui spécifie s'il s'agit d'une garantie du produit ou si le fabricant garantit que le produit peut être réparé pendant 10 ans en fournissant les pièces nécessaires et la main-d'œuvre pour réparer la machine.
M : Pensez-vous à d'autres éléments d'information qui pourraient apparaître sur ce logo ?
PI : Peut-être un texte très court qui pourrait expliquer en 2-3 mots la nuance que je viens d'expliquer.
M : Si vous deviez baser votre décision d'achat sur le caractère réparable d'un produit, à quelles informations voudriez-vous avoir accès ? Quelles informations voudriez-vous retrouver sur le produit ou sa fiche descriptive ?
PI : Ca m'intéresserait de savoir, si je fais face à une petite panne et que je décide de le réparer moi-même si après ça je me retrouve face à une plus grosse panne est-ce que si je le rentre en usine et qu'ils se rendent

compte que j'ai déjà fait une réparation si la garantie est toujours valable. Savoir si la machine peut uniquement être réparée par la marque ou si on peut le faire nous-même ou si on peut faire les 2. C'est un détail qui va jouer parce que si on est un peu bricoleur on va avoir tendance à réparer les petites pannes nous-même et à faire appel à un technicien pour les plus grosses pannes.
M : Voici un tableau présentant un score de réparabilité pour différents produits. Au plus ce score de réparabilité est élevé au plus le produit sera facile à réparer et au moins le coût de la réparation sera élevé. Que pensez-vous d'un score de réparabilité ?
PI : C'est intéressant.
M : Selon vous, un score de réparabilité est-il plus parlant qu'un logo « produit réparable » ?
PI : Si le score de réparabilité est basé sur des expériences oui.
M : Quelles questions vous posez-vous quand vous voyez ce genre de score ?
PI : Sur quoi ils se sont basés pour donner ce score, grâce à quoi, qu'est-ce qu'ils ont fait ?
M : Est-ce que ce genre de score pourrait influencer votre choix de produit ?
PI : Oui, si je vois un téléphone qui a un score de réparabilité très faible et qu'il est de mauvaise qualité ça va clairement jouer dans la balance.

ATTITUDE/INTENTION D'ACHAT

M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de ce produit ?
PI : Oui mais jusqu'à un certain point.
M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de cette marque ? Comment ?
PI : Oui parce que je pense que malgré le fait que la marque pense business elle s'intéresse quand même au fait que les consommateurs ne sont pas toujours capables d'acheter de nouvelles machines tous les x temps. C'est une marque qui pense d'une manière un peu différente et d'une certaine façon d'une meilleure manière.
M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque pourrait changer la perception que vous avez des autres marques ?
PI : Oui, prenons par exemple 3 marques différentes, si une des 3 propose des produits réparables elle sortira du lot. Il y a une sorte de confiance qui s'installe avec le consommateur.
M : Selon vous, une marque qui utilise le logo « produit réparable » est-elle supérieure ou inférieure à une autre marque qui n'utilise pas ce logo ?
PI : Au niveau qualité non. Les marques sont équivalentes mais le fait de pouvoir réparer apporte une valeur ajoutée à la marque qui propose ce service.
M : Selon vous, si une entreprise utilise ce logo pour une partie des produits de la catégorie, cela risque-t-il de détériorer l'image des autres produits de la catégorie ?
PI : Je pense que ça dépend sur quel type de catégories ils le mettent. Par exemple, s'ils mettent ce logo sur des machines qu'on utilise beaucoup, qui sont beaucoup plus sujet à l'usure ça ne mettra pas l'autre catégorie de produits en cause. C'est vrai que s'ils proposent ce type de service ce sera peut-être mieux de la faire pour l'ensemble de la gamme mais ça ne me choque pas. Tout dépend sur quoi ils le mettent.
M : Dans quelle mesure l'information de réparabilité pourrait influencer votre choix ?
PI : Je pense que le fait de pouvoir réparer son produit c'est toujours quelque chose qui va peser dans la balance si on doit faire un choix entre 2 machines.
M : Qu'est-ce qui pourrait faire que vous considéreriez l'information de réparabilité dans vos critères de choix au moment de l'achat ?
PI : Le fait que je pourrais me retrouver dans une situation où je n'aurais pas les moyens d'acheter une nouvelle machine. Le fait de pouvoir réparer à ce moment-là me paraîtra intéressant.
M : Vous avez cité pas mal de critères que vous prenez en compte pour choisir un produit, notamment la marque, le prix, la qualité ou encore la consommation énergétique. La réparation ou la durée de vie ne sont pas apparues. Pourquoi pensez-vous privilégier l'ensemble des informations suivantes par rapport à la réparation ?
PI : Je n'ai pas cité la réparation ou la durée de vie dans mes critères de choix parce que sur la longévité certaines marques tiennent beaucoup mieux que d'autres. J'inclus la durée de vie dans ces marques. Lorsque les produits sont de meilleure qualité, le produit tiendra plus longtemps. J'inclus la durabilité dans le prix et la marque.
M : Seriez-vous prêt à payer un prix plus élevé pour pouvoir bénéficier de cet avantage de réparabilité ?
PI : Si vraiment j'investis dans une nouvelle machine conséquente je pense que oui. Tout dépend évidemment du surplus que l'on me demande mais oui je pourrais payer un peu plus pour assurer une réparabilité si jamais il arrive quelque chose.
M : Dans quelle mesure est-ce que le coût potentiel de réparation est important dans votre décision d'achat ?
PI : Au moment de l'achat je ne pense pas du tout à cela.

M : Contracterez-vous des assurances commerciales lorsque vous allez acheter des électroménagers ?
PI : Non.
BOUNDARY CONDITION
M : Voici un ensemble d'images de produits, veuillez les trier en fonction du critère suivant : l'information réparable est applicable pour cette catégorie de produits.

- Information applicable : Frigo, voiture, vélo, machine à laver, grille-pain, aspirateur.
- Information pas applicable : iPad, brosse à dents, rasoir, appareil photos, iPhone, vêtements, sèche-cheveux.

M : Maintenant en fonction du critère suivant : l'information réparable est utile pour cette catégorie de produits.

- Information utile : Frigo, voiture, vélo, machine à laver, iPhone, aspirateur.
- Information pas utile : iPad, brosse à dents, rasoir, appareil photos, grille-pain, vêtements, sèche-cheveux.

M : C'est plus utile pour un iPhone que pour une tablette ?
PI : Oui parce que je pense qu'au niveau de l'utilité, on utilise beaucoup plus son téléphone que sa tablette. On va surtout porter attention à cette information pour l'iPhone parce que c'est quelque chose qu'on utilise constamment.
M : Maintenant en fonction du critère suivant : je pourrais considérer cette information pour cette catégorie de produits.

- Considération : Voiture, vélo, appareil photos, machine à laver, iPad, iPhone, frigo.
- Pas de considération : Sèche-cheveux, aspirateur, vêtements, grille-pain, brosse à dents, rasoir.

M : Par exemple pour la tablette, ce n'est pas utile qu'on vous donne l'information mais vous pourriez la considérer ?
PI : Au cas où oui mais je n'aurai pas tendance à la faire réparer.
M : Triez ces profils en pensant à qui parmi ces personnages est susceptible (ou pas) de prendre considération la réparation comme critère de choix.

- Prise en considération : Personne qui n'a pas le temps, le pauvre, l'aventurier, l'écologique, le jeune, l'activiste, l'homme, le manuel.
- Pas de prise en considération : La fashion, le riche, les personnes âgées, la famille nombreuse.
- Entre les deux : La femme.

M : Nous voilà arrivés à la fin de la discussion. Voici les éléments qui se sont dégagés lors de cette interview. La marque, le prix, la qualité ou encore la consommation énergétique sont des critères importants pour vous lorsque vous devez acheter un électroménager. Le design et les options avancées sont des critères plus accessoires. Vous recherchez en général des informations sur internet avant d'acheter des produits électroménagers. Vous n'aviez jamais vu le logo produit réparable et sa signification n'est pas très claire. Vous n'avez pas de doutes par rapport à ce logo mais il nécessite un petit texte explicatif pour être compris. Vous trouvez un score de réparabilité intéressant. Ai-je bien tout compris ?
PI : Tout à fait.
M : Avez-vous quelque chose à ajouter ?
PI : Non.
M : Auriez-vous des critiques à émettre par rapport à cette interview ?
PI : Non.
M : Un grand merci !

Retranscription entretien 12

Mathilde : Bonjour, cet entretien est réalisé dans le cadre de mon travail de fin d'études et a pour objectif de comprendre votre comportement et intention d'achat par rapport à des petits et gros électroménagers. Toutes les informations que vous me communiquerez sont utiles pour ma recherche. Si l'une des questions vous gêne ou vous embarrasse, n'hésitez pas à me le faire savoir. Afin de pouvoir retranscrire cette interview, puis-je vous demander votre accord afin d'enregistrer notre conversation ?
Personne interrogée : Oui.
M : Néanmoins, votre identité restera totalement confidentielle. Cette entretien se déroulera en différentes parties et durera approximativement ¾ d'heure à 1 heure.
ECHAUFFEMENT
M : Avant d'entrer dans le vif du sujet pouvez-vous vous présenter ?

PI : Je m'appelle [redacted], j'ai 26 ans. J'ai étudié le droit et les sciences de l'environnement. Je travaille maintenant aux affaires étrangères belges depuis un peu moins d'1 an. J'habite en colocation à Bruxelles avec 4 autres garçons.
M : Pouvez-vous revenir sur votre dernier achat de petit ou gros électroménager au cours de ces 12 derniers mois ?
PI : Ces 12 derniers mois je n'ai acheté aucun électroménager. Par contre, j'ai acheté un baffle.
M : Est-ce que vous avez l'intention d'acheter des électroménagers ?
PI : A mon avis j'achèterai des électroménagers quand les électroménagers qu'on a à notre colocation rendront l'âme, s'il n'y a pas moyen de les réparer. Les électroménagers qu'on a sont des vieux électroménagers mais qui tiennent super bien.
M : On peut revenir sur le baffle que vous avez acheté.
PI : Oui j'ai acheté un petit baffle. Sinon je n'achète pas énormément d'électroménagers parce que ceux qu'on a tiennent très bien. Depuis que je suis en colocation on a jamais eu de soucis. J'ai l'impression que les vieilles machines n'ont pas de date d'obsolescence donc elles tiennent très bien.
M : Donc c'est plutôt de l'électroménager que vous avez récupéré ?
PI : Oui c'est des machines qu'il y avait chez les parents de mon colocataire. Ils ont vendu la maison donc on a récupéré l'électroménager. C'est des vieilles machines mais qui fonctionnent encore très bien.
M : Revenons sur le baffle. Comment avez-vous choisi ce produit ? Quels critères avez-vous pris en compte ?
PI : Le prix d'abord parce c'est quand même un critère important, c'est la 1ère chose que je vais regarder. Je vais aussi regarder sur internet ce que les gens pensent et ce que ça vaut parce que si le prix est trop bas c'est qu'il y a une entourloupe quelque part et que le produit va durer 3 mois. J'ai quand même envie d'avoir un prix de qualité mais je n'ai quand même pas envie d'avoir quelque chose de trop cher. Je regarde aussi des choses techniques quand je connais. Par exemple, pour le baffle, j'ai regardé les basses et la durée de la batterie parce que c'est un baffle portable.
M : Quels sont les facteurs qui sont plus accessoires dans votre décision d'achat ?
PI : Je dirais que je regarde peut-être parfois où ça a été construit. Si j'ai le choix entre 2 produits et que je sais qu'il y en a un qui a été construit dans un pays avec des meilleurs droits humains et qui sont plus respectueux de l'environnement dans la production de leurs produits ça m'influencera. Sur le baffle, je n'avais pas le souvenir qu'il y avait un label qui indiquait ce genre d'information. Je sais qu'il y a des produits comme ça.
M : A postériori, pensez-vous à d'autres critères que vous auriez pu prendre en compte ?
PI : La durée de vie est vraiment importante pour moi. Ca ne m'amuse pas d'avoir un produit qui va durer quelques mois parce que je déteste jeter des choses. C'est vrai que les petits gadgets ils ont souvent tendance à avoir une durée de vie assez courte.
M : Avez-vous reçu des conseils quand vous avez acheté ce baffle ?
PI : Oui, j'avais 2-3 copains qui avaient le même et qui m'avaient dit que ce baffle était très bien et qu'il tenait super bien.
M : Vous n'avez pas reçu des conseils d'un vendeur ?
PI : Non.

CRITERES DE CHOIX

M : Avant d'effectuer ce genre d'achat donc ici un baffle, à quels critères pensez-vous que le consommateur en général fait généralement attention ?
PI : Je crois à la qualité du son. Maintenant, si on devait revenir sur les électroménagers, même si je ne suis pas un grand acheteur d'électroménagers, mais, par exemple, si je devais en acheter ce serait sa durée de vie mais aussi la consommation en eau, en électricité. Non seulement parce que ça coûte moins cher de consommer moins mais c'est aussi plus écologique. Je sais que sur les électroménagers il y a des labels qui indiquent s'ils sont énergivores ou pas. Ca c'est quelque chose que je prendrais en compte si j'achetais un électroménager.
M : Ces critères sont-ils les mêmes pour un petit et un gros électroménager ?
PI : Oui parce que de ce que j'ai compris ce sont souvent les petits gadgets qui sont assez énergivores. Si on fait attention à ce critère pour les gros électroménagers, il faut aussi y faire attention pour les petits, il faut avoir une certaine cohérence.
M : Ces critères pourraient-ils varier en fonction d'un consommateur à un autre ?
PI : Oui déjà je pense que les classes les plus aisées peuvent souvent se permettre d'acheter du matériel qui a une technologie plus développée pour consommer moins. Les classes qui ont moins de moyens auront plus tendance à acheter des produits en seconde-main et qui consomment beaucoup plus. Par exemple, les machines qu'on utilise à ma colocation je pense qu'elles sont quand même pas mal énergivores. Mais il faut aussi faire la part des choses, est-ce que jeter une machine qui marche bien parce qu'elle consomme 2 litres d'eau en plus par an est-ce que c'est plus respectueux de l'environnement ? Il faut faire la part des choses parce que c'est une

machine qui marche, c'est vrai qu'elle va peut-être consommer plus qu'une nouvelle mais si c'est une machine qui marche, qu'il y a eu des émissions de CO2 pour la produire et qui va sûrement polluer par le fait qu'on la jette donc il faut faire la part des choses. Mais je pense que ce critère énergétique va dépendre du pouvoir d'achat.
M : Y a-t-il, au contraire, selon vous, des critères d'achat auxquels le consommateur en général ne porte jamais attention lorsqu'il achète un petit ou gros électroménager ?
PI : L'endroit de production. Je pense qu'on a tellement été habitué que la Chine soit la fabrique du monde que quand on a un appareil qui vient des pays du tiers monde on va moins y faire attention parce qu'on a été baigné là-dedans depuis qu'on est tout petit.

RECHERCHE D'INFORMATION

M : Comme vous me l'avez mentionné, vous avez acheté un baffle il n'y a pas si longtemps. Vous n'aviez pas recherché d'informations avant de l'acheter mis à part la demande de conseils à vos amis. Si vous deviez acheter un produit électroménager est-ce que vous recherchiez des informations sur ce produit avant de l'acheter ?
PI : Oui complètement. J'accorde énormément d'importance à où le produit est produit parce que même si imaginons il consomme moins d'électricité, il y aura quand même eu les émissions de CO2 qui auront été émises pour le faire venir. Est-ce que toutes les émissions qui ont été émises pour le faire venir seront compensées par le fait qu'il est moins énergivore ? Pour moi c'est un critère assez important. Dans un monde où il y a la mondialisation il faut aussi penser à une mondialisation plus respectueuse donc acheter pourquoi pas des produits qui sont plus locaux même s'ils sont un peu plus chers.
M : Où comptez-vous trouver ce genre d'informations ?
PI : Il y a pas mal de sites. Je sais que l'union européenne fait aussi pas mal de labels où on peut voir le cycle de production du produit.
M : Lorsque vous considérez l'achat d'un produit électroménager, avez-vous pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : Oui. Ce que je ferais d'abord peut-être c'est d'aller dans un magasin spécialisé, regarder un peu les étiquettes, peut-être pas acheter directement mais sur base des étiquettes avoir un premier contact avec les produits. En fonction de ce contact je me renseignerais après sur internet pour après revenir acheter le produit et pas faire un achat direct. Donc peut-être un peu plus me renseigner, maintenant ça dépend un peu du prix et de l'importance du produit.
M : Selon vous, quelles sont les informations que le consommateur en général recherche avant d'acheter un produit électroménager ?
PI : Prix, consommation, durée de vie et made in.
M : Selon vous, le consommateur en général a-t-il pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : J'imagine parce que souvent un produit électroménager c'est un certain budget donc je pense que les gens n'ont pas envie de dépenser leur argent n'importe comment. Je crois personnellement que les gens sont quand même assez attentifs aux étiquettes et aux conseils des vendeurs. Maintenant est-ce que les gens dans le magasin sont toujours honnêtes ? Mais en tout cas je pense que le consommateur jette au moins un œil aux étiquettes.
M : Vous devez acheter une nouvelle machine à café. Un ami vous parle du modèle suivant. Avez-vous accès à l'ensemble des informations nécessaires pour prendre votre décision d'achat ? N'hésitez pas à faire des commentaires à voix haute.
PI : Non je trouve qu'il n'y a pas du tout assez d'informations. Pour être tout à fait honnête si j'achetais cette machine c'est parce qu'on m'en a parlée et que je la connais. J'ai déjà vu cette machine chez pas mal de monde et je sais que c'est bon. Si je connaissais absolument pas le produit je trouve qu'il y a pas du tout assez d'informations. Je ne sais pas où le produit a été produit, le nombre de watt, la durée de vie. On ne dit pas combien de temps ce produit est garanti et je trouve que c'est important, surtout pour les petits produits. Au moins on sait que le produit ne nous lâchera pas après 6 mois. C'est quand même assez cher pour une machine à café donc oui non seulement je trouve qu'il manque des informations sur la durée de vie et l'origine du produit.
M : Quel est l'élément de cette fiche produit qui est le plus important pour vous ?
PI : Le prix.
M : Pourquoi est-ce que les éléments suivants attirent/n'attirent pas votre attention sur une fiche produit. Le prix ?
PI : Oui parce que j'ai 26 ans, je commence à travailler donc je ne gagne pas encore super bien ma vie donc c'est un critère dont je vais tenir compte. Je n'ai pas envie de dépenser 250€ pour une machine à café. Je préfèrerais peut-être moudre mon grain moi-même. Maintenant avec le pouvoir d'achat que j'ai c'est surtout le prix qui va le plus m'influencer. La durée de vie et tout ça ce sera des facteurs accessoires.
M : La marque ?

PI : Oui. Je sais que les machines Nespresso font du très bon café. Si je devais choisir entre 2 machines et que la machine Nespresso était 30€ plus chère, je craquerais pour la machine Nespresso.
M : L'apparence du produit (photo) ?
PI : Je trouve qu'aujourd'hui oui c'est chouette d'avoir des chouettes produits électroménagers. Ce n'est plus des produits qu'on range dans ses armoires, on les laisse plus en évidence donc c'est quand même plus agréable d'avoir des beaux produits. Je pense typiquement aux ordinateurs Apple, c'est typiquement quelque chose qui est agréable à regarder et qu'on peut laisser dans son salon.
M : Le fonctionnement du produit ?
PI : Oui, c'est agréable quand ça va vite. Souvent on prend un café le matin et c'est le moment où on a le moins le temps donc c'est important d'avoir une machine qui fait vite du café et où on a pas trop de choses à faire. Là la seule chose qu'on doit faire c'est de mettre de l'eau et une capsule.
M : La durée de la garantie ?
PI : Si le vendeur indique une durée de vie et en plus de ça propose des solutions pour augmenter cette durée de vie ça va m'influencer.
M : Des avis extérieurs sur le produit ?
PI : Oui, ça va jouer en la faveur du produit d'avoir des avis. Mais je pense que c'est surtout d'avoir pu le tester. Par exemple, je suis chez quelqu'un et j'ai pu goûter le café ou j'ai entendu de la musique sur le baffle. En tout cas les petits électroménagers c'est bien de pouvoir les tester via des amis ou des connaissances.
M : L'année du modèle ?
PI : Oui, parce que si le produit date d'une époque où il consommait beaucoup plus, il va moins m'attirer. C'est plus au-delà des 10 ans que ça ne m'attirera pas. Si le produit à 2-3 ans c'est encore neuf.
M : La consommation énergétique ?
PI : Oui ça ne m'intéresse pas d'avoir un appareil qui consomme énormément.

AVANTAGES ET INCONVENIENTS DE L'INFORMATION DE REPARABILITE/DU CRITERE DE REPARABILITE

M : Pouvez-vous compléter la dernière bulle des 2 planches de BD suivantes. Il y en a une devant et une derrière. Pouvez-vous lire et compléter une planche de BD à la fois pour que je comprenne bien votre argument.
PI : Évidemment, ça tombe sous le sens surtout à cette époque-ci.
N'importe quoi, ça ne fonctionne pas. Ca va coûter plus cher que d'en acheter un nouveau.
M : Êtes-vous davantage en faveur des arguments de Pierre (contre) ou de Éric (pour) ?
PI : De Éric.
M : Donc, selon vous, cet argument de réparabilté pourrait influencer votre choix ?
PI : Complètement. C'est super intéressant de proposer cette alternative.
M : Votre réponse dépend-t-elle du produit présenté dans la BD (frigo) ? Auriez-vous les mêmes arguments pour d'autres produits comme une centrale à repasser ou un grille-pain ?
PI : Oui en tout cas si la réparation est facilitée par le vendeur. S'il n'y a aucune solution qui est offerte c'est vrai que je ne sais pas comment je réagirais. S'il suffit de l'amener chez le vendeur et qu'il s'en occupe ou nous dit où aller alors oui complètement.
M : Y a-t-il d'autres indicateurs qui sont plus importants pour vous que la réparabilté ?
PI : Je crois que j'essayerais de faire une analyse de tous les critères ensemble. Il n'y en a pas un qui va l'emporter sur l'autre. Si le fait qu'il y ait une réparabilité quadruple le prix là peut-être que ça va jouer mais si c'est par exemple 1 fois et demi plus cher là il y a matière à réfléchir. Je trouve que c'est un très bon élément marketing et ça va exactement dans ma manière de penser par rapport à la consommation.

SIGNIFICATION DU TERME REPARABILITE

M : Voici un exemple de logo « produit réparable ». L'avez-vous déjà vu ?
PI : Non.
M : Qu'est-ce que ce logo signifie à votre avis ?
PI : Que le produit est réparable jusqu'à 10 ans après son achat donc on peut le rapporter j'imagine chez le producteur ou au magasin pour qu'il puisse être réparé. C'est un type de garantie j'imagine, pas de remplacer mais de réparer.
M : Donc pour vous c'est le vendeur qui prendra la réparation à sa charge ?
PI : Oui, s'il y a une utilisation normale du produit et qu'il y a un défaut, le producteur ou le vendeur prendra à sa charge la réparation du produit.
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques du produit sur lequel se trouve ce logo ?
PI : Ca va être un produit d'un certain prix parce qu'on ne peut pas garantir des petites choses sur 10 ans parce que souvent ça dure moins longtemps. Je dirais des produits d'une certaine taille, d'une certaine importance et d'un certain prix, typiquement l'électroménager ou tout ce qui est télévision.
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques de la marque qui utilise ce logo sur ses produits ?

PI : Je crois que ça va être une marque qui va construire des produits de qualité. Cette marque sera respectueuse de l'environnement dans la manière dont elle produit et elle respecte les droits humains. Donc je dirais peut-être plus des produits fabriqués en Europe.
M : Lorsque vous voyez ce logo, cela induit-il un certain doute chez vous par rapport aux produits ou à la marque ?
PI : Non.
M : Selon vous, c'est la marque ou vous qui payerez la réparation ?
PI : La marque sinon ça ne sert à rien de le mettre.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa qualité ?
PI : Ca va augmenter ma confiance vis-à-vis du producteur et du produit parce qu'il s'engage à le réparer pendant une période de 10 ans. C'est un gage de garantie que le produit est d'une bonne qualité.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa fiabilité ?
PI : Le produit sera fiable parce que les producteurs garantissent cette réparabilité et c'est eux qui connaissent le mieux leurs produits. Ce produit s'il est utilisé correctement sera fiable pendant une durée de 10 ans.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa durabilité ?
PI : Je suis sûre que pendant 10 ans ce produit sera fiable, durable et tout ça. Je vais quand même me poser la question est-ce qu'après la 10ème année est-ce qu'il va me lâcher ou pas ? En tout cas ça m'interpellera plus qu'un produit où il n'y a rien et ce sera en tout cas un argument de vente pour acheter ce produit.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur la marque et sa stratégie ?
PI : C'est une marque qui essaye d'être dans son temps, de plus essayer de vendre un maximum mais qui essaye de passer de juste un système de production à un système de services où elle accompagne les produits, elle répare. C'est une marque qui va essayer d'avoir une consommation responsable.
M : Selon vous, cette information est-elle positive ou négative ?
PI : Positive, ça veut dire qu'il y a un changement dans les mentalités.
M : Pouvez-vous lire la page web du site SEB sur la réparation. N'hésitez pas à énoncer à voix haute les questions que vous vous posez en découvrant cette page ainsi que les commentaires que vous avez.
PI : SEB c'est quoi en fait ?
M : C'est une marque d'électroménagers.
PI : Je trouve que c'est très bien, que c'est clair. J'imagine que si j'ai une question, ils pourront y répondre. Je trouve ça une très bonne initiative, je n'ai aucune remarque à faire. Ils indiquent qu'ils ont énormément de pièces pour pouvoir réparer rapidement, ce qui est un critère très important, ça ne sert à rien d'avoir un lave-vaisselle qui est indisponible pendant 1 an parce qu'il est en train d'être réparé. Ils indiquent aussi que le coût d'une réparation est souvent moins onéreux que celui d'un remplacement. C'est vraiment dans l'air du temps. Je ne savais pas du tout que ça existait. Le site met en avant les clichés du coût de la réparation qui est souvent moins élevé que le coût d'un nouveau produit.
M : Est-ce que ça vous éclaire sur certains points ?
PI : Oui, je ne savais vraiment pas qu'il y avait des sociétés qui faisaient ça. Je savais qu'il y avait beaucoup de sociétés qui garantissaient pour x années mais qui dit garantie ne dit pas réparation mais plutôt remplacement donc je trouve ça super chouette. C'est un super moyen de lutter contre le gaspillage.
M : Y a-t-il des éléments qui vous étonnent ou qui vous surprennent ?
PI : Ce qui me surprend c'est que c'est quand même bien développé en Europe, en Russie et en Turquie. Ce qui me surprend aussi positivement c'est que les gens sont prêts à consommer plus responsablement, en tout cas dans certains pays et c'est une excellente chose.
M : Êtes-vous d'accord avec tout ce qui est dit sur cette page ?
PI : « Nos produits sont conçus pour être plus facilement réparables, démontables et remontables ». Je crois que les produits ont toujours été conçu comme ça, je pense que c'est un argument marketing. Je me doute que les anciens industriels ne faisaient pas exprès de construire des choses plus compliquées. Je sais qu'il y avait des industriels qui construisaient des machines qui ne pouvaient être réparées que par eux. La commission a beaucoup travaillé dans tout ce qui est compétitivité parce que ça empêche l'entrée sur le marché d'autres vendeurs.

FORMAT DE L'INFORMATION REPARABILITE

M : Revenons sur le logo « produit réparable ». Selon vous, ce logo requiert-il un texte explicatif pour être compris ?
PI : Non, je ne crois pas. Si les gens veulent poser plus de questions ils les poseront mais je pense que c'est clair. Je suis sûre que si on se pose une question il y aura moyen de vite trouver des réponses. De premier abord il ne faut pas de texte, c'est comme les notes de bas de pages personne ne les lit.

M : Si vous deviez baser votre décision d'achat sur le caractère réparable d'un produit, à quelles informations voudriez-vous avoir accès ? Quelles informations voudriez-vous retrouver sur le produit ou sa fiche descriptive ?
PI : Je demanderais quelle est la pièce qui casse le plus souvent, qu'ils soient honnêtes avec ça. J'aimerais aussi avoir un petit carnet qui explique après 10 ans souvent ce qui lâche en premier c'est ça ça ça et ça peut coûter autant pour le réparer. Qu'ils soient vraiment honnêtes et tout à fait transparents, que ce ne soit pas uniquement du marketing. Il faut être cohérent sur toute la durée de vie du produit même s'ils ne sont plus impliqués dans le processus.
M : Voici un tableau présentant un score de réparabilité pour différents produits. Au plus ce score de réparabilité est élevé au plus le produit sera facile à réparer et au moins le coût de la réparation sera élevé. Que pensez-vous d'un score de réparabilité ?
PI : Je trouve ça super important. Les GSM ont les change assez souvent. On change souvent les téléphones parce qu'il y en a un meilleur qui sort qui est meilleur et non parce qu'il est cassé. Le score de réparabilité sur les smartphones c'est peut-être quelque chose qui est un peu moins important à cause du marché.
M : Selon vous, un score de réparabilité est-il plus parlant qu'un logo « produit réparable » ?
PI : Non, je trouve que le logo produit réparable c'est mieux que de mettre des chiffres parce que les gens le seul chiffre auquel ils font attention c'est le prix et pas le score de réparabilité. En amont, ce serait au gouvernement ou au autorités publiques de dire que certains produits ne passent pas les tests de réparabilité et que ce n'est pas dans leur vision à long terme de développement durable et que donc ce produit ne peut pas entrer sur le marché.
M : Quelles questions vous posez-vous quand vous voyez ce genre de score ?
PI : Je me demande comment ça se fait. On se demande où notre argent va quand on achète un produit qui n'a que 1. Je me demande aussi les tests qu'ils ont faits, ce que ça veut dire réparabilité.
M : Est-ce que ce genre de score pourrait influencer votre choix de produit ?
PI : Oui complètement, si je le comprends. Si c'est généralisé ça m'influencera en tout cas.

ATTITUDE/INTENTION D'ACHAT

M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de ce produit ?
PI : Oui pour des produits qui ont un peu moins bonne réputation et qu'on voit qu'ils essayent de faire cette démarche plus durable ça va en tout cas m'influencer.
M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de cette marque ?
PI : Oui mais ça va être plus sur le long terme. S'ils le font juste pour un produit parce que c'est une opération marketing, ça ne va pas tellement m'influencer. Si c'est indiqué sur le long terme ça va changer ma vision que j'ai de la marque.
M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque pourrait changer la perception que vous avez des autres marques ?
PI : Oui parce que déjà ils auront pensé en premier à cela, donc ça veut dire qu'ils ont cette volonté d'innover et de répondre plus aux demandes des consommateurs. Les autres vont peut-être voir ça et recopier par après mais c'est que de la copie et donc du coup il n'y a pas cette volonté. Leur volonté sera plus de reprendre des parts de marché.
M : Selon vous, une marque qui utilise le logo « produit réparable » est-elle supérieure ou inférieure à une autre marque qui n'utilise pas ce logo ?
PI : Supérieure parce qu'on a tous été élevé en nous disant qu'il fallait consommer de manière responsable.
M : Selon vous, si une entreprise utilise ce logo pour une partie des produits de la catégorie, cela risque-t-il de détériorer l'image des autres produits de la catégorie ?
PI : Oui. Je me poserais la question de savoir pourquoi ils font ça pour une partie et pas pour l'autre partie. Il n'y a pas de cohérence.
M : Dans quelle mesure l'information de réparabilité pourrait influencer votre choix ?
PI : Ça va influencer. Le fait que le produit soit réparable ça veut dire que ça vient d'une société qui a cet acquis de conscience.
M : Qu'est-ce qui pourrait faire que vous considéreriez l'information de réparabilité dans vos critères de choix au moment de l'achat ?
PI : Je ne sais pas très bien ce que je pourrais répondre mais pour moi ce sera un critère essentiel.
M : Vous avez cité pas mal de critères que vous prenez en compte pour choisir un produit, notamment le prix, la qualité ou encore les recommandations. La réparation ou la durée de vie ne sont pas apparues. Pourquoi pensez-vous privilégier l'ensemble des informations suivantes par rapport à la réparation ?

PI : Parce qu'on n'est pas encore assez mis au courant du fait qu'on peut réparer, c'est surtout pour ça. On ne m'a jamais dit est-ce que tu as envie d'acheter ce produit-là il y a moyen qu'il soit réparé. Je n'ai jamais été mis au courant de ce genre de choses.
M : Seriez-vous prêt à payer un prix plus élevé pour pouvoir bénéficier de cet avantage de réparabilité ?
PI : Oui.
M : Dans quelle mesure ?
PI : 20% du prix.
M : Dans quelle mesure est-ce que le coût potentiel de réparation est important dans votre décision d'achat ?
PI : Non je n'y pense pas.
M : Si vous deviez acheter un appareil électroménager contracteriez-vous une assurance commerciale ?
PI : Ça dépend du prix de la garantie et de l'objet.

BOUNDARY CONDITION

M : Voici un ensemble d'images de produits, veuillez les trier en fonction du critère suivant : l'information réparable est applicable pour cette catégorie de produits.

- Information applicable : Voiture, vélo, iPhone, vêtements, iPad, machine à laver, appareil photos, grille-pain, frigo, aspirateur.
- Information pas applicable : Sèche-cheveux, brosse à dents, rasoir.

M : Maintenant en fonction du critère suivant : l'information réparable est utile pour cette catégorie de produits.

- Information utile : Voiture, vélo, iPhone, vêtements, iPad, machine à laver, appareil photos, grille-pain, frigo, aspirateur, sèche-cheveux.
- Information pas utile : Brosse à dents, rasoir.

M : Maintenant en fonction du critère suivant : je pourrais considérer cette information pour cette catégorie de produits.

- Considération : Vélo, iPad, aspirateur, voiture, iPhone, machine à laver, frigo, appareil photos.
- Pas de considération : Vêtements, grille-pain, rasoir, sèche-cheveux, brosse à dents

M : Triez ces profils en pensant à qui parmi ces personnages est susceptible (ou pas) de prendre considération la réparation comme critère de choix.

- Considération : Le pauvre, le jeune, les personnes âgées, l'écologique, le manuel, l'activiste, la famille nombreuse, l'aventurier, la femme, l'homme.
- Pas de considération : Personne qui n'a pas le temps, la fashion.
- Au milieu : Le riche.

M : Pourquoi le riche serait-il au milieu ?
PI : Il y a différents types de personnes qui sont riches, ça dépend de leur éducation. Il y a des gens qui se sont faits eux-mêmes et qui du coup connaissent la valeur de l'argent et qui ont peut-être une consommation plus responsable que des gens qui ont tout hérité et qui ont toujours tout eu rapidement et qui vont donc plus avoir tendance à remplacer les choses plutôt qu'à les réparer. Je pense que ce critère sera plus une question d'éducation pour le riche.
M : Nous voilà arrivés à la fin de la discussion. Voici les éléments qui se sont dégagés lors de cette interview. Le prix, la qualité et les recommandations sont des critères importants pour vous. L'origine des produits est parfois un peu plus accessoire. Généralement vous recherchez des informations avant d'acheter un produit, surtout sur internet. Vous n'aviez jamais vu ce logo et pour vous il signifie que le produit est réparable pendant 10 ans après l'achat. Vous n'avez pas de doutes sur ce logo et il ne nécessite pas de texte explicatif pour être compris. Pour vous un score de réparabilité est aussi important mais après le logo.
PI : Oui pour revenir sur ça, ça va plus parler aux gens. Je pense qu'un logo où tout le monde sait ce que ça veut dire ça aura plus d'impacts qu'un indice de réparabilité.
M : Ai-je bien tout compris ?
PI : Oui.
M : Avez-vous quelque chose à ajouter ?
PI : Non.
M : Auriez-vous des critiques à émettre par rapport à cette interview ?
PI : Non, je trouvais ça super bien, super ludique.
M : Un grand merci !
PI : Merci à vous !

Retranscription entretien 13

Mathilde : Bonjour, cet entretien est réalisé dans le cadre de mon travail de fin d'études et a pour objectif de comprendre votre comportement et intention d'achat par rapport à des petits et gros électroménagers. Toutes les informations que vous me communiquerez sont utiles pour ma recherche. Si l'une des questions vous gêne ou vous embarrasse, n'hésitez pas à me le faire savoir. Afin de pouvoir retranscrire cette interview, puis-je vous demander votre accord afin d'enregistrer notre conversation ?
Personne interrogée : Oui.
M : Néanmoins, votre identité restera totalement confidentielle. Cet entretien se déroulera en différentes parties et durera approximativement ¾ d'heure à 1 heure.

ECHAUFFEMENT

M : Avant d'entrer dans le vif du sujet pouvez-vous vous présenter ?
PI : Je m'appelle [redacted], j'ai 29 ans. Je vis en couple avec ma copine et sa fille, en appartement à Bruxelles. Je travaille chez Univercells en tant que contrôleur de gestion.
M : Pouvez-vous revenir sur votre dernier achat de petit ou gros électroménager au cours de ces 12 derniers mois ?
PI : Un fer à repasser.
M : Pourquoi avez-vous acheté ce produit ?
PI : Parce que l'ancien était cassé et je pense que ce n'était pas réparable. Le problème c'est que souvent ça coûte plus cher de le faire réparer que d'en acheter un nouveau donc on en a acheté un nouveau parce que l'autre était cassé.
M : Cassé cela veut dire qu'il ne fonctionnait plus du tout ?
PI : Ce n'est pas moi qui l'utilisais beaucoup pour être honnête mais je pense qu'il fonctionnait encore mais il n'était plus très efficace.
M : Comment avez-vous choisi ce produit ? Quels critères avez-vous pris en compte ?
PI : C'est sûre qu'on se fie quand même toujours à la marque premièrement. Après on a demandé des conseils au vendeur, on voulait avoir quelque chose avec un bon rapport qualité-prix et il nous a dirigé vers Phillips qui est une marque connue et de bonne qualité.
M : Plus spécifiquement, quel a été le facteur clé dans votre décision d'achat ?
PI : Il n'y a pas qu'un seul critère mais comme je dis c'est la marque et le prix.
M : Quels sont les facteurs qui sont plus accessoires dans votre décision d'achat ?
PI : Le look, le design du fer, c'est quelque chose que l'on a pas pris en compte.
M : A postériori, pensez-vous à d'autres critères que vous auriez pu prendre en compte ?
PI : On est pas super contents du produit et on a de nouveau l'impression qu'il va nous claquer dans les doigts bientôt. Donc même si je parlais de qualité, c'est peut-être la durée de vie parce que l'ancien il avait 2 ans, ici il a presque 1 an et on sent déjà qu'il a vécu.
M : Avez-vous reçu des conseils ?
PI : Oui on en a reçus du vendeur du magasin qui nous a orienté vers ce produit-là qui était dans notre gamme de prix et qui semblait être un bon produit rapport qualité-prix.

CRITERES DE CHOIX

M : Avant d'effectuer ce genre d'achat donc ici un fer à repasser, à quels critères pensez-vous que le consommateur en général fait généralement attention ?
PI : Aujourd'hui on a de plus en plus les consommations électriques des électroménagers. Aujourd'hui je trouve que c'est quand même fort mis en avant. Donc ça c'est quelque chose auquel nous on avait fait aussi attention. Je pense que c'est quelque chose que la majorité des gens regardent. Pour un fer à repasser aussi le poids ou sa facilité d'utilisation et d'entretien peut-être aussi.
M : Selon vous, quels sont les principaux critères d'achat auxquels le consommateur en général fait attention lorsqu'il achète un produit électroménager ?
PI : La consommation énergétique, je pense que ça rentre de plus en plus dans les mentalités je crois. C'est en tout cas un des critères que je pense que tout le monde regarde. Il y a toujours le prix, tout le monde est quand même influencé par le prix, c'est évident. La qualité/durée de vie de l'appareil aussi.
M : Ces critères sont-ils les mêmes pour un petit et un gros électroménager ?
PI : C'est sûre que de toute façon un électroménager ça consomme de l'énergie donc ce critère-là je pense qu'au plus l'électroménager est grand au plus on y fera attention. On y fera peut-être un peu moins attention pour un fer à repasser.
M : Ces critères pourraient-ils varier en fonction d'un consommateur à un autre ?
PI : Oui tout le monde n'a pas les mêmes priorités. Il y en a peut-être qui s'en foutent de la planète et de la consommation énergétique et qui ne vont pas faire attention à ça, qui vont regarder que le prix.

M : Y a-t-il, au contraire, selon vous, des critères d'achat auxquels le consommateur en général ne porte jamais attention lorsqu'il achète un petit ou gros électroménager ?
PI : A mon avis d'où vient le produit, où est-ce qu'il a été fabriqué, par qui, quels étaient les méthodes et les politiques de travail dans lesquelles le produit a été fabriqué ? Donc je dirais que l'origine du produit n'est pas beaucoup prise en considération.

RECHERCHE D'INFORMATION

M : Comme vous me l'avez mentionné, vous avez acheté un fer à repasser il n'y a pas si longtemps. Aviez-vous recherché des informations sur ce produit avant de l'acheter ?
PI : Non pas du tout.
M : Mais en général c'est quelque chose que vous faites ?
PI : En général oui, j'essaye toujours de faire ma petite étude de marché sur internet avant d'acheter un produit mais après ça dépend vraiment le type de produit, ici, un fer à repasser ça ne m'excite pas trop donc je ne vais pas commencer à faire plein de comparatifs mais en général je jette quand même un œil, je fais quelques recherches.
M : Par étude de marché, vous entendez quoi ?
PI : C'est léger mais je regarde principalement sur internet et via Google. Je tape le nom du produit en question et je vais sur des sites comme test-achat et je lis des commentaires sur les différents produits pour en connaître davantage sur le produit en lui-même et sur la satisfaction des utilisateurs.
M : Lorsque le moment d'acheter le produit arrive, donc lorsque vous vous rendez dans le magasin, demandez-vous encore des conseils au vendeur ?
PI : Oui je suis très hésitant donc j'aime bien avoir plusieurs avis. Même au moment d'acheter si j'ai déjà fait ma recherche je pose les questions dont je connais déjà la réponse mais c'est juste pour avoir une confirmation de la part du vendeur et avoir un autre avis.
M : Lorsque vous considérez l'achat d'un produit électroménager, avez-vous pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : Oui quand j'ai fait des recherches au préalable avant et que je sais quels sont les critères à prendre en compte pour ce type d'électroménager, alors c'est sûre que ce sont les critères que je regarde et que je compare une fois dans le magasin avec les différents produits proposés.
M : Quelles sont les informations auxquelles vous portez généralement attention sur les étiquettes et les fiches descriptives des produits électroménagers ?
PI : Ca dépend le produit mais ça revient à ce que j'ai dit avant, si c'est de l'électroménager c'est la consommation énergétique, le prix, la puissance de l'appareil, …
M : Selon vous, quelles sont les informations que le consommateur en général recherche avant d'acheter un produit électroménager ?
PI : La qualité du produit, sa durée de vie, son prix parce qu'évidemment un produit peut être vendu à différents prix selon les revendeurs.
M : Selon vous, le consommateur en général a-t-il pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : Je ne sais pas si on peut parler de consommateur en général pour ce type de question. Je ne suis pas certain que la majorité des utilisateurs le font.
M : Vous devez acheter une nouvelle machine à café. Un ami vous parle du modèle suivant. Avez-vous accès à l'ensemble des informations nécessaires pour prendre votre décision d'achat ? N'hésitez pas à faire des commentaires à voix haute.
PI : Je ne vais peut-être pas être le meilleur candidat pour cette question parce que je ne bois pas de café donc je ne m'y connais pas en café. Je dirais qu'à première vue on a l'ensemble des caractéristiques qu'on recherche en tout cas pour acheter un produit, à savoir, à quoi il ressemble, on a une photo ça c'est bien, on a le prix, on a la marque. Après le descriptif je ne pense pas que ça décrit à 100% toutes les fonctionnalités de la machine. On ne parle pas de la garantie mais bon je sais qu'en Belgique la garantie légale est de 2 ans. Je dirais qu'on a 75% des informations parce qu'on a pas toutes les fonctionnalités de la machine.
M : Quel est l'élément de cette fiche produit qui est le plus important pour vous ?
PI : Le prix parce que avoir la photo de la machine mais sans le prix ça ne me parlerait pas.
M : Quels éléments sont absents pour guider votre choix d'achat ?
PI : La durée de la garantie, la compatibilité avec les capsules, un descriptif plus complet sur le fonctionnement, la consommation énergétique même si ce n'est pas une information essentielle pour ce type de machine qui a l'air assez moderne mais c'est aussi une information qui manque.
M : Pourquoi est-ce que les éléments suivants attirent/n'attirent pas votre attention sur une fiche produit. Le prix ?

PI : Oui, de toute façon, c'est la première chose que je regarde.
M : Pourquoi ?
PI : Avant de m'intéresser à un produit j'ai toujours une idée de budget en moyenne en tête. Si le prix dépasse mon budget, je m'arrête là et je ne regarde pas les fonctionnalités de la machine.
M : La marque ?
PI : Oui tout à fait, je pense d'ailleurs que je suis un peu trop influencé par les marques parce que c'est qu'une question de confiance et c'est là-dessus qu'elles jouent aussi. Je sais que malheureusement avec le prix qu'on paye, on paye un peu la marque mais il n'y a rien à faire les marques c'est quand même un gage de confiance et de qualité donc oui la marque c'est aussi important.
M : L'apparence du produit (photo) ?
PI : Si on parle d'une machine à café je dirais que oui quand même. Par contre pour un fer à repasser ça c'est moins important.
M : Le fonctionnement du produit ?
PI : Oui, sa facilité d'utilisation, oui c'est quelque chose d'important.
M : La durée de la garantie ?
PI : Aussi, ici c'est absent. C'est une question que je pose toujours au vendeur si ce n'est pas noté sur la fiche produit.
M : Des avis extérieurs sur le produit ?
PI : Oui je fais souvent des recherches et je recherche des commentaires de clients parce que c'est finalement les meilleurs avis qu'on peut avoir, c'est le feedback des clients qui ont déjà la machine.
M : L'année du modèle ?
PI : Non pas autant que ça. J'ai l'impression que dans les électroménagers ce n'est pas comme les voitures ou les téléphones où on sait que chaque année il y a un nouveau modèle qui sort et donc on est quand même plus attentif à ça. Dans le cadre des électroménagers, j'ai l'impression que ce qu'on vend c'est toujours le dernier cri, on ne sait pas choisir des modèles plus vieux qui seraient moins chers du coup. Donc dans le cadre d'un électroménager ce critère est un peu moins critique.
M : La consommation énergétique ?
PI : Oui mais de nouveau ça dépend de la taille de l'électroménager. Par exemple, pour une machine à laver ou un sèche-linge c'est sûre que l'on va regarder la consommation énergétique. Dans le cas d'une machine à café ou d'un fer à repasser qui sont quand même moins énergivores, c'est un critère que je prends en compte mais ça a plus ou moins de poids dans ma décision en fonction de la taille de l'électroménager.

AVANTAGES ET INCONVENIENTS DE L'INFORMATION DE REPARABILITE/DU CRITERE DE REPARABILITE

M : Pouvez-vous compléter la dernière bulle des 2 planches de BD suivantes. Il y en a une devant et une derrière. Pouvez-vous lire et compléter une planche de BD à la fois pour que je comprenne bien votre argument.
PI : Évidemment qu'il faudrait y regarder parce qu'on sait qu'aujourd'hui les produits ont des durées de vie de moins en moins longues et qu'ici si tu as une garantie de réparabilité du produit pour 10 ans c'est quelque chose qui aujourd'hui n'est pas commun donc je trouve que c'est un bon argument pour se renseigner sur ce produit. N'importe quoi, 10 ans aujourd'hui pour un électroménager c'est une garantie énorme. On a l'habitude de changer nos électroménagers régulièrement. Au bout de 10 ans un produit qui peut être réparé c'est rare et ce n'est pas quelque chose qu' l'on propose couramment sur le marché.
M : Êtes-vous davantage en faveur des arguments de Pierre (contre) ou de Éric (pour) ?
PI : J'essaye de ne pas être trop entrainé dans cette société de consommation qui est la nôtre aujourd'hui donc je dirais que je suis évidemment pour l'avis d'Éric qui prône la durée de vie et la réparabilité des produits.
M : Donc, selon vous cet argument de réparabilté pourrait influencer votre choix ?
PI : Oui parce que ici s'ils annoncent 10 ans de réparabilité, ça veut dire que quoi qu'il arrive dans les 10 ans je ne devrai pas acheter de nouveau frigo, ce qui est pas mal donc oui ça influencerait mon choix.
M : Votre réponse dépend-t-elle du produit présenté dans la BD (frigo) ? Auriez-vous les mêmes arguments pour d'autres produits comme un grille-pain ou un aspirateur ?
PI : C'est sûre qu'un frigo c'est quand même un gros électroménager et donc au plus le produit est conséquent et cher au plus ça influencera mon choix. Donc c'est vrai que la réparabilité de mon grille-pain ça aurait moins de poids même si c'est quand même un argument qui compte. Effectivement en fonction de la taille et du prix de l'électroménager, au plus c'est grand au plus ça compte.
M : Y a-t-il d'autres indicateurs qui sont plus importants pour vous que la réparabilté ?
PI : Oui la qualité du produit en général parce que c'est bien qu'il soit réparable mais avant tout il faut quelque chose de qualité et de fonctionnel.

SIGNIFICATION DU TERME REPARABILITE

M : Voici un exemple de logo « produit réparable ». L'avez-vous déjà vu ?

PI : Non je ne pense pas.
M : Qu'est-ce que ce logo signifie à votre avis ?
PI : C'est vrai que c'est un peu flou. On ne sait pas s'il faut le comprendre comme une garantie de 10 ans, ça veut dire que si le produit a un problème on ne débourse pas un centime de sa poche ou s'ils estiment que le produit a une durée de vie de minimum 10 ans et que avant ça c'est impossible que le produit ne soit plus fonctionnel du tout donc qu'on puisse le réparer pendant 10 ans mais qu'on doive quand même appeler un technicien et que ça va coûter de l'argent. C'est vrai que ce n'est pas super clair, si je vois ce logo-là c'est une question que je poserais au vendeur de savoir exactement ce qu'il veut dire.
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques du produit sur lequel se trouve ce logo ?
PI : Ca doit être quelque chose de mécanique et d'électrique.
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques de la marque qui utilise ce logo sur ses produits ?
PI : C'est une marque dans l'air du temps, durable qui est contraire à la société de consommation. Après ça ne veut pas dire que c'est écologique. Ca veut aussi dire qu'ils connaissent bien leurs produits et qu'ils s'engagent auprès du client sur une qualité, donc pour moi c'est aussi un gage de qualité.
M : Lorsque vous voyez ce logo, cela induit-il un certain doute chez vous par rapport aux produits ou à la marque ?
PI : Non je ne le verrais pas comme ça.
M : Selon vous, c'est la marque ou vous qui payerez la réparation ?
PI : C'est la question. Malheureusement je pense qu'ils s'engagent que ce soit réparable mais que ce soit nous qui payons au-delà de la garantie légale de 2 ans.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa qualité ?
PI : Je dirais un produit de qualité.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa fiabilité ?
PI : Pour moi c'est que c'est un produit fiable.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa durabilité ?
PI : A première vue ce sera un produit durable.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur la marque et sa stratégie ?
PI : Je dirais une forme de fidélisation de sa clientèle.
M : Selon vous, cette information est-elle positive ou négative ?
PI : Je dirais positive.
M : Pouvez-vous lire la page web du site SEB sur la réparation. N'hésitez pas à énoncer à voix haute les questions que vous vous posez en découvrant cette page ainsi que les commentaires que vous avez.
PI : On voit qu'ils jouent sur le côté écologique et luttent contre la consommation. Par qui les références sont validées pour avoir le logo ? C'est vrai que quand on fait la démarche d'aller réparer un produit souvent on dit que le modèle est trop vieux, qu'on ne sait pas le réparer parce qu'il n'y a plus les pièces, donc ici c'est quelque chose contre lequel ils essayent de lutter, c'est pas mal. Après on voit qu'ils prévoient du stock pour des produits dont la fabrication est arrêtée, en prévision des produits cassés. Je me questionne un peu sur ce stock et la vie de ce stock. Qu'est-ce qu'ils font de ce stock et de toutes les pièces qui restent si elles n'ont pas été utilisé pour réparer des produits. Je me dirais aussi que c'est bien de faire réparer un produit mais que j'aurais peur que 2 mois après ce soit une autre pièce qui lâche et que ce soit quelque chose en cascade. Si c'est un électroménager dont on a besoin tous les jours c'est ennuyant de devoir se taper une réparation.
Ca a l'air d'être assez bien fait et simple comme démarche.
M : Que pensez-vous de cette page explicative faite par SEB sur son action de réparation ?
PI : Comme j'ai dit je trouve ça bien parce que ça conscientise un peu les personnes contre cette société de consommation. On ne se rend pas compte de tout ce côté recyclage qu'il y a derrière, chaque fois qu'on envoie un produit à la décharge. Donc ils conscientisent les gens là-dessus ce qui est bien pour notre planète. Ils essayent de rendre ça simple et facile. Je trouve ça pas mal.
M : Est-ce que ça vous éclaire sur certains points ?
PI : Si ce n'est le fait que je ne savais pas que ça existait.
M : Y a-t-il des éléments qui vous étonnent ou qui vous surprennent ?
PI : Le fait qu'ils mettent encore à disposition l'accès à des pièces détachées pour des produits qui ne sont plus fabriqués c'est bien pour ceux qui veulent faire réparer leurs produits, après je me questionne un peu sur l'après de tout ce stock. L'impression 3D c'est pas mal, c'est un peu la solution au stock.
M : Êtes-vous d'accord avec tout ce qui est dit sur cette page ?
PI : Oui, à part le stock qui est un peu contradictoire.

FORMAT DE L'INFORMATION REPARABILITE

M : Revenons sur le logo « produit réparable ». Selon vous, ce logo requiert-il un texte explicatif pour être compris ?
PI : Oui.
M : Avec quoi par exemple ?
PI : Comprendre ce qui est inclus dans ce logo. 10 ans réparable ça veut dire quoi ? Est-ce qu'ils assurent un technicien pendant les 10 prochaines années sans frais pour venir réparer le produit ? Il manque la notion de garantie pour bien comprendre le logo parce qu'on sait que si c'est sous garantie ce n'est pas à nos frais. Ici, ce n'est pas très clair.
M : Pensez-vous à d'autres éléments d'information qui pourraient apparaître sur ce logo ?
PI : Oui, le fournisseur de services, après peut-être que c'est évident que c'est la marque qui propose ce service. A qui il faut s'adresser ? Donc la garantie et le technicien.
M : Si vous deviez baser votre décision d'achat sur le caractère réparable d'un produit, à quelles informations voudriez-vous avoir accès ? Quelles informations voudriez-vous retrouver sur le produit ou sa fiche descriptive ?
PI : La composition des différentes pièces détachées et leur prix.
M : Voici un tableau présentant un score de réparabilité pour différents produits. Au plus ce score de réparabilité est élevé au plus le produit sera facile à réparer et au moins le coût de la réparation sera élevé. Que pensez-vous d'un score de réparabilité ?
PI : C'est bien, ça devrait de plus en plus rentrer dans les mentalités.
M : Selon vous, un score de réparabilité est-il plus parlant qu'un logo « produit réparable » ?
PI : Oui.
M : Pourquoi ?
PI : Moi je me dis, à priori, tous les produits sont réparables. Le score de réparabilité donne une échelle des possibilités de réparation d'un appareil. Le score permet de dire que tous les produits sont réparables mais qu'il y en a qui sont moins réparables que d'autres.
M : Quelles questions vous posez-vous quand vous voyez ce genre de score ?
PI : Déjà il n'y a pas d'échelle, on ne sait pas jusqu'où ça va. 7 est-ce que c'est 7/10 ou 7/30 ? Après il y a les couleurs qui sont indicatives, rouge, orange, vert. On comprend que comme 7 c'est déjà vert c'est déjà bien mais on ne sait pas jusqu'où ça va, il n'y a pas d'échelle. Qu'est-ce que ces scores indiquent en terme de prix, est-ce que le fait qu'il soit entre 7 et ,1 est-ce que ça implique une grosse différence de prix si on veut réparer son téléphone ?
M : Est-ce que ce genre de score pourrait influencer votre choix de produit ?
PI : C'est difficile à dire parce que je n'ai jamais vraiment réfléchi à cela mais maintenant que je le sais oui.

ATTITUDE/INTENTION D'ACHAT

M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de ce produit ?
PI : Ça dépend le type de produit. Ça a un côté positif parce que ça garantit une durée de vie à un produit mais intuitivement quand j'achète un produit électroménager si je le souhaite j'ai toujours la possibilité de le faire réparer. Donc le fait qu'il y ait ce logo en plus cela va ajouter un petit côté positif mais ça ne va pas fondamentalement changer mon avis sur le produit.
M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de cette marque ?
PI : Oui parce que je pense que ça s'inscrit dans cette mentalité de durabilité qui est importante aujourd'hui. Ça renforcerait l'image que j'ai de la marque.
M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque pourrait changer la perception que vous avez des autres marques ?
PI : Non. Sur la marque en elle-même qui propose ce logo oui mais après je ne vais pas aller blâmer les autres.
M : Selon vous, une marque qui utilise le logo « produit réparable » est-elle supérieure ou inférieure à une autre marque qui n'utilise pas ce logo ?
PI : Je ne sais pas parce que c'est encore trop flou, trop neuf donc c'est difficile à dire.
M : Selon vous, si une entreprise utilise ce logo pour une partie des produits de la catégorie, cela risque-t-il de détériorer l'image des autres produits de la catégorie ?
PI : Peut-être un peu.
M : Pourquoi ?
PI : Parce que je ne vais pas acheter un produit qui n'est pas réparable pendant 10 ans alors que c'est la même marque. On se demande comment ça se fait, est-ce que c'est des produits d'une moins bonne qualité du coup ? Ça évoquerait en tout cas la réflexion chez moi.
M : Dans quelle mesure l'information de réparabilité pourrait influencer votre choix ?

PI : Encore une fois, je ne sais pas ce que ça veut dire ce logo exactement. Si je pose la question et qu'on me dit on vous garantit qu'un technicien pourra venir chez vous pendant 10 ans pour le réparer et que tout est à mes frais. A partir du moment où on achète un produit d'une bonne marque il y a toujours un service après-vente qui garantit un service si on a des problèmes donc ça dépend vraiment ce que veut dire ce logo.
M : Qu'est-ce qui pourrait faire que vous considéreriez l'information de réparabilité dans vos critères de choix au moment de l'achat ?
PI : Le prix du produit. Si c'est un produit qui coûte super cher à l'achat, par exemple, une chaudière, je préfère me dire qu'il est au moins réparable pendant 10 ans et être sûre de ne pas devoir racheter une chaudière dans 10 ans. Donc je dirais le prix d'achat du produit.
M : Vous avez cité pas mal de critères que vous prenez en compte pour choisir un produit, notamment, la marque, les conseils du vendeur, le rapport qualité-prix ou encore la consommation électrique. La réparation ou durée de vie ne sont pas apparues. Pourquoi pensez-vous privilégier l'ensemble des informations suivantes par rapport à la réparation ?
PI : Parce qu'on est victime de notre société. Aujourd'hui on propose des produits de moins en moins chers. C'est moins dans les mentalités, on nous pousse plus à acheter donc c'est quelque chose auquel on ne réfléchit pas assez sûrement au moment où on achète un produit. Je n'avais jamais vu ce logo. Ce n'est pas mis en avant pour le consommateur donc c'est quelque chose auquel il pense moins. Je crois qu'on a trop l'habitude de se dire c'est cassé on jette et on achète un nouveau.
M : Seriez-vous prêt à payer un prix plus élevé pour pouvoir bénéficier de cet avantage de réparabilité ? Dans quelle mesure ? A quelle(s) condition(s) ?
PI : Peut-être mais de nouveau qu'est-ce que ça veut dire exactement et ça veut dire quoi aussi payer un peu plus cher ? Si c'est 10 ou 15% plus cher que le prix d'achat ou 50% plus cher ? Mais c'est un critère qui est important.
M : Dans quelle mesure est-ce que le coût potentiel de réparation est important dans votre décision d'achat ?
PI : Ça dépend du produit. Au plus il va être cher et complexe, au plus on va se demander combien coûte un entretien ou un coût de réparation. Même si une fois de plus c'est quelque chose qu'on ne se pose pas régulièrement quand on achète quelque chose.
M : Contractez-vous parfois des assurances commerciales lors de l'achat d'électroménagers ?
PI : Non c'est souvent proposé mais moi je m'en tiens à la garantie légale de 2 ans.

BOUNDARY CONDITION

M : Voici un ensemble d'images de produits, veuillez les trier en fonction du critère suivant : l'information réparable est applicable pour cette catégorie de produits.

- Information applicable : Frigo, appareil photos, voiture, aspirateur, vélo, iPad, machine à laver, iPhone.
- Information pas applicable : Brosse à dents, sèche-cheveux, rasoir, grille-pain, vêtements.

M : Maintenant en fonction du critère suivant : l'information réparable est utile pour cette catégorie de produits.

- Information utile : iPhone, machine à laver, voiture, appareil photos, frigo, iPad, aspirateur, vélo.
- Information pas utile : Vêtements, sèche-cheveux, brosse à dents, grille-pain, rasoir.

M : Maintenant en fonction du critère suivant : je pourrais considérer cette information pour cette catégorie de produits.

- Considération : Frigo, voiture, iPhone, vélo, appareil photos, frigo, aspirateur, iPad.
- Pas de considération : Sèche-cheveux, vêtements, grille-pain, rasoir, brosse à dents.

M : Triez ces profils en pensant à qui parmi ces personnages est susceptible (ou pas) de prendre en considération la réparation comme critère de choix.

- Considération : La femme, l'homme, l'activiste, l'aventurier, l'écologique, le manuel, la famille nombreuse.
- Pas de considération : Personne qui n'a pas le temps, les personnes âgées, la fashion, le riche, le pauvre.
- Au milieu : Le jeune.

M : Selon vous, les personnes âgées ne vont pas considérer cette information ?
PI : Non je pense que les personnes âgées sont moins touchées par ce critère écologique et durable. Je pense qu'elles ont une autre notion de la vie que nous.
M : Le pauvre il préfèrera acheter un nouveau produit plutôt que d'essayer de le réparer ?
PI : C'est dans l'optique de se dire qu'un produit réparable sera plus cher à l'achat. Ils vont essayer d'acheter quelque chose qui est dans leur budget qui est parfois peu qualitatif. Il y a la question de pouvoir d'achat qui joue dans la décision.
M : Nous voilà arrivés à la fin de la discussion. Voici les éléments qui se sont dégagés lors de cette interview. La marque, les conseils du vendeur, le rapport qualité-prix et la consommation électrique sont des critères

importants lorsque vous devez acheter un appareil électroménager. Le look et le design sont des critères un peu plus accessoires. Généralement, vous recherchez des informations sur internet et vous faites une étude de marché avant d'acheter un produit électroménager. Dans le magasin vous allez encore demander des conseils. Vous n'aviez jamais vu ce logo et vous avez du mal à dire s'il s'agit d'une garantie de 10 ans ou si le produit sera réparable pendant 10 ans mais à charge du consommateur. Vous n'avez pas de doutes par rapport à ce logo mais il nécessite un texte explicatif pour être mieux compris notamment ce qui est inclus dans ce logo. Vous trouvez un score de réparabilité intéressant et un peu plus parlant qu'un logo produit réparable. Ai-je bien tout compris ?
PI : Oui.
M : Avez-vous quelque chose à ajouter ?
PI : Non si ce n'est que j'ai appris des choses et je pense que les fabricants devraient de plus en plus mettre en avant ce logo ou du moins un indicateur de réparabilité. Il faut plus ancrer ça dans les mentalités des consommateurs.
M : Auriez-vous des critiques à émettre par rapport à cette interview ?
PI : Non j'ai trouvé ça très bien. Les questions sont assez précises et demandent réflexion quand même. Parfois on ne sait pas trop répondre à la question sachant qu'on ne sait pas exactement ce que veut dire ce logo. Donc quand on doit donner des choix, si oui ça compte, ça ne compte pas, dans quelles situations etc c'est parfois un peu vague parce qu'on n'a pas exactement l'information pour prendre notre décision. Sinon c'était très bien.
M : Un grand merci !
PI : Merci à vous.

Retranscription entretien 14

Mathilde : Bonjour, cet entretien est réalisé dans le cadre de mon travail de fin d'études et a pour objectif de comprendre votre comportement et intention d'achat par rapport à des petits et gros électroménagers. Toutes les informations que vous me communiquerez sont utiles pour ma recherche. Si l'une des questions vous gêne ou vous embarrasse, n'hésitez pas à me le faire savoir. Afin de pouvoir retranscrire cette interview, puis-je vous demander votre accord afin d'enregistrer notre conversation ?
Personne interrogée : Oui.
M : Néanmoins, votre identité restera totalement confidentielle. Cette entretien se déroulera en différentes parties et durera approximativement ¾ d'heure à 1 heure.
ECHAUFFEMENT
M : Avant d'entrer dans le vif du sujet pouvez-vous vous présenter ?
PI : Je m'appelle [redacted], j'ai 31 ans. Je vis en Suisse.
M : Pouvez-vous revenir sur votre dernier achat de petit ou gros électroménager au cours de ces 12 derniers mois ?
PI : On a acheté un mixeur.
M : Rien d'autre ?
PI : Non.
M : Pourquoi avez-vous acheté ce produit ?
PI : Parce que j'ai eu un bébé qui mange des panades.
M : Ce n'était donc pas pour remplacer un produit existant qui ne fonctionnait plus ?
PI : Non.
M : Comment avez-vous choisi ce produit ? Quels critères avez-vous pris en compte ?
PI : Le prix, les options et la facilité d'utilisation.
M : Plus spécifiquement, quel a été le facteur clé dans votre décision d'achat ?
PI : Le prix.
M : Quels sont les facteurs qui sont plus accessoires dans votre décision d'achat ?
PI : Les options et la facilité d'utilisation.
M : A postériori, pensez-vous à d'autres critères que vous auriez pu prendre en compte ?
PI : Le design du mixeur.
M : Avez-vous reçu des conseils ?
PI : Non.
CRITERES DE CHOIX
M : Avant d'effectuer ce genre d'achat donc ici un mixeur, à quels critères pensez-vous que le consommateur en général fait généralement attention ?
PI : Le prix, le design, la compatibilité avec d'autres ustensiles et la facilité d'utilisation.

M : Selon vous, quels sont les principaux critères d'achat auxquels le consommateur en général fait attention lorsqu'il achète un produit électroménager ?
PI : Aujourd'hui je pense que c'est principalement le prix, la garantie aussi, le design.
M : Ces critères sont-ils les mêmes pour un petit et un gros électroménager ?
PI : Non, j'imagine que non. Pour un petit appareil on sera moins regardant sur la garantie, peut-être un peu moins regardant sur le prix aussi. Les variations de prix d'un modèle à l'autre seront sans doute moins élevées qu'entre une machine à laver d'une marque à l'autre par exemple. A mon avis le design c'est le même intérêt qu'il soit petit ou grand.
M : Ces critères pourraient-ils varier en fonction d'un consommateur à un autre ?
PI : Oui, tout dépend du pouvoir d'achat, des goûts et des couleurs aussi.
M : Y a-t-il, au contraire, selon vous, des critères d'achat auxquels le consommateur en général ne porte jamais attention lorsqu'il achète un petit ou gros électroménager ?
PI : La consommation d'énergie.

RECHERCHE D'INFORMATION

M : Comme vous me l'avez mentionné, vous avez acheté un mixeur il n'y a pas si longtemps. Aviez-vous recherché des informations sur ce produit avant de l'acheter ?
PI : Non.
M : En général, est-ce que c'est quelque chose que vous faites, chercher des informations avant d'acheter un produit électroménager ?
PI : Oui.
M : Comment ?
PI : Si c'est des petits appareils je ne fais pas de recherches et si c'est des choses plus importantes oui je peux faire des recherches. Je vais sur des sites de comparaison sur internet.
M : Quel genre d'informations allez-vous rechercher ?
PI : Les feedbacks sur les appareils, la différence de prix, les différentes options.
M : Lorsque le moment d'acheter le produit arrive, allez-vous chercher d'autres informations sur le produit (ou la catégorie) que celles traditionnellement proposées ?
PI : Ca dépend si c'est un petit ou un gros appareil. En général, si c'est un gros j'ai mes informations avant de l'acheter quitte même à l'acheter directement sur internet. Si c'est un petit je pourrais demander 2-3 questions à un vendeur.
M : Lorsque vous considérez l'achat d'un produit électroménager, avez-vous pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : Non.
M : Jamais ?
PI : Très rarement en magasin.
M : Selon vous, quelles sont les informations que le consommateur en général recherche avant d'acheter un produit électroménager ?
PI : Informations sur le prix, sur les différentes options, sur la garantie.
M : Selon vous, le consommateur en général a-t-il pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : Sans doute. Si c'est un grand appareil je suppose qu'ils font plus de recherches en amont sur internet et si c'est un petit autant le faire dans le magasin.
M : Vous devez acheter une nouvelle machine à café. Un ami vous parle du modèle suivant. Avez-vous accès à l'ensemble des informations nécessaires pour prendre votre décision d'achat ? N'hésitez pas à faire des commentaires à voix haute.
PI : Je voudrais déjà savoir si ça existe en plusieurs couleurs, quels sont les différents types de café qu'on peut faire.
M : Quel est l'élément de cette fiche produit qui est le plus important pour vous ?
PI : La photo.
M : Quels éléments sont absents pour guider votre choix d'achat ?
PI : S'il existe différents coloris ou pas.
M : Pourquoi est-ce que les éléments suivants attirent/n'attirent pas votre attention sur une fiche produit. Le prix ?
PI : Oui ça attire mon attention.
M : Pourquoi ?
PI : Parce que la vie est chère.
M : La marque ?

PI : Oui, par exemple, ici, Nespresso on sait que c'est reconnu, que c'est de la bonne qualité donc oui la marque est importante.
M : L'apparence du produit (photo) ?
PI : Oui.
M : Le fonctionnement du produit ?
PI : Oui.
M : La durée de la garantie ?
PI : A moitié.
M : Pourquoi ?
PI : Ce n'est pas spécialement la garantie qui me fera pencher en faveur ou en défaveur de l'achat.
M : Des avis extérieurs sur le produit ?
PI : Oui des feedbacks.
M : L'année du modèle ?
PI : Oui bien qu'encore une fois si la machine me plaît même si c'est un modèle d'il y a 2 ans ce n'est pas très grave. Mais oui ça attirera mon attention.
M : La consommation énergétique ?
PI : Non.
M : Jamais ?
PI : Non.

AVANTAGES ET INCONVENIENTS DE L'INFORMATION DE REPARABILITE/DU CRITERE DE REPARABILITE

M : Pouvez-vous compléter la dernière bulle des 2 planches de BD suivantes. Il y en a une devant et une derrière. Pouvez-vous lire et compléter une planche de BD à la fois pour que je comprenne bien votre argument.
PI : Évidemment, un frigo c'est un achat important et s'il y a un défaut ou un problème au bout de 2 ans c'est des frais supplémentaires. Donc oui, c'est important.
N'importe quoi, j'imagine qu'aujourd'hui les frigos se sont fort démocratisés et que au pire il faut juste en racheter un autre.
M : Êtes-vous davantage en faveur des arguments de Pierre (contre) ou de Éric (pour) ?
PI : De Éric.
M : Pourquoi ?
PI : C'est important de pouvoir se dire qu'on a un produit qu'on va être capable de réparer sur les 10 ans et qu'on ne va pas devoir changer au cas où il arrive un pépin sur un plus court terme.
M : Donc, selon vous, cet argument de réparabilté pourrait influencer votre choix ?
PI : Tout à fait.
M : Votre réponse dépend-t-elle du produit présenté dans la BD (frigo) ? Auriez-vous les mêmes arguments pour d'autres produits comme un aspirateur ou un grille-pain ?
PI : Je pense que ça dépend un peu du prix que l'appareil coûte mais à l'avenir c'est quelque chose qui attirera mon attention même si c'est des plus petits produits parce qu'on doit faire attention à la surconsommation et essayer de d'abord réparer ce que l'on a avant de continuer à acheter et polluer.
M : Y a-t-il d'autres indicateurs qui sont plus importants pour vous que la réparabilté ?
PI : Oui, le prix, le design, les options.

SIGNIFICATION DU TERME REPARABILITE

M : Voici un exemple de logo « produit réparable ». L'avez-vous déjà vu ?
PI : Non.
M : Qu'est-ce que ce logo signifie à votre avis ?
PI : Que le produit est réparable pendant 10 ans au moins.
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques du produit sur lequel se trouve ce logo ?
PI : Ca doit être un appareil électroménager j'imagine. Ca implique aussi que les pièces soient toutes des pièces standards, facilement remplaçables. J'imagine qu'il y a même certaines pièces qui pourraient être achetées individuellement et réparées ou changées par le consommateur lui-même. Surtout ça implique que ces pièces soient disponibles pendant 10 ans.
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques de la marque qui utilise ce logo sur ses produits ?
PI : Ce sera une marque soucieuse de l'environnement.
M : Lorsque vous voyez ce logo, cela induit-il un certain doute chez vous par rapport aux produits ou à la marque ?
PI : Pas du tout.
M : Selon vous, c'est la marque ou vous qui payerez la réparation ?
PI : J'imagine que si on a dépassé la garantie légale, ce sera payé par le consommateur.

M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa qualité ?
PI : Je ne pense pas que ça aura un impact. Je pense que c'est un autre type de message que les marques essayent de faire passer avec ce produit réparable sur 10 ans.
M : Donc ce ne sera pas spécialement un produit qui sera de meilleure qualité ?
PI : Non.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa durabilité ?
PI : On sait qu'il va au moins tenir 10 ans, qu'il sera possible de le garder pendant 10 ans parce qu'il est réparable.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur la marque et sa stratégie ?
PI : Ca rentre dans les tendances d'aujourd'hui de faire attention à ce que l'on produit et d'avoir des produits qui sont responsables écologiquement.
M : Selon vous, cette information est-elle positive ou négative ?
PI : Positive.
M : Toujours ?
PI : Toujours.
M : Pouvez-vous lire la page web du site SEB sur la réparation. N'hésitez pas à énoncer à voix haute les questions que vous vous posez en découvrant cette page ainsi que les commentaires que vous avez.
PI : C'est très bien fait. Ca explique clairement ce qu'ils proposent. On commence par simplement entrer le produit pour voir si ce produit rentre dans la gamme des produits réparables. Ils expliquent le concept, comment ils en sont arrivés là, à quoi la marque s'engage et surtout comment faire réparer le produit, soit en visitant un point de vente, soit en faisant venir quelqu'un chez soi. Il y a l'aspect innovant aussi de l'impression 3D, ça donne l'impression que la marque est à jour, dans son temps et en innovation constante.
M : Est-ce que ça vous éclaire sur certains points ?
PI : Oui, je ne connaissais pas le principe et je ferai plus attention la prochaine fois que j'achète des produits.
M : Y a-t-il des éléments qui vous étonnent ou qui vous surprennent ?
PI : Non, ça s'inscrit tout à fait dans l'évolution de la consommation de ce type de produits. Je trouve ça très malin.
M : Y a-t-il des informations/éléments sur cette page auxquels vous n'auriez pas pensés ?
PI : Non pas spécialement.
M : Êtes-vous d'accord avec tout ce qui est dit sur cette page ?
PI : Oui.

FORMAT DE L'INFORMATION REPARABILITE

M : Revenons sur le logo « produit réparable ». Selon vous, ce logo requiert-il un texte explicatif pour être compris ?
PI : Non.
M : Vous le trouvez assez clair ?
PI : Oui
M : Pensez-vous à d'autres éléments d'information qui pourraient apparaître sur ce logo ?
PI : Non.
M : Si vous deviez baser votre décision d'achat sur le caractère réparable d'un produit, à quelles informations voudriez-vous avoir accès ? Quelles informations voudriez-vous retrouver sur le produit ou sa fiche descriptive ?
PI : Savoir où est ce que je peux le faire réparer, où est-ce que je peux trouver les pièces et le délai de réparation.
M : Voici un tableau présentant un score de réparabilité pour différents produits. Au plus ce score de réparabilité est élevé au plus le produit sera facile à réparer et au moins le coût de la réparation sera élevé. Que pensez-vous d'un score de réparabilité ?
PI : C'est malin, je pense même que soit un produit est réparable soit un produit ne l'est pas. Mais effectivement il y a sûrement des pièces qui ne doivent pas être réparables donc un score permet par exemple de faire la différence entre un produit où il y a 80% des pièces qui sont réparables et des produits où les pièces ne sont pas du tout réparables.
M : Selon vous, un score de réparabilité est-il plus parlant qu'un logo « produit réparable » ?
PI : Pour moi c'est 2 étapes. D'abord le produit est réparable sur 10 ans et puis à côté de cela on pourra avoir un score de réparabilité ou un score du pourcentage des pièces qui pourront être remplacées sur l'objet en question.
M : Quelles questions vous posez-vous quand vous voyez ce genre de score ?
PI : Qu'est-ce que ça vaut un 7 ? Ca veut dire que 70% des pièces sont réparables ou est-ce que le produit est conçu pour être réparable à hauteur de 7/10 ?
M : Est-ce que ce genre de score pourrait influencer votre choix de produit ?
PI : Oui si je sais exactement à quoi ça fait référence oui.

ATTITUDE/INTENTION D'ACHAT

M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de ce produit ?
PI : Je pense, effectivement, que s'il y a 2 produits en compétition et qu'il y en a un qui n'est pas produit réparable j'irais pour l'autre.
M : Pour celui qui est produit réparable ?
PI : Oui.
M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de cette marque ?
PI : Oui complètement parce qu'encore une fois ça veut dire que c'est une marque qui est soucieuse de l'environnement et qui fait des efforts pour changer les choses.
M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque pourrait changer la perception que vous avez des autres marques ?
PI : Oui parce que simplement s'il y a une marque qui commence à y penser et pas les autres ça veut dire que cette marque est devant les autres et que les autres sont à la traine, donc c'est plutôt un aspect négatif sur les autres marques.
M : Selon vous, une marque qui utilise le logo « produit réparable » est-elle supérieure ou inférieure à une autre marque qui n'utilise pas ce logo ?
PI : Supérieure.
M : Selon vous, si une entreprise utilise ce logo pour une partie des produits de la catégorie, cela risque-t-il de détériorer l'image des autres produits de la catégorie ?
PI : Oui, ça veut dire que pour les produits qui ne l'ont pas encore ça devrait être le cas dans le futur ou alors ils indiquent clairement que ce sont des produits qui ne sont pas réparables mais ce que je doute, tout produit devrait être réparable.
M : Dans quelle mesure l'information de réparabilité pourrait influencer votre choix ?
PI : Ça va influencer mon choix mais à demi-mesure parce qu'il y a d'abord d'autres critères qui sont plus importants dans mon choix.
M : Qu'est-ce qui pourrait faire que vous considéreriez l'information de réparabilité dans vos critères de choix au moment de l'achat ?
PI : Je n'avais jamais vu ça avant donc aujourd'hui j'y penserai, ça va rentrer dans mes critères de sélection.
M : Vous avez cité pas mal de critères que vous prenez en compte pour choisir un produit, notamment, le prix ou encore la simplicité. La réparation ou la durée de vie ne sont pas apparues. Pourquoi pensez-vous privilégier l'ensemble des informations suivantes par rapport à la réparation ?
PI : Simplement parce que je n'avais jamais entendu parler du concept de réparabilité.
M : Seriez-vous prêt à payer un prix plus élevé pour pouvoir bénéficier de cet avantage de réparabilité ?
PI : Je pense qu'en effet c'est une responsabilité du consommateur donc on devrait être prêt à mettre un prix plus élevé.
M : Dans quelle mesure ?
PI : Il ne faut pas exagérer mais si le produit est 5 ou 10% plus cher je serais prêt à le faire.
M : Dans quelle mesure est-ce que le coût potentiel de réparation est important dans votre décision d'achat ?
PI : Assez important parce que c'est vrai que si le coût de la réparation est presque égal au prix d'achat ça n'a pas de sens.
M : Contractez-vous parfois des assurances commerciales lors de l'achat d'électroménagers ?
PI : Non.

BOUNDARY CONDITION

M : Voici un ensemble d'images de produits, veuillez les trier en fonction du critère suivant : l'information réparable est applicable pour cette catégorie de produits.

- Information applicable : Voiture, vélo, frigo, machine à laver, grille-pain, aspirateur, iPad, iPhone, appareil photos, rasoir, vêtements, brosse à dents, sèche-cheveux.
- Information pas applicable : /

M : Maintenant en fonction du critère suivant : l'information réparable est utile pour cette catégorie de produits.

- Information utile : Voiture, vélo, frigo, machine à laver, grille-pain, aspirateur, iPad, iPhone, appareil photos, rasoir.
- Information pas utile : Vêtements, brosse à dents, sèche-cheveux.

M : Maintenant en fonction du critère suivant : je pourrais considérer cette information pour cette catégorie de produits.

- Considération : Voiture, vélo, frigo, machine à laver, grille-pain, aspirateur, iPad, iPhone, appareil photos, sèche-cheveux, rasoir.

- Pas de considération : Vêtements, brosse à dents.

M : Triez ces profils en pensant à qui parmi ces personnages est susceptible (ou pas) de prendre en considération la réparation comme critère de choix.
PI : Je pense que la question ce n'est pas spécialement les profils, c'est plus l'état d'esprit.

- Considération : La fashion, l'activiste, l'homme, la femme, le jeune, le manuel, la famille nombreuse, l'écologique, personne qui n'a pas le temps, les personnes âgées, l'aventurier.
- Pas de prise en considération : Le riche, le pauvre.

M : Le pauvre ne considèrera pas cette information au moment de l'achat ?
PI : Non parce que je pense que son seul critère de sélection est le prix.
M : Nous voilà arrivés à la fin de la discussion. Voici les éléments qui se sont dégagés lors de cette interview. Le prix et les différentes options sont des critères importants lorsque vous devez acheter un électroménager. La simplicité et le design sont des critères un peu plus accessoires. Vous recherchez généralement des informations sur internet lorsque vous devez acheter un gros produit électroménager. Vous n'aviez jamais vu le logo produit réparable et pour vous il signifie que le produit sera réparable pendant 10 ans et que le coût de la réparation sera payé par le consommateur après les 2 ans de garantie légale. Vous n'avez aucun doute par rapport à ce logo. Ce logo ne nécessite pas de texte explicatif pour être compris. Vous trouvez un score de réparabilité intéressant et c'est intéressant de le combiner avec le logo. Ai-je bien tout compris ?
PI : Tout à fait.
M : Avez-vous quelque chose à ajouter ?
PI : Non.
M : Auriez-vous des critiques à émettre par rapport à cette interview ?
PI : Non.
M : Un grand merci !

Retranscription entretien 15

Mathilde : Bonjour, cet entretien est réalisé dans le cadre de mon travail de fin d'études et a pour objectif de comprendre votre comportement et intention d'achat par rapport à des petits et gros électroménagers. Toutes les informations que vous me communiquerez sont utiles pour ma recherche. Si l'une des questions vous gêne ou vous embarrasse, n'hésitez pas à me le faire savoir. Afin de pouvoir retranscrire cette interview, puis-je vous demander votre accord afin d'enregistrer notre conversation ?
Personne interrogée : Oui pas de problème.
M : Néanmoins, votre identité restera totalement confidentielle. Cet entretien se déroulera en différentes parties et durera approximativement ¾ d'heure à 1 heure.
ECHAUFFEMENT
M : Avant d'entrer dans le vif du sujet pouvez-vous vous présenter ?
PI : Je m'appelle [redacted], j'ai 35 ans. Je vis à La Hulpe. J'ai fait un bachelier en gestion comme études. Je travaille depuis 1 an comme gestionnaire en tant que syndic d'immeubles. Avant ça, j'ai travaillé 10 ans dans la grande distribution mais dans des postes différents. Donc chez Colruyt en tant que gérant de magasin, simplificateur de travail, j'ai fait plusieurs postes pendant 10 ans.
M : Pouvez-vous revenir sur votre dernier achat de petit ou gros électroménager au cours de ces 12 derniers mois ?
PI : On a acheté une bouilloire et un appareil pour filtrer l'eau.
M : Pourquoi avez-vous acheté ces produits ?
PI : La bouilloire on voulait une bouilloire qui chauffe à des degrés différents et alors on voulait aussi une bouilloire qui n'était pas en plastique donc on a pris de l'inox. Concernant le filtrage de l'eau on se posait des questions depuis des années, l'eau en bouteille, l'eau du robinet etc. Il a fallu le temps de se décider un petit peu et après plusieurs recherches on est allé vers l'eau du robinet mais il fallait trouver un système de filtration qui soit en adéquation avec ce qu'on aime et donc on a opté pour le Berkey, qui a un filtre qui tient 10 ans, ce n'est pas comme les Brita où on doit changer tout le temps. Ce filtre élimine tout ce qui est nocif pour la santé qu'on trouve dans l'eau du robinet.
M : Vous n'avez pas acheté ces produits pour remplacer d'anciens produits qui étaient en fin de vie ?
PI : Non.
M : Comment avez-vous choisi ces produits ? Quels critères avez-vous pris en compte ?
PI : Les matériaux, surtout ça. Le prix aussi, même si on préfère mettre un petit peu plus pour que ce soit de meilleure qualité, que ça tienne plus longtemps. Et aussi que ça soit en matériaux pas trop nocifs pour la santé comme le plastique.

M : Plus spécifiquement, quel a été le facteur clé dans votre décision d'achat ?
PI : La qualité du produit.
M : Quels sont les facteurs qui sont plus accessoires dans votre décision d'achat ?
PI : La marque.
M : A postériori, pensez-vous à d'autres critères que vous auriez pu prendre en compte ?
PI : Non.
M : Avez-vous reçu des conseils ?
PI : Oui, on a été dans un magasin qu'on aime bien à LLN où ils vendent des produits de qualité même s'ils ne sont pas toujours bon marché. Ils sont souvent un peu écologiques et on aime bien les vendeurs qui sont assez neutres et qui ne poussent pas à la vente et qui donnent de très très bons conseils. Ce sont des anciens chefs de formation cuisine donc c'est bien pour ce genre d'achats. On a fait confiance un petit peu au vendeur.

CRITERES DE CHOIX

M : Avant d'effectuer ce genre d'achat donc ici une bouilloire ou un filtre à eau, à quels critères pensez-vous que le consommateur en général fait généralement attention ?
PI : Je pense qu'ils font attention à la marque, au prix, aux promotions. Par exemple, les promotions marchent très bien avec ma maman. Elle ne fait pas souvent attention à l'origine, à la qualité du produit. Tout ça c'est secondaire pour elle.
M : Selon vous, quels sont les principaux critères d'achat auxquels le consommateur en général fait attention lorsqu'il achète un produit électroménager ?
PI : A l'esthétique, à la marque, au prix.
M : Ces critères sont-ils les mêmes pour un petit et un gros électroménager ?
PI : Il y a aussi le facteur prix qui joue là-dessus, un petit électroménager on peut plus vite faire un mauvais achat, craquer plus vite. On réfléchit à 2 fois lorsqu'on doit acheter quelque chose de beaucoup plus cher.
M : Ces critères pourraient-ils varier en fonction d'un consommateur à un autre ?
PI : Je pense.
M : Comment par exemple ?
PI : Il y a des gens qui sont très très marques. Il y a des critères d'argent aussi. Parfois il y a quelque chose qui peut stimuler les gens et les pousser à acheter alors qu'ils n'ont pas besoin.
M : Y a-t-il, au contraire, selon vous, des critères d'achat auxquels le consommateur en général ne porte jamais attention lorsqu'il achète un petit ou gros électroménager ?
PI : Peut-être l'origine. En général, les produits électroménagers ça vient de Chine. Peut-être essayer d'un peu plus chercher sur la durée de vie de l'appareil, par exemple, pour trouver des commentaires.

RECHERCHE D'INFORMATION

M : Comme vous me l'avez mentionné, vous avez acheté une bouilloire et un filtre à eau il n'y a pas si longtemps. Aviez-vous recherché des informations sur ces produits avant de les acheter ?
PI : Oui.
M : Ou ça ?
PI : Sur internet beaucoup, aussi bien sur des blogs, sur le site de la marque elle-même.
M : Quel genre d'informations avez-vous recherché ?
PI : Par exemple, pour le filtre si ce n'était pas du marketing et que ça fonctionnait vraiment bien. On a un peu ratissé large, on a même demandé dans des magasins s'ils connaissaient ce produit-là pour voir vraiment si on nous trompait pas sur la qualité du produit. Pour la bouilloire on avait cherché pas mal parce que ma compagne fait tout ce qui herboristerie sur le côté et par exemple une température de plus de 85° ça tue les propriétés des plantes médicinales. On avait lu un peu que certaines bouilloires électriques qui disent qu'il y a autant de degrés la jauge n'est pas bonne et en fait il y a plus et donc ce genre d'informations c'était dans un but bien précis, on voulait être sûre que la bouilloire qu'on achète si elle dit que c'est 85° il y a bien 85° à l'intérieur et pas 95°.
M : Lorsque le moment d'acheter ces produits est arrivé avez-vous cherché d'autres informations sur le produit (ou la catégorie) que celles traditionnellement proposées?
PI : On a quand même regardé les produits qui étaient à gauche et à droite mais bon ça a été assez vite.
M : Lorsque vous considérez l'achat d'un produit électroménager, avez-vous pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : Oui, j'aime bien parce qu'il y a certains sites qui permettent de comparer. C'est encore pratique pour voir la puissance, l'origine, le contenant et ce genre de petites choses parce que parfois ça peut faire basculer son choix.
M : Selon vous, quels sont les informations que le consommateur en général recherche avant d'acheter un produit électroménager ?
PI : C'est toujours un petit peu la même chose, le prix, la marque bien sûre.

M : Selon vous, le consommateur en général a-t-il pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : Je ne serais pas dire le pourcentage mais je ne pense pas que tout le monde le fait. Ca dépend encore une fois de ce qu'on achète, si c'est un petit électroménager qui ne coûte pas trop cher. Par exemple, on avait acheté un mixe-soupe, si on achète un mixe-soupe pour l'utiliser 2 fois par an on est pas obligé d'avoir un top mixe-soupe mais par contre celui qui aime bien cuisiner il ira peut-être dans un produit un peu plus haut de gamme. Ca dépend aussi de l'utilité.
M : Vous devez acheter une nouvelle machine à café. Un ami vous parle du modèle suivant. Avez-vous accès à l'ensemble des informations nécessaires pour prendre votre décision d'achat ? N'hésitez pas à faire des commentaires à voix haute.
PI : Oui. Si je ne connaissais pas du tout le principe peut-être que j'aurais été vers plus d'informations mais là on sait que ça fonctionne avec des capsules Nespresso, on sait que Krups c'est une bonne marque. Il y a un petit descriptif qui est suffisant avec quelques photos sur lesquelles on peut cliquer. C'est suffisant pour acheter le produit.
M : Donc parce que c'est un produit que vous connaissez ?
PI : Oui.
M : Quel est l'élément de cette fiche produit qui est le plus important pour vous ?
PI : C'est triste mais l'image joue beaucoup.
M : Quels éléments sont absents pour guider votre choix d'achat ? A quelles informations supplémentaires souhaiteriez-vous avoir accès ?
PI : Peut-être les matériaux, si c'est tout en plastique, si c'est une partie en métal, notamment les parties qui sont en contact avec la nourriture ça peut être intéressant de savoir.
M : Pourquoi est-ce que les éléments suivants attirent/n'attirent pas votre attention sur une fiche produit. Le prix ?
PI : Quand même malgré tout oui c'est un facteur quand même important.
M : Pourquoi ?
PI : Il faut sortir l'argent, je veux dire on a pas envie de la gaspiller. Par exemple, pour ce produit-là c'est 250€, c'est quelque chose qui frappe. Au premier coup d'œil sur cet écran on voit le nom, la marque, la photo et puis le prix. C'est les premières choses par laquelle on est attiré.
M : La marque ?
PI : Ca peut mais pas toujours. Par exemple, pour avoir fait quelques recherches, le Bosch qu'on vend en grandes surfaces n'est pas le même, il y a différentes qualités dans ces marques-là. Mais c'est vrai que inconsciemment on est quand même un peu influencé malgré tout.
M : L'apparence du produit (photo) ?
PI : C'est toujours une petite touche en plus quand ça fonctionne bien et que c'est joli. Quand il y a tout ce qu'on veut dans le produit et qu'en plus il y a le petit côté esthétique c'est la cerise sur le gâteau.
M : Le fonctionnement du produit ?
PI : Oui, par exemple, on a acheté un extracteur de jus et c'est l'enfer pour le nettoyer. Donc ce genre de chose oui c'est important que ce soit facile à nettoyer.
M : La durée de la garantie ?
PI : Je sais que légalement c'est 2 ans mais je ne fais pas toujours attention à cela.
M : Des avis extérieurs sur le produit ?
PI : Oui, on est influencé aujourd'hui beaucoup par ça parce qu'on est habitué à lire les commentaires de gens, c'est un peu comme TripAdvisor. Si on commence à en voir 2-3 négatifs alors qu'on était prêt à cliquer pour l'acheter on va peut-être réfléchir et se dire qu'on va peut-être pas l'acheter tout de suite. Ca peut jouer positivement mais aussi négativement sur l'achat du produit.
M : L'année du modèle ?
PI : Non sauf si c'est vraiment mis en évidence qu'il y a un ancien et un nouveau modèle mais il faudrait vraiment qu'il y ait une grosse différence dans le prix ou dans les fonctions pour influencer peut-être mon choix.
M : La consommation énergétique ?
PI : C'est quelque chose auquel je ne fais pas toujours attention et c'est vrai que c'est quelque chose d'important. Je le ferais peut-être plus pour l'achat d'un frigo ou ce genre de choses qu'un petit électroménager où je ne fais pas toujours attention.

AVANTAGES ET INCONVENIENTS DE L'INFORMATION DE REPARABILITE/DU CRITERE DE REPARABILITE

M : Pouvez-vous compléter la dernière bulle des 2 planches de BD suivantes. Il y en a une devant et une derrière. Pouvez-vous lire et compléter une planche de BD à la fois pour que je comprenne bien votre argument.

PI : Évidemment c'est un gros avantage pour la planète. Ca devrait être comme ça pour une grosse partie des électroménagers, il faut que ce soit réparable sur plus de 10 ans.
N'importe quoi, je n'ai pas envie que mon vieux frigo soit réparé j'en veux un neuf.
M : Êtes-vous davantage en faveur des arguments de Pierre (contre) ou de Éric (pour) ?
PI : Je serais plus pour Éric.
M : Pourquoi ?
PI : C'est vers ça qu'on doit aller tout doucement. Même si on a pas été des exemples dans le passé. On achetait et on jetait parfois trop vite certains électroménagers. Maintenant on essaye de faire attention, déjà à l'achat sur quelque chose qui aura une durée de vie plus longue que quelque chose qui coûte moins cher mais qu'on sait qu'on va devoir remplacer. Le cas des bouilloires, au début, on a acheté 2-3 petites bouilloires et elles tenaient pas un an parce que c'était des bouilloires en plastique qu'on achetait 50€ ou peut-être moins. Là maintenant on fait attention à cela. Que ce soit réparable c'est encore un plus, le problème c'est qu'on met très peu an avant ce genre de choses quand on achète de l'électroménager, c'est très très rare.
M : Donc, selon vous, cet argument de réparabilté pourrait influencer votre choix ?
PI : Oui.
M : Votre réponse dépend-t-elle du produit présenté dans la BD (frigo) ? Auriez-vous les mêmes arguments pour d'autres produits comme une centrale à repasser ou un grille-pain ?
PI : Oui.
M : Y a-t-il d'autres indicateurs qui sont plus importants pour vous que la réparabilté ?
PI : Oui bien sûre, je pense qu'aujourd'hui ça doit devenir quelque chose qui doit venir au-dessus de la liste on va dire.

SIGNIFICATION DU TERME REPARABILITE

M : Voici un exemple de logo « produit réparable ». L'avez-vous déjà vu ?
PI : Je ne pense pas.
M : Qu'est-ce que ce logo signifie à votre avis ?
PI : C'est quelque chose qui pourrait faire pencher la balance s'il y a 2 bons produits qui sont plus ou moins au même prix, si je vois qu'il y en a un qui est réparable et que l'autre non c'est clair que ça fera pencher la balance.
M : Qu'est-ce que ce logo veut dire à votre avis ?
PI : Que le produit sera réparable pendant 10 ans.
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques du produit sur lequel se trouve ce logo ?
PI : Ca peut être un gage de qualité. Mais je pense que c'est peut-être d'expérience qu'on a acheté plusieurs produits qui avaient ce logo-là qu'on a renvoyés et qui reviennent réparer, à la longe ça deviendra comme un label, quelque chose auquel les gens feront confiance quand ils verront ce logo-là.
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques de la marque qui utilise ce logo sur ses produits ?
PI : Qu'elle ose parce que je pense qu'à l'heure actuelle on entend souvent ça coûte plus cher à réparer que d'acheter un nouveau produit, donc c'est une marque qui prend des risques. Je pense qu'on peut être sensible à cette marque qui prend des risques à réparer les produits.
M : Lorsque vous voyez ce logo, cela induit-il un certain doute chez vous par rapport aux produits ou à la marque ?
PI : Non.
M : Selon vous, c'est la marque ou vous qui payerez la réparation ?
PI : Bonne question. C'est vrai qu'en réfléchissant si cela dépasse la garantie légale de 2 ans ce sera à nous de payer la réparation.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa qualité ?
PI : Le produit a quand même intérêt à être de bonne qualité si ça doit être réparé parce que je pense que même si c'est payant il y a quand même un coût pour la société qui produit cet appareil donc il a intérêt à être de bonne qualité sinon si ça tombe vite en panne tout le monde va remballer les produits et ce n'est pas bon non plus pour la marque je suppose. Donc ça peut être un gage de qualité.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa fiabilité ?
PI : On a envie de dire la même chose même s'il n'y a rien de garanti.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa durabilité ?
PI : Ca veut dire qu'on est au moins parti 10 ans avec. C'est un produit qui va durer.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur la marque et sa stratégie ?
PI : Ca pourrait être aussi un peu considéré comme du greenwashing parce qu'il faut voir ce que le consommateur va faire avec. Si on vend ça à des consommateurs qui le jettent quand même après, la marque peut aussi se dire de toute façon les gens ne vont pas prendre la peine de le remballer s'ils ont une cafetière, une bouilloire ou

quelque chose qui claque après 7-8 ans. Ils vont aller directement en acheter une nouvelle et ils vont peut-être oublier cette réparabilité. La marque peut aussi jouer là-dessus.
M : Selon vous, cette information est-elle positive ou négative ?
PI : Moi je pense quand même positive.
M : Pouvez-vous lire la page web du site SEB sur la réparation. N'hésitez pas à énoncer à voix haute les questions que vous vous posez en découvrant cette page ainsi que les commentaires que vous avez.
PI : C'est bien. Quand on voit ça on se dit c'est positif. On ira peut-être plus vers un produit de la marque SEB s'il n'y a que SEB qui fait ça parce qu'on sait que c'est réparable. Maintenant il faut voir ce qu'ils entendent par réparable en lisant les petites lignes. Est-ce que c'est les grosses pièces style moteur, si c'est des câbles, … On voit que c'est représenté un peu partout en Europe. On ne sait pas si c'est chez SEB ou si c'est des gens qui sont agréés qui réparent. Franchement c'est bien. J'espère que ce n'est pas juste du marketing et qu'ils font vraiment cela. Si c'est vrai et qu'ils réparent quasi tout ce qui est réparable c'est une chouette initiative.
M : Est-ce que ça vous éclaire sur certains points ?
PI : Oui on sait qu'il y a 6500 réparateurs en Europe donc c'est quand même large. Que c'est assez rapide, on voit ici que le produit ne va pas partir 6 mois et revenir beaucoup plus tard. Si c'est un appareil dont on ne peut pas se passer sur du long terme ça va peut-être motiver les gens à la réparer. Les gens qui s'en fichent et qui ont les moyens vont le jeter à la poubelle et le remplacer pour avoir un nouveau modèle. S'ils vont vite à réparer c'est aussi un argument pour aller vers la réparation.
M : Y a-t-il des éléments qui vous étonnent ou qui vous surprennent ou auxquels vous n'auriez pas pensé ?
PI : Peut-être savoir exactement ce qui est réparable pour eux. Il y a peut-être parfois des choses qui ne sont pas réparables. C'est peut-être compliqué d'expliquer toute la liste des produits qui sont réparables.
M : Êtes-vous d'accord avec tout ce qui est dit sur cette page ?
PI : Oui.

FORMAT DE L'INFORMATION REPARABILITE

M : Revenons sur le logo « produit réparable ». Selon vous, ce logo requiert-il un texte explicatif pour être compris ?
PI : Je pense que dès qu'on sait ce que c'est ça va attirer l'attention.
M : Par exemple, la première fois qu'on le voit, est-ce qu'il faudrait un peu plus d'informations ?
PI : Oui peut-être une petite note explicative en-dessous.
M : Avec quoi comme genre d'informations par exemple ?
PI : Un petit résumé et dire que les produits qui ont ce logo-là sont réparables selon telles conditions.
M : Pensez-vous à d'autres éléments d'information qui pourraient apparaître sur ce logo ?
PI : Non je le trouve bien.
M : Si vous deviez baser votre décision d'achat sur le caractère réparable d'un produit, à quelles informations voudriez-vous avoir accès ? Quelles informations voudriez-vous retrouver sur le produit ou sa fiche descriptive ?
PI : Souvent les tickets de caisse on les perd, donc être sûre que quand on va présenter le produit, qu'ils savent l'année, qu'ils savent qu'on l'a acheté à ce moment-là et qu'ils vont reprendre le produit. Peut-être savoir aussi que ça ne parte pas en Chine pour être réparé, c'est bête que ça parte à l'autre bout du monde pour être réparé. Donc savoir où ça va être réparé, que ça ne soit pas trop loin. Avoir des informations sur les modalités aussi, savoir où on doit le déposer parce que ce n'est pas toujours évident. Est-ce qu'on doit trouver un colis pour l'envoyer via la poste, est-ce qu'il y a des points de dépôt, est-ce qu'on doit le déposer dans le magasin là où on l'a acheté ?
M : Voici un tableau présentant un score de réparabilité pour différents produits. Au plus ce score de réparabilité est élevé au plus le produit sera facile à réparer et au moins le coût de la réparation sera élevé. Que pensez-vous d'un score de réparabilité ?
PI : C'est bien surtout pour les téléphones qu'on casse souvent. Je n'ai jamais eu l'occasion de réparer mon téléphone parce que souvent je l'ai cassé. Par exemple, si on l'utilise souvent la batterie peut devenir faible alors on va être tenté d'acheter un nouveau téléphone. Il y a aussi le coût, souvent ça coûte très cher de racheter une nouvelle batterie alors on se dit autant racheter un nouveau téléphone. C'est pas bien mais il y a le côté nouveauté, surtout dans cette gamme-là, c'est peut-être moins marqué pour d'autres électros comme une cafetière, une bouilloire etc mais pour les téléphones il y a le côté technologie où il y a des nouveautés qui sortent tous les ans et qui font qu'on est un petit peu plus poussé à acheter neuf qu'à réparer.
M : Selon vous, un score de réparabilité est-il plus parlant qu'un logo « produit réparable » ?
PI : Oui peut-être pour le téléphone c'est vrai qu'ici ça marque quand on voit le 1 ici et le 7. On va peut-être plus aller vers le 7.
M : Donc ça dépend un peu des produits ?

PI : Peut-être que pour ce genre de produits, un téléphone ou un ordinateur c'est pas mal de plus chiffrer la réparabilité. Par contre pour tout ce qui est électroménager, selon moi, juste avoir le logo c'est suffisant.
M : Quelles questions vous posez-vous quand vous voyez ce genre de score ?
PI : Comment on sait la différence entre 7, 4. Les critères qui sont pris en compte. Je suppose qu'il y a un 5, un 6. Donc comment ce score est attribué.
M : Est-ce que ce genre de score pourrait influencer votre choix de produit ?
PI : Ce score pourrait influencer mon choix. Je ne vais pas dire oui à 100% pour tous les produits, parce que malgré tout pour ce genre de produit (smartphones) on a envie de se faire plaisir.
M : Mais par exemple pour d'autres produits ?
PI : Ca oui, ça pourrait clairement influencer.

ATTITUDE/INTENTION D'ACHAT

M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de ce produit ?
PI : Oui ça pourrait.
M : Comment ?
PI : Si c'est un produit qui est associé à une marque négative, avoir le logo produit réparable ça peut ajouter quelque chose de positif à la marque. Ça peut changer notre avis par rapport à une marque qu'on n'aime pas et nous permettre de nous réintéresser à cette marque.
M : Donc ça va plus changer votre opinion par rapport à la marque que par rapport aux produits ?
PI : Oui.
M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de cette marque ?
PI : Oui.
M : Comment ?
PI : Souvent on retrouve la même gamme dans chaque marque et c'est vrai que s'il y a quelques marques qui ont soit un score de réparabilité soit le logo, si on est dans les rayons du magasin on fait peut-être déjà un tri et on sélectionnera la marque qui utilise ça si la qualité est plus ou moins la même.
M : Donc ça changerait la perception que vous avez des autres marques qui n'utilisent pas ce logo ?
PI : Oui. On pourrait même les critiquer en disant elles ne font pas attention. Je pense que les autres marques s'y mettraient aussi si elles voient que ça à une influence sur le comportement des consommateurs.
M : Selon vous, une marque qui utilise le logo « produit réparable » est-elle supérieure ou inférieure à une autre marque qui n'utilise pas ce logo ?
PI : Même si ce n'est peut-être pas vrai ça donne un côté positif.
M : Selon vous, si une entreprise utilise ce logo pour une partie des produits de la catégorie, cela risque-t-il de détériorer l'image des autres produits de la catégorie ?
PI : Oui ces produits seraient peut-être moins désirables.
M : Dans quelle mesure l'information de réparabilité pourrait influencer votre choix ?
PI : Si elle est détaillée. Ce serait intéressant de savoir selon l'objet les choses qui peuvent être réparées.
M : Qu'est-ce qui pourrait faire que vous considéreriez l'information de réparabilité dans vos critères de choix au moment de l'achat ?
PI : Sur le moment même s'il y a un petit descriptif ça pourrait aider parce que si on voit que c'est minime et qu'il n'y a quasi rien qui est réparable, que c'est juste pour avoir le logo et qu'ils réparent 2 choses sur l'appareil et qu'ils ne prennent pas la globalité ce n'est pas intéressant même si on sait que tout n'est pas réparable.
M : Vous avez cité pas mal de critères que vous prenez en compte pour choisir un produit, notamment les matériaux utilisés, le prix et la qualité. La réparation ou la durée de vie ne sont pas apparues. Pourquoi pensez-vous privilégier l'ensemble des informations suivantes par rapport à la réparation ?
PI : Parce qu'on n'a pas l'habitude que ce soit réparable. Inconsciemment c'est rare que l'on envoie des produits en réparation. On le fait plus quand c'est encore sous garantie mais dès qu'on a dépassé cette garantie on a été habitué je pense à remplacer automatiquement les produits.
M : Donc c'est plus une question d'habitude ?
PI : Oui c'est des choses qui sont assez neuves dans l'état d'esprit des gens. Le fait d'avoir eu cet entretien, d'avoir vu le logo ça le sera encore plus dans l'avenir en tout cas pour moi personnellement
M : Seriez-vous prêt à payer un prix plus élevé pour pouvoir bénéficier de cet avantage de réparabilité ?
PI : Oui si on est sûre que c'est quelque chose qui fonctionne bien, que ça prend en charge une grosse partie de l'appareil, que c'est rapide, …
M : Dans quelle mesure ?

PI : Ça dépend du prix de l'appareil, peut-être 10-20%. Ça dépend de la valeur de l'appareil. C'est plus facile à faire je pense sur des petits électros que sur un frigo par exemple où on nous dit tout de suite c'est 500€ plus cher, là ça fait peut-être plus réfléchir malgré tout.
M : Dans quelle mesure est-ce que le coût potentiel de réparation est important dans votre décision d'achat ?
PI : On n'y pense pas.
M : Contractez-vous parfois des assurances commerciales lors de l'achat d'électroménagers ?
PI : Jamais.
BOUNDARY CONDITION
M : Voici un ensemble d'images de produits, veuillez les trier en fonction du critère suivant : l'information réparable est applicable pour cette catégorie de produits.

- Information applicable : Sèche-cheveux, rasoir, iPhone, iPad, grille-pain, appareil photos, aspirateur, frigo.
- Information pas applicable : Brosse à dents, voiture, vélo, vêtements, machine à laver.

PI : Une voiture d'office on sait que c'est réparable donc je ne pense pas qu'il faudrait le mettre. Tous les petits électros ce serait sympa mais il faut voir parce que c'est vraiment tous des petits électros donc je ne sais pas si techniquement c'est faisable. Une machine à laver on s'en doute mais frigo c'est vrai qu'on n'y pense pas spécialement.
M : Donc le brosse à dents et les vêtements c'est plus parce que selon vous ce n'est pas réparable mais par contre les 3 autres on s'en doute ?
PI : Oui.
M : Maintenant en fonction du critère suivant : l'information réparable est utile pour cette catégorie de produits.

- Information utile : Rasoir, grille-pain, brosse à dents, sèche-cheveux, appareil photos, aspirateur, frigo.
- Information pas utile : iPad, iPhone, vélo, voiture, machine à laver, vêtements.

M : Maintenant en fonction du critère suivant : je pourrais considérer cette information pour cette catégorie de produits.

- Considération : Rasoir, aspirateur, brosse à dents, iPhone, iPad, frigo, grille-pain, machine à laver.
- Pas de considération : Vêtements, vélo, appareil photos, sèche-cheveux, voiture.

M : Triez ces profils en pensant à qui parmi ces personnages est susceptible (ou pas) de prendre en considération la réparation comme critère de choix.

- Considération : La femme, l'homme, l'écologique, le manuel, la famille nombreuse, l'aventurier.
- Pas de considération : Le pauvre, la fashion, les personnes âgées, personne pressée.
- Entre les deux : Le jeune, le riche, l'activiste (il y a des gens qui parlent beaucoup mais qui ne font pas toujours des choses).

M : Nous voilà arrivés à la fin de la discussion. Voici les éléments qui se sont dégagés lors de cette interview. Les matériaux et leur origine, le prix et la qualité sont des critères importants pour vous lorsque vous achetez un produit électroménager. La marque est un critère un peu plus accessoire. Vous recherchez généralement des informations sur internet avant d'acheter un produit électroménager. Vous faites souvent des comparaisons. Vous n'aviez jamais vu le logo produit réparable et pour vous il signifie que le produit est réparable pendant 10 ans. Vous n'avez pas de doutes par rapport à ce logo et il nécessite peut-être un petit texte explicatif pour bien le comprendre la première fois qu'on le voit. Vous trouvez un score de réparabilité intéressant. Ai-je bien tout compris ?
PI : Oui.
M : Avez-vous quelque chose à ajouter ?
PI : Non c'est bien, personnellement ça m'a fait prendre conscience de ça, ça me marquera pour le prochain achat de me dire que le critère de réparabilité sera aussi important.
M : Auriez-vous des critiques à émettre par rapport à cette interview ?
PI : Non c'était très bien.
M : Un grand merci !

Retranscription entretien 16

Mathilde : Bonjour, cet entretien est réalisé dans le cadre de mon travail de fin d'études et a pour objectif de comprendre votre comportement et intention d'achat par rapport à des petits et gros électroménagers. Toutes les informations que vous me communiquerez sont utiles pour ma recherche. Si l'une des questions vous gêne ou vous embarrasse, n'hésitez pas à me le faire savoir. Afin de pouvoir retranscrire cette interview, puis-je vous demander votre accord afin d'enregistrer notre conversation ?

Personne interrogée : Oui.
M : Néanmoins, votre identité restera totalement confidentielle. Cet entretien se déroulera en différentes parties et durera approximativement ¾ d'heure à 1 heure.

ECHAUFFEMENT

M : Avant d'entrer dans le vif du sujet pouvez-vous vous présenter ?
PI : J'ai 52 ans. Je suis marié. Je suis papa de 2 enfants, de 17 et de 14 ans. J'ai travaillé pendant 20 ans dans le secteur Horeca et l'évènementiel. Je suis maintenant père au foyer depuis 5 ou 6 ans.
M : Pouvez-vous revenir sur votre dernier achat de petit ou gros électroménager au cours de ces 12 derniers mois ?
PI : Le tout dernier c'est un appareil SodaStream pour faire de l'eau pétillante.
M : Vous n'avez pas fait d'autres achats récents ?
PI : Non.
M : Pourquoi avez-vous acheté ce produit ?
PI : On a acheté ce produit parce que ma fille de 14 ans est revenue de l'école en disant qu'il fallait qu'on arrête d'acheter des boissons en bouteilles en plastique et donc nous avons trouvé cette alternative-là pour pouvoir continuer à boire de l'eau pétillante.
M : Donc c'était une question écologique ?
PI : Oui.
M : Comment avez-vous choisi ce produit ? Quels critères avez-vous pris en compte ?
PI : C'est le seul produit que je connaissais qui faisait ce genre de chose et ça m'avait été recommandé par l'un de mes amis qui en avait déjà un chez lui.
M : Plus spécifiquement, quel a été le facteur clé dans votre décision d'achat ?
PI : La recommandation.
M : Quels sont les facteurs qui ont été plus accessoires dans votre décision d'achat ?
PI : A priori, au début, le prix n'a pas été une question cruciale. Sauf qu'une fois dans le magasin, on s'est quand même rendu compte qu'il y avait plusieurs modèles qui allaient du simple au triple. Ne sachant pas si c'était une habitude qu'on allait prendre et qui allait perdurer on a acheté le modèle de moyenne gamme.
M : A postériori, pensez-vous à d'autres critères que vous auriez pu prendre en compte ?
PI : Maintenant qu'on l'a depuis 2-3 mois et que c'est une habitude que l'on a prise, je pense qu'on aurait dû choisir le modèle supérieur parce qu'il a des fonctions plus intéressantes.
M : Avez-vous reçu des conseils ?
PI : Non pas vraiment mais par contre je m'étais bien renseigné sur internet parce qu'ils ont un site internet qui est assez bien fait. Je me suis notamment renseigné sur le fonctionnement, sur les garanties qu'ils offrent et sur le côté durable du produit.

CRITERES DE CHOIX

M : Avant d'effectuer ce genre d'achat donc ici un SodaStream, à quels critères pensez-vous que le consommateur en général fait généralement attention ?
PI : De ce que je sais, des gens qui en ont, le facteur principal c'est effectivement le facteur écologique par rapport à l'emballage et la durabilité du produit.
M : Selon vous, quels sont les principaux critères d'achat auxquels le consommateur en général fait attention lorsqu'il achète un produit électroménager ?
PI : Je pense que pour la plupart des gens c'est le rapport qualité/prix. Peut-être la qualité reconnue du produit et puis le prix auquel on peut l'avoir. Pour l'instant je pense que ce sont les facteurs principaux.
M : Ces critères sont-ils les mêmes pour un petit et un gros électroménager ?
PI : Peut-être que pour un petit électroménager les gens sont plus sensibles au design si c'est un objet qui est visible dans leur cuisine. Ils sont peut-être prêts à payer un petit peu plus pour avoir un objet un peu plus valorisant dans leur cuisine.
M : Y a-t-il, au contraire, selon vous, des critères d'achat auxquels le consommateur en général ne porte jamais attention lorsqu'il achète un petit ou gros électroménager ?
PI : Le côté recyclage des déchets est peut-être un facteur qui n'est pas encore fort pris en compte parce qu'il n'y a pas encore d'étiquetage sur la façon dont les objets sont recyclés. Peut-être aussi toute l'énergie qui est nécessaire pour la fabrication du produit n'est peut-être pas prise en compte non plus.

RECHERCHE D'INFORMATION

M : Comme vous me l'avez mentionné, vous avez acheté un SodaStream il n'y a pas si longtemps. Aviez-vous recherché des informations sur ce produit avant de l'acheter ?
PI : Oui sur internet, notamment sur le fonctionnement, sur les garanties qu'ils offrent et sur le côté durable du produit.

M : Lorsque le moment d'acheter le produit est arrivé avez-vous cherché d'autres informations sur le produit (ou la catégorie) que celles traditionnellement proposées?
PI : Non. Le vendeur ne m'en a pas proposés spécialement non plus.
M : Lorsque vous considérez l'achat d'un produit électroménager, avez-vous pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : Non.
M : Jamais ?
PI : Non.
M : Selon vous, quelles sont les informations que le consommateur en général recherche avant d'acheter un produit électroménager ?
PI : Je ne sais pas ce que le consommateur en général fait mais en tout cas nous ce qu'on va faire c'est d'abord faire la liste de nos exigences pour le produit et puis rechercher ce qui correspond le plus à ce que nous on recherche.
M : Selon vous, le consommateur en général a-t-il pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : Je pense que oui. Les sites internet de vente d'électroménagers en ligne comme Vandenborre proposent même des possibilités de comparaison sur le site pour pouvoir avoir plusieurs offres en même temps.
M : Selon vous, quelles sont les informations auxquelles le consommateur en général fait attention sur les étiquettes et les fiches descriptives des produits électroménagers ?
PI : La qualité, le prix, les différentes fonctionnalités. Je pense qu'il y a beaucoup de gens aussi qui font attention à la recommandation. Il y a beaucoup de sites internet qui proposent de coter le produit une fois que l'achat a été fait et puis ils font une espèce de moyenne. Ca je pense que ça fonctionne assez bien.
M : Vous devez acheter une nouvelle machine à café. Un ami vous parle du modèle suivant. Avez-vous accès à l'ensemble des informations nécessaires pour prendre votre décision d'achat ? N'hésitez pas à faire des commentaires à voix haute.
PI : Là-dessus on me parle que de l'aspect de la machine, on ne me parle pas de son fonctionnement. Je trouve ça un peu juste. Il n'y a pas de recommandations, de ratings de clients qui disent s'ils sont satisfaits ou pas quand ils l'ont acheté. Moi ça me semble fondamental. Il n'y a pas non plus de possibilité de savoir ce que consomme la machine, par exemple, au niveau électricité. Et alors il n'y a pas véritablement de mode d'emploi. Moi ça me semble un peu juste.
M : Quel est l'élément de cette fiche produit qui est le plus important pour vous ?
PI : Le prix.
M : Sur une fiche produit c'est toujours la première chose que vous allez regarder ?
PI : Oui, à priori, quand je recherche un appareil je vais d'abord regarder s'il est dans une gamme de prix qui est acceptable. Et puis dans la gamme de prix si j'en ai plusieurs, là je vais commencer à les comparer en fonction de l'avis des gens et des fonctionnalités que je recherche. Mais si je vois que le prix est trop élevé, je ne vais même pas regarder les détails parce que ce n'est pas dans la gamme de prix que je recherche.
M : Quels éléments sont absents pour guider votre choix d'achat ?
PI : Les recommandations et la consommation énergétique.
M : Pourquoi est-ce que les éléments suivants attirent/n'attirent pas votre attention sur une fiche produit. Le prix ?
PI : Oui parce que j'ai un budget que je peux consacrer à ce genre d'appareil. Je n'estime pas encore pouvoir acheter des appareils électroménagers comme ça, sans avoir de limites de budget.
M : Est-ce que la marque c'est quelque chose qui va attirer votre attention ?
PI : Si la marque est liée à des critères qualitatifs que j'aurais pu repérer, soit par une expérience précédente de produit que j'aurais acheté ou par des recommandations qui sont faites sur le site et que je vois que cette marque est véritablement bien recommandée, bien cotée, alors oui elle peut avoir un rôle à jouer. Mais par contre, il m'est déjà arrivé d'acheter des électroménagers qui n'étaient pas de marque reconnue et malgré tout d'en être assez satisfait.
M : L'apparence du produit (photo) attire-t-elle en général votre attention ?
PI : Si c'est un produit qui est censé être visible en permanence dans la cuisine ou ailleurs, oui effectivement la présentation du produit sera importante. Si c'est un instrument que l'on sort une fois de temps en temps alors là non pas du tout.
M : Le fonctionnement du produit, cela attire-t-il votre attention ?
PI : Oui, tant qu'à faire autant rester simple si c'est possible.
M : La durée de la garantie ?
PI : Non parce que la durée de la garantie est uniformisée.

M : Par exemple, s'il y a la possibilité de prendre une extension de garantie, ça attirerait votre attention ?
PI : Non, ça je prends jamais.
M : Des avis extérieurs sur le produit ?
PI : Oui.
M : L'année du modèle ?
PI : Non.
M : Jamais ?
PI : Non, je ne suis pas à courir derrière le dernier modèle à tout prix.
M : La consommation énergétique ?
PI : Je me rends compte que je ne la cherche pas quand je regarde un produit mais par contre ce serait intéressant qu'elle soit présente de manière obligatoire. Un peu comme sur les frigos avec les ABCD.

AVANTAGES ET INCONVENIENTS DE L'INFORMATION DE REPARABILITE/DU CRITERE DE REPARABILITE

M : Pouvez-vous compléter la dernière bulle des 2 planches de BD suivantes. Il y en a une devant et une derrière. Pouvez-vous lire et compléter une planche de BD à la fois pour que je comprenne bien votre argument.
PI : Évidemment, c'est toujours mieux de pouvoir réparer un produit que de le jeter une fois qu'il est cassé. N'importe quoi ça coûtera plus cher de le réparer que d'en acheter une nouvelle. Je n'ai pas encore compris que c'était important de réparer.
M : Êtes-vous davantage en faveur des arguments de Pierre (contre) ou de Éric (pour) ?
PI : De Éric évidemment.
M : Pourquoi ?
PI : Je suis en faveur de ce critère de réparabilité parce qu'on a déjà suffisamment de déchets comme ça. Je suis un fervent opposant de l'obsolescence programmée. Je pense que plein d'appareils sont prévus pour casser plus vite qu'ils ne devraient, histoire qu'on les remplace justement. Donc je pense que si on répare c'est beaucoup mieux. Notre machine à laver on l'a déjà réparée 2 fois, ça fait 15 ans qu'elle est là, elle tourne toujours aussi bien. On aurait pu se dire une machine à laver ça coûte que 800€ autant la remplacer mais non. C'est vrai que la réparation a coûté relativement chère par rapport au prix d'une nouvelle machine mais à quoi bon continuer à acheter.
M : Donc, selon vous cet argument de réparabilté pourrait influencer votre choix ?
PI : Oui. Il faudrait même imposer des législations aux fabricants qui imposent de faire des produits qui sont plus durables.
M : Votre réponse dépend-t-elle du produit présenté dans la BD (frigo) ? Auriez-vous les mêmes arguments pour d'autres produits comme une centrale à repasser ou un aspirateur ?
PI : De manière général oui, j'aurais le même argument. La grande difficulté sur les petits électroménagers c'est de se dire que quand on achète un presse-fruits qui coûte 39€ si on le fait réparer et que l'on demande 30€ de main d'œuvre, évidemment l'intérêt financier est bien moins important. Donc après il faut essayer de trouver une solution, je sais que ici à Wavre il y a des repair cafés où les techniciens pensionnés se mettent à disposition des gens pour réparer des petites choses s'ils le savent et que ça coûte moins cher. Si c'est plus cher ou quasiment identique de réparer que d'acheter je peux comprendre que les gens choisissent du nouveau.
M : Y a-t-il d'autres indicateurs qui sont plus importants pour vous que la réparabilté ?
PI : Les énergies grises, donc toute l'énergie qui est consommée pour fabriquer le produit. L'origine du produit, je pense qu'à l'heure actuelle on doit essayer de se recentrer vers des produits qui sont fabriqués localement. D'abord pour éviter tous les transports qui sont polluants et en plus pour favoriser la main d'œuvre locale.

SIGNIFICATION DU TERME REPARABILITE

M : Voici un exemple de logo « produit réparable ». L'avez-vous déjà vu ?
PI : Non.
M : Qu'est-ce que ce logo signifie à votre avis ?
PI : Ca pourrait signifier qu'il y a une garantie de réparabilité sur 10 ans.
M : Donc qui dit garantie, dit que ce sera payé par la marque ?
PI : C'est ça que moi je comprendrais, ou en tout cas que la marque garantit de fournir les pièces nécessaires pour la réparabilité pendant 10 ans. C'est peut-être plus ça.
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques du produit sur lequel se trouve ce logo ?
PI : C'est un produit en tout cas technologique puisqu'il y a un tournevis, donc j'imagine que c'est une machine ou de l'électro.
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques de la marque qui utilise ce logo sur ses produits ?
PI : Je peux pas dire.
M : Lorsque vous voyez ce logo, cela induit-il un certain doute chez vous par rapport aux produits ou à la marque ?

PI : Non, je trouve que c'est plutôt une garantie de sérieux. Je pars du principe qu'une marque qui s'engage à réparer ses produits pendant 10 ans a suffisamment confiance en ses produits pour penser qu'ils vont tenir 10 ans. Celui qui vend un produit de très basse qualité et qui s'engage à le réparer pendant 10 ans ne tiendra jamais la route au niveau de son plan économique.
M : Selon vous, c'est la marque ou vous qui payerez la réparation ?
PI : Ca c'est pas du tout indiqué dans le logo donc aucune idée. J'espèrerais bien que ce soit la marque mais ça m'étonnerait.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa qualité ?
PI : Il y avait déjà eu le cas, il y a quelques années quand le constructeur automobile Kia avait lancé sa garantie de 7 ans, donc supérieure de 2 ans à la garantie habituelle des constructeurs automobiles. Ca leur a permis d'asseoir la réputation de leurs véhicules en tant que véhicules de qualité parce que les gens ont compris que s'ils osaient étendre la garantie à 7 ans c'est qu'ils avaient suffisamment confiance en leurs voitures que pour qu'elles tiennent 7 ans, sinon ça n'avait pas de sens.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa fiabilité ?
PI : En tout cas je pense qu'on aura une perception de fiabilité qui sera plus importante. Je pense aussi au niveau marketing que ça pourrait justifier un prix supérieur. Une machine susceptible de durer 10 ans et garantie par le logo, peut justifier un prix plus élevé.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa durabilité ?
PI : C'est en tout cas une perception de durabilité plus importante. On imagine bien que si un produit peut être réparé pendant 10 ans ça veut dire que si au terme des 10 ans on peut encore le réparer il peut encore fonctionner pendant 15 ou 20 ans.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur la marque et sa stratégie ?
PI : C'est en tout cas une garantie de sérieux.
M : Selon vous, cette information est-elle positive ou négative ?
PI : Positive.
M : Pouvez-vous lire la page web du site SEB sur la réparation. N'hésitez pas à énoncer à voix haute les questions que vous vous posez en découvrant cette page ainsi que les commentaires que vous avez.
PI : La question que je me pose c'est : est-ce qu'ils se sont simplement conformés à la législation ou est-ce qu'ils ont été plus loin que ça par rapport au stock de pièces et au nombre d'années qu'ils doivent s'engager à réparer ? Vu la marque, j'ai vraiment des doutes sur leur capacité à fournir un service de réparation qui soit moins cher que le remplacement qu'un produit. SEB fournit du tout petit électroménager à des prix parfois on se demande comment ils font sauf à se dire que c'est fabriqué en Chine. Quand on achète une balance de cuisine à 25€, je sais pas comment ils feraient pour réparer. Peut-être que ça ne rentre pas dans les produits qui sont réparables. La question que je me pose c'est vraiment de savoir est-ce que c'est moins cher de réparer que de remplacer ?
M : Que pensez-vous de cette page explicative faite par SEB sur son action de réparation ?
PI : Je trouve ça plutôt bien de démarrer des initiatives comme ça. Encore une fois la seule question c'est en fin de compte quel sera le véritable impact financier pour le client ? C'est très bien de mettre en place des structures comme celles-là mais il faut un engagement de la part de l'entreprise, que ce soit moins cher de réparer que de remplacer. Ils mettent le coût de la réparation est souvent moins onéreux que celui du remplacement, souvent ça veut dire quoi ? Est-ce que c'est d'une manière générale ou uniquement sur les gros électros ?
M : Est-ce que ça vous éclaire sur certains points ?
PI : Non, à priori, ça j'étais déjà plus ou moins au courant.
M : Y a-t-il des éléments qui vous étonnent ou qui vous surprennent ?
PI : La réparation par impressions 3D, ça c'est pas mal. C'est assez nouveau je pense. Justement pour lutter contre l'obsolescence programmée comme on avait dit. Je ne savais pas qu'ils avaient déjà mis ça en place et je trouve ça plutôt pas mal.
M : Êtes-vous d'accord avec tout ce qui est dit sur cette page ?
PI : En gros oui, c'est des engagements qui sont plutôt positifs donc oui.

FORMAT DE L'INFORMATION REPARABILITE

M : Revenons sur le logo « produit réparable ». Selon vous, ce logo requiert-il un texte explicatif pour être compris ?
PI : Je pense qu'il faudrait rajouter le fait que c'est un engagement d'obtenir les pièces détachées pendant 10 ans que ça veut dire. Et aussi que ça ne garantit pas que ce soit la marque qui prenne en charge la réparation. Donc j'imagine qu'il y a la garantie légale du fabricant qui couvre la casse pendant 2 ans et puis que ceci vient après mais aux frais du client. Il ne faudrait pas que l'on confonde ceci avec une garantie de 10 ans.
M : Si vous deviez baser votre décision d'achat sur le caractère réparable d'un produit, à quelles informations voudriez-vous avoir accès ? Quelles informations voudriez-vous retrouver sur le produit ou sa fiche descriptive ?

PI : Moi je suis assez sensible à l'origine des produits, c'est vrai qu'on essaye d'acheter de plus en plus des produits qui sont fabriqués si possible en Europe. Donc s'il y a l'origine des produits oui parce que non seulement je pense que c'est un gage de soutien à l'emploi en Europe mais aussi un gage de qualité quand les produits sont fabriqués chez nous parce que les normes sont peut-être plus sévères ici qu'ailleurs, maintenant je me trompe peut-être. C'est peut-être purement du marketing. Sinon à part ça je ne vois pas.
M : Voici un tableau présentant un score de réparabilité pour différents produits. Au plus ce score de réparabilité est élevé au plus le produit sera facile à réparer et au moins le coût de la réparation sera élevé. Que pensez-vous d'un score de réparabilité ?
PI : C'est intéressant. C'est effectivement un des facteurs qui devrait être pris en compte. Pas forcément le seul, surtout dans les produits de haute technologie comme ceux-là. A qualités de produits égales, si ce facteur-là vient se rajouter en plus, ce sera un facteur de choix. Mais ce ne sera pas mon facteur de choix primordial.
M : Quelles seront vos facteurs de choix primordiaux ?
PI : Pour ce genre de produits-là, la qualité du produit, sa facilité d'utilisation, la compatibilité avec les autres appareils que je pourrais avoir chez moi et le prix.
M : Selon vous, un score de réparabilité est-il plus parlant qu'un logo « produit réparable » ?
PI : Tout dépend de ce qui est inclus dans le score. Est-ce que c'est juste une facilité de le réparer ou est-ce que ça inclut le coût de la réparation, la durée de la réparation, le nombre de pièces qui sont réparables. Je dis ça parce que ce sont des téléphones et en fait j'ai vu récemment qu'il existait un téléphone qui s'appelait fairphone où toutes les pièces peuvent être interchangées soi-même. Dès que le caméra est cassée ou qu'il y a une nouvelle caméra qui sort qui est plus performante on peut déclipser sa caméra et mettre la nouvelle soi-même. C'est un téléphone qui pourrait durer 10 ans parce que toutes les pièces sont vraiment interchangeables. Lui devrait avoir un score assez haut parce qu'on sait même le faire soi-même. Ce score doit aussi tenir compte de la facilité de réparation. Dans la tête des gens, si on dit c'est réparable mais il faut le rendre chez le fabricant et se déplacer pour aller le déposer et que ça va prendre 6 semaines parce que ça doit être envoyé en Chine pour le réparer et puis revenir, ça ne vaut pas la peine. Ca doit être facilement réparable, rapidement réparable, pas trop cher.
M : Donc vous voudriez connaître l'échelle sur laquelle est basé ce score ?
PI : Oui.
M : Quelles questions vous posez-vous quand vous voyez ce genre de score ?
PI : D'abord on doit être bien sûre dans quel sens il est mis parce que de 1 à 7, on ne sait pas si 1 c'est bien ou si c'est mal. Donc peut-être ce serait mieux de mettre des A ou des B. Maintenant effectivement il y a la couleur. C'est vrai que si on regarde de plus près il y a un petit descriptif de ce qui est bien ou pas bien. C'est amusant parce qu'ici j'en ai un qui a 2 points verts et 1 point rouge et qui a un score de 7 et un autre qui a 1 point vert, 1 point orange et 1 point rouge et qui a aussi un score de 7.
M : Est-ce que ce genre de score pourrait influencer votre choix de produit ?
PI : En fin de compte oui. Ce serait le facteur de choix final.

ATTITUDE/INTENTION D'ACHAT

M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de ce produit ?
PI : L'opinion du produit non, l'opinion de la marque oui. Je peux effectivement regretter qu'une certaine marque n'adhère pas à ce genre de concept.
M : Donc si ce logo se trouve sur un certain produit, cela ne va pas changer l'opinion que vous avez du produit ?
PI : Si, à l'inverse, si je vois le logo sur un produit je peux me dire que c'est un produit qui est de meilleure qualité que ce que je pourrais imaginer puisque le fabricant s'engage à le réparer. Par contre si je vois un produit que je cherche et que je suis prêt à acheter qui n'a pas le logo, ça ne m'empêchera pas d'acheter le produit. Je pourrais juste regretter que la marque ne rentre pas dans ce genre de procédure.
M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque pourrait changer la perception que vous avez des autres marques ?
PI : Oui mais pas de manière fondamentale.
M : C'est-à-dire ?
PI : Je pourrais effectivement regretter que les autres ne le fassent pas mais ce n'est pas pour autant que je vais estimer que c'est des marques de moins bonne qualité.
M : Selon vous, une marque qui utilise le logo « produit réparable » est-elle supérieure ou inférieure à une autre marque qui n'utilise pas ce logo ?
PI : D'abord, il faudrait être certain que ce logo est un logo officiel. Je sais par expérience qu'il y a beaucoup de marques qui créent leur propre logo sur la durabilité, sur la qualité, … Elles créent même leurs propres instituts de contrôle pour favoriser leurs produits. Si j'ai le sentiment que c'est un outil marketing développé par la marque pour vendre ses propres produits alors ça n'aura pas d'influence sur mon choix, sauf à dire que je

pourrais trouver ça bien qu'ils le fassent. Ce qui m'intéresserait c'est que ce soit un logo officiel d'une agence imaginons européenne de qualité, de réparabilité et qui soit vraiment vérifié par des scientifiques officiels et alors à ce moment-là on pourra dire cette marque-là joue le jeu et d'autres pas. Alors là effectivement ça peut rentrer en ligne de compte dans un jugement de produits.
M : Selon vous, si une entreprise utilise ce logo pour une partie des produits de la catégorie, cela risque-t-il de détériorer l'image des autres produits de la catégorie ?
PI : Détériorer l'image du produit non parce que ce n'est pas parce que le produit n'est pas garanti réparable que le produit est forcément mauvais, c'est peut-être juste qu'ils n'ont pas encore réussi à organiser leur échantillon de pièces détachées. Ça pourra par contre jouer dans le choix d'un produit ou de l'autre. Imaginons que SEB fabrique 2 cafetières, une qui est réparable et l'autre pas, oui forcément je choisirai plus celle qui est réparable.
M : Donc c'est plus dans la même gamme de produits ?
PI : Oui.
M : Dans quelle mesure l'information de réparabilité pourrait influencer votre choix ?
PI : En fin de course si je me retrouve confronté à un choix entre plusieurs appareils, plusieurs marques mais de qualité identique qui correspondent à mes besoins, s'il y en a une qui à ce facteur-là, je choisirai plutôt celle-là.
M : Vous avez cité pas mal de critères que vous prenez en compte pour choisir un produit électroménager, notamment, les recommandations ou encore la qualité. La réparation ou la durée de vie ne sont pas apparues. Pourquoi pensez-vous privilégier l'ensemble des informations suivantes par rapport à la réparation ?
PI : La durée de vie pour moi elle est comprise dans la qualité. Quand je regarde un produit, si j'estime qu'il est de bonne qualité c'est parce qu'il fonctionne bien et qu'il fonctionnera longtemps. Maintenant, je n'ai effectivement pas parlé de la réparation. D'abord parce que sur le gros électroménager qui est quand même le plus important, à priori, au niveau financier, dans mon esprit la réparation existe déjà. En tout cas sur des machines à laver, des séchoirs on l'a déjà fait parce qu'on a déjà eu après 7 ou 8 ans des petits soucis à droite, à gauche, et on a fait remplacer des choses. Jusqu'à présent le service a toujours été assuré. En fait nous on utilise assez peu de petits électroménagers donc jusqu'à présent cette question ne s'est jamais véritablement posée parce qu'on n'a jamais véritablement dû remplacer quelque chose. On a encore de l'électroménager de quand on s'est marié donc ça fait presque 20 ans. On en a racheté des nouveaux mais on n'a encore jamais dû se poser la question si un petit électroménager était réparable ou pas.
M : Seriez-vous prêt à payer un prix plus élevé pour pouvoir bénéficier de cet avantage de réparabilité ? Dans quelle mesure ?
PI : Encore une fois tout dépend de la perception que j'aurai de ce que la réparation me coûterait à terme. La difficulté de ça c'est que sur des produits avec une certaine technologie, si on se dit le produit peut être réparable pendant 10 ans en sachant que dans 5 ans il sera déjà dépassé parce qu'on aura inventé pleins de choses qui fonctionneront mieux. A priori, pour l'instant je ne suis pas sûre que ce soit un choix valable de justifier ça par une augmentation de prix.
M : Dans quelle mesure est-ce que le coût potentiel de réparation est important dans votre décision d'achat ?
PI : Ce n'est pas important. Je n'y pense jamais et peut-être à tort parce que quand on a vu le prix qu'on nous demandait pour réparer la machine à laver. On l'a fait parce qu'on trouve cela idiot de la jeter mais ce n'est pas gratuit. Je ne suis même pas sûre qu'en allant chez Vandenborre, par exemple, pour acheter une machine à laver et qu'on demande s'il y a un problème combien ça va me coûter, je ne suis pas sûre qu'ils sachent me répondre.
M : Contractez-vous parfois des assurances commerciales lors de l'achat d'électroménagers ?
PI : Non.

BOUNDARY CONDITION

M : Voici un ensemble d'images de produits, veuillez les trier en fonction du critère suivant : l'information réparable est applicable pour cette catégorie de produits.
PI : Le critère que je choisis moi c'est est-ce que c'est nécessaire qu'on sache que c'est réparable ou pas. Toutes les images où d'avance on sait que c'est réparable pour moi ce n'est pas nécessaire d'avoir cette information.

- Information réparable applicable : Appareil photos, iPhone, aspirateur, sèche-cheveux, brosse à dents, frigo, rasoir, iPad, grille-pain, machine à laver.
- Information réparable pas applicable : Vêtements, voiture, vélo.

M : Maintenant en fonction du critère suivant : l'information réparable est utile pour cette catégorie de produits.

- Information réparable utile : Appareil photos, iPhone, aspirateur, sèche-cheveux, brosse à dents, frigo, rasoir, iPad, grille-pain, machine à laver.
- Information réparable pas utile : Vêtements, voiture, vélo.

M : Maintenant en fonction du critère suivant : je pourrais considérer cette information pour cette catégorie de produits.

- Considération : Appareil photos, iPhone, aspirateur, sèche-cheveux, brosse à dents, frigo, rasoir, iPad, grille-pain, machine à laver, voiture, vélo.
- Pas de considération : Vêtements.

M : Triez ces profils en pensant à qui parmi ces personnages est susceptible (ou pas) de prendre en considération la réparation comme critère de choix.

- Prise en considération : L'écologique, la famille nombreuse, la femme, l'homme, le jeune, les personnes âgées, l'activiste, l'aventurier.
- Pas de prise en considération : Le pauvre, la personne qui n'a pas le temps, le riche.
- Entre les 2 : Le manuel, la fashion.

PI : Le manuel et la fashion ils sont entre les 2. Le manuel il va d'abord essayer de réparer lui-même, alors peut-être que le critère de réparabilité ne va pas l'intéresser parce qu'il va dire je sais le faire moi-même. La fashion elle va peut-être se dire c'est réparable mais ce n'est pas fashion donc je préfère choisir un produit fashion plutôt que de le réparer.
M : Nous voilà arrivés à la fin de la discussion. Voici les éléments qui se sont dégagés lors de cette interview. Le critère le plus important lorsque vous devez acheter un nouvel appareil électroménager est la recommandation tandis que le critère un peu plus accessoire est le prix. Avant d'acheter un électroménager, généralement, vous recherchez des informations sur internet. Vous n'aviez jamais vu ce logo et pour vous il signifie que la marque garantit la fourniture des pièces détachées pendant 10 ans. Vous n'avez pas de doutes par rapport à ce logo. Selon vous, ce logo nécessite un texte explicatif pour être compris, par exemple, que vous puissiez obtenir les pièces détachées pendant 10 ans et que c'est aux frais du client. Vous trouvez un score de réparabilité intéressant et plus parlant que le logo mais il devrait y avoir un peu plus d'informations sur ce qui est repris dans ce critère. Ai-je bien tout compris ? Avez-vous quelque chose à ajouter ?
PI : Oui. Je voulais rajouter que c'est aussi important que ce logo soit considéré comme un logo fiable. C'est-à-dire indépendant de la marque. Parce que si c'est un logo créé par la marque, moi cela m'intéresse moins. Je trouve cela plus crédible qu'il y ait un logo qui soit imposé à toutes les marques, un peu comme le facteur ISO9002. De dire voilà on a fixé des critères, on les impose aux marques, elles jouent le jeu ou elles ne jouent pas le jeu. Si elles jouent le jeu, elles ont droit au logo, si elles ne jouent pas le jeu, elles n'ont pas le droit au logo. Mais au moins on sait qu'il y a toute une série de critères qui sont imposés par le logo que la marque doit respecter.
M : Auriez-vous des critiques à émettre par rapport à cette interview ?
PI : Non.
M : Un grand merci !

Retranscription entretien 17

Mathilde : Bonjour, cet entretien est réalisé dans le cadre de mon travail de fin d'études et a pour objectif de comprendre votre comportement et intention d'achat par rapport à des petits et gros électroménagers. Toutes les informations que vous me communiquerez sont utiles pour ma recherche. Si l'une des questions vous gêne ou vous embarrasse, n'hésitez pas à me le faire savoir. Afin de pouvoir retranscrire cette interview, puis-je vous demander votre accord afin d'enregistrer notre conversation ?
Personne interrogée : Oui.
M : Néanmoins, votre identité restera totalement confidentielle. Cette entretien se déroulera en différentes parties et durera approximativement ¾ d'heure à 1 heure.
ECHAUFFEMENT
M : Avant d'entrer dans le vif du sujet pouvez-vous vous présenter ?
PI : Je m'appelle [redacted]. Je suis marié, j'ai 2 enfants. Je suis administrateur de société et agent immobilier. L'activité principale de la société que je dirige est le syndic de copropriété à Bruxelles.
M : Pouvez-vous revenir sur votre dernier achat de petit ou gros électroménager au cours de ces 12 derniers mois ?
PI : J'ai acheté un four à micro-ondes à placer dans un appartement dont je suis propriétaire.
M : Pourquoi avez-vous acheté ce produit ?
PI : Parce que c'était nécessaire pour la mise en location du bien.
M : L'ancien four à micro-ondes ne fonctionnait plus ou il n'y en avait juste pas ?
PI : Il y en avait pas et l'agent immobilier qui s'occupait de la mise en location m'a fortement conseillé d'en placer un.
M : Comment avez-vous choisi ce produit ? Quels critères avez-vous pris en compte ?

PI : Il y avait d'abord un problème d'encombrement dont il fallait tenir compte, ça ne pouvait pas être un grand micro-ondes, ça devait être un petit micro-ondes. Ensuite je me suis laissé influencer par 2 critères, à la fois le prix et le design du produit.
M : Plus spécifiquement, quel a été le facteur clé dans votre décision d'achat ?
PI : Le design.
M : Quels sont les facteurs qui sont plus accessoires dans votre décision d'achat ?
PI : Le prix et la marque.
M : A postériori, pensez-vous à d'autres critères que vous auriez pu prendre en compte ?
PI : Peut-être des critères techniques que je ne maîtrise pas.
M : Avez-vous reçu des conseils ?
PI : Non aucun.

CRITERES DE CHOIX

M : Avant d'effectuer ce genre d'achat donc ici un four à micro-ondes, à quels critères pensez-vous que le consommateur en général fait généralement attention ?
PI : A mon avis au prix et au design.
M : Selon vous, quels sont les principaux critères d'achat auxquels le consommateur en général fait attention lorsqu'il achète un produit électroménager ?
PI : Je pense que contrairement à moi qui fait des achats d'une manière assez rapide, aujourd'hui, il y a des critères économiques, en terme de fonctionnement de l'appareil, des critères écologiques, toujours le critère de prix bien entendu et puis le critère de design et d'esthétique.
M : Ces critères sont-ils les mêmes pour un petit et un gros électroménager ?
PI : Oui je pense.
M : Ces critères pourraient-ils varier en fonction d'un consommateur à un autre ?
PI : Oui ne fut ce que sur le plan financier, quand on voit l'écart de prix qu'il peut exister sur un même produit aujourd'hui entre le prix le moins élevé et le prix le plus élevé. Nécessairement le prix est une différence importante.
M : Y a-t-il, au contraire, selon vous, des critères d'achat auxquels le consommateur en général ne porte jamais attention lorsqu'il achète un petit ou gros électroménager ?
PI : Je n'en vois pas.

RECHERCHE D'INFORMATION

M : Comme vous me l'avez mentionné, vous avez acheté un four à micro-ondes il n'y a pas si longtemps. Aviez-vous recherché des informations sur ce produit avant de l'acheter ?
PI : Non.
M : En général, lorsque vous achetez un produit électroménager c'est quelque chose que vous faites ?
PI : Non.
M : Lorsque le moment d'acheter le produit est arrivé, avez-vous cherché d'autres informations sur le produit (ou la catégorie) que celles traditionnellement proposées?
PI : Non.
M : Lorsque vous considérez l'achat d'un produit électroménager, avez-vous pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : Non.
M : Selon vous, quelles sont les informations que le consommateur en général recherche avant d'acheter un produit électroménager ?
PI : Je suis à mon avis un mauvais exemple parce que je suis toujours un peu impatient dans mes achats et donc je vais dans un magasin, plutôt des grandes surfaces d'électroménagers et je me décide en 2 temps 3 mouvements. Je me doute que certains consommateurs se renseignent plus en détails sur notamment les critères économiques et écologiques d'utilisation de l'appareil.
M : Selon vous, le consommateur en général a-t-il pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : Je pense que oui.
M : Pour quels critères ?
PI : De nouveau, les critères économiques et écologiques.
M : Vous devez acheter une nouvelle machine à café. Un ami vous parle du modèle suivant. Avez-vous accès à l'ensemble des informations nécessaires pour prendre votre décision d'achat ? N'hésitez pas à faire des commentaires à voix haute.
PI : En ce qui me concerne, la description est suffisante pour me décider.
M : Quel est l'élément de cette fiche produit qui est le plus important pour vous ?

PI : La photo.
M : Pourquoi ?
PI : Parce que l'appareil est joli.
M : Quels éléments sont absents pour guider votre choix d'achat ?
PI : L'encombrement de la machine n'est pas précisé, la capacité du réservoir à eau non plus.
M : Pourquoi est-ce que les éléments suivants attirent/n'attirent pas votre attention sur une fiche produit. Le prix ?
PI : Oui.
M : Pourquoi ?
PI : Parce que c'est le premier facteur qui va déterminer, les cas échéant, un achat impulsif par rapport à un produit. Au-delà de ça, de savoir si j'ai la capacité d'acheter le produit ou de ne pas l'acheter au moment où je consulte la fiche.
M : La marque ?
PI : Oui.
M : Pourquoi ?
PI : J'ai tendance à faire confiance aux marques connues sur le marché et si possible des marques européennes.
M : L'apparence du produit (photo) ?
PI : Oui.
M : Le fonctionnement du produit ?
PI : Oui, en tout cas le fait que la machine soit simple à utiliser et que son utilisation soit intuitive.
M : La durée de la garantie ?
PI : Oui mais si je ne me trompe pas elle est obligatoire sur tous les produits aujourd'hui et elle est de 24 mois.
M : Par exemple, la marque Dyson fournit une garantie de 5 ans, le fait d'avoir cette information sur une fiche produit ce serait intéressant ?
PI : Oui c'est un élément important.
M : Des avis extérieurs sur le produit ?
PI : Non.
M : Pourquoi ?
PI : Parce que je me fais ma propre opinion.
M : L'année du modèle ?
PI : L'année du modèle est un facteur qui, en principe, influence le prix d'achat donc ça ne me gêne pas d'acheter une machine du modèle de l'année précédente si elle reste attractive. Pour autant qu'elle soit moins chère que la machine de l'année en cours.
M : La consommation énergétique ?
PI : C'est un des éléments qui aujourd'hui attire mon attention.

AVANTAGES ET INCONVENIENTS DE L'INFORMATION DE REPARABILITE/DU CRITERE DE REPARABILITE

M : Pouvez-vous compléter la dernière bulle des 2 planches de BD suivantes. Il y en a une devant et une derrière. Pouvez-vous lire et compléter une planche de BD à la fois pour que je comprenne bien votre argument.
PI : Évidemment, à partir du moment où la durée de réparabilité des produits est garantie ça me paraît un élément important.
Je pense que c'est une bonne chose et qu'il est temps que l'on se reconcentre à nouveau sur la réparabilité des produits plutôt que de les jeter quand ils ne fonctionnent plus.
M : Êtes-vous davantage en faveur des arguments de Pierre (contre) ou de Éric (pour) ?
PI : De Éric.
M : Pourquoi ?
PI : Parce que je pense que dans un monde qui se veut plus écologique, une des manières de répondre à cette problématique est de moins consommer et la réparabilité des produits est une manière de moins consommer.
M : Donc, selon vous, cet argument de réparabilté pourrait influencer votre choix ?
PI : Certainement.
M : Votre réponse dépend-t-elle du produit présenté dans la BD (frigo) ? Auriez-vous les mêmes arguments pour d'autres produits comme une centrale à repasser ou un aspirateur ?
PI : J'aurais la même attitude.
M : Y a-t-il d'autres indicateurs qui sont plus importants pour vous que la réparabilté ?
PI : Je pense que la réparabilité si elle redevenait un élément de marketing serait certainement en première place dans mes critères.

SIGNIFICATION DU TERME REPARABILITE

M : Voici un exemple de logo « produit réparable ». L'avez-vous déjà vu ?

PI : Non.
M : Qu'est-ce que ce logo signifie à votre avis ?
PI : Que le produit est réparable dans les 10 ans. Cela signifie aussi qui dit réparable dit garantie des pièces détachées pendant la période mentionnée.
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques du produit sur lequel se trouve ce logo ?
PI : Ce logo pourrait être apposé sur tous les appareils électroménagers qui seront réparables dans les 10 ans à venir.
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques de la marque qui utilise ce logo sur ses produits ?
PI : Je pense que c'est avant tout du marketing mais c'est du marketing qui est sans doute en phase avec les aspirations du consommateur qui aujourd'hui devient sensible à la réparabilité des produits.
M : Lorsque vous voyez ce logo, cela induit-il un certain doute chez vous par rapport aux produits ou à la marque ?
PI : Non.
M : Selon vous, c'est la marque ou vous qui payerez la réparation ?
PI : Je pense que c'est toujours le consommateur qui paye la réparation. Mais il faudra vérifier le coût de la réparation parce que si le coût de la réparation coûte aussi cher que le prix d'un nouvel appareil, on a pas beaucoup avancé.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa qualité ?
PI : A priori, évidemment, on peut imaginer qu'un produit dont on garantit la réparabilité dans les 10 ans est un produit fiable. Donc plutôt un gage de solidité.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa durabilité ?
PI : Je pense que c'est un élément de marketing et que si 2 produits devaient se retrouver l'un à côté de l'autre, l'un avec le logo, l'autre sans le logo, celui qui a le logo à un avantage sur l'autre produit.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur la marque et sa stratégie ?
PI : Une forme de garantie de pérennité de la marque dans le temps même si aucune marque n'est à l'abri d'une faillite ou d'une disparition. Un accompagnement du client sur ces années-là et sans doute une manière de fidéliser le client pour ses achats futurs.
M : Selon vous, cette information est-elle positive ou négative ?
PI : Positive.
M : Pouvez-vous lire la page web du site SEB sur la réparation. N'hésitez pas à énoncer à voix haute les questions que vous vous posez en découvrant cette page ainsi que les commentaires que vous avez.
PI : Je pense que ça répond exactement aux critères que j'ai évoqués, à savoir, la lutte contre le gaspillage. Ce que la marque met en avant c'est l'écologie, la garantie de pouvoir réparer le produit pendant 10 ans et de pouvoir le réparer à moindre coût par rapport à l'achat d'un nouvel appareil. Qui dit réparabilité, dit effectivement la mise en place de la logistique, pour non seulement stocker et livrer les pièces mais également la mise en place d'un service technique capable de réparer les appareils, ce qui nécessite quand même une relative proximité par rapport aux zones dans lesquelles les produits sont commercialisés. On parle d'obsolescence programmée, je suppose que la garantie de réparabilité 10 ans est une réponse à l'obsolescence programmée. On peut peut-être regretter finalement qu'on limite cette réparabilité à 10 ans alors que les produits pourraient vivre plus que 10 ans.
M : Que pensez-vous de cette page explicative faite par SEB sur son action de réparation ?
PI : Elle démontre la volonté de SEB de mettre ce critère et cet aspect au centre de sa politique de marketing, de manière à sensibiliser le consommateur et sans doute que cette garantie réparabilité a nécessairement un impact sur le prix du produit qui permettrait de justifier un prix plus élevé par rapport à la concurrence.
M : Est-ce que ça vous éclaire sur certains points ?
PI : Oui, si ce n'est que le logo suffit à lui-même. Si on met sur un produit qu'il est réparable pendant 10 ans ça nécessite nécessairement que les pièces soient disponibles et que le produit puisse être réparé donc qu'il y ait des techniciens capables d'assurer les réparations.
M : Y a-t-il des éléments qui vous étonnent ou qui vous surprennent ou auxquels vous n'auriez pas pensé ?
PI : Le fait que ce soit sur la quasi-totalité des pièces donc on exclut quand même certaines pièces. De même, on ne garantit pas non plus à 100% la réparabilité.
M : Êtes-vous d'accord avec tout ce qui est dit sur cette page ?
PI : Oui.

FORMAT DE L'INFORMATION REPARABILITE

M : Revenons sur le logo « produit réparable ». Selon vous, ce logo requiert-il un texte explicatif pour être compris ?
PI : Non.

M : Pensez-vous à d'autres éléments d'information qui pourraient apparaître sur ce logo ?
PI : Non.
M : Donc vous trouvez que ce logo « produit réparable 10 ans » est une information suffisamment claire pour le consommateur ?
PI : Oui, d'autant plus que je suis persuadé que ce logo n'est pas créé par les marques elles-mêmes mais qu'il est créé par une institution européenne qui a décidé que c'était tel logo qui allait être utilisé pour informer le client.
M : Si vous deviez baser votre décision d'achat sur le caractère réparable d'un produit, à quelles informations voudriez-vous avoir accès ? Quelles informations voudriez-vous retrouver sur le produit ou sa fiche descriptive ?
PI : Par exemple, ce qui serait intéressant ce serait de connaître les 3 pannes les plus fréquentes rencontrées sur l'appareil et de connaître pour chacune de ces pannes le prix moyen de réparation.
M : Voici un tableau présentant un score de réparabilité pour différents produits. Au plus ce score de réparabilité est élevé au plus le produit sera facile à réparer et au moins le coût de la réparation sera élevé. Que pensez-vous d'un score de réparabilité ?
PI : On découvre qu'une marque fort connue dans le monde de la téléphonie mobile à un taux de réparabilité nul, contrairement à ses concurrents. Un des appareils qui a le plus haut taux de réparabilité, la marque m'est totalement inconnue. Donc c'est vrai que si l'on me présentait ce genre de fiche technique comparative avec des appareils qui ont à peu près les mêmes caractéristiques, je serais influencé par le taux de réparabilité.
M : Selon vous, un score de réparabilité est-il plus parlant qu'un logo « produit réparable » ?
PI : Je pense qu'il faut différencier le logo qui garantit la réparabilité pendant 10 ans parce que ça signifie que si on a ce logo sur un appareil il doit être réparable totalement dans les 10 ans, tandis que des scores de réparabilité, finalement, informent le consommateur sur le pourcentage de réparabilité possible d'un appareil. C'est une indication mais ce n'est pas une indication qui garantit que le jour où nous aurons une panne avec l'appareil, cette panne-là sera réparable. Le logo est plus intéressant pour autant qu'il garantisse la réparabilité totale de l'appareil pendant 10 ans.
M : Quelles questions vous posez-vous quand vous voyez ce genre de score ?
PI : Inévitablement, à partir du moment où on est sur des produits surtout comme la téléphonie mobile, c'est certain que pour prendre la marque Apple, le fait d'avoir le taux de réparabilité le plus faible est fatalement une volonté de la marque.
M : Est-ce que ce genre de score pourrait influencer votre choix de produit ?
PI : Oui.
M : Pourquoi ?
PI : Par rapport au fait que quand on a un taux de réparabilité très faible, finalement on est pieds et poings liés avec l'appareil qu'on achète. Tandis que si on a un taux de réparabilité plus élevé on pourra espérer une réparation de l'appareil en cas de problèmes.

ATTITUDE/INTENTION D'ACHAT

M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de ce produit ?
PI : Oui.
M : Comment ?
PI : A partir du moment où on est sensible à ce critère, non seulement on va s'intéresser à des marques qu'on ne connaît pas parce que c'est un critère qui peut attirer vers des marques qu'on ne connaît pas ou qu'on connaît peu. Et inversement, le fait de découvrir que des appareils vers lesquels on se dirige plutôt naturellement ont un mauvais taux de réparabilité est un petit peu contrariant.
M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de cette marque ?
PI : Oui sûrement, je pense qu'à partir du moment où ce critère de réparabilité est réglementé, je pense que toutes les marques vont devoir y passer.
M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque pourrait changer la perception que vous avez des autres marques ?
PI : Par comparaison oui.
M : Selon vous, une marque qui utilise le logo « produit réparable » est-elle supérieure ou inférieure à une autre marque qui n'utilise pas ce logo ?
PI : Ce logo est un élément de marketing qui répond aux attentes du consommateur. Maintenant, il faut aussi apprécier les limites de ce type de logo dans la mesure où il vaut mieux acheter un appareil qui n'aurait pas ce logo mais dont la solidité et la réputation garantissent son bon fonctionnement pendant 10 ans, plutôt que d'acheter un mauvais produit avec ce logo en sachant qu'effectivement dans les 3, 4 ans une panne va survenir

et une réparation sera nécessaire. Donc une marque qui utilise ce logo n'est pas nécessairement supérieure à une autre.
M : Selon vous, si une entreprise utilise ce logo pour une partie des produits de la catégorie, cela risque-t-il de détériorer l'image des autres produits de la catégorie ?
PI : Sûrement parce que comme on sait que le consommateur est exigeant et difficile, il va avoir du mal à comprendre pourquoi certains produits de la marque affichent le logo et d'autres pas.
M : Dans quelle mesure l'information de réparabilité pourrait influencer votre choix ?
PI : Sans doute le prix, il est évident que quand on paye cher quelque chose on espère que ce soit réparable.
M : Qu'est-ce qui pourrait faire que vous considéreriez l'information de réparabilité dans vos critères de choix au moment de l'achat ?
PI : Si j'hésite entre plusieurs produits, cet élément-là sera important. Après cet élément doit être apprécié en fonction du prix de l'appareil. Évidemment un appareil dont on peut garantir la réparabilité dans les 10 ans, s'il coûte 2 fois plus cher qu'un appareil qui n'a pas cette garantie, c'est un élément qui sera pris en considération également.
M : Vous avez cité pas mal de critères que vous prenez en compte pour choisir un produit, notamment, la taille, le prix ou encore le design. La réparation ou la durée de vie ne sont pas apparues. Pourquoi pensez-vous privilégier l'ensemble des informations suivantes par rapport à la réparation ?
PI : D'abord, quand on m'a posé la question, on n'a pas évoqué le logo de réparabilité, c'est un élément dont je n'ai pas spontanément tenu compte dans la mesure où je pense que c'est un critère récent qui fait son petit bonhomme de chemin pour le moment et qui n'est pas encore fort connu.
M : Seriez-vous prêt à payer un prix plus élevé pour pouvoir bénéficier de cet avantage de réparabilité ?
PI : Oui.
M : Dans quelle mesure ?
PI : Entre 10 et 15%.
M : Dans quelle mesure est-ce que le coût potentiel de réparation est important dans votre décision d'achat ?
PI : Comme je l'ai précisé au début de l'interview, attention à ne pas tomber dans le piège du logo quant à la réparabilité puisque le coût de la réparation est un facteur important. Si le coût de la réparation coûte aussi cher qu'un nouvel appareil, je privilégierai l'achat d'un nouvel appareil. On peut espérer que quand on nous garantit la réparation d'un appareil que cette réparation se fera dans des conditions économiquement intéressantes.
M : Contractez-vous parfois des assurances commerciales lors de l'achat d'électroménagers ?
PI : Non jamais.
M : Pourquoi ?
PI : Par expérience, chaque fois que j'ai contracté une assurance, mon appareil est tombé en panne après l'échéance de l'assurance.

BOUNDARY CONDITION

M : Voici un ensemble d'images de produits, veuillez les trier en fonction du critère suivant : l'information réparable est applicable pour cette catégorie de produits.

- Information applicable : Vélo, machine à laver, voiture, frigo, brosse à dents, grille-pain, rasoir, sèche-cheveux, appareil photos, aspirateur.
- Information pas applicable : Vêtements, iPhone, iPad.

M : Maintenant en fonction du critère suivant : l'information réparable est utile pour cette catégorie de produits.

- Information utile : Vélo, machine à laver, frigo, grille-pain, aspirateur, sèche-cheveux, iPad, voiture, appareil photos, rasoir, brosse à dents, iPhone.
- Information pas utile : Vêtements.

M : Maintenant en fonction du critère suivant : je pourrais considérer cette information pour cette catégorie de produits.

- Considération : Vélo, aspirateur, appareil photos, frigo, machine à laver.
- Pas de considération : Voiture, sèche-cheveux, rasoir, vêtements, iPad, grille-pain, iPhone, brosse à dents.

M : Vous allez surtout considérer cette information pour les gros électroménagers ?
PI : En tout cas pour les achats susceptibles de tenir minimum 10 ans.
M : Et une voiture alors ?
PI : J'ai la chance de pouvoir changer de voiture tous les 4 ans.
M : Triez ces profils en pensant à qui parmi ces personnages est susceptible (ou pas) de prendre en considération la réparation comme critère de choix.

- Considération : Le pauvre, la manuel, le jeune, l'écologique, l'homme, la famille nombreuse, les personnes âgées, la femme, l'activiste, l'aventurier.

- Pas de considération : Le riche, personne qui n'a pas le temps, la fashion.

M : Nous voilà arrivés à la fin de la discussion. Voici les éléments qui se sont dégagés lors de cette interview. La taille, le prix et le design sont des critères importants pour vous lorsque vous devez acheter un électroménager. Cependant le prix et la marque sont des critères un peu plus accessoires. Vous ne recherchez jamais d'informations avant d'acheter un produit électroménager. Vous n'avez jamais vu le logo produit réparable et pour vous il signifie que le produit est réparable pendant 10 ans et qu'on a une garantie de trouver les pièces détachées pendant 10 ans. Vous n'avez pas de doutes par rapport à ce logo et il ne nécessite pas de texte explicatif pour être compris. Vous trouvez un score de réparabilité intéressant. Ai-je bien tout compris ?
PI : Oui.
M : Avez-vous quelque chose à ajouter ?
PI : J'ajoute que la confiance dans le logo résulte de ce que ce logo doit sans doute répondre à des obligations légales et à des lois et des normes européennes.
M : Auriez-vous des critiques à émettre par rapport à cette interview ?
PI : Non.
M : Un grand merci !

Retranscription entretien 18

Mathilde : Bonjour, cet entretien est réalisé dans le cadre de mon travail de fin d'études et a pour objectif de comprendre votre comportement et intention d'achat par rapport à des petits et gros électroménagers. Toutes les informations que vous me communiquerez sont utiles pour ma recherche. Si l'une des questions vous gêne ou vous embarrasse, n'hésitez pas à me le faire savoir.
Afin de pouvoir retranscrire cette interview, puis-je vous demander votre accord afin d'enregistrer notre conversation ?
Personne interrogée : Oui.
M : Néanmoins, votre identité restera totalement confidentielle. Cette entretien se déroulera en différentes parties et durera approximativement ¾ d'heure à 1 heure.
ECHAUFFEMENT
M : Avant d'entrer dans le vif du sujet pouvez-vous vous présenter ?
PI : Je m'appelle [redacted]. J'habite Namur. J'ai trois enfants. Je suis marié. Je travaille à temps plein dans une petite PME à Louvain-la-Neuve. Je fais du sport. Voilà ça me caractérise bien.
M : Pouvez-vous revenir sur votre dernier achat de petit ou gros électroménager au cours de ces 12 derniers mois ?
PI : Qu'est-ce que j'ai acheté ces 12 derniers mois ? On a renouvelé le séchoir et la machine à laver de la famille.
M : Pourquoi avez-vous acheté ces nouveaux produits ?
PI : Parce que les autres étaient cassés. Alors ils n'étaient pas cassés, la machine à laver était cassée et le séchoir avait 15 ans donc l'a remplacé.
M : Donc le séchoir n'était pas en fin de vie ? Il fonctionnait toujours ?
PI : Le séchoir n'était pas en fin de vie.
M : Comment avez-vous choisi ces produits ? Quels critères avez-vous pris en compte ?
PI : Il y avait un critère de prix. Il y avait un critère énergétique et il y avait un critère de marque.
M : Pour les deux produits ?
PI : Pour les deux produits.
M : Plus spécifiquement, quel a été le facteur clé dans votre décision d'achat ?
PI : Le fait que j'ai trouvé quelque chose de performant pour le budget que je m'étais attribué.
M : Quels sont les facteurs qui ont été plus accessoires dans votre décision d'achat ?
PI : Plus accessoires que le prix je vais dire la marque. La marque j'étais ouvert à plusieurs marques mais toujours dans une fourchette que je m'étais fixé.
M : A postériori, pensez-vous à d'autres critères que vous auriez pu prendre en compte ?
PI : Oui, j'aurais pu prendre en compte le fait qu'on me le livre ou pas. Mais bon voilà il y avait une livraison donc il n'y avait pas de problème. Mais ça aurait pu être un critère d'achat dans un magasin plutôt que dans un autre. Si la livraison est gratuite ou si la livraison est payante par exemple. Les garanties c'est toujours la même chose donc non.
M : Avez-vous reçu des conseils ?
PI : Oui, un vendeur est venu donner des conseils dans le magasin.
CRITERES DE CHOIX

M : Avant d'effectuer ce genre d'achat donc le séchoir ou la machine à laver, à quels critères pensez-vous que les consommateurs en général fait généralement attention ?
PI : Je crois que le seul critère qui va être important pour les gens ça va être le critère de prix. Je pense que c'est ce qu'il y a de plus important pour les gens. Ce sont des achats importants au niveau somme d'argent donc je pense que le critère prix va être un des plus importants. Je ne parle pas spécialement pour moi je parle en général.
M : Selon vous, quels sont les principaux critères d'achat auxquels le consommateur en général fait attention lorsqu'il achète un produit électroménager, plus spécifiquement une machine à laver ou un séchoir ?
PI : Je pense que la marque et le prix sont des critères importants dans le choix d'un électroménager. Je pense que c'est les deux critères principaux.
M : Ces critères sont-ils les mêmes pour un petit et un gros électroménager ?
PI : Je pense que pour les plus gros électroménagers, l'importance du prix est plus importante que pour un petit électroménager qui va peut-être coûter 50 euros et où les gens vont peut-être plus facilement faire moins attention au prix à ce moment-là. Ils feront peut-être plus attention à la marque ou à autre chose.
M : Ces critères pourraient-ils varier en fonction d'un consommateur à un autre ?
PI : Les critères que j'ai cités ?
M : Oui.
PI : Oui, il suffit d'être mieux dans ses papiers. Si tu as beaucoup d'argent, ça ne pose pas de problème d'acheter quelque chose de cher. Tandis que si on a peu d'argent, on va réfléchir à 2 fois avant d'investir dans un appareil de marque plutôt que dans un appareil bon marché.
M : Y a-t-il, au contraire, selon vous, des critères d'achat auxquels le consommateur en général ne porte jamais attention lorsqu'il achète un petit ou gros électroménager ?
PI : Ca dépend de chacun. Il y en a qui vont être sensibles au fait que ce soit un appareil écologique ou pas et d'autres qui vont pas l'être du tout parce qu'ils ne se sentent pas du tout concerner par ce sujet.

RECHERCHE D'INFORMATION

M : Comme vous me l'avez mentionné, vous avez acheté un séchoir et une machine à laver il n'y a pas si longtemps. Aviez-vous recherché des informations sur ces produits avant de les acheter ?
PI : Oui je fais toujours une petite étude de marché par internet oui.
M : Une étude de marché ça veut dire quoi ?
PI : Ca veut dire que je cherche un modèle ou quelque chose vers lequel je vais aller. Une fois que j'ai choisi la gamme de l'appareil, je vais regarder sur internet les différents prix que je vais trouver et je vais aller vers le prix le moins cher pour le modèle que je trouve. C'est idiot de payer trop cher alors que le voisin est moins cher. Pour le même produit évidemment.
M : Et sur quel genre de sites trouvez-vous ces informations ?
PI : Je tape sur Google le numéro du produit et il y a tous les sites de vente en ligne qui apparaissent et ça permet de voir que ça soit Amazon, que ça soit d'autres sites comme Media Markt, comme Vandenborre, comme Krefel, comme n'importe. Ils ont tous des sites internet avec les prix et ça permet de voir lequel est le moins cher et alors d'aller à cet endroit.
M : Lorsque le moment d'acheter les produits est arrivé, avez-vous cherché d'autres informations sur les produits ou les catégories de produits que celles que vous aviez trouvées précédemment ? Lorsque vous êtes arrivé dans le magasin est-ce que vous avez cherché encore d'autres informations que celles que vous aviez trouvées précédemment ?
PI : Je fais venir un vendeur pour qu'il m'explique ce qu'il a à me proposer et puis à la limite je fais un dernier choix mais j'ai mon idée en tête.
M : Lorsque vous considérez l'achat d'un produit électroménager, avez-vous pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : Mais j'ai choisi mon produit avant donc je sais vers quoi je vais donc non je ne compare plus après.
M : Vous faites plutôt cela au moment des recherches ?
PI : Oui au moment des recherches.
M : Quelles sont les informations auxquelles vous portez généralement attention sur ces fiches descriptives ?
PI : Dans le cas qui nous occupe, je dirais que ça a été la catégorie d'énergie consommée par l'appareil donc la catégorie ABCD, le prix et la marque. Pour moi ce sont les 3 paramètres qui sont importants.
M : Ces informations sont-elles différentes en fonction d'un petit et d'un gros électroménager ?
PI : Oui je pense que j'aurais tendance à moins regarder sur un petit électro que sur un gros. Un gros électro, un séchoir par exemple, ça consomme beaucoup plus donc je vais apporter plus d'importance à sa consommation énergétique plutôt que si j'achète une radio, à la limite peu importe sa consommation, ce n'est pas ça qui va me faire changer d'avis ce sera plutôt les caractéristiques techniques de la radio par exemple.

M : Selon vous, quelles sont les informations que le consommateur en général recherche avant d'acheter un produit électroménager ?
PI : Les caractéristiques techniques du produit. Il cherche d'abord son produit qu'il veut acheter donc il a besoin de connaître s'il veut une machine 8 kilos, 10 kilos, il va chercher les caractéristiques technique. S'il est intéressé par la performance énergétique, il va regarder les catégories dans lesquelles le produit est et puis il va choisir son produit en fonction de ça et du prix toujours évidemment, par rapport à la fourchette de prix qu'il s'est mis.
M : Où trouve-t-il ces informations ?
PI : Je crois qu'à l'heure actuelle on cherche tout sur internet. Les fiches produits sont les mêmes qu'on soit dans le magasin ou sur Internet.
M : Selon vous, le consommateur en général a-t-il pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : Oui parce que c'est ça qui permet de différencier 2 produits. Donc pour moi une fiche descriptive avec les caractéristiques du produit c'est quelque chose d'important.
M : Vous devez acheter une nouvelle machine à café, un ami vous parle du modèle suivant. Avez-vous accès à l'ensemble des informations nécessaires pour prendre votre décision d'achat ? N'hésitez pas à faire des commentaires à voix haute.
PI : Alors j'ai le modèle du produit. J'ai son prix. J'ai un descriptif succinct. Oui ça me permettrait de faire mon choix.
M : Quel est l'élément de cette fiche produit qui est le plus important pour vous ?
PI : Dans le cas d'une machine comme ça, ça va être le prix et alors sans doute les fonctionnalités du produit. Si en plus il fait du lait ou d'autres choses, si j'en ai besoin ça m'intéressera aussi de le savoir.
M : Quels éléments sont absents pour guider votre choix ?
PI : Ici j'ai aucun élément absent. Je pense que j'ai tout.
M : Pourquoi est-ce que les éléments suivants attirent ou n'attirent pas votre attention sur une fiche produit ? Le prix, vous m'avez dit que ça attirait votre attention ?
PI : Oui.
M : La marque ?
PI : La marque a un intérêt oui tout à fait.
M : Pourquoi ?
PI : Parce que les marques ont des réputations, de bonnes marques ou de mauvaises marques dans certains types d'électroménagers donc ça a une importance dans le choix.
M : L'apparence du produit donc la photo, est ce que ça attire votre attention ?
PI : La photo a de l'importance oui évidemment.
M : Le fonctionnement du produit ?
PI : C'est vrai qu'ici il n'y a aucune explication sur le fonctionnement du produit mais ici je n'en ai pas besoin. Mais en général, un descriptif du fonctionnement du produit est souvent le bienvenu. Je trouve que c'est intéressant. Parfois quand on ne sait pas lire ce genre de choses, ce que je peux faire c'est aller chercher le mode d'emploi du produit pour voir si ça remplit les fonctionnalités dont j'ai besoin.
M : La durée de la garantie ?
PI : Non parce qu'elle est légale en Europe, elle est de 2 ans donc je sais que c'est 2 ans.
M : Par exemple certaines marques comme Dyson, la marque d'aspirateurs, offrent une garantie de 5 ans. A ce moment-là, cela attirerait votre attention que cela soit indiqué ?
PI : Oui, d'ailleurs c'est un argument chez eux, ils le mettent en avant. Donc c'est un argument de choix qui attirera mon attention.
M : Des avis extérieurs sur le produit ?
PI : C'est clair qu'un avis de quelqu'un d'extérieur autre qu'un vendeur peut être intéressant sur un produit. Je sais que quelqu'un l'utilise et que ça fonctionne bien. Ca va me pousser plus à aller vers ce produit-là plutôt que vers un autre produit concurrent.
M : L'année du modèle ?
PI : Oui, je pense que c'est important parce qu'au fur et à mesure des modèles il y a des développements technologiques qui avancent et si on prend un modèle récent on a plus de chances d'avoir des fonctionnalités ou des possibilités supplémentaires par rapport à un modèle ancien.
M : La consommation énergétique ?
PI : Sur des gros produits énergivores je pense que c'est un terrain important. Sur des plus petits produits pour moi ça a moins d'importance. En tout cas moi je regarderais moins.
M : Après avoir énuméré tous ces critères, est-ce que vous pensez encore à d'autres choses qui pourraient encore apparaître et qui pourraient attirer votre attention ?

PI : Non.

AVANTAGES ET INCONVENIENTS DE L'INFORMATION DE REPARABILITE/DU CRITERE DE REPARABILITE

M : Pouvez-vous compléter la dernière bulle des 2 planches de BD suivantes. Il y en a une devant et une derrière.
PI : Là je ne donne pas mon opinion puisque c'est l'opinion de la bulle, on est bien d'accord ?
M : Oui.
PI : Évidemment, parce qu'il est important de pouvoir réparer ton appareil et d'avoir des pièces détachées disponibles sur des appareils qui sont plus vieux, plus anciens.
M : Et alors celle qui est derrière ?
PI : N'importe quoi, ça ne sert à rien de réparer des produits plus anciens, ils sont obsolètes après quelques années et les nouveaux qui sont fabriqués sont beaucoup plus efficaces.
M : Êtes-vous davantage en faveur des arguments de Pierre qui est plutôt contre ou de Éric qui est plutôt pour ?
PI : Alors, si c'est pour un frigo, j'aurais tendance à le remplacer. Tout dépend quand le frigo tombe en panne. S'il tombe en panne après dix ans je ne le répare pas. S'il tombe en panne après trois ans, je vais sans doute le réparer.
M : Donc, selon vous, cet argument de réparabilité ne pourrait pas spécialement influencer votre choix au moment de l'achat ?
PI : Non cela n'influence pas mon choix.
M : Et donc votre réponse dépend quand même un peu du produit qui est présenté dans la BD, ici le frigo ? Vous n'auriez pas spécialement les mêmes arguments pour d'autres produits ?
PI : Non, ça dépend du produit. Des produits plus chers, peut-être que j'essayerais de les tenir plus longtemps plutôt que de les jeter après 3 ans et d'en racheter. C'est clair que la notion de valeur a de l'importance.
M : Y a-t-il d'autres indicateurs qui sont plus importants pour vous que la réparabilité dans l'achat d'un électroménager ?
PI : On revient aux mêmes choses, le prix, la marque, … Ce n'est pas le fait de pouvoir réparer mon produit qui va me faire décider pour un produit ou pour un autre. C'est d'autres arguments, c'est le prix, la marque du produit et la performance énergétique, par exemple.
M : Par exemple, est-ce que la durabilité, le fait que le produit dure longtemps, ça pourrait être plus important que la réparabilité, le fait que le produit soit réparable ?
PI : C'est évident qu'entre 2 produits, si je sais que j'en ai un qui va durer plus longtemps que l'autre, je vais aller vers celui qui va durer le plus longtemps.
M : Même s'il n'est pas réparable ?
PI : Oui, même s'il n'est pas réparable parce que je sais qu'il va durer plus longtemps donc j'ai une plus grande fiabilité dans ces produits-là. S'il est réparable, ce n'est pas parce que je sais qu'il peut être réparé, que je le réparerai.

SIGNIFICATION DU TERME REPARABILITE

M : Voici un exemple de logo « produit réparable ». L'avez-vous déjà vu ?
PI : Non jamais.
M : Qu'est-ce que ce logo signifie à votre avis ?
PI : Ca veut dire que la firme garantit la réparabilité du produit pendant 10 ans. Ca veut dire qu'elle va garantir l'accès aux pièces détachées pour le réparateur de ce produit-là.
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques du produit sur lequel se trouve ce logo ?
PI : Peut-être des produits qui sont moins fiables que les autres, qui ont une réputation de produits moins fiables. Cela permettrait de donner un argument de vente supplémentaire pour lui enlever peut-être justement cet argument de mauvaise réputation qu'il a.
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques de la marque qui utilise ce logo ?
PI : C'est peut-être des produits vendus par des magasins qui ont une réputation de vendre des produits bons marchés par exemple.
M : Lorsque vous voyez ce logo cela induit-il un certain doute chez vous par rapport aux produits ou à la marque ?
PI : Je comprends que ça soit un argument pour eux pour vendre mais ça ne me fera pas décider d'acheter ce produit-là. Je préfère acheter un produit fiable plutôt qu'un produit réparable.
M : Selon vous, c'est la marque ou vous qui payerez la réparation si on trouve ce logo sur un produit ?
PI : Non c'est la marque qui paye, moi je ne paye rien. Ah non non non non non non, c'est moi qui payerai. C'est moi qui payerai évidemment mais je sais qu'il sera réparable. Oui c'est moi qui payerai, ce n'est pas une garantie.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa qualité ?
PI : Pour moi, ce n'est pas parce qu'il y a ça que c'est un produit peu fiable parce que c'est quand même dix ans mais ça me donne pas bonne impression sur le produit.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa durabilité ?

PI : Mais quand on dit durabilité, est-ce que c'est un produit qui a été réparé plusieurs fois et qui est toujours durable parce qu'il continue à fonctionner. Oui on peut se dire que c'est un produit durable parce qu'il pourra au moins tenir 10 ans.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur la marque et sa stratégie ?
PI : Essayer de vendre le fait que les produits qu'ils vendent soient fiables.
M : Pouvez-vous lire la page web du site SEB sur la réparation. N'hésitez pas à énoncer à voix haute les questions que vous vous posez en découvrant cette page ainsi que les commentaires que vous avez.
PI : De prime à bord je trouve ça bien. C'est bien présenté. C'est vrai qu'il y a une question de protection de l'environnement. C'est quelque chose qui est dans le vent pour le moment et donc qui est un argument. Je trouve ça bien. Oui moi ça m'inspire confiance surtout dans le sens où ils travaillent pour plus de durabilité du produit donc moins jeter. C'est fabriqué de manière modulaire pour que ça puisse être facilement réparé. Ca me donne l'impression d'être bien organisé et d'être bien réfléchi, bien pensé. Oui ça me donne confiance.
M : Que pensez-vous de cette page explicative faite par SEB sur son action de réparation ?
PI : Comme je viens de le dire, ça me donne confiance. Ca donne l'impression qu'ils ont réfléchi au fait que voilà les produits peuvent tomber en panne et ils ont pensé au fait que ça puisse être réparé de manière facile avec des modules. Oui ça a plutôt tendance à me donner confiance.
M : Est-ce que ça vous éclaire sur certains points ?
PI : Oui, ça m'éclaire sur la manière dont ils ont pensé le fait que ça soit réparable, c'est-à-dire qu'ils ont construit leurs appareils de façon modulaire pour pouvoir avoir des pièces et pouvoir les changer facilement. Ca me semble intéressant.
M : Y a-t-il des éléments qui vous étonnent ou qui vous surprennent ?
PI : Oui ça me surprend qu'on parle d'impression 3D pour définir des pièces. J'imagine que c'est ça, pour lutter contre l'obsolescence programmée.
M : Y a-t-il des éléments sur cette page auxquels vous n'auriez pas pensé ?
PI : Oui, je me suis fait une mauvaise idée du logo. Maintenant qu'on a vu cette page, le logo prend une autre dimension par rapport au fait de quand je l'ai vu la première fois. Je prenais ça pour un argument marketing pour pouvoir vendre des produits non fiables, un argument de vente, alors que réellement derrière il y a quelque chose qui a été construit pour pouvoir arriver à vraiment lutter contre quelque chose en construisant leurs appareils d'une certaine manière pour pouvoir arriver à les réparer facilement.
M : Êtes-vous d'accord avec tout ce qui est dit sur cette page ?
PI : Oui, il n'y a rien qui me choque.

FORMAT DE L'INFORMATION REPARABILITE

M : Revenons sur le logo « produits réparable ». Selon vous, ce logo requiert-il un texte explicatif pour être compris ?
PI : Oui certainement. Comme ça, sorti de son contexte, sans explications, ce logo ne veut pas dire grand-chose. Avec l'explication que j'ai eu dans la page SEB, le logo prend une autre dimension.
M : Par exemple, qu'est-ce qu'il pourrait y avoir écrit sur le texte explicatif ?
PI : Parler comme ils ont dit ici de protection de l'environnement, de mettre en évidence ce que ça apporte. Ici il n'y a rien, pour moi c'est juste un logo qui dit que le produit est réparable et qui donne une impression que s'il est réparable c'est qu'il est moins fiable. Donc il faudrait un texte qui explique plus l'objectif de ce que ça va apporter plutôt que d'être perçu comme un argument de vente et qui donne une mauvaise impression du produit.
M : Pensez-vous à d'autres éléments d'information qui pourraient apparaître ici directement sur le logo ?
PI : On pourrait mettre protection de l'environnement, ce que ça apporte de pouvoir réparer les produits, c'est la protection de l'environnement, c'est le fait de jeter moins. C'est ça les arguments donc il faut travailler dans l'argument de dire on va protéger l'environnement, des produits écos, des produits durables. Il faut donner quelque chose comme ça comme argument.
M : Si vous deviez baser votre décision d'achat sur le caractère réparable d'un produit, à quelles informations voudriez-vous avoir accès ? Quelles informations voudriez-vous retrouver sur le produit ou sa fiche descriptive ?
PI : C'est difficile d'acheter un produit en pensant aux pannes qu'on va avoir. Le fait de savoir qu'il est réparable doit suffire. Je ne vais pas demander sur la fiche signalétique de descriptif du produit quand ils vont me le vendre, il est réparable donc quels modules on sait me changer ? Ca, ça ne va pas, ça n'a pas de sens. Le fait de savoir simplement qu'il est réparable, avec un logo qui est plus expressif dans l'objectif que l'on veut atteindre à mon avis c'est suffisant.
M : Voici un tableau présentant un score de réparabilité pour différents produits. Au plus ce score de réparabilité est élevé au plus le produit sera facile à réparer et au moins le coût de la réparation sera élevé. Que pensez-vous d'un score de réparabilité ?

PI : Ce serait une bonne idée, un peu comme on a les scores dans la performance énergétique ou dans tout ce qui est nourriture. Oui je trouve ça une bonne idée.
M : Selon vous, un score de réparabilité est-il plus parlant qu'un logo « produit réparable » ?
PI : Oui oui oui c'est évident.
M : Pourquoi ?
PI : Parce que ça va permettre de différencier deux produits les mêmes et là ça va donner un argument de vente. On sait que tout ce qui est Apple, c'est difficilement réparable parce que les batteries sont soudées, parce que les composants sont soudés ensemble, ça ne plaide pas en leur faveur. Donc si je sais que c'est du 1 parce que je ne suis pas au courant de ces arguments-là ou de ce qui existe vraiment, ça va peut-être me permettre de décider d'aller chercher un autre produit. Donc je pense que à produits identiques ou équivalents, ça pourra faire une différence.
M : Quelles questions vous posez-vous quand vous voyez ce genre de score ?
PI : Je vais me poser la question, est-ce que si je veux acheter un iPhone et si c'est un indice réparable 1, est-ce que je vais vraiment prendre ce produit-là sachant que si j'ai des problèmes on ne sait pas le réparer. C'est le genre de question que je vais me poser.
M : Vous ne vous posez pas de questions par rapport à l'échelle utilisée ?
PI : J'imagine que s'il y a 1 et 7, il y a 6 éléments au milieu donc j'imagine que l'indice de découpe a été imaginé pour pouvoir avoir des nuances entre les différents indices de réparabilité. Alors il faut que ça soit expliqué simplement. L'important c'est qu'il y ait une échelle avec des différences. Il faut qu'il y ait une échelle explicative, s'il y a beaucoup de points elle est d'autant plus importante.
M : Donc ce genre de score pourrait influencer votre choix de produit ?
PI : Oui ça pourrait influencer mon choix de produit.

ATTITUDE/INTENTION D'ACHAT

M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de ce produit ?
PI : Oui, ça peut changer l'opinion que j'ai de ce produit, en sachant que la société travaille dans un sens qui est bon ça va sans doute changer l'évaluation que j'ai du produit.
M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de la marque ?
PI : Ah oui évidemment, on fait la différence entre marque et produit. Ca va avoir une influence oui, certainement. Je pense que les deux sont liés.
M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque pourrait changer la perception que vous avez des autres marques ? Si une marque utilise ce logo et qu'une autre ne l'utilise pas, est-ce que ça va changer votre perception de cette autre marque qui ne l'utilise pas ?
PI : Si évidemment ça attire mon attention sur une marque parce qu'elle l'utilise, il est clair qu'en faisant mes comparaisons je vais voir que l'autre ne l'utilise pas donc ça aura certainement une influence oui.
M : Selon vous, une marque qui utilise le logo « produit réparable » est-elle supérieure ou inférieure à une autre marque qui n'utilise pas ce logo ?
PI : Peut-être qu'elle va être supérieure parce qu'elle pense à des choses qui préoccupent tout le monde pour le moment, voilà la réparabilité et ce genre de choses.
M : Selon vous, si une entreprise utilise ce logo pour une partie de ses produits, est-ce que cela risque de détériorer l'image des autres produits pour lesquels elle n'utilise pas ce logo ?
PI : Il est clair que si évidemment ce logo prend de l'importance dans les différentes marques, dans toutes les marques, il va avoir de la valeur parce que tout le monde va l'utiliser. Il va falloir que les marques mettent tous leurs produits dans le même canevas, logiquement. Maintenant, c'est clair que si une certaine catégorie de leurs produits ne l'utilise pas, il y a peut-être plusieurs raisons, peut-être que le produit n'est pas réparable parce que ce n'est pas un produit réparable. C'est clair que ça va certainement faire une différence, oui je pense que ça peut avoir une influence.
M : Dans quelle mesure l'information de réparabilité pourrait influencer votre choix ?
PI : Le logo avec une explication peut avoir une influence mais le logo comme ça pour moi n'en aura pas.
M : Qu'est-ce qui pourrait faire que vous considériez l'information de réparabilité dans vos critères de choix au moment de l'achat ?
PI : Avoir une explication pour savoir exactement ce que c'est la réparabilité et je trouve que l'indice de réparabilité est une information qui serait intéressante pour définir un produit.
M : Vous avez cité pas mal de critères que vous preniez en compte pour choisir un produit, notamment, le prix, la valeur énergétique, la marque. La réparation et la durée de vie ne sont pas apparues. Pourquoi pensez-vous privilégier l'ensemble des informations suivantes par rapport à la réparation ?

PI : Parce que c'est quelque chose qui m'était inconnu avant, je ne connaissais pas ça.
M : Maintenant que vous connaissez cette information, cela pourrait faire partie de vos critères de choix ?
PI : Ca pourrait devenir un argument.
M : Seriez-vous prêt à payer un prix plus élevé pour pouvoir bénéficier de cet avantage de réparabilité ?
PI : Ca va dépendre du produit. Sur un produit onéreux, cher, ça aura une influence. Sur un petit produit, ça en aura moins.
M : Dans quelle mesure ?
PI : Si je dois acheter une machine à laver, ça aura peut-être une influence, si je dois acheter une machine à café, ça aura sans doute pas d'influence.
M : Dans quelle mesure est ce que le coût potentiel de réparation est important dans votre décision d'achat ?
PI : Non je n'y pense pas.
M : Contractez-vous parfois des assurances commerciales lors de l'achat électroménagers ?
PI : Jamais.
BOUNDARY CONDITION
M : Voici un ensemble d'images de produits, veuillez les trier en fonction de critère suivants : l'information réparable est applicable pour cette catégorie de produits ?

- Applicable : iPhone, iPad, vélo, frigo, aspirateur, machine à laver, voiture.
- Pas applicable : Appareil photos, sèche-cheveux, rasoir, brosse à dents, grille-pain, vêtements.

M : Maintenant en fonction du critère : l'information réparable est utile pour cette catégorie de produits.

- Utile : iPhone, iPad, vélo, frigo, aspirateur, machine à laver, voiture, appareil photos.
- Pas utile : Sèche-cheveux, rasoir, brosse à dents, grille-pain, vêtements.

PI : Pour moi le petit électroménager, ça n'a pas d'intérêt.
M : Maintenant en fonction du critère : je pourrais considérer l'information de réparabilité pour cette catégorie de produits ?

- Considération : iPhone, iPad, vélo, frigo, aspirateur, machine à laver, voiture, appareil photos.
- Pas de considération : Sèche-cheveux, rasoir, brosse à dents, grille-pain, vêtements.

M : Donc selon vous, si l'information est utile, vous en tiendrez compte ?
PI : Oui exactement.
M : Est-ce que vous pouvez trier ces profils en pensant à qui parmi ces personnages est susceptible ou pas de prendre en considération la réparation comme critère de choix ?

- Prise en considération : L'écologique, l'activiste, la famille nombreuse, le manuel, l'aventurier, le pauvre, les personnes âgées, l'homme, la femme.
- Pas de prise en considération : La fashion, le riche, le jeune, la personne pressée.

PI : Un jeune ne prendra pas en compte le fait que ce soit réparable. Je pense qu'il pensera à posséder le produit et puis c'est tout.
M : Nous voilà arrivés à la fin de la discussion. Voici les éléments qui se sont dégagés. Les critères auxquels vous faites attention lorsque vous devez acheter des produits électroménagers c'est le prix, la consommation énergétique et la marque, cependant, la marque peut être un critère un peu plus accessoire. Avant d'acheter un produit vous recherchez généralement de l'information sur Internet et au moment d'acheter le produit vous demandez généralement des conseils au vendeur. Vous n'aviez jamais vu le logo produit réparable. Pour vous ça veut dire que la firme garantit l'accès aux pièces détachées pendant 10 ans. Le logo nécessite un texte explicatif pour être compris, notamment qui vante les mérites du logo et pour vous un score de réparabilité, est un peu plus parlant que ce logo. Ai-je bien tout compris ?
PI : Oui.
M : Avez-vous quelque chose à ajouter ?
PI : Non.
M : Auriez-vous des critiques à émettre par rapport à cette interview ?
PI : Non non c'est bien, c'est bien documenté, c'est bien expliqué.
M : Un grand merci.
PI : Avec plaisir.

Retranscription entretien 19

Mathilde : Bonjour, cet entretien est réalisé dans le cadre de mon travail de fin d'études et a pour objectif de comprendre votre comportement et intention d'achat par rapport à des petits et gros électroménagers. Toutes les informations que vous me communiquerez sont utiles pour ma recherche. Si l'une des questions vous gêne

ou vous embarrasse, n'hésitez pas à me le faire savoir. Afin de pouvoir retranscrire cette interview, puis-je vous demander votre accord afin d'enregistrer notre conversation ?
Personne interrogée : Je marque mon accord.
M : Néanmoins, votre identité restera totalement confidentielle. Cet entretien se déroulera en différentes parties et durera approximativement ¾ d'heure à 1 heure.

ECHAUFFEMENT

M : Avant d'entrer dans le vif du sujet pouvez-vous vous présenter ?
PI : Je suis patron d'une petite entreprise. J'ai 62 ans.
M : Pouvez-vous revenir sur votre dernier achat de petit ou gros électroménager au cours de ces 12 derniers mois ?
PI : Un frigo et un lave-vaisselle.
M : Pourquoi avez-vous acheté ces produits ?
PI : Je les ai achetés pour ma mère qui devait changer.
M : Elle devait changer parce que son frigo et son lave-vaisselle ne fonctionnaient plus ?
PI : Oui ils ne fonctionnaient plus et avaient une quinzaine d'années.
M : Donc ils étaient en fin de vie ?
PI : Oui.
M : Comment avez-vous choisi ces produits ? Quels critères avez-vous pris en compte ?
PI : D'abord j'ai été chez Ihpo qui est un magasin avec des remises pour des appareils de fins de séries. Mon principal critère a été surtout une faible consommation et le bruit (en tout cas pour le lave-vaisselle).
M : Plus spécifiquement, quel a été le facteur clé dans votre décision d'achat ?
PI : Le rapport qualité-prix.
M : Quels sont les facteurs qui sont plus accessoires dans votre décision d'achat ?
PI : Justement étant donné que c'était pour une personne qui a 84 ans je n'ai pas trop visé la durée de vie.
M : Donc la durée de vie n'était pas très importante ?
PI : Non pas dans ce cas-ci.
M : Mais en général c'est un facteur qui est important ?
PI : Pour moi la durée de vie c'est un facteur très important et même capital.
M : A postériori, pensez-vous à d'autres critères que vous auriez pu prendre en compte ?
PI : L'esthétique. Pour les 2 appareils, l'agencement intérieur parce qu'il est évident que certains appareils beaucoup plus chers sont mieux agencés. De même que la qualité des différents accessoires intérieurs qui sera vue différemment en fonction que ce soit un ménage d'une personne ou de 5 personnes.
M : Avez-vous reçu des conseils ?
PI : Non pas vraiment. Je sais me débrouiller seul.

CRITERES DE CHOIX

M : Avant d'effectuer ce genre d'achat donc ici un frigo et un lave-vaisselle, à quels critères pensez-vous que le consommateur en général fait généralement attention ?
PI : Je crois que c'est consommation et prix à l'heure actuelle.
M : Selon vous, quels sont les principaux critères d'achat auxquels le consommateur en général fait attention lorsqu'il achète un produit électroménager ?
PI : Ca va dépendre si c'est un gros électro ou un petit électro. Le petit électro peut être gadget et faire plaisir. On se permet plus facilement d'acheter une machine à café avec un joli look pour laisser dans la cuisine. Un frigo, un lave-vaisselle, une taque de cuisson c'est un peu différent, on cherche plus l'efficacité et la rentabilité.
M : Ces critères seront donc différents pour un petit et un gros électroménager ?
PI : Je crois, pour moi en tout cas.
M : Ces critères pourraient-ils varier en fonction d'un consommateur à un autre ?
PI : Ca certainement.
M : Comment par exemple ?
PI : Parce qu'il y a des gens qui s'en fichent complètement de l'esthétique ou qui vont acheter le moins cher quitte à ce qu'il consomme ou qu'il ne fasse pas du bon café.
M : Y a-t-il, au contraire, selon vous, des critères d'achat auxquels le consommateur en général ne porte jamais attention lorsqu'il achète un petit ou gros électroménager ?
PI : Certainement la façon de pouvoir réparer les appareils, le coût des réparations. La vraie garantie est-ce que c'est une garantie sur place ou une garantie où il faut retourner l'appareil. Quel est l'organisme qui va assurer la garantie, est-ce que c'est la marque, est-ce que c'est quelqu'un d'extérieur ?

RECHERCHE D'INFORMATION

M : Comme vous me l'avez mentionné, vous avez acheté un frigo et un lave-vaisselle il n'y a pas si longtemps. Vous n'aviez pas recherché d'informations sur ces produits avant de les acheter. Mais est-ce que en général lorsque vous achetez un produit électroménager, est-ce que vous allez rechercher des informations sur ce produit ?
PI : Je vais aller chipoter sur internet pour voir ce que je veux mais voilà.
M : Pour trouver quel genre d'informations ?
PI : Fatalement les dimensions de l'appareil, la consommation électrique ou la consommation en eau et toute une série d'autres facteurs. Puis l'histoire c'est de faire un compromis. Il y a aussi une question de budget parce qu'entre un lave-vaisselle à 500€ et un lave-vaisselle à 1200€ il y a une différence.
M : Donc, en général, vous allez rechercher des informations sur internet avant d'effectuer un achat mais dans le magasin vous n'allez plus spécialement rechercher des informations ?
PI : A ce moment-là je me suis fait une idée de ce qu'il y a comme informations importantes et si j'ai une hésitation à ce moment-là je demande au vendeur mais malheureusement l'expérience me dit qu'ils racontent souvent des salades.
M : Lorsque vous considérez l'achat d'un produit électroménager, avez-vous pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : Ca certainement.
M : Quel genre d'informations allez-vous comparer ?
PI : Il n'y en a pas beaucoup qui sont indiquées, c'est consommation, c'est bruit, c'est prix, c'est la classe énergétique. Classe énergétique je fais fort attention.
M : Selon vous, quelles sont les informations que le consommateur en général recherche avant d'acheter un produit électroménager ?
PI : Je pense que les gens sont fort axés prix. Ils ont un budget, puis c'est le budget qui va déterminer l'achat.
M : En général, où pensez-vous qu'ils vont aller chercher ce genre d'informations ?
PI : Ca dépend de chacun. Il y a des gens qui vont en grandes surfaces, il y a des gens qui vont sur internet, il y a des gens qui vont dans des magasins spécialisés. Il y a toutes les formes, ce qui permet à tout type de commerce de vivre.
M : Selon vous, le consommateur en général a-t-il pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : J'espère.
M : Vous devez acheter une nouvelle machine à café. Un ami vous parle du modèle suivant. Avez-vous accès à l'ensemble des informations nécessaires pour prendre votre décision d'achat ? N'hésitez pas à faire des commentaires à voix haute.
PI : C'est en ligne mais ici je ne vois rien. Je ne vois pas la quantité d'eau disponible, je ne vois pas la pression. Pour moi il n'y a aucune information. On ne parle que de la marque Nespresso et du look.
M : Quel est l'élément de cette fiche produit qui est le plus important pour vous ?
PI : Ici ce qui est important n'y est pas, oui il y a une photo. Il n'y a absolument aucune donnée technique.
M : Pourquoi est-ce que les éléments suivants attirent/n'attirent pas votre attention sur une fiche produit. Le prix ?
PI : Oui fatalement puisqu'on est dans une démarche d'achat donc le prix est important.
M : La marque ?
PI : Bien sûre.
M : Pourquoi ?
PI : Parce qu'il y a des marques qui sont meilleures que d'autres.
M : L'apparence du produit (photo) ?
PI : Je préfère avoir une belle machine à café qu'une moche.
M : Le fonctionnement du produit ?
PI : Qu'il soit simple c'est quand même très important.
M : La durée de la garantie ?
PI : La garantie légale est de 2 ans.
M : S'il y a une possibilité de prendre une extension de garantie cela attirerait votre attention ?
PI : Je ne prends jamais d'extension de garantie parce qu'un appareil tombe en panne au début ou bien plus tard. C'est 90% de chances de se faire arnaquer.
M : Des avis extérieurs sur le produit ?
PI : Pour certaines choses très pointues oui.
M : Comme quoi par exemple ?

PI : Par exemple, pour une machine à café qui va moudre du grain et qu'on va utiliser dans une entreprise assez souvent c'est important de voir comment elle tient le coup si elle doit faire 20 cafés par jour.
M : L'année du modèle ?
PI : Non pas trop. Il ne faut juste pas qu'il ait 10 ans.
M : Donc un modèle qui a par exemple 2-3 ans ça ne va pas vous freiner ?
PI : Non pas si ses caractéristiques sont bonnes.
M : La consommation énergétique ?
PI : Oui.

AVANTAGES ET INCONVENIENTS DE L'INFORMATION DE REPARABILITE/DU CRITERE DE REPARABILITE

M : Pouvez-vous compléter la dernière bulle des 2 planches de BD suivantes. Il y en a une devant et une derrière. Pouvez-vous lire et compléter une planche de BD à la fois pour que je comprenne bien votre argument.
PI : Évidemment, 10 ans déjà c'est une obligation légale il me semble. Ca dépend pour quel type d'appareil, si c'est pour un petit appareil de peu de valeur ça n'a pas beaucoup d'importance.
M : Et ici pour le cas d'un frigo ?
PI : C'est très bien que ce soit réparable mais à quel prix. Si le prix de la réparation est dans 10 ans presque plus cher que ce que vaudra un frigo à cette époque-là ça ne vaut pas trop la peine. Le problème c'est qu'on doit toujours réfléchir à une réparation dans x années alors que les choses vont peut-être changer. On ne fera peut-être plus de frigos parce qu'on aura d'autres systèmes.
PI : N'importe quoi, c'est du marketing et ils de répareront pas.
M : Êtes-vous davantage en faveur des arguments de Pierre (contre) ou de Éric (pour) ?
PI : De Éric.
M Pourquoi ?
PI : Parce que ça va dans le sens de la société et ça aurait dû toujours être comme ça. On nous a arnaqué pendant des années.
M : Donc, selon vous, cet argument de réparabilté pourrait influencer votre choix ?
PI : Cet argument de réparabilité n'influencera pas mon choix parce que je pense que c'est uniquement un argument marketing.
M : Votre réponse dépend-t-elle du produit présenté dans la BD (frigo) ? Auriez-vous les mêmes arguments pour d'autres produits comme une centrale à repasser ou un grille-pain ?
PI : Non pour des articles de faible valeur de toute façon on va souvent avoir des pièces de remplacement très chères. Si quelqu'un est capable de réparer lui-même et d'avoir la pièce ça va. Par exemple, moi ici je sais fabriquer une pièce avec une imprimante 3D. Ce n'est pas le cas pour tout le monde. Tout le monde ne va pas réagir de la même façon. S'il faut faire venir un technicien avec une pièce pour réparer un grille-pain et que ça coûte 2 fois le prix d'un nouveau ça n'a pas de sens.
M : Y a-t-il d'autres indicateurs qui sont plus importants pour vous que la réparabilté ?
PI : Réparabilité il faut voir aussi par rapport à la durée de vie. Si on a un appareil qui dure 20 ans, on peut se dire il a été amorti. C'est un calcul de coût. Est-ce que je vais vouloir réparer un appareil qui a 20 ans et qui est vieux au niveau technologique et au niveau de la consommation ? Je crois qu'il faut voir l'ensemble.

SIGNIFICATION DU TERME REPARABILITE

M : Voici un exemple de logo « produit réparable ». L'avez-vous déjà vu ?
PI : Non j'en ai entendu parlé ou je l'ai peut-être vu sans faire attention. Je sais qu'il y a des marques comme SEB qui jouent très fort là-dessus. Je suis au courant que SEB, Calor, Tefal et tout ce groupe-là jouent sur ce logo.
M : Qu'est-ce que ce logo signifie à votre avis ?
PI : Qu'on peut trouver des pièces de rechange pendant 10 ans.
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques du produit sur lequel se trouve ce logo ?
PI : En général, je crois que c'est sur du petit électroménager.
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques de la marque qui utilise ce logo sur ses produits ?
PI : Pour moi actuellement c'est une question de marketing.
M : Lorsque vous voyez ce logo, cela induit-il un certain doute chez vous par rapport aux produits ou à la marque ?
PI : Non. Mais encore une fois il faut réfléchir. J'achète un sèche-cheveux, dans 10 ans il tombe en panne, est-ce que je vais même penser à le faire réparer. Je pense que c'est un attrape nigaud, on ne va pas y penser. Au moment de l'achat c'est un argument très marketing, sensible et dans l'air du temps mais dans la réalité cela ne va peut-être pas rendre l'appareil plus solide. L'idéal ce serait de dire cet appareil il est garanti 20 ans.
M : Selon vous, c'est la marque ou vous qui payerez la réparation ?
PI : La réparation ce sera moi ça c'est évident.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa qualité ?

PI : Il n'y en a pas.
M : Ce ne sera pas du tout un produit de meilleure qualité ?
PI : Non. Ils se basent sur le fait que les gens ont la mémoire courte et que les gens aiment bien changer d'appareil aussi.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa fiabilité ?
PI : Ca n'aura pas tellement d'impact.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa durabilité ?
PI : Je crois pas non plus que cela en a tellement.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur la marque et sa stratégie ?
PI : Elle joue sur la corde sensible des gens, elle joue sur le fil de l'actualité. C'est ça sa stratégie, en fait la stratégie qui se passe à l'heure actuelle c'est la stratégie de faire peur aux gens. C'est de dire attention si ça tombe en panne chez nous on pourra réparer. Faites attention parce que chez les autres là vous risquez de ne pas pouvoir réparer. Presque toute la propagande sur ce qui se passe actuellement c'est faire peur aux gens.
M : Selon vous, cette information est-elle positive ou négative ?
PI : Plutôt positive.
M : Pouvez-vous lire la page web du site SEB sur la réparation. N'hésitez pas à énoncer à voix haute les questions que vous vous posez en découvrant cette page ainsi que les commentaires que vous avez.
PI : Ca dit bien que le petit électroménager est réparable pendant 10 ans, c'est-à-dire que les pièces seront disponibles. Pour moi c'est du gros marketing. De toute façon il ne faut pas oublier que déjà depuis longtemps il y a des tas de pièces de rechange qui sont fabriquées, des pièces qu'on appelle pirates mais qui sont très bonnes et qui coûtent beaucoup moins chères parce que pour les fabricants c'est une source de profit énorme. En général, une pièce détachée est vendue à un prix de fou, en tout cas par rapport au coût de revient de la pièce. Je trouve cela très marketing tout en étant bien. On joue sur 2 tableaux, on fait peur au départ et puis on dit chez nous c'est réparable. L'impression 3D pour lutter contre l'obsolescence programmée ça c'est une réalité. Ca va aller de plus en plus loin comme ça, il ne faudra plus avoir le stock physique et il arrivera un jour où dans le magasin d'électroménagers on puisse imprimer la pièce mais on payera quand même le fichier au fabricant. Vraisemblablement un magasin comme Vandenborre pourra d'ici quelques années à la demande imprimer des pièces de rechange. Quand on connaît le coût d'une petite pièce en plastique, qu'on est avec quelques cents de plastique et que la machine sera vite amortie, ils vont faire payer la pièce assez chère donc pour moi c'est une source de revenu supplémentaire. C'est un argument de captation de la marque puisqu'on ne saura pas trouver la pièce de rechange théoriquement au départ dans une autre marque. Donc ils rendent la marque captive. Pour moi c'est bien et c'est pas bien en même temps. De toute façon ils gagneront bien leur vie.
M : Que pensez-vous de cette page explicative faite par SEB sur son action de réparation ?
PI : Marketing marketing voilà.
M : Est-ce que ça vous éclaire sur certains points ?
PI : Pas du tout.
M : Y a-t-il des éléments qui vous étonnent ou qui vous surprennent ?
PI : Il y a une espèce de contradiction. On voit sur une image des casiers qui sont plein de pièces et puis l'image suivante on dit qu'on va les imprimer. Il faudrait savoir ce que l'on veut. Ca montre bien que l'on mélange des arguments pour vraiment convaincre le client.
M : Êtes-vous d'accord avec tout ce qui est dit sur cette page ?
PI : Ils ne disent pas grand-chose de faux. En soit rien est faux mais repris dans des contextes cela n'a peut-être pas nécessairement de sens. Il y a des choses qui sont contradictoires. Comme c'est du marketing les gens lisent ce qu'ils veulent lire.

FORMAT DE L'INFORMATION REPARABILITE

M : Revenons sur le logo « produit réparable ». Selon vous, ce logo requiert-il un texte explicatif pour être compris ?
PI : Non, un logo c'est un logo.
M : Donc il est assez clair comme ça ?
PI : Oui.
M : Pensez-vous à d'autres éléments d'information qui pourraient apparaître sur ce logo ?
PI : Non.
M : Si vous deviez baser votre décision d'achat sur le caractère réparable d'un produit, à quelles informations voudriez-vous avoir accès ? Quelles informations voudriez-vous retrouver sur le produit ou sa fiche descriptive ?
PI : Non parce que pratiquement tout est réparable mais à quel prix. C'est un argument marketing qui va donner un déclic au moment de l'achat à un consommateur mais pour moi c'est du pipeau.

M : Voici un tableau présentant un score de réparabilité pour différents produits. Au plus ce score de réparabilité est élevé au plus le produit sera facile à réparer et au moins le coût de la réparation sera élevé. Que pensez-vous d'un score de réparabilité ?
PI : Je sais très bien que pour un iPhone c'est la catastrophe quand il tombe en panne. C'est extrêmement dérangeant le système de Apple avec les iPhones. Une fois qu'on est parti dans le système avec tous ces appareils Apple on est coincé.
M : Est-ce que vous trouvez ce score de réparabilité intéressant ? Pas spécialement sur les téléphones mais sur d'autres produits ?
PI : Un score de réparabilité serait certainement intéressant mais encore une fois qui va donner ce score, est-ce que ce sera un organisme indépendant ? Il faudra voir si ce score reflète la réalité, ce qu'il veut dire, comment il est calculé.
M : Selon vous, un score de réparabilité est-il plus parlant qu'un logo « produit réparable » ?
PI : Oui certainement.
M : Pourquoi ?
PI : Parce que produit réparable comme j'ai dit tout est réparable. S'il y a des études qui ont été faites ou un comparatif qui tient compte du prix de la réparation et de toute une autre série de critères alors un score de réparabilité serait plus logique que de parler de nombre d'années.
M : Quelles questions vous posez-vous quand vous voyez ce genre de score ?
PI : Si je suis devant un achat tout à fait neutre, c'est-à-dire que je n'ai pas d'obligation d'achat de quoi que ce soit, j'en tiendrai compte certainement. Si on me donne un smartphone mais qui a des caractéristiques dégelasses mais avec un score de réparabilité de 7, je me ficherai de ce score.
M : Est-ce que ce genre de score pourrait influencer votre choix de produit ?
PI : A produits équivalents oui.

ATTITUDE/INTENTION D'ACHAT

M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de ce produit ?
PI : Non.
M : Jamais ?
PI : Je ne crois pas.
M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de cette marque ?
PI : Pas tellement. Je parlais de SEB, Calor, Tefal, je sais très bien qu'eux ils insistent très fort là-dessus et ça ne rentre en rien dans mon choix. Mais c'est du petit électroménager c'est très différent.
M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque pourrait changer la perception que vous avez des autres marques ?
PI : Non parce que je me rends compte que c'est souvent marketing.
M : Selon vous, une marque qui utilise le logo « produit réparable » est-elle supérieure ou inférieure à une autre marque qui n'utilise pas ce logo ?
PI : Aucune incidence.
M : Selon vous, si une entreprise utilise ce logo pour une partie des produits de la catégorie, cela risque-t-il de détériorer l'image des autres produits de la catégorie ?
PI : C'est une marque qui se dévalorise parce que ou bien elle fait tout dans cet esprit-là ou bien elle ne fait rien.
M : Dans quelle mesure l'information de réparabilité pourrait influencer votre choix ?
PI : Pas trop.
M : Qu'est-ce qui pourrait faire que vous considéreriez l'information de réparabilité dans vos critères de choix au moment de l'achat ?
PI : Il faut qu'on puisse donner une garantie de fourchette de prix de réparabilité mais ce n'est pas faisable ça parce qu'on ne sait pas ce que coûteront les choses dans 10 ans.
M : Vous avez cité pas mal de critères que vous prenez en compte pour choisir un produit, notamment, la consommation énergétique, le bruit, le rapport qualité-prix, l'esthétique, l'agencement. La réparation ou la durée de vie ne sont pas apparues. Pourquoi pensez-vous privilégier l'ensemble des informations suivantes par rapport à la réparation ?
PI : Je n'ai pas parlé de la durée de vie. La durée de vie est assez importante mais elle n'est jamais donnée. Il y a certaines marques pour lesquelles on sait que si on choisit les modèles de haute gamme, la durée de vie est supérieure.
M : Donc vous allez plus vous tourner vers ces modèles haute gamme ?

PI : Tout dépend à quel moment de ma vie. Si j'ai 85 ans et que je dois acheter un sèche-cheveux ça n'aura plus la même importance. Si je suis une jeune maman avec 3 enfants et que je dois acheter un lave-linge, il est évident que je vais faire plus attention et que je vais mettre le prix.
M : Seriez-vous prêt à payer un prix plus élevé pour pouvoir bénéficier de cet avantage de réparabilité ?
PI : Non, c'est un faux argument.
M : Dans quelle mesure est-ce que le coût potentiel de réparation est important dans votre décision d'achat ?
PI : Cela le serait si on le connaissait mais on ne le connaît pas par définition. Tout ce qu'on sait à l'heure actuelle c'est que les appareils d'un certain âge et qu'on doit réparer ça coûte cher. Même pour un appareil d'une certaine valeur, dès qu'un technicien doit se déplacer, doit faire un devis. Il ne faut pas oublier que l'appareil est quand même déjà usé. Il a fait sa vie. Est-ce que si quelque chose à une durée de vie de 10 ans, est-ce que c'est important de le réparer alors qu'on a un appareil qui est quand même vieux ?
M : Contractez-vous parfois des assurances commerciales lors de l'achat d'électroménagers ?
PI : Non jamais.
M : Pourquoi ?
PI : Parce que ça tombe en panne soit au début dans les 2 ans de garantie légale, soit en général après 5 ans. Statistiquement, en moyenne, je trouve que c'est jeter de l'argent.

BOUNDARY CONDITION

M : Voici un ensemble d'images de produits, veuillez les trier en fonction du critère suivant : l'information réparable est applicable pour cette catégorie de produits.

- Information applicable : Aspirateur, grille-pain, voiture, vélo, frigo, machine à laver.
- Information pas applicable : Appareil photos, sèche-cheveux, rasoir, vêtements, iPhone, brosse à dents, iPad.

M : Maintenant en fonction du critère suivant : l'information réparable est utile pour cette catégorie de produits.

- Information utile : Aspirateur, voiture, vélo, frigo, machine à laver.
- Information pas utile : Appareil photos, sèche-cheveux, rasoir, vêtements, iPhone, brosse à dents, iPad, grille-pain.

M : Maintenant en fonction du critère suivant : je pourrais considérer cette information pour cette catégorie de produits.

- Considération : Vélo, frigo, machine à laver.
- Pas de considération : Aspirateur, voiture, appareil photos, sèche-cheveux, rasoir, vêtements, iPhone, brosse à dents, iPad, grille-pain.

M : Triez ces profils en pensant à qui parmi ces personnages est susceptible (ou pas) de prendre en considération la réparation comme critère de choix.

- Considération : L'homme, la femme, l'activiste, l'écologique, le manuel, la famille nombreuse, l'aventurier, les personnes âgées.
- Pas de considération : Le pauvre, la fashion, personne qui n'a pas le temps, le jeune, le riche.

M : Nous voilà arrivés à la fin de la discussion. Voici les éléments qui se sont dégagés lors de cette interview. La consommation, le bruit, le rapport qualité-prix, l'esthétique et l'agencement sont des critères importants lorsque vous devez acheter un électroménager. La durée de vie est un critère plus accessoire bien que cela dépend de la situation. En général vous recherchez des informations sur un produit avant d'aller l'acheter en magasin. Vous n'aviez jamais vu ce logo mais cela vous dit quelque chose. Ce logo signifie que l'on peut trouver les pièces détachées pendant 10 ans. Vous n'avez pas de doutes par rapport à ce logo et il ne nécessite pas de texte explicatif pour être compris. Vous trouvez qu'un score de réparabilité est plus intéressant qu'un logo produit réparable. Ai-je bien tout compris ?
PI : Il me semble oui.
M : Avez-vous quelque chose à ajouter ?
PI : Non pas spécialement.
M : Auriez-vous des critiques à émettre par rapport à cette interview ?
PI : Non.
M : Un grand merci.

Retranscription entretien 20

Mathilde : Bonjour, cet entretien est réalisé dans le cadre de mon travail de fin d'études et a pour objectif de comprendre votre comportement et intention d'achat par rapport à des petits et gros électroménagers. Toutes les informations que vous me communiquerez sont utiles pour ma recherche. Si l'une des questions vous gêne

ou vous embarrasse, n'hésitez pas à me le faire savoir. Afin de pouvoir retranscrire cette interview, puis-je vous demander votre accord afin d'enregistrer notre conversation ?
Personne interrogée : Pas de problème.
M : Néanmoins, votre identité restera totalement confidentielle. Cet entretien se déroulera en différentes parties et durera approximativement ¾ d'heure à 1 heure.

ECHAUFFEMENT

M : Avant d'entrer dans le vif du sujet pouvez-vous vous présenter ?
PI : Je m'appelle [redacted], j'ai 77 ans, je suis marié, j'ai 2 enfants, j'ai 6 petits-enfants. J'ai fait des études de chimie à l'université de Bruxelles. J'ai terminé pendant 33 ans ma carrière dans la même société.
M : Pouvez-vous revenir sur votre dernier achat de petit ou gros électroménager au cours de ces 12 derniers mois ?
PI : On a acheté un frigo.
M : Pourquoi avez-vous acheté ce produit ?
PI : Quand j'achète quelque chose, j'achète d'abord quelque chose qui en vaut la peine, qui a une certaine qualité mais je regarde quand même beaucoup au prix et je regarde aussi beaucoup aux ristournes qu'on peut obtenir par rapport au prix.
M : Pourquoi avoir acheté un frigo ?
PI : J'ai acheté un frigo parce que le précédent ne fonctionnait plus, il était en fin de vie.
M : Comment avez-vous choisi ce produit ? Quels critères avez-vous pris en compte ?
PI : Sur base du prix, des ristournes proposées et de la qualité, c'était une bonne marque et pas une sous-marque. Il y a aussi le fait qu'ils venaient livrer le frigo et qu'ils reprenaient l'ancien. La consommation énergétique aussi.
M : Plus spécifiquement, quel a été le facteur clé dans votre décision d'achat ?
PI : La facilité, de devoir m'occuper de rien.
M : Quels sont les facteurs qui sont plus accessoires dans votre décision d'achat ?
PI : L'aspect extérieur, le design ou des trucs comme ça, ce n'est pas tellement important.
M : A postériori, pensez-vous à d'autres critères que vous auriez pu prendre en compte ?
PI : Non.
M : Avez-vous reçu des conseils ?
PI : Non.

CRITERES DE CHOIX

M : Avant d'effectuer ce genre d'achat donc ici un frigo, à quels critères pensez-vous que le consommateur en général fait généralement attention ?
PI : Je ne sais pas ce que les autres font, je ne peux pas répondre à cette question.
M : Selon vous, quels sont les principaux critères d'achat auxquels le consommateur en général fait attention lorsqu'il achète un produit électroménager ?
PI : Qualité et prix.
M : Ces critères sont-ils les mêmes pour un petit et un gros électroménager ?
PI : Pas nécessairement parce qu'un petit électroménager, en général, c'est très bon marché. On peut mal acheter un petit électroménager, ce n'est pas grave. Tandis qu'un frigo, en général, on achète ça pour 10 ans donc la qualité est importante.
M : Ces critères pourraient-ils varier en fonction d'un consommateur à un autre ?
PI : Certainement, il y a des personnes qui ont moins de moyens que d'autres.
M : Y a-t-il, au contraire, selon vous, des critères d'achat auxquels le consommateur en général ne porte jamais attention lorsqu'il achète un petit ou gros électroménager ?
PI : Ca je ne crois pas non.

RECHERCHE D'INFORMATION

M : Comme vous me l'avez mentionné, vous avez acheté un frigo il n'y a pas si longtemps. Aviez-vous recherché des informations sur ce produit avant de l'acheter ?
PI : Oui sur internet.
M : Sur quel genre de sites ?
PI : Je ne me rappelle pas.
M : Quelles informations aviez-vous recherchées ?
PI : J'ai choisi la marque. Je me suis renseigné sur la configuration, sur le prix et sur le mode de livraison.
M : Lorsque le moment d'acheter le frigo est arrivé avez-vous cherché d'autres informations sur le produit (ou la catégorie) que celles traditionnellement proposées ?
PI : Non, j'ai acheté mon frigo sur internet sur le site de Darty et la description des produits est très détaillée, tous les critères sont repris.

M : Lorsque vous considérez l'achat d'un produit électroménager, avez-vous pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : Oui je regarde quand même. Actuellement c'est le niveau de consommation.
M : Selon vous, quelles sont les informations que le consommateur en général recherche avant d'acheter un produit électroménager ?
PI : J'imagine que c'est le prix et la qualité. C'est parce que c'est mon cas que je dis ça, je ne sais pas les autres.
M : Selon vous, le consommateur en général a-t-il pour habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives de différents produits électroménagers ?
PI : Certains oui, certains non. Je crois que c'est quelque chose qui est devenu courant de vérifier la consommation électrique.
M : Selon vous, quelles sont les informations auxquelles le consommateur en général fait attention sur les étiquettes et les fiches descriptives des produits électroménagers ?
PI : La consommation énergétique.
M : Vous devez acheter une nouvelle machine à café. Un ami vous parle du modèle suivant. Avez-vous accès à l'ensemble des informations nécessaires pour prendre votre décision d'achat ? N'hésitez pas à faire des commentaires à voix haute.
PI : Sur base de ça seulement je n'achèterais pas.
M : Pourquoi ?
PI : Parce que ça ne me dit rien sur la qualité du café, sur la consommation du café, si ce sont des capsules. Il n'y a pas assez d'informations.
M : Quel est l'élément de cette fiche produit qui est le plus important pour vous ?
PI : Il n'y a pas grand-chose de très important là-dedans.
M : Quels éléments sont absents pour guider votre choix d'achat ?
PI : L'entretien, il n'y a rien. Il n'y a aucune fiche technique. La température atteinte, la qualité du café.
M : Pourquoi est-ce que les éléments suivants attirent/n'attirent pas votre attention sur une fiche produit. Le prix ?
PI : Bien sûr. Cette machine est très chère.
M : La marque ?
PI : Bien sûr.
M : Pourquoi ?
PI : Parce que dans mon cas la première machine Nespresso que j'ai eue c'était une Krups. J'ai été très satisfait et j'ai racheté Krups.
M : L'apparence du produit (photo) ?
PI : Moins pour moi, peut-être que pour ma femme ce serait très important mais pour moi ce n'est pas très important.
M : Le fonctionnement du produit ?
PI : Bien sûr.
M : La durée de la garantie ?
PI : Oui, je n'ai pas pensé à cela.
M : Des avis extérieurs sur le produit ?
PI : En général, si j'achète quelque chose d'important, je vais en discuter avec des amis et demander leur avis sur ce que je vais acheter.
M : Par exemple, si sur la fiche produit il y avait des commentaires de clients, cela vous intéresserait-il ?
PI : Oui.
M : L'année du modèle ?
PI : Si c'est un nouveau modèle, normalement techniquement il doit être meilleur que l'ancien donc ça pourrait être important.
M : La consommation énergétique ?
PI : Oui c'est important.

AVANTAGES ET INCONVENIENTS DE L'INFORMATION DE REPARABILITE/DU CRITERE DE REPARABILITE

M : Pouvez-vous compléter la dernière bulle des 2 planches de BD suivantes. Il y en a une devant et une derrière. Pouvez-vous lire et compléter une planche de BD à la fois pour que je comprenne bien votre argument.
PI : Évidemment ça ne suffit pas comme conseil, je crois qu'il y a d'autres critères que la réparabilité, la qualité, le prix, …
N'importe quoi, parce que ce n'est qu'un critère d'achat. Il y a d'autres critères qui sont plus importants.
M : Êtes-vous davantage en faveur des arguments de Pierre (contre) ou de Éric (pour) ?
PI : Je suis plutôt pour.

M : Pourquoi ?
PI : Parce que si on peut réparer, sans que ça ne coûte le prix d'un nouvel appareil évidemment, c'est quand même pas mal.
M : Donc, selon vous cet argument de réparabilté pourrait influencer votre choix ?
PI : Ca je ne crois pas, c'est un plus.
M : Votre réponse dépend-t-elle du produit présenté dans la BD (frigo) ? Auriez-vous les mêmes arguments pour d'autres produits comme une centrale à repasser ou un aspirateur ?
PI : Oui j'aurais les mêmes arguments parce que le frigo, le précédent, il avait 15 ans. J'ai un frigo ici qui a 40 ans et qui tourne toujours. On n'a jamais réparé ça. Maintenant si j'ai un frigo qui a 3 ans et qu'on peut me le réparer, oui je vais le faire réparer.
M : Y a-t-il d'autres indicateurs qui sont plus importants pour vous que la réparabilté ?
PI : Oui parce qu'on a peu de pannes avec l'électroménager. Je parle des gros électroménagers, lave-vaisselle, lave-linge, frigo, congélateur. On a très très peu de pannes donc la réparabilité c'est pas important. Je crois que ce qui est important c'est la fiabilité, la qualité et le prix.

SIGNIFICATION DU TERME REPARABILITE

M : Voici un exemple de logo « produit réparable ». L'avez-vous déjà vu ?
PI : Non jamais.
M : Qu'est-ce que ce logo signifie à votre avis ?
PI : Qu'on va trouver des pièces de rechange pendant 10 ans, ce qui est loin d'être évident. Mais j'imagine que si une marque fait cela c'est que c'est possible. Que le produit est réparable, parce que je sais que certains électroménagers sont programmés pour durer un temps très limité, ici ça veut dire que non, que pendant 10 ans on va pouvoir le réparer.
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques du produit sur lequel se trouve ce logo ?
PI : Ca veut peut-être dire qu'ils sont tellement conscients de leur qualité qu'il ne faudra pas le réparer. Donc ça voudrait dire que c'est un produit qui est de très bonne qualité.
M : Selon vous, quelles sont les caractéristiques de la marque qui utilise ce logo sur ses produits ?
PI : Aucune idée.
M : Lorsque vous voyez ce logo, cela induit-il un certain doute chez vous par rapport aux produits ou à la marque ?
PI : Non.
M : Selon vous, c'est la marque ou vous qui payerez la réparation ?
PI : Si la garantie est passée, ce sera moi.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa qualité ?
PI : J'espère que si on dit que le produit est réparable pendant 10 ans, cela ne va pas induire chez le consommateur qu'il risque d'y avoir des pannes. Pour moi ce sera un produit de bonne qualité.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa fiabilité ?
PI : Je ne crois pas que ça ait beaucoup d'influence. Je crois que c'est indépendant.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur le produit et sa durabilité ?
PI : Je ne crois pas que ça ait beaucoup d'influence.
M : Selon vous, quelle est la conséquence de ce type d'information sur la marque et sa stratégie ?
PI : C'est plutôt positif le fait d'annoncer que c'est réparable.
M : Selon vous, cette information est-elle positive ou négative ?
PI : C'est positif.
M : Pouvez-vous lire la page web du site SEB sur la réparation. N'hésitez pas à énoncer à voix haute les questions que vous vous posez en découvrant cette page ainsi que les commentaires que vous avez.
PI : Je trouve cela très positif que l'on puisse réparer mais c'est quand même pas suffisant parce qu'ils disent que le coût de réparation sera inférieur au coût du remplacement mais ils ne disent pas que dans un électroménager il peut y avoir différentes pièces, une peut casser, on va réparer, on va payer mais ça ne garantit pas que d'autres pièces ne sont pas défectueuses après 10 ans. Je ne vois aucune garantie par rapport à cela. J'imagine qu'ils doivent pouvoir, en réparant, vérifier que tout le restant va encore fonctionner un petit temps.
M : Que pensez-vous de cette page explicative faite par SEB sur son action de réparation ?
PI : C'est quelque chose de positif. Mais c'est quand même un calcul à faire.
M : Est-ce que ça vous éclaire sur certains points ?
PI : Oui je ne savais pas que ça existait. Maintenant je serais curieux de savoir combien de petits électroménagers sont réparés.
M : Y a-t-il des éléments qui vous étonnent ou qui vous surprennent ?
PI : Non.

M : Êtes-vous d'accord avec tout ce qui est dit sur cette page ?
PI : Oui sauf la garantie de réparation qui n'est pas mise.

FORMAT DE L'INFORMATION REPARABILITE

M : Revenons sur le logo « produit réparable ». Selon vous, ce logo requiert-il un texte explicatif pour être compris ?
PI : Non.
M : Pensez-vous à d'autres éléments d'information qui pourraient apparaître sur ce logo ?
PI : Non, un logo c'est un logo, ce n'est pas tout un texte.
M : Si vous deviez baser votre décision d'achat sur le caractère réparable d'un produit, à quelles informations voudriez-vous avoir accès ? Quelles informations voudriez-vous retrouver sur le produit ou sa fiche descriptive ?
PI : On devrait faire référence à la méthodologie pour réparer. Comment fait-on ? Qui doit-on contacter ? Est-ce que c'est moi qui dois me charger de faire transporter mon appareil ou est-ce que eux ont un système ?
M : Voici un tableau présentant un score de réparabilité pour différents produits. Au plus ce score de réparabilité est élevé au plus le produit sera facile à réparer et au moins le coût de la réparation sera élevé. Que pensez-vous d'un score de réparabilité ?
PI : C'est pas mal, en achetant un smartphone je n'aurais jamais pensé à la réparabilité. J'ai cassé la vitre de mon smartphone et c'est vrai qu'aujourd'hui si je devais en racheter un nouveau je demanderais combien ça coûterait pour faire remplacer la vitre.
M : Selon vous, un score de réparabilité est-il plus parlant qu'un logo « produit réparable » ?
PI : Dans le cas d'un smartphone oui, un score de réparabilité est plus parlant. Après le format de l'information de réparabilité dépendra du produit.
M : Quelles questions vous posez-vous quand vous voyez ce genre de score ?
PI : Je ne me pose pas de questions. Je constate que certaines marques ont un score élevé et d'autres non.
M : Est-ce que ce genre de score pourrait influencer votre choix de produit ?
PI : Oui.

ATTITUDE/INTENTION D'ACHAT

M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de ce produit ?
PI : Oui ça va changer mon opinion si ça devient un critère d'achat, ce que je ne savais pas. Au moment où je vais comparer différents produits, s'il y en a un qui n'est pas réparable ou que le fait de le faire réparer ça coûte le prix d'un neuf, je ne l'achèterai pas.
M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que vous vous faites de cette marque ?
PI : Oui pour les mêmes raisons.
M : Est-ce que la présence d'un logo « produit réparable » sur un produit d'une certaine marque pourrait changer la perception que vous avez des autres marques ?
PI : Oui bien sûr.
M : Selon vous, une marque qui utilise le logo « produit réparable » est-elle supérieure ou inférieure à une autre marque qui n'utilise pas ce logo ?
PI : Elle est supérieure.
M : Selon vous, si une entreprise utilise ce logo pour une partie des produits de la catégorie, cela risque-t-il de détériorer l'image des autres produits de la catégorie ?
PI : Non ça veut dire qu'ils ont étudié les possibilités de réparation sur toute leur gamme et que certains produits sont réparables et d'autres pas. Le fait d'avoir l'honnêteté de ne pas généraliser c'est la preuve qu'une étude a été effectué de manière approfondie.
M : Dans quelle mesure l'information de réparabilité pourrait influencer votre choix ?
PI : C'est un des critères mais ce n'est pas ça qui va me faire décider.
M : Qu'est-ce qui pourrait faire que vous considéreriez l'information de réparabilité dans vos critères de choix au moment de l'achat ?
PI : Le coût de la réparation.
M : Vous avez cité pas mal de critères que vous prenez en compte pour choisir un produit, notamment, la qualité, le prix, la facilité, les ristournes proposées ou encore la consommation énergétique. La réparation ou la durée de vie ne sont pas apparues. Pourquoi pensez-vous privilégier l'ensemble des informations suivantes par rapport à la réparation ?
PI : Parce que là on a parlé d'un électroménager bien précis. L'expérience que j'ai avec les frigos, c'est que c'est quelque chose qui ne tombe pas en panne. Je ferais peut-être plus attention à ce critère de réparabilité pour des produits plus techniques comme un lave-vaisselle ou un lave-linge.

M : Seriez-vous prêt à payer un prix plus élevé pour pouvoir bénéficier de cet avantage de réparabilité ?
PI : Non.
M : Dans quelle mesure est-ce que le coût potentiel de réparation est important dans votre décision d'achat ?
PI : Je le découvre. Je ne me suis jamais posé la question jusqu'à présent dans ce que j'ai acheté en électroménagers.
M : Contractez-vous parfois des assurances commerciales lors de l'achat d'électroménagers ?
PI : Non.

BOUNDARY CONDITION

M : Voici un ensemble d'images de produits, veuillez les trier en fonction du critère suivant : l'information réparable est applicable pour cette catégorie de produits.

- Information applicable : Vélo, frigo, voiture, iPad, iPhone, machine à laver, aspirateur.
- Information pas applicable : Vêtements, grille-pain, sèche-cheveux, rasoir, brosse à dents.
- Aucune idée : appareil photo.

PI : En fait c'est le prix et la technologie qui vont m'aider à prendre ma décision. Un appareil photos je n'ai aucune idée.
M : Maintenant en fonction du critère suivant : l'information réparable est utile pour cette catégorie de produits.

- Information utile : Vélo, frigo, voiture, iPad, iPhone, machine à laver, aspirateur, appareil photo.
- Information pas utile : Vêtements, grille-pain, sèche-cheveux, rasoir, brosse à dents.

M : Maintenant en fonction du critère suivant : je pourrais considérer cette information pour cette catégorie de produits.

- Considération : Vélo, voiture, iPad, iPhone, machine à laver, aspirateur, appareil photo.
- Pas de considération : Vêtements, grille-pain, sèche-cheveux, rasoir, brosse à dents, frigo.

M : Pourquoi vous n'allez pas considérer cette information pour un frigo ?
PI : Parce que je n'ai jamais eu de problèmes avec un frigo.
M : Triez ces profils en pensant à qui parmi ces personnages est susceptible (ou pas) de prendre en considération la réparation comme critère de choix.

- Considération : Le jeune, l'activiste, l'écologique, la famille nombreuse, le manuel, les personnes âgées, l'homme.
- Pas de considération : Le riche, la fashion, personne qui n'a pas le temps, la femme, l'aventurier, le pauvre.

M : Un homme aura plus tendance à prendre ce critère en considération qu'une femme ?
PI : Oui.
M : Nous voilà arrivés à la fin de la discussion. Voici les éléments qui se sont dégagés lors de cette interview. La qualité, le prix, la facilité, les ristournes ou encore la consommation énergétique sont des critères qui sont importants pour vous lorsque vous achetez un électroménager. Le design est un critère un peu plus accessoire. En général vous recherchez des informations avant d'acheter un appareil électroménager, surtout sur internet. Vous n'aviez jamais vu le logo produit réparable et pour vous il signifie que l'on peut retrouver les pièces de rechange pendant 10 ans et que donc le produit sera réparable. Vous n'avez aucun doute par rapport à ce logo. Le logo ne nécessite pas de texte explicatif pour être compris. Vous trouvez un score de réparabilité intéressant. Ai-je bien tout compris ?
PI : Oui oui.
M : Avez-vous quelque chose à ajouter ?
PI : Non.
M : Auriez-vous des critiques à émettre par rapport à cette interview ?
PI : Une seule, il y a des questions qui sont trop proches l'une de l'autre, on est obligé de se répéter.
M : Un grand merci !

Annexe 5 : Matrice d'analyse des interviews

Interviews 1 et 2

Thèmes	Interview 1	Interview 2
1. Caractéristiques répondants		
1.1. Sexe	Femme	Femme
1.2. Âge	24	25
1.3. Profession	Étudiante	Employée
1.4. Taille du foyer	3-4	2
1.5. Diplôme	Secondaire	Haute École
1.6. Importance accordée à l'environnement	1 ou 2 choses respectueuses de l'E	1 ou 2 choses respectueuses de l'E
2. Raisons d'achat d'un électroménager		
2.1. Dernier achat d'électroménager réalisé (ou intention d'achat)	Petit four, bouilloire et toaster (achats pour un kot).	Mixeur, toaster et SodaStream.
2.2. Raisons poussant à l'achat d'un électroménager	Petit four : ancien four sale, trop petit et très peu d'options. Bouilloire : pas de bouilloire dans le kot. Toaster : ancien ne fonctionnait plus.	Nécessité d'acheter ces produits au moment de l'emménagement dans un appartement.
3. Critères de choix		
3.1. Critères importants	* Prix (petits électros) * Consommation d'énergie (gros électros) * Fonctionnalités (petits électros) * Design * Dimensions (gros électros) --> Critères varient en fonction des besoins des consommateurs.	* Prix * Bon rapport qualité-prix * Design * Garantie --> Critères identiques pour un petit et un gros électro. --> Critères varient en fonction des consommateurs (certains consommateurs ont un autre budget et peuvent accorder plus d'importance aux fonctions plutôt qu'au prix).
3.2. Critères pas importants/accessoires	* Design * Couleur * Longueur des câbles	* Design (on préfère ce qui est le moins cher par rapport à ce qui est le plus beau).
4. Recherche d'informations		
4.1. Importance accordée à la recherche d'informations avant d'acheter un électroménager et au moment d'acheter un électroménager	Ici, pour le petit four, la bouilloire et le grille-pain, pas de recherches avant l'achat. Le besoin d'achat a été identifié grâce à une publicité ALDI. Au moment de l'achat, lecture des informations qui se trouvent sur les boîtes afin de s'assurer que les produits correspondent bien aux besoins. En général, comparaison entre les produits pour trouver le meilleur, l'optimal, le meilleur qualité-prix.	Ici, pas de recherche d'informations avant l'achat. Comparaison de différents modèles dans le magasin. En général, recherche d'informations avant achat (surtout pour les gros électroménagers).
4.2. Types d'informations recherchées	Les fonctionnalités, le prix, les dimensions. En général, plus de critères à regarder pour les gros électros car ils ont plus d'attributs et de fonctionnalités.	Le prix, les fonctions, les différentes options, les avantages et inconvénients de chaque appareil, la garantie, les possibilités d'échange.
4.3. Moyens utilisés pour trouver ces informations	Outils de comparaison en ligne (site de Media Markt ou de la Fnac), sites de multimarques, fiches produits, questions au vendeur dans le magasin.	Pré-recherche sur Internet (comparaisons) et puis parfois demande de conseils en magasin.
4.4. Eléments importants d'une fiche produit	La photo du produit, les caractéristiques chiffrées, les fonctionnalités, la compatibilité avec d'autres produits, les magasins physiques dans lesquels on peut trouver le produit, le prix, la garantie (quand elle est > à 2 ans), la consommation énergétique (pour les gros électros), la description du produit.	Le prix, les conditions d'échange et de remboursement, la marque (certaines marques ont meilleure réputation), la photo du produit, le fonctionnement du produit, la durée de la garantie, des avis extérieurs sur le produit (toujours bien d'avoir des avis de consommateurs en plus de ceux des professionnels), la consommation énergétique.

Thèmes	Interview 1	Interview 2
5. Critère de réparabilité		
5.1. Opinion sur le critère de réparabilité	Positif de savoir que certaines marques assurent une réparabilité car il arrive que des appareils se cassent (surtout le petit électro). Il faut savoir en quoi consiste cette réparabilité. Très important de connaître le coût car ça ne vaut pas la peine si c'est plus cher de réparer que d'acheter un nouveau. C'est quelque chose de nouveau, ça pourrait devenir un nouveau critère de choix à comparer. En général, chez moi on a tendance à essayer de réparer.	Opinion mitigée. Il y a certains appareils que j'irais faire réparer (écran de téléphone, batterie) et d'autres pas (grille-pain). Ce critère de réparabilité dépendra du prix de l'appareil. Il pourrait influencer le choix.
5.2. L'opinion face à ce critère est-il fonction du type de produit ?	Peut-être plus intéressant pour le petit électroménager mais après ça arrive aussi que le gros électroménager tombe en panne.	Oui. Ce critère sera plus pris en compte pour les produits chers.
5.3. Critères plus importants que la réparabilité	La durabilité. La réparabilité veut dire que dans un certain sens ça peut casser. L'information de durabilité est plus positive.	Le prix.
6. Signification du terme réparabilité		
6.1. Signification du terme réparabilité ou du logo	Possibilité de faire réparer un produit et ce jusqu'à une durée de 10 ans après l'achat. C'est-à-dire avoir accès à des pièces (à priori gratuitement), avoir la possibilité de réparer soi-même ou par l'entreprise, avoir la possibilité de contacter un technicien (à priori gratuitement). Notion de gratuité derrière le logo. Plus vu comme une assurance.	Produit réparable pendant 10 ans. Marque qui payera la réparation.
6.2. Signification du terme réparabilité ou du logo après lecture de la page SEB et remarques	Les pièces détachées auront un coût, ce qui est logique car cela a un coût de stocker toutes ces pièces. Impression 3D très intéressante. Pour chaque produit important de mettre le coût de la réparation et de montrer l'économie par rapport à l'achat d'un nouvel appareil.	De nombreuses pièces sont détachables et remplaçables. Il ne faut pas remplacer toute la machine mais uniquement la pièce défaillante. Le coût d'une réparation est moins onéreux que le remplacement du produit, ça limite le gaspillage et ça aide l'environnement.
6.3. Caractéristiques des produits et des marques présentant l'information de réparabilité	Produits ayant beaucoup de pièces détachées. Nécessité que la marque ait une certaine notoriété pour que cette info soit perçue positivement.	Produit qui est censé durer dans le temps (frigo par exemple), donc surtout des gros électroménagers. Marque qui fait plus attention à l'écologie.
6.4. Impact de l'information de réparabilité sur l'entreprise et les produits	Certains doutes par rapport à cette info car cela met en évidence que le produit peut casser. Avis mitigé sur la conséquence que cette info peut avoir sur la fiabilité. Le fait que ce soit réparable signifie que l'appareil va durer plus longtemps. Si le logo prend de plus en plus d'importance ça pourrait devenir un élément marketing utilisé par les marques.	Pas de doute par rapport à cette info. Conséquence négative sur la qualité. Si ils proposent de réparer c'est que ça peut casser et donc que la qualité est mauvaise. Pas de conséquence sur la fiabilité. Conséquence sur la durabilité du produit qui va au moins durer 10 ans. La marque essaye d'avoir plus de clients en proposant des réparations. Cette information de réparabilité est positive.

Thèmes	Interview 1	Interview 2
7. Format de l'information de réparabilité		
7.1. Format souhaitable de l'information de réparabilité	Comme le logo est nouveau, nécessité d'ajouter un texte explicatif (pièces détachées disponibles, possibilité de commander les pièces en ligne, approximation du coût) pour qu'il soit compris. Les informations directement sur le logo sont suffisantes s'il y a un texte explicatif mais le design n'est pas génial. Important que le logo soit le même partout. Le texte explicatif peut quant à lui varier en fonction des produits. Un score de réparabilité est pas mal mais il faudrait connaître l'échelle sur laquelle il se base ainsi que les éléments qui entrent dans ce score. Le score pourrait influencer le choix de produit mais après le design, le prix, la batterie, … --> Score de réparabilité plus parlant que le logo car ça permet de différencier plus précisément plusieurs produits, le niveau de réparabilité. Le logo permet juste de savoir qu'ils sont réparables, ils ont donc tous le même niveau de réparabilité.	Le logo ne nécessite pas de texte explicatif ou d'informations supplémentaires pour être compris, il est assez clair. Le score de réparabilité aide à donner une vision de ce qu'on achète. Il serait intéressant de connaître les facteurs qui sont pris en compte dans ce score. Le score de réparabilité pourrait influencer le choix du produit mais cela dépend du type de produit. Il n'aura pas d'influence dans le choix de produits plus technologiques qui ont un beau design (par exemple un IPhone) mais il aura une influence sur d'autres produits (par exemple un grille-pain). --> Score de réparabilité plus parlant, on voit directement si c'est dans le vert ou dans le rouge, ça parle directement.
7.2. Informations nécessaires en rapport avec cette réparabilité	Période pendant laquelle le produit est réparable, le coût des pièces détachées, informations sur la réparation en elle-même.	Savoir dans quels cas c'est réparable (uniquement si c'est dû à un problème technique ou aussi si c'est moi qui le laisse tomber). Savoir à charge de qui sera le coût de la réparation. Savoir s'il faut payer quelque chose en plus à l'achat pour bénéficier de cette réparabilité sur 10 ans.
8. Attitude/Intention d'achat		
8.1. Attitude envers le produit et/ou la marque	Le logo pourra changer positivement ma perception des produits et des marques si il acquiert une certaine notoriété. Actuellement, mis à part sur les marques connues, cela ne modifiera pas ma perception.	Le logo pourra changer positivement la perception des produits car c'est un avantage en plus de proposer ce service. Le logo pourra changer positivement la perception des marques car elles feront des efforts pour limiter le gaspillage.
8.2. Attitude envers les autres produits et/ou marques de la catégorie	Si une marque utilise ce logo et une autre pas cela n'aura pas d'influence sur la marque qui n'utilise pas ce logo. Actuellement, je ne remarquerais même pas si une marque ne l'utilise pas. Si ce logo devenait connu, les marques qui l'utilisent seraient supérieures. Si une marque utilise ce logo, elle doit être cohérente et le mettre sur tous ses produits. Sinon ça signifie que ceux qui n'ont pas ce logo sont d'office pas réparables.	Ce n'est pas parce qu'une marque n'utilise pas ce logo que ça va changer la perception que j'ai de cette marque. Par exemple, si Apple n'utilise pas ce logo et d'autres marques oui, ça ne va pas changer la perception que j'ai d'Apple. Une marque utilisant ce logo n'est pas spécialement supérieure ou inférieure. Si une marque utilise ce logo pour une partie de ses produits ce n'est pas dérangeant, c'est peut-être des produits qui sont dans une autre gamme de prix.
8.3. Choix	L'information de réparabilité influencera le choix mais pas dans un premier temps. Le fait que le logo soit mis en évidence attirera l'attention et par conséquent cette info sera un critère de choix. Pour moi, le prix, le design, les fonctionnalités, la consommation énergétique sont des critères plus importants que la réparabilité car ce sont des critères qui ont un impact plus important, plus direct sur l'usage quotidien du produit. La réparation ça arrive 1 fois ou 2 sur la durée de vie d'un produit.	L'information de réparabilité influencera le choix lors de l'achat d'électroménager pour du long terme. Le critère de réparabilité n'est pas un critère auquel on pense lorsqu'on fait des achats, ce n'est pas un critère connu.
8.4. Prix/Coûts	Pas prête à payer un prix plus élevé pour bénéficier de l'avantage de réparabilité. Je ne réfléchis pas du tout au coût potentiel de réparation quand je fais un achat. Je n'ai jamais contracté d'assurance commerciale mais je n'ai pas encore beaucoup acheté d'électroménager.	Prête à payer un prix plus élevé pour bénéficier de cet avantage (pour les gros électros qui doivent tenir sur du long terme). Pas plus de 5 à 10% du prix d'achat. Je ne pense pas du tout au coût potentiel de réparation quand je fais un achat. J'ai une fois contracté une assurance commerciale et je ne le ferai plus car je n'ai jamais eu de problème donc j'ai l'impression de m'être fait avoir.

Interviews 3 et 4

Thèmes	Interview 3	Interview 4
1. Caractéristiques répondants		
1.1. Sexe	Femme	Femme
1.2. Âge	26	53
1.3. Profession	Indépendante	Indépendante/Employée
1.4. Taille du foyer	2	2
1.5. Diplôme	Secondaire	Université
1.6. Importance accordée à l'environnement	Pas mal de choses respectueuses de l'E	Pas mal de choses respectueuses de l'E
2. Raisons d'achat d'un électroménager		
2.1. Dernier achat d'électroménager réalisé (ou intention d'achat)	Bouilloire à thé, extracteur à jus, mixeur pour les milkshakes et les smoothies, mixeur à bras.	Intention d'acheter un nouveau fer à repasser.
2.2. Raisons poussant à l'achat d'un électroménager	Nécessité d'acheter ces produits au moment de l'emménagement dans un appartement. La bouilloire c'est pour une question de facilité. Le reste c'est pour une alimentation plus saine.	Le fer à repasser actuel ne chauffe plus bien et toute la poignée est cassée.
3. Critères de choix		
3.1. Critères importants	* Prix * Rapport qualité-prix * Garantie * Marque (marque connue) * Packaging --> Plus attention aux critères pour un gros électro. --> Ces critères varient en fonction des consommateurs (dépend de l'utilité que l'on a de l'appareil).	* Prix * Qualité * Rapport qualité/prix * Consommation énergétique * Marque * Poids --> Critères différents en fonction du prix de l'électro. --> Critères varient en fonction des consommateurs car chaque personne est différente.
3.2. Critères pas importants/accessoires	* Petites options supplémentaires (par exemple pour l'extracteur à jus il y avait un kit de nettoyage qui allait avec, ce qui est pratique).	* Esthétique * Effet de mode.
4. Recherche d'informations		
4.1. Importance accordée à la recherche d'informations avant d'acheter un électroménager et au moment d'acheter un électroménager	Pour le privé, pas de recherche d'informations mais demande de conseils (ce qui se vend le mieux, ce qu'ils recommandent) dans le magasin au moment de l'achat. Par contre pour le restaurant, recherche d'informations.	Recherche d'informations dans les magasins et puis vérification de ces informations sur internet. Etude de marché en fonction des magasins et des prix. Comparaison des fiches produits.
4.2. Types d'informations recherchées	Les marques, la qualité, les garanties, les fonctions détaillées, le prix.	Par exemple les volts pour tout ce qui est électrique, les caractéristiques de l'électroménager, les programmes, la consommation d'eau, la consommation électrique, le prix.
4.3. Moyens utilisés pour trouver ces informations	Recherches sur internet d'évaluations.	Magasins, Internet, comparateurs en ligne.
4.4. Eléments importants d'une fiche produit	Le prix, la photo, une explication, les fonctionnalités, compatibilité avec les capsules, un comparatif avec d'autres produits dans la même gamme, la garantie, l'année du modèle, la consommation énergétique.	La photo, le prix, le coût et l'accessibilité des capsules, magasins physiques où l'on peut trouver le produit, la garantie (pour les gros appareils), des avis sur le produit, la consommation énergétique (pour les gros appareils).

Thèmes	Interview 3	Interview 4
5. Critère de réparabilité		
5.1. Opinion sur le critère de réparabilité	Opinion positive. C'est une chouette garantie et un gain d'argent, c'est rassurant. Ce critère pourrait influencer le choix.	Opinion positive. Si c'est faisable plutôt pour mais ça ne doit pas coûter le même prix qu'un nouvel appareil. Je ne pense pas que tous les appareils soient réparables.
5.2. L'opinion face à ce critère est-il fonction du type de produit ?	Je pense que pour un plus gros investissement ce critère sera plus pris en compte.	Les appareils en dessous de 100€ je vais plutôt les remplacer. Je vais plutôt réparer les gros appareils.
5.3. Critères plus importants que la réparabilité	Le prix.	La consommation énergétique.
6. Signification du terme réparabilité		
6.1. Signification du terme réparabilité ou du logo	Produit réparable pendant 10 ans. La réparation sera payée par la marque.	Il s'agit de produits qui peuvent être réparés sur une durée de vie de 10 ans. Ce sera payé par la marque.
6.2. Signification du terme réparabilité ou du logo après lecture de la page SEB et remarques	C'est le client qui payera la réparation. On comprend que ce n'est pas une garantie. On peut trouver des pièces et on ne doit pas tout remplacer.	La réparation est à charge du client.
6.3. Caractéristiques des produits et des marques présentant l'information de réparabilité	Marque qui fait attention à l'écologie.	Gros appareils électroménagers, appareils qu'on utilise beaucoup (machine à laver, séchoir, lave-vaisselle, aspirateur). Pas des petits électroménagers. Ce seront des marques plus chères.
6.4. Impact de l'information de réparabilité sur l'entreprise et les produits	Pas de doute par rapport aux produits ou à la marque. Le logo est un gage de qualité, de fiabilité et de durabilité du produit. La marque qui utilise ce logo sera une marque beaucoup plus responsable, qui a une meilleure image. Cette information est positive.	Pas de doute, c'est rassurant. Maintenant logiquement si c'est une machine un peu plus chère, théoriquement elle ne devrait pas être réparée. Cette info n'aura pas d'impact sur la qualité du produit. Ce sont des marques qui attirent le client et qui doivent avoir une certaine puissance au niveau de la réparation. Cette information est positive.

Thèmes	Interview 3	Interview 4
7. Format de l'information de réparabilité		
7.1. Format souhaitable de l'information de réparabilité	Le logo nécessite un texte explicatif qui stipule que ce n'est pas une garantie, que le coût de la réparation est à charge du client et que toutes les petites pièces peuvent être remplacées. Un score de réparabilité est très pratique. Il serait intéressant de savoir si un produit qui a un score plus élevé a nécessairement un prix plus élevé. Il serait aussi intéressant de connaître l'échelle sur laquelle ce score est basé. Ce score pourrait influencer le choix quand il y a une comparaison à faire. --> Score de réparabilité est plus intéressant que le logo quand il y a une comparaison à faire.	Le logo nécessite un texte explicatif qui explique que ce n'est pas une garantie, que la réparation est à charge du client. Un élément écologique pourrait apparaître sur le logo, c'est assez nu comme présentation. Le score de réparabilité est pas mal. Il faudrait connaître les critères sur lesquels ils se sont basés pour attribuer ce score. Pour moi ce score ne veut pas dire grand chose. Il n'influencera pas mon choix d'achat. --> Un score de réparabilité n'est pas plus parlant qu'un logo produit réparable parce que je n'ai toujours aucune idée du prix.
7.2. Informations nécessaires en rapport avec cette réparabilité	La durée de réparation, le nombre de pièces que contient le produit, un prix estimatif de la réparation selon les dégâts.	Les endroits où aller faire réparer le produit.
8. Attitude/Intention d'achat		
8.1. Attitude envers le produit et/ou la marque	Le logo pourra changer positivement la perception des produits et des marques. Il y a certaines marques que je ne vois pas du tout comme des marques écologiques ou écoresponsables, en voyant ce logo je me dirais qu'ils essayent.	Etant donné que je suis convaincue que tous les produits sont réparables, le logo ne changera pas ma perception des produits et des marques.
8.2. Attitude envers les autres produits et/ou marques de la catégorie	Le fait qu'une marque utilise le logo mettra cette marque en valeur. Une marque utilisant ce logo est supérieure car elle offre un service supérieur. Si une marque utilise ce logo pour une partie de ses produits ce n'est pas dérangeant, il y a des produits qui sont plus réparables que d'autres.	Cela n'est pas parce qu'un produit n'a pas le logo qu'il n'est pas réparable. Une marque qui utilise le logo n'est pas supérieure ou inférieure, elle a juste un peu plus en tête l'écologie, la planète et pas une hyperconsommation. Si une marque utilise ce logo pour une partie des produits de sa catégorie, cela ne détériorerait pas l'images des produits qui n'ont pas ce logo mais je me demanderais pourquoi.
8.3. Choix	L'information de réparabilité influencera le choix quand j'hésite entre 2 produits, ça fera pencher la balance. Si on communiquait plus sur ce critère il serait plus pris en compte.	Si j'ai un électroménager qui est beaucoup tombé en panne, pour le suivant je vais faire attention à la réparabilité, me poser la question de savoir s'il est réparable ou pas. Actuellement, en dessous d'un certain prix on n'a pas l'opportunité de réparer. On est obligé d'acheter un produit neuf.
8.4. Prix/Coûts	Prête à payer un prix plus élevé pour bénéficier de cet avantage. 5 à 10% du prix d'achat. Je ne pense pas du tout au coût potentiel de réparation quand je fais un achat. Je ne contracte jamais d'assurance commerciale.	Je ne suis pas sûre d'être prête à payer un prix plus élevé pour bénéficier de cet avantage, ça dépendra de l'électroménager, peut-être plus pour des plus gros électros. Je ne pense pas du tout au coût potentiel de réparation quand je fais un achat. Je ne contracte jamais d'assurance commerciale.

Interviews 5 et 6

Thèmes	Interview 5	Interview 6
1. Caractéristiques répondants		
1.1. Sexe	Femme	Femme
1.2. Âge	54	56
1.3. Profession	Employée	Employée
1.4. Taille du foyer	Plus de 5	1
1.5. Diplôme	Haute Ecole	Haute Ecole
1.6. Importance accordée à l'environnement	Pas mal de choses respectueuses de l'E	Pas mal de choses respectueuses de l'E
2. Raisons d'achat d'un électroménager		
2.1. Dernier achat d'électroménager réalisé (ou intention d'achat)	Intention d'acheter une machine à café.	Intention d'acheter une taque électrique et un fer à repasser.
2.2. Raisons poussant à l'achat d'un électroménager	La machine à café actuelle ne coule plus assez vite malgré le fait qu'elle soit détartrée. Elle n'est donc plus optimale.	Les 2 produits sont en fin de vie.
3. Critères de choix		
3.1. Critères importants	* Prix * Qualité * Design * Marque * Couleur --> Importance des critères varie en fonction de chaque appareil (par ex. pour un aspirateur les critères de taille et de poids sont importants parce qu'il va falloir le porter). --> Critères peuvent varier d'un consommateur à un autre (le critère de prix par ex. varie en fonction du budget).	* Prix * Consommation énergétique * Marque et sa réputation (rester dans la même marque si je suis contente et changer si je ne suis pas contente) * Modèle (idem que pour la marque) --> Critères varient en fonction des petits et des gros électros car le budget sera différent. --> Critères varient en fonction des consommateurs, chacun sait de quoi il dispose pour faire son achat.
3.2. Critères pas importants/accessoires	* Design * Taille	
4. Recherche d'informations		
4.1. Importance accordée à la recherche d'informations avant d'acheter un électroménager et au moment d'acheter un électroménager	Recherche d'informations avant d'effectuer un achat. Comparaison des étiquettes et des fiches descriptives de différents produits.	Recherche d'informations avant d'effectuer un achat. Une fois que le choix est fait plus de recherches. Comparaison des étiquettes et des fiches descriptives. Aujourd'hui on a accès à beaucoup plus de détails techniques qu'avant.
4.2. Types d'informations recherchées	Réputation, rapport qualité-prix, promotions, consommation énergétique (surtout pour les gros électros), les accessoires, le prix, la marque, les spécificités techniques.	Prix, marque (fort lié au budget), consommation électrique, consommation d'eau.
4.3. Moyens utilisés pour trouver ces informations	Réalisation d'une petite étude de marché, en regardant sur Test Achats ou sur des forums pour avoir les avis des consommateurs sur différents modèles.	Demande de conseils auprès de professionnels (par exemple à un cuisiniste pour la taque), faire un tour du marché pour voir ce qui existe (se rendre chez Vandenborre et Media Markt) et voir ce qui est proposé.
4.4. Eléments importants d'une fiche produit	Le design (apparence du produit), une explication technique, le prix, la marque, le modèle de l'appareil, la durée de la garantie si elle est supérieure à 2 ans, la consommation énergétique, la puissance.	Le prix, les dimensions, les différentes couleurs dans lesquelles c'est disponible, la marque, l'apparence du produit, l'année du modèle, la consommation énergétique.

Thèmes	Interview 5	Interview 6
5. Critère de réparabilité		
5.1. Opinion sur le critère de réparabilité	Opinion négative. Encore une publicité pour essayer de vendre des produits. Nécessité de plus d'informations pour se positionner (par exemple le prix). Si le prix restait correct et qu'on avait plus d'informations, ce critère pourrait influencer le choix d'achat.	Opinion positive. Si cette réparabilité est vraiment effective, cela pourrait influencer le choix d'achat. Mais aujourd'hui on est content de déjà au moins pouvoir garder nos produits pendant 10 ans.
5.2. L'opinion face à ce critère est-il fonction du type de produit ?		Je crois qu'on accepte plus d'un petit électroménager qu'il tienne moins longtemps que d'un gros électroménager.
5.3. Critères plus importants que la réparabilité	Les fonctions premières de l'appareil, les forces de l'appareil, le prix.	
6. Signification du terme réparabilité		
6.1. Signification du terme réparabilité ou du logo	Produit réparable pendant 10 ans. Mais après 10 ans on ne sait plus le réparer, ça pourrait être de l'obsolescence programmée après 10 ans. Il faudrait plus d'informations pour savoir si la réparation est à charge de l'entreprise ou du consommateur.	Produit réparable pendant 10 ans. Disponibilité des pièces de rechange pendant 10 ans.
6.2. Signification du terme réparabilité ou du logo après lecture de la page SEB et remarques		
6.3. Caractéristiques des produits et des marques présentant l'information de réparabilité	Un produit difficile à transporter, pour lequel il faut que quelqu'un se déplace. Société capable d'avoir un service de techniciens. Marque connue qui a une infrastructure suffisante pour pouvoir offrir ce service.	Marques qui ont tendance à faire durer les produits et permettent aux consommateurs de changer certaines pièces et pas automatiquement de devoir changer l'appareil.
6.4. Impact de l'information de réparabilité sur l'entreprise et les produits	Pas de doute car c'est dans l'air du temps (marque qui a envie de vivre avec son temps donc c'est positif). Conséquence sur la qualité car pas rentable si la marque doit intervenir tout le temps pour réparer pendant 10 ans. Ce sera une marque fiable. Produit durable car il va au moins tenir 10 ans. Marque qui veut s'inscrire dans une durabilité. Information positive car c'est une marque qui produit des appareils durables.	Pas de doute. Ce logo est une qualité de fiabilité et de durabilité. Le logo inspire confiance. Ce logo pourrait être un élément de marketing, un facteur de vente supplémentaire. Cette information est positive car elle met le consommateur en confiance par rapport à l'achat qu'il fait.

Thèmes	Interview 5	Interview 6
7. Format de l'information de réparabilité		
7.1. Format souhaitable de l'information de réparabilité	Ce logo nécessite plus d'informations pour être compris. Si c'est purement informatif que le produit qu'on achète est réparable 10 ans ou si c'est une garantie qui doit être payée. Il serait aussi intéressant d'avoir des informations sur comment avoir accès à la réparation. Un score de réparabilité est intéressant et pourrait influencer le choix d'achat. --> Un score de réparabilité est plus parlant qu'un logo produit réparable mais il faudrait connaître les critères sur lesquels ce score se base, les facteurs qui ont été comparés.	Le logo ne nécessite pas de texte explicatif pour être compris. Il faudrait un critère de validité, une norme européenne pour valider ce logo. Un score de réparabilité est un indice supplémentaire de choix. Il pourrait influencer le choix d'achat. --> Pas mal de combiner le logo et le score, mais sous une norme européenne pour pouvoir comparer les produits de manière équitable.
7.2. Informations nécessaires en rapport avec cette réparabilité	Ce qu'inclut le fait qu'il soit réparable et si avant les 10 ans il est cassé là aussi savoir ce qu'il se passe.	Que toutes les pièces de l'appareil soient réparables, connaître les restrictions si toutes les pièces ne sont pas réparables.
8. Attitude/Intention d'achat		
8.1. Attitude envers le produit et/ou la marque	La présence d'un logo sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que je me fais du produit mais aussi de la marque. Quand ce logo sera généralisé, cela fera partie des critères importants dans la décision d'achat.	La présence d'un logo sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que je me fais du produit mais aussi de la marque.
8.2. Attitude envers les autres produits et/ou marques de la catégorie	La présence d'un logo produit réparable sur un produit d'une certaine marque pourrait changer la perception que j'ai des autres marques. Si ce logo se généralise ou devient obligatoire cela fera partie de la sélection d'un produit car on a tous envie que les appareils durent. Ce ne sera qu'à partir du moment où le logo deviendra obligatoire qu'on pourra avoir une opinion objective sur toutes les marques qui proposent ce logo. Si une marque utilise ce logo pour une partie des produits de sa catégorie, cela pourrait détériorer l'image des produits qui n'ont pas ce logo parce qu'on pourrait se dire que c'est pour cacher quelque chose là où ils n'en parlent pas et de mettre en avant là où ils en parlent.	La présence d'un logo produit réparable sur un produit d'une certaine marque pourrait changer la perception que j'ai des autres marques. Je me dirais que la société qui a le logo en question a fait les démarches pour que son produit soit conforme à une certaine norme. Une marque ayant ce logo ne sera pas supérieure ou inférieure mais aura une philosophie de réparabilité qui est intéressante. Si une marque utilise ce logo pour une partie des produits de sa catégorie, cela pourrait détériorer l'image des produits qui n'ont pas ce logo.
8.3. Choix	Cette information influencera le choix une fois qu'elle sera communiquée partout.	
8.4. Prix/Coûts	Je suis prête à payer un prix plus élevé pour bénéficier de cet avantage, un pourcentage du prix d'achat, ça dépend du prix de base. Je contracte uniquement des assurances commerciales pour des téléphones.	Prête à payer un prix plus élevé pour bénéficier de cet avantage, un certain pourcentage (20%). Je ne pense pas du tout au coût potentiel de réparation quand je fais un achat. Il m'est une fois arrivé de prendre une assurance commerciale pour un lave-vaisselle et il n'est jamais rien arrivé donc je ne pense pas que je recommencerais (ce n'est pas pendant les 5 premières années qu'on a des problèmes mais après).

Interviews 7 et 8

Thèmes	Interview 7	Interview 8
1. Caractéristiques répondants		
1.1. Sexe	Femme	Femme
1.2. Âge	56	56
1.3. Profession	Employée	Indépendante
1.4. Taille du foyer	3, 4	3, 4
1.5. Diplôme	Université	Université
1.6. Importance accordée à l'environnement	Écologique dans la plupart des choses	Pas mal de choses respectueuses de l'E
2. Raisons d'achat d'un électroménager		
2.1. Dernier achat d'électroménager réalisé (ou intention d'achat)	Incinérateur de mauvaises herbes.	Une machine à laver.
2.2. Raisons poussant à l'achat d'un électroménager	Pour enlever les mauvaises herbes et éviter d'utiliser des produits chimiques.	Ma machine à laver ne fonctionnait plus. Le réparateur m'a dit qu'elle était impossible à réparer. Le tambour était cassé plus tout l'intérieur. Elle était trop âgée donc ça coûtait plus cher de la faire réparer que d'en acheter une nouvelle.
3. Critères de choix		
3.1. Critères importants	* Prix * Consommation énergétique * Marque * Facilité d'emploi * Simplicité (j'aime bien les produits simples qu'on peut réparer) --> Critères varient en fonction d'un petit et d'un gros électro. Pour les gros électros on va aller vers des marques solides, avec un service après-vente. Le petit électro ce sera plus un achat impulsif, ce ne sera pas une catastrophe si un jour il tombe en panne et qu'il n'y a pas de service après-vente. --> Critères varient en fonction du portefeuille de chacun.	* Prix (même catégorie de prix que la précédente) * Consommation énergétique * Marque (marque identique à la précédente) * Facilité de programmation * Achat possible sur internet donc ne pas devoir se déplacer (ça devait être rapide et efficace) --> Critères varient en fonction d'un petit et d'un gros électro. Le prix sera un critère moins important pour un petit électro que pour un gros. Le design aura plus d'importance pour un petit électro qui est visible. --> Critères varient d'un consommateur à un autre. Il y a des personnes pour qui le prix n'a pas d'importance et il y en a pour qui ce sera un critère déterminant. Le budget sera le premier critère.
3.2. Critères pas importants/accessoires	* Sophistication technologique * Façon dont le produit sera recyclé * Durée de vie complète d'un produit * Où et comment le produit a été fabriqué	* Le design, le look, tout ce qui est esthétique (ces critères sont plus importants pour un petit électro qui sera visible) * Durabilité * Origines du produit (où il a été construit).
4. Recherche d'informations		
4.1. Importance accordée à la recherche d'informations avant d'acheter un électroménager et au moment d'acheter un électroménager	Recherche d'informations avant d'effectuer un achat, comparaisons sur Internet. Pas de comparaison des étiquettes et des fiches descriptives.	Recherche d'informations pour des produits qui ne sont pas basiques. Comparaison des étiquettes et des fiches produits.
4.2. Types d'informations recherchées	Consommation, efficacité, la puissance électrique, les avantages du produit, la simplicité du produit, les côtés pratiques des produits, le prix, la marque, rapport qualité-prix.	Consommation, la capacité, la consommation énergétique, la performance.
4.3. Moyens utilisés pour trouver ces informations	Informations dans les associations de consommateurs (par exemple Test Achats), sur Internet pour avoir une base de comparaison entre les produits. Les vendeurs dans les magasins qui s'y connaissent bien et qui peuvent faire une petite synthèse.	Internet (pour les plus jeunes) et les magasins pour les gens comme moi.
4.4. Eléments importants d'une fiche produit	L'aspect écologique du produit, les dimensions, le prix, la marque, l'apparence du produit, fonctionnalités du produit (il faut que ce soit simple), la durée de la garantie, des avis extérieurs sur le produit, la consommation énergétique.	Compatibilité (avec les capsules par exemple), la performance, spécificités techniques, le prix, la composition du produit, la marque, l'apparence du produit, la consommation énergétique (pour des gros électros).

Thèmes	Interview 7	Interview 8
5. Critère de réparabilité		
5.1. Opinion sur le critère de réparabilité	Opinion positive. Je pense que la solution pour un environnement durable c'est de moins consommer, on ne devrait pas jeter autant mais avoir la possibilité de réparer. L'argument de réparabilité pourrait influencer le choix.	Opinion positive. L'argument de réparabilité pourrait influencer le choix car je suis contre la société de consommation.
5.2. L'opinion face à ce critère est-il fonction du type de produit ?	Non.	Le petit électroménager (par exemple un grille-pain) à la fin ça prend de l'âge et ce n'est plus très beau. Ce qui est visible et qu'on utilise au quotidien et qui commence à perdre un peu au niveau esthétique, ce serait moins important de les faire réparer.
5.3. Critères plus importants que la réparabilité	La durabilité.	La performance, le prix, la marque, la consommation énergétique.
6. Signification du terme réparabilité		
6.1. Signification du terme réparabilité ou du logo	La marque garantit le fait qu'on puisse réparer notre produit pendant 10 ans. Je ne sais pas si ils couvrent la réparation mais en tout cas ils offrent un service après-vente de réparation.	Que pendant 10 ans on offre un service de réparabilité.
6.2. Signification du terme réparabilité ou du logo après lecture de la page SEB et remarques		
6.3. Caractéristiques des produits et des marques présentant l'information de réparabilité	Ce sera plutôt un gros électro qui n'est pas très sophistiqué. Ce sera une marque qui veut protéger l'environnement, une marque écologique.	Produit qui est destiné à une longue vie.
6.4. Impact de l'information de réparabilité sur l'entreprise et les produits	Aucun doute. Si ils assurent la réparabilité du produit pendant 10 ans, sans payement en plus de la part du consommateur, c'est que le produit est quand même d'une certaine durabilité, d'une certaine qualité. Sinon ça n'a pas d'intérêt pour eux au niveau de la vente donc ça doit être un bon produit. Ca doit être un produit fiable dans le temps donc construit en connaissance de cause, avec une certaine expertise. Ce sera une marque durable, fiable, une bonne marque. Cette information est positive.	Je garde en général mes électroménagers plus de 10 ans. Après 10 ans quand viendront les soucis je ne pourrai pas réparer. Cette info aura une conséquence positive si elle est mise sur une sous-marque, une marque moins crédible. Par contre sur une marque réputée ça n'a pas d'influence. Pour moi 10 ans c'est trop court pour la plupart des électroménagers.

Thèmes	Interview 7	Interview 8
7. Format de l'information de réparabilité		
7.1. Format souhaitable de l'information de réparabilité	Le logo nécessite un texte explicatif pour savoir ce qu'ils entendent par réparation sur 10 ans. Est-ce que c'est la firme qui va réparer ? Contre paiement ? Dans quelles conditions ? Un score de réparabilité est intéressant, ça explique un peu la complexité de chaque appareil et donc la possibilité de réparer l'un ou l'autre. Il pourrait influencer le choix d'un produit. --> Un score est sans doute plus parlant mais il faut commencer par le logo car cette habitude de réparabilité n'est pas encore dans nos moeurs.	Le logo ne nécessite pas de texte explicatif, ni d'éléments d'information supplémentaires pour être compris. Il ne faut pas trop le compliquer sinon ce sera illisible. Un score de réparabilité est bien. J'imagine que ça doit être régulé par un organisme agréé extérieur comme un PEB, un certificateur extérieur qui va dire je juge que ce produit doit être en 6 ou en 8. Ce score pourrait influencer le choix de produit. --> Le logo et le score de réparabilité doivent être combinés. Il faut d'abord dire que c'est réparable et puis dans quelle catégorie. Le logo pourrait prendre la couleur du score de réparabilité.
7.2. Informations nécessaires en rapport avec cette réparabilité	Numéro de contact où l'on peut poser des questions.	Ca pourrait être sympa qu'ils expliquent que ce produit a été construit de façon à ce qu'il puisse être démonté et remonté et qu'on puisse identifier les parties.
8. Attitude/Intention d'achat		
8.1. Attitude envers le produit et/ou la marque	La présence d'un logo sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que je me fais du produit mais aussi de la marque. Il y a toujours des marques où l'on se méfie un peu. Par exemple si les produits ALDI avaient ce logo on se dirait que c'est quand même des produits solides, qui sont réparables.	La présence d'un logo sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que je me fais du produit mais aussi de la marque. Si je vois par exemple que du Miele ce n'est pas réparable je vais me dire c'est pas génial.
8.2. Attitude envers les autres produits et/ou marques de la catégorie	La présence d'un logo produit réparable sur un produit d'une certaine marque pourrait changer la perception que j'ai des autres marques. Ca pourrait faire jouer d'autres intervenants sur le marché. Une marque qui utilise ce logo est innovatrice plutôt qu'inférieure ou supérieure. Si une marque utilise ce logo pour une partie des produits de sa catégorie, cela ne détériorerait pas l'image des produits qui n'ont pas ce logo. Au contraire, je trouve ça très bien que justement ils soient tout à fait honnêtes dans le fait que certains produits ne soient pas réparables, plutôt que de dire que tout est réparable.	La présence d'un logo produit réparable sur un produit d'une certaine marque pourrait changer la perception que j'ai des autres marques. Avec ce logo on se pose des questions que l'on ne se posait pas avant, c'est un nouvel élément qui entre dans les critères et qui peut modifier l'image qu'on a des autres marques. Une marque doit utiliser ce logo sur tous ses produits. A partir du moment où on nous donne une information et qu'on ne la donne pas sur le reste on se pose des questions.
8.3. Choix	L'information de réparabilité influencera mon choix parce que ça me permettra d'avoir l'impression d'acheter des produits durables et de participer à la protection de l'environnement. Il faudrait que l'information de réparabilité soit présente sur les produits pour qu'elle soit prise en compte dans les critères de choix. Il faudrait que le logo soit officialisé.	L'information va influencer favorablement mon choix pour cette marque. Il faut parler de la réparabilité, il faut bien communiquer sur ce critère et mettre son avantage en avant. Cette communication devrait être étayée par des pourcentages vécus.
8.4. Prix/Coûts	Prête à payer un prix plus élevé pour bénéficier de cet avantage de réparabilité. 50 € par an ça me semble faisable. C'est un petit calcul à faire en fonction de la fréquence des pannes. Je ne pense pas au coût potentiel de réparation quand je fais un achat, on espère toujours qu'on ne va pas devoir le réparer. Je contracte parfois des assurances commerciales, par exemple je l'ai fait pour mon lave-vaisselle.	Je ne serais pas prête à payer un prix plus élevé pour bénéficier de cet avantage parce que pour moi ça doit être naturel et évident que les entreprises offrent ce service. Quand je fais un achat, je ne pense pas au coût de la réparation. Je ne contracte jamais d'assurance commerciale.

Interviews 9 et 10

Thèmes	Interview 9	Interview 10
1. Caractéristiques répondants		
1.1. Sexe	Femme	Femme
1.2. Âge	58	76
1.3. Profession	Employée	Employée/Retraitée
1.4. Taille du foyer	3, 4	1
1.5. Diplôme	Post-Université	Haute Ecole
1.6. Importance accordée à l'environnement	1 ou 2 choses respectueuses de l'E	Pas mal de choses respectueuses de l'E
2. Raisons d'achat d'un électroménager		
2.1. Dernier achat d'électroménager réalisé (ou intention d'achat)	Thermomix, petit aspirateur Dyson et petit toaster.	Intention d'acheter une nouvelle machine à laver.
2.2. Raisons poussant à l'achat d'un électroménager	J'ai acheté le Thermomix car on m'a dit que c'était un appareil exceptionnel. L'aspirateur et le toaster car je n'en avais pas.	Machine à laver actuelle à un problème de programmation.
3. Critères de choix		
3.1. Critères importants	* Qualité (on m'a dit que Dyson était une des meilleures marques d'aspirateurs) * Le fonctionnement * Design, look * Marque (réputation) * Critères écologiques	* Prix * Rapport qualité/prix * Consommation énergétique (produit A) * Fonctionnalités (pas trop sophistiquée) --> Critères varient en fonction d'un petit et d'un gros électro. Moins de facteurs qui interviennent dans un petit électro. --> Critères varient selon la philosophie de l'acheteur, certaines personnes recherchent toujours le meilleur rapport qualité-prix alors que d'autres font des achats impulsifs.
3.2. Critères pas importants/accessoires	* Durée de vie de l'électroménager. * Prix à partir du moment où je suis certaine que j'achète quelque chose de qualité.	* Aspect extérieur * Couleur * Fonctionnalités superflues
4. Recherche d'informations		
4.1. Importance accordée à la recherche d'informations avant d'acheter un électroménager et au moment d'acheter un électroménager	Recherche d'informations avant d'acheter un produit électroménager. Pas une habitude de comparer les étiquettes et les fiches descriptives des produits.	Recherche d'informations avant d'acheter un produit électroménager.
4.2. Types d'informations recherchées	L'efficacité, le prix, le délai de la garantie, les facteurs écologiques.	La consommation énergétique (pour les gros électros), les fonctionnalités, prix, la performance.
4.3. Moyens utilisés pour trouver ces informations	Renseignements auprès de personnes qui disposent de ces produits. Recherche des avis positifs et négatifs sur les produits sur Internet.	Demander autour de moi si des personnes de mon entourage on fait ce genre d'achat, demander des avis. Analyse des fiches produits dans les magasins et puis me renseigner auprès d'un vendeur.
4.4. Eléments importants d'une fiche produit	Le prix des accessoires nécessaires pour faire fonctionner l'appareil (par exemple les capsules pour une machine à café), le prix, le prix de livraison, la marque, l'apparence du produit, le fonctionnement (pour les produits complexes, pas pour une machine à café), la durée de la garantie et le prix d'une extension de garantie, des avis extérieurs (pour des produits moins basiques).	Le prix, la marque, l'aspect écologique du produit (par exemple les capsules sont très polluantes pour une machine à café), les fonctionnalités, un mode d'emploi simplifié, l'apparence du produit (selon le type d'appareil), la durée de la garantie, la consommation énergétique.

Thèmes	Interview 9	Interview 10
5. Critère de réparabilité		
5.1. Opinion sur le critère de réparabilité	Opinion positive. L'argument de réparabilité pourrait influencer le choix.	Opinion positive. Économiquement c'est plus intéressant de réparer un appareil plutôt que de devoir le jeter en cas de panne. Cette argument de réparabilité pourrait influencer le choix.
5.2. L'opinion face à ce critère est-il fonction du type de produit ?	Oui ça vaut la peine pour des gros électroménagers.	Non, l'opinion est la même pour tous les électroménagers.
5.3. Critères plus importants que la réparabilité		Le prix et la performance.
6. Signification du terme réparabilité		
6.1. Signification du terme réparabilité ou du logo	L'appareil est garanti 10 ans. Réparable équivaut à une garantie. Pour moi il s'agit d'une garantie décénnale incluse dans le prix donc c'est la maque qui payera la réparation.	Il s'agit d'une garantie de réparation sur 10 ans. Ma machine tiendra au moins 10 ans puisqu'on m'assure la réparation des petits incidents. Au delà de la garantie légale ce sera moi qui payerai la réparation.
6.2. Signification du terme réparabilité ou du logo après lecture de la page SEB et remarques	On est donc pas dans une garantie décénnale mais plutôt dans une facilité de réparation pour allonger la durée de vie des produits et lutter contre le gaspillage. On est dans un circuit de réparateurs professionnels mais qu'on va devoir payer, rien n'est gratuit. Maintenant, j'ai compris que ce logo était un souci de durabilité du produit et de proposition de réparabilité. Mais on ne connaît toujours pas le coût.	
6.3. Caractéristiques des produits et des marques présentant l'information de réparabilité	Produit qui sera réparable pendant 10 ans. Il s'agit d'une marque fiable si elle garantit que ses produits soient garantis 10 ans.	Ca doit être des gros électroménagers. Production d'un produit de qualité, peut-être un peu plus cher à l'achat.
6.4. Impact de l'information de réparabilité sur l'entreprise et les produits	Pas de doute, au contraire cela me donne confiance. Cette garantie est un signe de fiabilité. Il s'agit d'une stratégie commerciale qui peut avoir des conséquences positives sur l'ensemble des produits vendus par la marque. Cette information est positive.	Pas de doute, je fais confiance au fabricant. La qualité sera meilleure puisqu'on garantit une réparation pendant 10 ans. Avec ce logo, je suis presque certaine d'acheter quelque chose de valable. Si le produit est réparable pendant 10 ans, il va pouvoir vivre plus longtemps. La marque cherchera à rendre ses produits de plus en plus performants.

Thèmes	Interview 9	Interview 10
7. Format de l'information de réparabilité		
7.1. Format souhaitable de l'information de réparabilité	Le logo nécessite un texte explicatif pour être compris. Moi je mettrais « à charge de l'acheteur ». Je mettrais aussi « garanti 2 ans à l'achat, 10 ans à charge de l'acheteur ». Un score de réparabilité est bien mais je pense que tout le monde n'est pas encore sensible à ça aujourd'hui. Ce score de réparabilité pourrait influencer mon choix. Il faudrait savoir à quoi correspond ce score. --> Un score de réparabilité est plus parlant qu'un logo mais il faudrait indiquer sur ce score qu'il s'agit d'un degré de réparabilité.	Le logo nécessite un texte explicatif pour être compris. Il faut expliquer ce qu'ils entendent par réparable. Il faut faire la distinction entre garantie et réparation. Un score de réparabilité influencera mon choix. --> Il faut combiner le logo et le score.
7.2. Informations nécessaires en rapport avec cette réparabilité	Comment ils s'engagent pour que pendant 10 ans j'aie accès à ces pièces et qu'est-ce que ça me coûte d'avoir cette garantie de réparabilité pendant 10 ans, pas le prix de la réparation.	La durée de la réparabilité, le lieu où je peux faire réparer mon électroménager.
8. Attitude/Intention d'achat		
8.1. Attitude envers le produit et/ou la marque	La présence d'un logo sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que je me fais du produit mais aussi de la marque. Je me dirais cette marque est sensible et a une approche écologique.	La présence d'un logo sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que je me fais du produit mais aussi de la marque.
8.2. Attitude envers les autres produits et/ou marques de la catégorie	La présence d'un logo produit réparable sur un produit d'une certaine marque pourrait changer la perception que j'ai des autres marques. A partir du moment où le déclic est fait et qu'on apprend qu'il y a ce système qui est mis en place pour allonger la durabilité d'un produit ça aura une influence. Le fait qu'une marque utilise ce logo, ça augmente la confiance qu'on peut avoir dans le produit. Une marque doit utiliser ce logo pour l'ensemble des produits de sa catégorie. Il faut dès le départ avoir cet aspect écologique et l'appliquer à tous les produits.	La présence d'un logo produit réparable sur un produit d'une certaine marque pourrait changer la perception que j'ai des autres marques. Ca va certainement influencer mon jugement. Une marque utilisant ce logo n'est pas supérieure ou inférieure à une autre marque, il faut garder une certaine perspicacité par rapport au produit. Si une marque utilise ce logo uniquement sur les gros électros et pas sur les petits, ça ne détériorera pas l'image des petits électros. Mais il faut rester logique.
8.3. Choix	A partir du moment où je deviens sensible à la réparabilité, je serai sensible au score proposé. Une meilleure communication sur la réparabilité influencera le choix.	A qualités égales, performances égales la réparabilité influencera le choix.
8.4. Prix/Coûts	Je serais prête à payer un prix plus élevé pour bénéficier de cet avantage mais il faut rester raisonnable. Plus le prix de base de la machine est élevé, plus on sera prêt à payer un supplément pour bénéficier de cet avantage. Comme au départ je me dis que j'achète de la qualité je ne pense pas au coût de la réparation au moment de l'achat. Je contracte parfois des assurances commerciales pour les gros montants.	Je serais prête à payer un prix plus élevé pour bénéficier de cet avantage (disons 10% de plus). Je ne pense pas au coût potentiel de réparation lorsque je fais un achat. Je ne contracte jamais d'assurance commerciale.

Interviews 11 et 12

Thèmes	Interview 11	Interview 12
1. Caractéristiques répondants		
1.1. Sexe	Homme	Homme
1.2. Âge	24	26
1.3. Profession	Étudiant	Employé (affaires étrangères belges)
1.4. Taille du foyer	2	Plus de 5
1.5. Diplôme	Secondaire	Post-Université
1.6. Importance accordée à l'environnement	Pas mal de choses respectueuses de l'E	Écologique dans la plupart des choses
2. Raisons d'achat d'un électroménager		
2.1. Dernier achat d'électroménager réalisé (ou intention d'achat)	Intention d'acheter de l'électroménager divers (petit comme gros).	Un baffle.
2.2. Raisons poussant à l'achat d'un électroménager	Installation (pour le moment aucun électroménager en ma possession).	Pas de baffle.
3. Critères de choix		
3.1. Critères importants	* Prix (surtout pour petits électros) * Consommation énergétique * Dimensions * Réputation de la marque (surtout pour gros électros) --> Critères varient en fonction de l'utilisation qu'on a de l'électro (par ex. pour un produit qu'on utilise tous les jours comme une machine à café j'aurai tendance à acheter une bonne marque). --> Critères varient selon les consommateurs, il y a des consommateurs qui veulent le top et d'autres qui pensent plus à l'utilisation comme moi.	* Prix * Qualité * Avis de consommateurs * Critères techniques * Durée de vie (je déteste jeter des choses) * Consommation en eau * Consommation en électricité. --> Critères identiques pour des petits et des gros électros, il faut avoir une certaine cohérence. --> Critères varient d'un consommateur à un autre. Les classes aisées achèteront des produits chers, qui ont une technologie plus développée alors que les classes moins aisées auront tendance à acheter des produits en seconde main. Les critères dépendront du pouvoir d'achat.
3.2. Critères pas importants/accessoires	* Design, aspect décoratif * Gadgets et options non nécessaires	* Origine de construction
4. Recherche d'informations		
4.1. Importance accordée à la recherche d'informations avant d'acheter un électroménager et au moment d'acheter un électroménager	Recherche d'informations avant d'acheter un produit électroménager. Parfois comparaison des étiquettes et des fiches descriptives.	Recherche d'informations avant d'acheter un produit électroménager (l'étendue de la recherche dépendra du prix et de l'importance du produit).
4.2. Types d'informations recherchées	Informations techniques (puissance, consommation). C'est la conception technique de la machine qui m'intéresse. Le rapport qualité-prix aussi.	L'endroit de fabrication, le prix, la consommation.
4.3. Moyens utilisés pour trouver ces informations	Étude de marché pour comparer les différents modèles et prendre celui le plus adapté à mes besoins. D'abord recherche d'informations sur Internet et puis demande d'informations et de conseils dans les magasins.	Comparaison des étiquettes dans les magasins pour avoir un premier contact avec les produits. Ensuite, recherche d'infos sur des sites Internet.
4.4. Eléments importants d'une fiche produit	Endroit où les accessoires peuvent être achetés (exemple les capsules), l'apparence du produit (la 1ère vue de l'appareil doit donner envie), informations pratiques, le prix, la marque, le fonctionnement (il faut que ce soit simple), la durée de la garantie, des avis extérieurs sur le produit, la consommation énergétique.	Endroit de production, la durée de vie, la durée de la garantie, le prix, la marque, l'apparence du produit, la fonctionnalité (simple de préférence), des avis extérieurs sur le produit, la consommation énergétique.

Thèmes	Interview 11	Interview 12
5. Critère de réparabilité		
5.1. Opinion sur le critère de réparabilité	Opinion négative. Une durée de vie de 10 ans c'est très long pour une machine, il y a une usure naturelle qui se fait. Cet argument influencera quand même mon choix parce que si j'investis dans une machine qui a un prix conséquent, j'aimerais bien qu'elle soit réparable même si je suis conscient qu'il y a un moment où ça ne sera plus possible.	Opinion positive. Cette argument influencera mon choix, c'est super intéressant de proposer cette alternative.
5.2. L'opinion face à ce critère est-il fonction du type de produit ?	Les matériaux des petits électroménagers ont tendance à s'user plus rapidement.	Non.
5.3. Critères plus importants que la réparabilité	La durabilité, j'aimerais que les machines soient rentables et donc qu'elles tiennent un certain temps.	Non j'essayerais de faire une analyse de tous les critères ensemble.
6. Signification du terme réparabilité		
6.1. Signification du terme réparabilité ou du logo	Soit une garantie que pendant 10 ans la machine est sous garantie, soit une garantie que pendant 10 ans si la machine tombe en panne elle est réparable. Je dirais que c'est la marque qui payera la réparation mais c'est difficile à dire.	Que le produit est réparable jusqu'à 10 ans après son achat donc on peut le rapporter j'imagine chez le producteur ou au magasin pour qu'il puisse être réparé. C'est un type de garantie j'imagine, pas de remplacer mais de réparer. S'il y a une utilisation normale du produit et qu'il y a un défaut, le producteur ou le vendeur prendra à sa charge la réparation du produit.
6.2. Signification du terme réparabilité ou du logo après lecture de la page SEB et remarques		
6.3. Caractéristiques des produits et des marques présentant l'information de réparabilité	Produit dont les pièces de rechange seront disponibles pendant 10 ans. Marque qui s'engage pendant 10 ans à fournir une réparation.	Produit d'un certain prix. On ne peut pas garantir des petites choses sur 10 ans parce que souvent ça dure moins longtemps. Je dirais des produits d'une certaine taille, d'une certaine importance et d'un certain prix Ce sera une marque qui va construire des produits de qualité. Cette marque sera respectueuse de l'environnement dans la manière dont elle produit et elle respecte les droits humains. Donc je dirais peut-être plus des produits fabriqués en Europe.
6.4. Impact de l'information de réparabilité sur l'entreprise et les produits	Pas de doute, la marque crée une espèce de confiance entre le consommateur et le vendeur. Le fait que je vois ce logo sur un produit ne me convaint pas de la fiabilité de la machine. Ce logo va plus jouer sur la notoriété de la marque. Le produit tiendra 10 ans quoi qu'il arrive. C'est une bonne stratégie, ça met le client en confiance.	Pas de doute. Ce logo est un gage de garantie que le produit sera de bonne qualité. Le produit sera fiable parce que les fabricants garantissent la réparabilité. Le produit durera au moins 10 ans. C'est une marque qui va essayer d'avoir une consommation responsable. Cette information est positive, ça veut dire qu'il y a un changement dans les mentalités.

Thèmes	Interview 11	Interview 12
7. Format de l'information de réparabilité		
7.1. Format souhaitable de l'information de réparabilité	Ce logo nécessite un texte explicatif pour être compris qui spécifie s'il s'agit d'une garantie du produit ou si le fabricant garantit que le produit peut être réparé pendant 10 ans en fournissant les pièces nécessaires et la main-d'œuvre pour réparer la machine. Un score de réparabilité est intéressant. Je me demande sur quoi ils se sont basés pour donner ce score.Ce score pourrait influencer mon choix. --> Si le score de réparabilité est basé sur des expériences je le trouve plus intéressant que le logo.	Le logo ne nécessite pas de texte explicatif pour être compris. Si les gens veulent poser plus de questions ils les poseront mais je trouve ce logo clair. Un score de réparabilité est super important. Je me demande les tests qui ont été fait pour donner ce score. Si je comprends ce score et qu'il est généralisé ça influencera mon choix. --> Le logo est plus intéressant que le score de réparabilité. Le seul chiffre auquel les gens font attention c'est le prix.
7.2. Informations nécessaires en rapport avec cette réparabilité	J'aimerais savoir si je me procure la pièce si je peux réparer le produit moi-même ou si je suis obligé de rentrer le produit en réparation.	Les pièces qui ont tendance à casser le plus souvent. Savoir après 10 ans les pièces qui lachent en premier. Il doivent être honnêtes et tout à fait transparents.
8. Attitude/Intention d'achat		
8.1. Attitude envers le produit et/ou la marque	La présence d'un logo sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que je me fais du produit mais aussi de la marque. C'est une marque qui pense d'une manière un peu différente et d'une certaine façon d'une meilleure manière.	La présence d'un logo sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que je me fais du produit et de la marque. Si un produit qui a moins bonne réputation possède ce logo ça va m'influencer. Il ne faut pas que la marque utilise ce logo uniquement sur un produit parce que c'est une opération marketing. Ca changera ma vision de la marque si c'est indiqué sur du long terme.
8.2. Attitude envers les autres produits et/ou marques de la catégorie	La présence d'un logo produit réparable sur un produit d'une certaine marque pourrait changer la perception que j'ai des autres marques. Une marque qui propose ce logo ne sera pas supérieure ou inférieure au niveau qualité mais le fait de pouvoir réparer apporte une valeur ajoutée à la marque qui propose ce service. Il est plus logique qu'une marque utilise ce logo pour l'ensemble des produits de sa catégorie. Mais ça ne me choquera pas si elle utilise ce logo sur des machines qu'on utilise beaucoup, qui sont beaucoup plus sujettes à l'usure.	La présence d'un logo produit réparable sur un produit d'une certaine marque pourrait changer la perception que j'ai des autres marques. Une marque possédant ce logo est supérieure parce que ça permet de consommer de manière responsable. Une marque doit être cohérente et utiliser ce logo pour l'ensemble de ses produits.
8.3. Choix	Le fait de pouvoir réparer un produit fera pencher la balance lorsqu'on hésite entre 2 produits.	La réparabilité sera un critère de choix essentiel. On ne communique pas assez sur ce critère.
8.4. Prix/Coûts	Je serais prêt à payer un prix plus élevé pour bénéficier de cet avantage si j'investis dans une machine conséquente. Tout dépend du surplus que l'on demande. Au moment de l'achat je ne pense pas du tout au coût potentiel de réparation. Je n'ai jamais contracté d'assurance commerciale.	Je serais prêt à payer un prix plus élevé pour bénéficier de cet avantage (20% du prix). Je ne pense pas au coût potentiel de réparation lorsque je fais un achat. Le fait de contracter une assurance commerciale dépendra du prix et de la garantie légale de l'objet.

Interviews 13 et 14

Thèmes	Interview 13	Interview 14
1. Caractéristiques répondants		
1.1. Sexe	Homme	Homme
1.2. Âge	29	31
1.3. Profession	Employé (contrôleur de gestion)	Employé
1.4. Taille du foyer	3, 4	3, 4
1.5. Diplôme	Université	Université
1.6. Importance accordée à l'environnement	1 ou 2 choses respectueuses de l'E	Pas mal de choses respectueuses de l'E
2. Raisons d'achat d'un électroménager		
2.1. Dernier achat d'électroménager réalisé (ou intention d'achat)	Fer à repasser.	Mixeur.
2.2. Raisons poussant à l'achat d'un électroménager	L'ancien n'était plus très efficace.	J'ai eu un bébé qui mange des panades.
3. Critères de choix		
3.1. Critères importants	* Prix * Qualité * Rapport qualité/prix * Marque * Poids * Facilité d'utilisation et d'entretien * Durée de vie * Consommation électrique --> Critères varient en fonction d'un petit et d'un gros électro (par exemple on fera plus attention à la consommation électrique pour un gros électro). --> Critères peuvent varier d'un consommateur à un autre, tout le monde n'a pas les mêmes priorités (par exemple certaines personnes se sentent plus concernées par la planète que d'autres).	* Prix * Options * Design * Garantie * Facilité d'utilisation * Compatibilité avec d'autres ustensiles --> Critères varient en fonction d'un petit et d'un gros électro (par exemple on sera moins regardant sur le prix et la garantie pour des petits électros que pour des gros, par contre le critère de design sera le même). --> Critères varient d'un consommateur à un autre, tout dépend du pouvoir d'achat, des goûts et des couleurs.
3.2. Critères pas importants/accessoires	* Look, le design * Origines du produit.	* Options * Facilité d'utilisation * Consommation énergétique
4. Recherche d'informations		
4.1. Importance accordée à la recherche d'informations avant d'acheter un électroménager et au moment d'acheter un électroménager	Recherche d'informations avant d'acheter un produit électroménager (ça dépendra du type de produit, par exemple pas besoin de faire des recherches pour un fer à repasser).	Recherche d'informations avant d'acheter un produit électroménager (surtout pour du gros électroménager). Pour les petits électros pas de recherche d'infos mais demande de quelques conseils au vendeur au moment de l'achat.
4.2. Types d'informations recherchées	Satisfaction des utilisatuers, la consommation énergétique, le prix, la puissance de l'appareil, la qualité, la durée de vie.	Les feedbacks sur les appareils, la différence de prix, les différentes options, la garantie.
4.3. Moyens utilisés pour trouver ces informations	Etude de marché sur Internet (Test Achats), comparatifs. Ensuite demande de conseils dans le magasin et comparaison des étiquettes et fiches descriptives une fois que je connais les critères à prendre en compte pour ce type d'électroménager.	Sites de comparaison sur Internet.
4.4. Eléments importants d'une fiche produit	L'apparence du produit (selon le produit), le prix, la marque, la durée de la garantie, la compatibilité avec les accessoires (par exemple les capsules), le fonctionnement, la consommation énergétique (selon la taille de l'appareil), des avis extérieurs sur le produit.	Les différentes couleurs, les différentes fonctionnalités, l'apparence du produit, la marque, des avis extérieurs sur le produit.

Thèmes	Interview 13	Interview 14
5. Critère de réparabilité		
5.1. Opinion sur le critère de réparabilité	Opinion positive J'essaye de ne pas être trop entraîné dans cette société de consommation qui est la nôtre aujourd'hui. Cet argument de réparabilité influencera mon choix.	Opinion positive. C'est important de pouvoir se dire qu'on a un produit qu'on va être capable de réparer pendant 10 ans et qu'on ne va pas devoir changer au cas où il arrive un pépin sur un plus court-terme. Cet argument pourrait influencer le choix.
5.2. L'opinion face à ce critère est-il fonction du type de produit ?	Au plus le produit est conséquent et cher, au plus cela influencera mon choix.	Je pense que ça dépend un peu du prix que l'appareil coûte mais à l'avenir c'est quelque chose qui attirera mon attention même si c'est des plus petits produits parce qu'on doit faire attention à la surconsommation et essayer de d'abord réparer ce que l'on a avant de continuer à acheter et polluer.
5.3. Critères plus importants que la réparabilité	La qualité du produit. C'est bien qu'il soit réparable mais avant tout il faut quelque chose de qualité et de fonctionnel.	Le prix, le design, les options.
6. Signification du terme réparabilité		
6.1. Signification du terme réparabilité ou du logo	On ne sait pas s'il faut le comprendre comme une garantie de 10 ans (ça veut dire que si le produit a un problème on ne déboursera pas un centime de sa poche) ou s'ils estiment que le produit a une durée de vie de minimum de 10 ans et que avant ça c'est impossible que le produit ne soit plus fonctionnel du tout, donc qu'on puisse le réparer pendant 10 ans mais qu'on doive quand même appeler un technicien et que ça va coûter de l'argent. Malheureusement je pense qu'ils s'engagent à ce que ce soit réparable mais à ce que ce soit nous qui payons au-delà de la garantie légale de 2 ans.	Le produit est réparable pendant 10 ans au moins. Ca implique que les pièces soient toutes des pièces standards, facilement remplaçables. J'imagine qu'il y a même certaines pièces qui pourraient être achetées individuellement et réparées ou changées par le consommateur lui-même. Surtout ça implique que ces pièces soient disponibles pendant 10 ans. SI on a dépassé la garantie légale, ce sera payé par le consommateur.
6.2. Signification du terme réparabilité ou du logo après lecture de la page SEB et remarques		
6.3. Caractéristiques des produits et des marques présentant l'information de réparabilité	Il s'agit d'un produit mécanique et électrique. C'est une marque dans l'air du temps, durable qui est contraire à la société de consommation. Après ça ne veut pas dire que c'est écologique. Ca veut aussi dire qu'ils connaissent bien leurs produits et qu'ils s'engagent auprès du client sur une qualité, donc pour moi c'est aussi un gage de qualité.	Ca doit être un appareil électroménager. Ce sera une marque soucieuse de l'environnement.
6.4. Impact de l'information de réparabilité sur l'entreprise et les produits	Pas de doute. Ce logo a pour conséquence : connaissance du produit et facilité d'entretien et de réparation Il s'agira d'un produit fiable. A première vue ce sera un produit durable. De par ce logo la marque fidélisera sa clientèle. Cette information est positive.	Pas de doute. Ca n'aura pas d'impact sur la qualité. Le produit tiendra au moins 10 ans. Ca rentre dans les tendances actuelles de faire attention à ce que l'on produit et d'avoir des produits qui sont responsables écologiquement. Cette information est positive.

Thèmes	Interview 13	Interview 14
7. Format de l'information de réparabilité		
7.1. Format souhaitable de l'information de réparabilité	Le logo nécessite un texte explicatif pour comprendre ce qui est inclu dans ce logo, comprendre s'il s'agit d'une garantie ou pas. Ce serait bien de connaître le fournisseur de service. Un score de réparabilité est bien, cela devrait de plus en plus entrer dans les mentalités. Je me demande sur quelle échelle ce score se base et ce que ça indique en terme de prix. Ce score pourrait influencer le choix maintenant que je sais qu'il existe. --> Un score de réparabilité est plus intéressant parce qu'il donne une échelle sur la possibilité de réparation. Pour moi tous les produits sont réparables.	Le logo ne nécéssite pas de texte explicatif pour être compris, il est assez clair. Un score de réparabilité est malin. Il permet de faire la différence entre un produit où il y a 80% des pièces qui sont réparables et des produits où les pièces ne sont pas du tout réparables. Il faudrait savoir ce que veut dire ce score de réparabilité. Le score de réparabilité pourrait influencer le choix si je sais exactement à quoi il fait référence. --> Pour moi le logo et le score c'est 2 étapes. D'abord le produit est réparable sur 10 ans et puis à côté de cela on pourra avoir un score de réparabilité ou un score du pourcentage des pièces qui pourront être remplacées sur l'objet en question.
7.2. Informations nécessaires en rapport avec cette réparabilité	La composition des différentes pièces détachées et leur prix.	Savoir où est ce que je peux le faire réparer, où est-ce que je peux trouver les pièces et le délai de réparation.
8. Attitude/Intention d'achat		
8.1. Attitude envers le produit et/ou la marque	Le fait qu'il y ait ce logo en plus cela va ajouter un petit côté positif mais ça ne va pas fondamentalement changer mon avis sur le produit. La présence d'un logo sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que je me fais de la marque parce que je pense que ça s'inscrit dans cette mentalité de durabilité qui est importante aujourd'hui. Ça renforcerait l'image que j'ai de la marque.	La présence d'un logo sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que je me fais du produit et de la marque. S'il y a 2 produits en compétition et qu'il y en a un qui n'est pas produit réparable j'achèterais l'autre. De plus ça veut dire que c'est une marque qui est soucieuse de l'environnement et qui fait des efforts pour changer les choses.
8.2. Attitude envers les autres produits et/ou marques de la catégorie	La présence d'un logo sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que je me fais de la marque mais après je ne vais pas aller blâmer les autres marques qui n'ont pas ce logo. C'est encore trop flou, je ne sais pas dire si une marque qui utilise ce logo est supérieure ou inférieure à une autre marque qui n'utilise pas ce logo. Si une entreprise utilise ce logo pour une partie des produits de sa catégorie cela risque d'un peu dégrader l'image des autres produits de sa catégorie pour lesquels elle n'utilise pas ce logo. On se demande comment ça se fait, est-ce que ce sont des produits d'une moins bonne qualité du coup ? Ça évoquerait en tout cas la réflexion chez moi.	La présence d'un logo produit réparable sur un produit d'une certaine marque pourrait changer la perception que j'ai des autres marques. S'il y a une marque qui commence à y penser et pas les autres ça veut dire que cette marque est devant les autres et que les autres sont à la traine, donc c'est plutôt un aspect négatif pour les autres marques. Une marque qui utilise le logo produit réparable est supérieure aux autres marques. Si une entreprise utilise ce logo pour une partie des produits de sa catégorie, cela risque de détériorer l'image des autres produits de sa catégorie sauf s'ils indiquent clairement que ce sont des produits qui ne sont pas réparables.
8.3. Choix	Le prix du produit influencera le fait que l'information de réparabilité sera prise en compte ou pas. Si c'est un produit très cher cette information sera prise en compte dans le choix.	Le critère de réparabilité va influencer mon choix mais à demi-mesure parce qu'il y a d'abord d'autres critères qui sont plus importants dans mon choix.
8.4. Prix/Coûts	Je serais peut-être prêt à payer un prix un peu plus élevé pour bénéficier de cette réparabilité (10-15%) mais je devrais avoir plus d'informations sur ce que veut dire cette réparabilité. Je ne pose pas régulièrement des questions sur le coût de réparation quand je fais un achat. Je ne contracte jamais d'assurance commerciale.	Je pense en effet que c'est une responsabilité du consommateur donc on devrait être prêts à mettre un prix plus élevé. Il ne faut pas exagérer mais si le produit est 5 à 10 % plus cher je serais prêt à le faire. Je ne pense pas au coût de la réparation quand j'effectue un achat. Je ne constracte jamais d'assurance commerciale.

Interviews 15 et 16

Thèmes	Interview 15	Interview 16
1. Caractéristiques répondants		
1.1. Sexe	Homme	Homme
1.2. Âge	35	52
1.3. Profession	Indépendant (syndic d'immeubles)	Homme au foyer
1.4. Taille du foyer	2	3, 4
1.5. Diplôme	Haute Ecole	Secondaire
1.6. Importance accordée à l'environnement	Pas mal de choses respectueuses de l'E	Pas mal de choses respectueuses de l'E
2. Raisons d'achat d'un électroménager		
2.1. Dernier achat d'électroménager réalisé (ou intention d'achat)	Bouilloire, appareil pour filtrer l'eau.	SodaStream.
2.2. Raisons poussant à l'achat d'un électroménager	On voulait une bouilloire qui chauffe à des degrés différents et qui n'était pas en plastique donc on a pris de l'inox. Concernant le filtrage de l'eau on se posait des questions depuis des années, l'eau en bouteille, l'eau du robinet etc.	On a acheté ce produit parce que ma fille de 14 ans est revenue de l'école en disant qu'il fallait qu'on arrête d'acheter des boissons en bouteilles en plastique et donc nous avons trouvé cette alternative-là pour pouvoir continuer à boire de l'eau pétillante.
3. Critères de choix		
3.1. Critères importants	* Prix * Qualité * Matériaux --> Critères varient en fonction d'un petit et d'un gros électro. On peut plus faire un mauvais choix pour un petit électro. On réfléchit à 2 fois quand on achète quelque chose de beaucoup plus cher. --> Critères varient d'un consommateur à un autre, il y a des gens qui sont très marque, il y a un critère d'argent aussi.	* Prix * Qualité * Rapport qualité/prix * Fonctions * Design * Caractéristiques écologiques * Recommandation * Durabilité --> Critères varient en fonction d'un petit et d'un gros électro. Peut-être que pour un petit électro les gens sont plus sensibles au design (si c'est un objet qui est visible dans leur cuisine).
3.2. Critères pas importants/accessoires	* Esthétique * Origines du produit * Marque	* Côté recyclage des déchets * Consommation énergétique
4. Recherche d'informations		
4.1. Importance accordée à la recherche d'informations avant d'acheter un électroménager et au moment d'acheter un électroménager	Recherche d'informations avant d'acheter un produit électroménager.	Recherche d'informations avant d'acheter un produit électroménager.
4.2. Types d'informations recherchées	La puissance, l'origine, le contenant, le prix, la marque.	Le fonctionnement, les garanties, la durabililité, la qualité, le prix, les recommandations.
4.3. Moyens utilisés pour trouver ces informations	Sur internet beaucoup, aussi bien sur des blogs, sur le site de la marque elle-même, sur des sites de comparaison.	Sites Internet. Faire la liste de nos exigences et puis rechercher ce qui correspond le plus à ce que l'on cherche.
4.4. Eléments importants d'une fiche produit	Le descriptif, la marque (selon le produit), l'apparence du produit, la compostition des matériaux, le prix, le nom du modèle, le fonctionnement, des avis extérieurs, la consommation électrique (surtout pour les gros électros).	Les fonctionnalités (autant essayer de rester simple), des recommandations, des ratings de clients, la consommation énergétique, un mode d'emploi, le prix, l'apparence du produit (si c'est un produit qui sera visible).

Thèmes	Interview 15	Interview 16
5. Critère de réparabilité		
5.1. Opinion sur le critère de réparabilité	Opinion positive. C'est vers cela que l'on doit aller. Actuellement on essaye de faire attention, déjà à l'achat sur quelque chose qui aura une durée de vie plus longue que quelque chose qui coûte moins cher mais qu'on sait qu'on va devoir remplacer. Le problème c'est qu'on met très peu en avant ce genre de choses quand on achète de l'électroménager, c'est très très rare. Cet argument de réparabilité pourrait influencer le choix.	Opinion positive. Je suis un fervent opposant de l'obsolescence programmée. Je pense que plein d'appareils sont prévus pour casser plus vite qu'ils ne devraient, histoire qu'on les remplace justement. Donc je pense que si on répare c'est beaucoup mieux. Cet argument de réparabilité pourrait influencer mon choix. Il faudrait même imposer des législations aux fabricants qui imposent de faire des produits qui sont plus durables.
5.2. L'opinion face à ce critère est-il fonction du type de produit ?	Non. Aujourd'hui la réparabilité doit devenir quelque chose qui doit venir au-dessus de la liste.	Non mais l'intérêt financier de faire réparer un petit électroménager est quand même moins intéressant. Si c'est plus cher ou quasiment identique de réparer que d'acheter je peux comprendre que les gens choisissent du nouveau.
5.3. Critères plus importants que la réparabilité		Les énergies grises, l'origine du produit (favoriser les produits fabriqués localement pour limiter le transport qui est polluant et favoriser la main-d'oeuvre locale).
6. Signification du terme réparabilité		
6.1. Signification du terme réparabilité ou du logo	Que le produit sera réparable pendant 10 ans. Si cela dépasse la garantie légale de 2 ans ce sera à nous de payer la réparation.	Ca pourrait signifier qu'il y a une garantie de réparabilité sur 10 ans. La marque garantit de fournir les pièces nécessaires pour la réparation pendant 10 ans. J'espèrerais bien que ce soit la marque qui paie la réparation mais ça m'étonnerait.
6.2. Signification du terme réparabilité ou du logo après lecture de la page SEB et remarques		
6.3. Caractéristiques des produits et des marques présentant l'information de réparabilité	Ca peut être un gage de qualité. Ce sera une marque qui ose, qui prend des risques à réparer les produits.	Produit technologique donc une machine ou un électroménager.
6.4. Impact de l'information de réparabilité sur l'entreprise et les produits	Pas de doute. Le produit a quand même intérêt à être de bonne qualité si ça doit être réparé parce que je pense que même si c'est payant il y a quand même un coût pour la société qui produit cet appareil donc il a intérêt à être de bonne qualité. Si ça tombe vite en panne tout le monde va remballer les produits et ce ne sera pas bon pour la marque. Donc ça peut être un gage de qualité. Ce sera un produit qui a intérêt à être plus fiable. C'est un produit qui va durer au moins 10 ans. Ce logo pourrait être considéré comme du greenwashing. Les marques pourraient se dire que de toute façon les gens ne vont pas prendre la peine de réparer. La marque peut jouer là-dessus. Cette information est positive.	Pas de doute. C'est une garantie de sérieux. Je pars du principe qu'une marque qui s'engage à réparer ses produits pendant 10 ans a suffisamment confiance en ses produits pour penser qu'ils vont tenir 10 ans. Si les marques osent proposer une réparabilité pendant 10 ans c'est qu'elles ont confiance en leurs produits et par conséquent qu'ils sont de qualité. Avec ce logo on aura une perception de fiabilité qui sera plus grande. C'est une perception de durabilité plus importante. C'est une garantie de sérieux. Cette information est positive.

Thèmes	Interview 15	Interview 16
7. Format de l'information de réparabilité		
7.1. Format souhaitable de l'information de réparabilité	Il faudrait peut-être une petite note explicative pour que ce logo soit compris. Un petit résumé et dire que les produits qui ont ce logo-là sont réparables selon telles conditions. En tous cas la première fois qu'on le voit. Un score de réparabilité est bien. J'aimerais savoir les critères qui sont pris en compte dans ce score, donc comment il a été attribué. Un score de réparabilité pourra influencer mon choix mais pas à 100% parce que pour ce genre de produit (téléphone) on a envie de se faire plaisir. --> Un score de réparabilité sera intéressant pour des produits comme un téléphone ou un ordinateur. Par contre pour tout ce qui est électroménager le logo est suffisant.	Le logo nécessite un texte explicatif pour être compris. Je pense qu'il faudrait rajouter le fait que c'est un engagement d'obtenir les pièces détachées pendant 10 ans que ça veut dire. Et aussi que ça ne garantit pas que ce soit la marque qui prenne en charge la réparation. Il ne faudrait pas que l'on confonde le logo avec une garantie de 10 ans. Un score de réparabilité est intéressant. C'est effectivement un des facteurs qui devrait être pris en compte. Pas forcément le seul, surtout dans les produits de haute technologie comme ceux-là. A qualité de produits égale, si ce facteur-là vient se rajouter en plus, ce sera un facteur de choix. Mais ce ne sera pas mon facteur de choix primordial. Pour ce genre de produits-là, les facteurs primordiaux seront la qualité du produit, sa facilité d'utilisation, la compatibilité avec les autres appareils que je pourrais avoir chez moi et le prix. Il faudrait savoir ce qui est inclus dans ce score, sur quelle échelle il se base. Ca doit être facilement réparable et pas trop cher. Ce score pourrait être le facteur de choix final.
7.2. Informations nécessaires en rapport avec cette réparabilité	Savoir où cela va être réparé (que cela ne soit pas trop loin). Avoir des infos sur les modalités (par exemple où déposer le produit ou envoyer le produit).	L'origine des produits (fabriqués en Europe).
8. Attitude/Intention d'achat		
8.1. Attitude envers le produit et/ou la marque	La présence d'un logo sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que je me fais du produit et de la marque. Si c'est un produit qui est associé à une marque négative, avoir le logo produit réparable ça peut ajouter quelque chose de positif à la marque. Ça peut changer notre avis par rapport à une marque qu'on n'aime pas et nous permettre de nous réintéresser à cette marque.	La présence d'un logo sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que j'ai du produit et de la marque. Si je vois le logo sur un produit je peux me dire que c'est un produit qui est de meilleure qualité que ce que je pourrais imaginer puisque le fabricant s'engage à le réparer. Je peux effectivement regretter qu'une certaine marque n'adhère pas à ce genre de concept.
8.2. Attitude envers les autres produits et/ou marques de la catégorie	La présence d'un logo produit réparable sur un produit d'une certaine marque pourrait changer la perception que j'ai des autres marques. Souvent on retrouve la même gamme dans chaque marque et c'est vrai que s'il y a quelques marques qui ont soit un score de réparabilité soit le logo, si on est dans les rayons du magasin on fait peut-être déjà un tri et on sélectionnera la marque qui utilise ça. On pourrait même critiquer les marques qui n'utilisent pas le logo en disant elles ne font pas attention. Le logo donne un côté positif. Si une entreprise utilise ce logo pour une partie des produits de sa catégorie, cela risque de détériorer l'image des autres produits de sa catégorie, on se dirait que ces produits sont moins désirables.	La présence d'un logo produit réparable sur un produit d'une certaine marque pourrait changer la perception que j'ai des autres marques mais pas de manière fondamentale. Je pourrais effectivement regretter que les autres ne le fassent pas mais ce n'est pas pour autant que je vais estimer que c'est des marques de moins bonne qualité. Si j'ai le sentiment que le logo est un outil marketing développé par la marque pour vendre ses propres produits alors ça n'aura pas d'influence sur mon choix. Ce qui m'intéresserait c'est que ce soit un logo officiel d'une agence imaginons européenne de qualité, de réparabilité et qui soit vraiment vérifié par des scientifiques officiels et alors à ce moment-là on pourra dire cette marque-là joue le jeu et d'autres pas. Alors là effectivement ça peut rentrer en ligne de compte dans un jugement de produits. Si une entreprise utilise ce logo pour une partie des produits de sa catégorie, cela ne risque pas de détériorer l'image des autres produits de sa catégorie, mais ça pourra influencer le choix.
8.3. Choix	Si l'information de réparabilité est détaillée et si il y a une description de ce qui est réparable cela influencera mon choix.	Si je me retrouve confronté à un choix entre plusieurs appareils, plusieurs marques mais de qualité identique qui correspondent à mes besoins, s'il y en a une qui à ce facteur-là, je choisirai plutôt celle-là.
8.4. Prix/Coûts	Je serais prêt à payer un prix plus élevé pour pouvoir bénéficier de cet avantage si je suis sûr que c'est quelque chose qui fonctionne bien, que ça prend en charge une bonne partie de l'appareil. Peut-être 10, 20%, ça dépend du prix de l'appareil. Je ne pense pas au coût potentiel de réparation quand je fais un achat. Je ne contracte jamais d'assurance commerciale.	A priori, pour l'instant je ne suis pas sûr que ce soit un choix valable de justifier ça par une augmentation de prix. Je ne pense pas au coût potentiel de réparation quand je fais un achat. Je ne contracte jamais d'assurance commerciale.

Interviews 17 et 18

Thèmes	Interview 17	Interview 18
1. Caractéristiques répondants		
1.1. Sexe	Homme	Homme
1.2. Âge	55	55
1.3. Profession	Indépendant (administrateur de société et agent immobilier)	Employé
1.4. Taille du foyer	3, 4	Plus de 5
1.5. Diplôme	Haute Ecole	Haute Ecole
1.6. Importance accordée à l'environnement	Pas mal de choses respectueuses de l'E	Pas mal de choses respectueuses de l'E
2. Raisons d'achat d'un électroménager		
2.1. Dernier achat d'électroménager réalisé (ou intention d'achat)	Four à micro-ondes.	Séchoir et machine à laver.
2.2. Raisons poussant à l'achat d'un électroménager	Achat nécessaire pour la mise en location d'un bien. L'agent immobilier m'a fortement conseillé d'acheter un four à micro-ondes.	La machine à laver était cassée et le séchoir avait 15 ans.
3. Critères de choix		
3.1. Critères importants	* Prix * Design * Dimensions * Critères écologiques * Critères techniques * Critères économiques en terme de fonctionnement --> Critères identiques pour un petit et un gros électroménager. --> Critères pourraient varier d'un consommateur à un autre, ne fut ce que sur le plan financier.	* Prix * Consommation énergétique * Marque * Performance * Livraison --> Critères varient en fonction d'un petit et d'un gros électro. Pour l'achat d'un gros électro le critère de prix sera plus important, la consommation énergétique aussi. --> Critères pourraient varier d'un consommateur à un autre. Tout est une question d'argent.
3.2. Critères pas importants/accessoires	* Prix * Marque	* Marque
4. Recherche d'informations		
4.1. Importance accordée à la recherche d'informations avant d'acheter un électroménager et au moment d'acheter un électroménager	Pas de recherche d'informations avant d'acheter un produit électroménager. Je suis toujours un peu impatient dans mes achats. Je vais dans des grandes surfaces d'électroménager et je me décide en 2 temps 3 mouvements.	Recherche d'informations avant d'acheter un produit électroménager.
4.2. Types d'informations recherchées		Prix, consommation énergétique, la marque, les caractéristiques techniques.
4.3. Moyens utilisés pour trouver ces informations		Étude de marché sur Internet. Reherche du modèle vers lequel je veux aller. Une fois que j'ai choisi la gamme de l'appareil je regarde sur Internet. Je tape la référence du produit sur Google et je regarde sur les sites comme Amazon, Media Markt, Vandenborre, Krefel, … Dans le magasin je fais venir un vendeur pour qu'il m'explique mais j'ai déjà mon idée.
4.4. Eléments importants d'une fiche produit	L'apparence du produit, la dimension, le fonctionnement (il faut qu'il soit simple de préférence), le prix, la marque, la durée de la garantie si elle est supérieure à 2 ans, la consommation énergétique.	Modèle du produit, prix, descriptif sur le fonctionnement du produit, le prix, les fonctionnalités, la marque, l'apparence du produit, la durée de la garantie si elle est supérieure à 2 ans, des avis extérieurs, l'année du modèle, la consommation énergétique (pour les gros électros).

Thèmes	Interview 17	Interview 18
5. Critère de réparabilité		
5.1. Opinion sur le critère de réparabilité	Opinion positive. Je pense que dans un monde qui se veut plus écologique une des manières de répondre à cette problématique est de moins consommer et la réparabilité des produits est une manière de moins consommer. Cet argument de réparabilité pourrait influencer mon choix.	Opinion dépend de la durée de possession d'un appareil. Par exemple si un frigo a 10 ans je vais le remplacer mais s'il a 3 ans je vais le réparer. Cet argument n'influencera pas le choix d'achat. Après lecture de la page SEB l'opinion est positive. On voit que derrière le logo il y a quelque chose qui a été construit. Ils construisent leurs appareils d'une certaine manière pour pouvoir arriver à les réparer facilement.
5.2. L'opinion face à ce critère est-il fonction du type de produit ?	Non.	J'essayerais plus de réparer des produits plus chers.
5.3. Critères plus importants que la réparabilité	Je pense que la réparabilité si elle redevenait un élément de marketing serait certainement en première place dans mes critères.	Le prix, la marque, la performance énergétique, la durabilité. Ce n'est pas le fait de pouvoir réparer mon produit qui va me faire me décider pour un produit ou pour un autre.
6. Signification du terme réparabilité		
6.1. Signification du terme réparabilité ou du logo	Que le produit est réparable dans les 10 ans, cela signifie aussi que qui dit réparable dit garantie des pièces détachées pendant la période mentionnée. Je pense que c'est toujours le consommateur qui paye la réparation. Mais il faudra vérifier le coût de la réparation parce que si le coût de la réparation coûte aussi cher que le prix d'un nouvel appareil, on a pas beaucoup avancé.	Ca veut dire que la firme garantit la réparabilité du produit pendant 10 ans. Ca veut dire qu'elle va garantir l'accès aux pièces détachées pour le réparateur de ce produit-là. C'est moi qui payerai la réparation ce n'est pas une garantie.
6.2. Signification du terme réparabilité ou du logo après lecture de la page SEB et remarques		
6.3. Caractéristiques des produits et des marques présentant l'information de réparabilité	Ce logo pourrait être apposé sur tous les appareils électroménagers qui seront réparables dans les 10 ans à venir. Je pense que c'est avant tout du marketing mais c'est du marketing qui est sans doute en phase avec les aspirations du consommateur qui aujourd'hui devient sensible à la réparabilité des produits.	Des produits qui ont une réputation de produits moins fiables. Peut-être des produits vendus par des magasins bonmarchés. Argument pour vendre.
6.4. Impact de l'information de réparabilité sur l'entreprise et les produits	Pas de doute. On peut imaginer qu'un produit dont on garantit la réparabilité dans les 10 ans est un produit fiable, c'est un gage de solidité. Il s'agit d'une manière de fidéliser le client pour ses achats futurs. Cette information est positive.	Ce n'est pas parce qu'il y a ce logo que c'est un produit peu fiable parce que c'est quand même dix ans mais ça ne me donne pas bonne impression sur le produit. Produit durable parce qu'il va au moins tenir 10 ans. La marque essaye de vendre le fait que les produits qu'ils vendent sont fiables.

Thèmes	Interview 17	Interview 18
7. Format de l'information de réparabilité		
7.1. Format souhaitable de l'information de réparabilité	Le logo ne nécessite pas de texte explicatif pour être compris. Je pense que ce logo a été créé par une institution européenne. Un score de réparabilité pourrait m'influencer. --> Je pense qu'il faut différencier le logo qui garantit la réparabilité pendant 10 ans (si on a ce logo sur un appareil cela signifie qu'il doit être réparable totalement dans les 10ans) du score de réparabilité qui finalement informe le consommateur sur le pourcentage de réparabilité possible d'un appareil. C'est une indication mais ce n'est pas une indication qui garantit que le jour où nous aurons une panne avec l'appareil, cette panne-là sera réparable. Le logo est plus intéressant pour autant qu'il garantisse la réparabilité totale de l'appareil pendant 10 ans.	Le logo nécessite un texte explicatif pour être compris. Sorti de son contexte, sans explication ça ne veut pas dire grand-chose. Avec l'explication que j'ai eue dans la page Seb, le symbole prend une autre dimension. Il faudrait mettre en évidence ce que ça apporte, parler de protection de l'environnement. Sans explication on a l'impression que c'est uniquement un argument de vente. Un score de réparabilité est une bonne idée. Il faudrait connaître l'échelle sur laquelle se base ce score. Ce score pourrait influencer le choix de produit. --> Un score de réparabilité est plus parlant qu'un logo parce que ça permettrait de différencier 2 produits.
7.2. Informations nécessaires en rapport avec cette réparabilité	Ce serait intéressant de connaître les 3 pannes les plus fréquentes rencontrées sur l'appareil et de connaître pour chacune de ces pannes le prix moyen de réparation.	Uniquement le logo donc savoir qu'il est réparable.
8. Attitude/Intention d'achat		
8.1. Attitude envers le produit et/ou la marque	La présence d'un logo sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que j'ai du produit et de la marque. A partir du moment où on est sensible à ce critère, non seulement on va s'intéresser à des marques qu'on ne connaît pas et inversément, le fait de découvrir que des appareils vers lesquels on se dirige plutôt naturellement ont un mauvais taux de réparabilité est un petit peu contrariant.	La présence d'un logo sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que j'ai du produit et de la marque. Le fait de savoir que la société travaille dans un sens qui est bon ça va sans doute changer l'évaluation que j'ai du produit.
8.2. Attitude envers les autres produits et/ou marques de la catégorie	La présence d'un logo produit réparable sur un produit d'une certaine marque pourrait changer la perception que j'ai des autres marques, par comparaison. Une marque qui utilise ce logo n'est pas nécessairement supérieure à une autre. Si une entreprise utilise ce logo pour une partie des produits de sa catégorie, cela risque de détériorer l'image des autres produits de sa catégorie. Comme le consommateur est exigeant et difficile, il va avoir du mal à comprendre pourquoi certains produits de la marque affichent le logo et d'autres pas.	La présence d'un logo produit réparable sur un produit d'une certaine marque pourrait changer la perception que j'ai des autres marques. Si évidemment ça attire mon attention sur une marque parce qu'elle l'utilise, il est clair qu'en faisant mes comparaisons je vais voir que l'autre ne l'utilise pas donc ça aura certainement une influence oui. Une marque qui utilise ce logo sera supérieure parce qu'elle pense à des choses qui préoccupent tout le monde pour le moment. Si une entreprise utilise ce logo pour une partie des produits de sa catégorie, cela risque de détériorer l'image des autres produits de sa catégorie. Il va falloir que les marques mettent tous leurs produits dans le même canevas, logiquement.
8.3. Choix	Quand on paye un produit cher, on espère qu'il soit réparable. Si j'hésite entre plusieurs produits cet élément-là sera important. Après cet élément doit être apprécié en fonction du prix de l'appareil. Évidemment un appareil dont on peut garantir la réparabilité dans les 10 ans, s'il coûte 2 fois plus cher qu'un appareil qui n'a pas cette garantie, c'est un élément qui sera pris en considération également.	Le logo avec une explication peut avoir une influence sur mon achat. Mais uniquement le logo n'aura pas d'influence.
8.4. Prix/Coûts	Je serais prêt à payer un prix plus élevé pour bénéfier de cet avantage (entre 10 et 15% du prix d'achat). Je ne contracte plus jamais d'assurance commerciale. Par expérience chaque fois que j'ai contracté une assurance mon appareil est tombé en panne après l'échéance de l'assurance.	Le fait de payer un prix plus élevé pour bénéfier de cet avantage dépendra du prix du produit. Sur un produit cher, ça aura de l'influence. Sur un petit produit ça en aura moins. Je ne pense pas au coût potentiel de réparation quand je fais un achat. Je ne contracte jamais d'assurance commerciale.

Interviews 19 et 20

Thèmes	Interview 19	Interview 20
1. Caractéristiques répondants		
1.1. Sexe	Homme	Homme
1.2. Âge	62	77
1.3. Profession	Indépendant	Retraité
1.4. Taille du foyer	1	2
1.5. Diplôme	Université	Université
1.6. Importance accordée à l'environnement	Pas mal de choses respectueuses de l'E	Pas mal de choses respectueuses de l'E
2. Raisons d'achat d'un électroménager		
2.1. Dernier achat d'électroménager réalisé (ou intention d'achat)	Frigo et lave-vaisselle	Frigo.
2.2. Raisons poussant à l'achat d'un électroménager	Je les ai achetés pour ma mère qui devait les changer. Ils ne fonctionnaient plus et ils avaient une quinzaine d'années.	Le frigo précédent ne fonctionnait plus.
3. Critères de choix		
3.1. Critères importants	* Prix * Rapport qualité/prix * Faible consommation énergétique * Esthétique * Durée de vie * Faible bruit * Agencement * Efficacité * Rentabilité. --> Critères varient en fonction d'un petit et d'un gros électro. On fera peut-être plus attention au design d'un petit électro qu'on laisse dans sa cuisine. Pour les gros électros on fera peut-être plus attention à l'efficacité et la performance. --> Critères varient d'un consommateur à un autre. Il y a des gens qui se fichent de l'esthétique. Il y a des gens qui achètent toujours le moins cher sans accorder d'importance à la consommation.	* Prix * Qualité * Consommation énergétique * Marque * Livraison * Réductions * Facilité d'achat --> Critères varient en fonction d'un petit et d'un gros électro. Ce n'est pas grave si on achète mal un petit électro parce que c'est très bon marché. --> Critères varient d'un consommateur à un autre. Il y a des personnes qui ont moins de moyens que d'autres.
3.2. Critères pas importants/accessoires	* Façon de pouvoir réparer l'appareil * Coût de la réparation * Modalités de la garantie.	* Aspect extérieur, le design
4. Recherche d'informations		
4.1. Importance accordée à la recherche d'informations avant d'acheter un électroménager et au moment d'acheter un électroménager	Recherche d'informations avant d'acheter un produit électroménager. Comparaison des étiquettes et des fiches descriptives des produits.	Recherche d'informations avant d'acheter un produit électroménager.
4.2. Types d'informations recherchées	Les dimensions, la consommation électrique, la consommation en eau, le prix, le bruit, classe énergétique.	La marque, la configuration, le prix, le mode de livraison, la consommation énergétique, la qualité.
4.3. Moyens utilisés pour trouver ces informations	Je vais aller chipoter sur internet pour voir ce que je veux.	Internet. Comparaison des étiquettes et des fiches produits.
4.4. Eléments importants d'une fiche produit	Les données techniques, le prix, la marque, l'apparence du produit, le fonctionnement (important qu'il soit simple), des avis extérieurs (pour certains produits très pointus), la consommation énergétique.	Une fiche technique, l'entretien, le prix, la marque, le fonctionnement du produit, la durée de la garantie, des avis extérieurs, l'année du modèle, la consommation énergétique.

Thèmes	Interview 19	Interview 20
5. Critère de réparabilité		
5.1. Opinion sur le critère de réparabilité	Opinion positive mais tout dépend du prix. Cet argument peut influencer le choix.	Opinion positive. C'est pas mal de pouvoir réparer sans que cela ne coûte le prix d'un nouvel appareil. Cet argument n'influencera pas mon choix mais c'est un plus.
5.2. L'opinion face à ce critère est-il fonction du type de produit ?	Oui sutout pour les appareils chers.	Non.
5.3. Critères plus importants que la réparabilité		La fiabilité, la qualité, le prix.
6. Signification du terme réparabilité		
6.1. Signification du terme réparabilité ou du logo	Qu'on peut trouver des pièces de rechange pendant 10 ans. C'est moi qui payerai la réparation.	Qu'on va trouver des pièces de rechange pendant 10 ans, ce qui est loin d'être évident. Que le produit est réparable, parce que je sais que certains électroménagers sont programmés pour durer un temps très limité, ici ça veut dire que non, que pendant 10 ans on va pouvoir le réparer. Si la garantie est passée, ce sera moi qui payerai la réparation.
6.2. Signification du terme réparabilité ou du logo après lecture de la page SEB et remarques	Ca dit bien que le petit électroménager est réparable pendant 10 ans, c'est-à-dire que les pièces seront disponibles.	
6.3. Caractéristiques des produits et des marques présentant l'information de réparabilité	Ce logo sera plus sur du petit électro. Ce logo est une question de marketing.	C'est un produit de qualité.
6.4. Impact de l'information de réparabilité sur l'entreprise et les produits	Pas de doute. Mais je ne pense pas que les gens vont penser à faire réparer leur petit électro. Au moment de l'achat c'est un argument très marketing, sensible et dans l'air du temps mais dans la réalité cela ne va peut-être pas rendre l'appareil plus solide. Ce logo n'a pas de conséquence sur la qualité du produit, ni sur sa fiabilité et sa durabilité. C'est une marque qui joue sur la corde sensible des gens, sur le fil de l'actualité. La stratégie des marques est de faire peur aux gens en disant que si leurs produits tombent en panne chez eux on pourra faire réparer. Cette information est plutôt positive.	Pas de doute. Produit de qualité. Pas d'influence sur la fiabilité du produit, ni sur sa durabilité. C'est plutôt positif pour la marque d'annoncer que c'est réparable. Cette information est positive.

Thèmes	Interview 19	Interview 20
7. Format de l'information de réparabilité		
7.1. Format souhaitable de l'information de réparabilité	Le logo ne nécessite pas de texte explicatif pour être compris, un logo c'est un logo. Un score de réparabilité est intéressant mais il faudrait qu'il soit attribué par un organisme indépendant. Il faut voir si ce score reflète la réalité, ce qu'il veut dire, comment il est calculé. Ce score pourrait influencer mon choix à produits équivalents. --> Un score de réparabilité est plus parlant qu'un logo produit réparable parce que selon moi tout est réparable. Un score de réparabilité est plus logique que de parler de nombre d'années.	Le logo ne nécessite pas de texte explicatif pour être compris. Un logo c'est un logo. Un score de réparabilité est pas mal. Ce score pourrait influencer le choix. --> Le fait d'apposer plutôt le logo ou le score dépendra du produit.
7.2. Informations nécessaires en rapport avec cette réparabilité	Le prix.	La méthodologie pour réparer. Comment fait-on ? Qui doit-on contacter ? Est-ce que c'est moi qui dois me charger de faire transporter mon appareil ou est-ce qu'eux ont un système ?
8. Attitude/Intention d'achat		
8.1. Attitude envers le produit et/ou la marque	La présence d'un logo sur un produit d'une certaine marque ne changera pas l'opinion que j'ai du produit et de la marque.	La présence d'un logo sur un produit d'une certaine marque peut changer l'opinion que j'ai du produit et de la marque. Ca deviendra un critère d'achat. Au moment où je vais comparer différents produits, s'il y en a un qui n'est pas réparable ou que le fait de le faire réparer coûte le prix d'un neuf, je ne l'achèterai pas.
8.2. Attitude envers les autres produits et/ou marques de la catégorie	La présence d'un logo produit réparable sur un produit d'une certaine marque pourrait changer la perception que j'ai des autres marques. Je me rends compte que c'est souvent du marketing. Une marque qui utilise ce logo n'est ni supérieure, ni inférieure, cela n'a aucune incidence. Si une entreprise utilise ce logo pour une partie des produits de sa catégorie, cela risque de détériorer l'image des autres produits de sa catégorie. C'est une marque qui se dévalorise parce que ou bien elle fait tout dans cet esprit-là ou bien elle ne fait rien.	La présence d'un logo produit réparable sur un produit d'une certaine marque pourrait changer la perception que j'ai des autres marques. Une marque qui utilise ce logo est supérieure. Si une entreprise utilise ce logo pour une partie des produits de sa catégorie, cela ne détériorera pas l'image des autres produits de sa catégorie. ça veut dire qu'ils ont étudié les possibilités de réparation sur toute leur gamme et que certains produits sont réparables et d'autres pas. Le fait d'avoir l'honnêteté de ne pas généraliser c'est la preuve qu'une étude a été effectuée de manière approfondie.
8.3. Choix	L'information de réparabilité n'influencera pas tellement mon choix. Pour que cette information influence mon choix il faudrait qu'on puisse donner une garantie de fourchette de prix de réparation mais ce n'est pas faisable ça parce qu'on ne sait pas ce que coûteront les choses dans 10 ans.	L'informartion de réparabilité est un critère mais ce n'est pas ce qui va me faire me décider. Si le coût de la réparation était indiqué ça aurait peut-être plus d'influence.
8.4. Prix/Coûts	Je ne suis pas prêt à payer un prix plus élevé pour bénéficier de cet avantage, c'est un faux argument. Je ne pense pas au coût potentiel de réparation quand je fais un achat parce qu'on ne le connaît pas par définition. Je ne prends jamais d'extension de garantie parce qu'un appareil tombe en panne au début ou bien plus tard. C'est 90% de chance de se faire arnaquer.	Je ne suis pas prêt à payer un prix plus élevé pour bénéficier de cet avantage de réparabilité. Je ne me suis jamais posé la question du coût potentiel de réparation dans tout ce que j'ai acheté. Je ne contracte jamais d'assurance commerciale.

LOUVAIN-LA-NEUVE | BRUXELLES | MONS | TOURNAI | CHARLEROI | NAMUR
Place des Doyens, 1 bte L2.01.01, 1348 Louvain-la-Neuve, Belgique | **www.uclouvain.be/lsm**