

GUIDE D'ENTRETIEN

Durée estimée de l'interview (face-à-face) : 60 minutes

Critères à vérifier avant l'interview : le répondant effectue (en partie) lui-même les achats alimentaires du ménage

Avant l'interview il sera demandé au répondant de confirmer oralement (enregistré) / par écrit son accord pour l'enregistrement de l'interview. Ceci documente le consentement au sens du Règlement sur la protection de la vie privée (GDPR).

Nous utiliserons notamment la technique de l'entonnoir (commencer par des questions générales suivies de questions de plus en plus précises pour amener progressivement le/la répondant(e) vers le(s) sujet(s) précis de l'étude de marché).

L'interview débutera par quelques questions destinées à cerner le contexte (familial) du/de la répondant(e) ainsi que les habitudes alimentaires du répondant.

DESCRIPTION DU PROJET

Le client souhaite surfer sur la tendance de la qualité, traçabilité et « convenience ». Pour cela il souhaite une offre de produits surgelés 100% bio. La gamme sera composée initialement de 6 produits.

Cibles : femmes de 25-45 ans, revenus > 50000€ / annuels

Description de la gamme

- 100% bio
- Premium / quality
- Tracability / trust
- innovative

INTOTHEMINDS : SPÉCIALISTE DES MÉTHODES QUALITATIVES

Vous souhaitez plus de renseignements sur les entretiens qualitatifs ? Notre institut d'études de marché réalise des entretiens qualitatifs dans toute l'Europe en 7 langues.

Contactez-nous :
info@intotheminds.com

PARTIE 1 : HABITUDES ALIMENTAIRES ET ACHATS ALIMENTAIRES

1. "Pouvez-vous me situer en quelques mots la composition de votre foyer ?"

L'interviewer dressera - à l'aide d'un arbre généalogique sommaire - un mini-portrait de chaque membre du foyer :

- Genre
- Âge
- Niveau d'étude
- Occupation (professionnelle) à temps plein/partiel

2. "Pouvez-vous m'expliquer comment se font vos achats alimentaires ?"

A l'aide d'une ligne du temps (1 semaine complète) l'interviewer recueillera les informations suivantes :

- Les différents endroits d'approvisionnement (supermarché/magasin spécialisé/magasin bio/marché/autre).
Pour chaque point d'achat l'interviewer approfondira l'enquête en se renseignant sur :
 - Le(s) type(s) d'aliments acheté(s)
 - Les motivations d'achat de ce(s) type(s) d'aliments dans ce point de vente (qualité du produit/qualité du service/proximité/prix/autre).
- La fréquence d'approvisionnement pour chacun de ces endroits
- La personne qui effectue les achats

3. "Pouvez-vous m'expliquer comment se déroulent vos repas ?"

A l'aide de la ligne du temps utilisée au point 2., l'interviewer retracera avec le répondant les différents repas d'une semaine complète, en notant notamment pour chaque repas (petit-déjeuner, dîner, souper) les informations suivantes :

- L'horaire et la durée
- Le contexte (seul vs. accompagné, lieu, ...)
- Le type de repas (frais, plat préparé, surgelé, autre)
- La personne qui a préparé le repas en question.

Pour mémoire, l'étude de littérature montre que la typologie du foyer et la déconstruction des repas familiaux peuvent constituer 2 facteurs influençant l'achat de "convenient & frozen food". Le cas échéant, l'interviewer essaiera d'identifier et de comprendre les raisons d'utilisation des différents types d'aliments.

4. “Achetez-vous des plats préparés ?”

a. En cas de réponse positive :

- i. « Quels plats préparés achetez-vous ? »
 1. Plat complet ou partie de repas
 2. Viande/Poisson/Végétarien/Pâtes/Autres
- ii. « A quelle fréquence achetez-vous ces plats préparés ? »
Formulation alternative : « Combien en avez-vous acheté le mois dernier ? »
- iii. « Où achetez-vous ces plats préparés ? »
- iv. « Quand/Dans quelles circonstances achetez-vous ces plats préparés ? »
- v. « Pourquoi achetez-vous ces plats préparés ? »
Formulation alternative : « Qu'est-ce qui vous attire/plaît dans ces plats préparés ? »
- vi. « Que pensez-vous de la présentation de ces plats préparés ? »
 1. Packaging
 2. Produit
- vii. « Pouvez-vous me donner une idée du budget moyen (semaine/mois) que vous consacrez à l'achat de plats préparés ? »
- viii. « Vous arrive-t-il de surgeler ces plats préparés ? »
 1. En cas de réponse positive
 - a. « Pourquoi ? »
 - b. « Au moment de les consommer ressentez-vous une différence par rapport au même plat non surgelé ? »
 2. En cas de réponse négative
 - a. « Pourquoi ? »

b. En cas de réponse négative :

« Pourquoi n'achetez-vous pas de plats préparés ? »

PARTIE 2 : PLATS PRÉPARÉS ET PLATS SURGELÉS : IMAGES ET HABITUDES DE CONSOMMATION

5. “Quand vous pensez à un plat préparé, quelles sont les images qui vous viennent en tête ?”

Cette question a pour objectif d'approfondir les drivers et barrières à l'achat de plats préparés

NB : Cette question pourrait être posée avec l'aide de supports visuels.

Formulation alternative : “Pourriez-vous me citer 3 qualités et 3 défauts des plats préparés ?”

6. “Achetez-vous des produits surgelés ?”

a. En cas de réponse positive :

- i. « Quels produits surgelés achetez-vous ? »
 1. Plat complet ou partie de repas
 2. Viande/Poisson/Végétarien/Pâtes/Autres
- ii. « A quelle fréquence achetez-vous ces produits surgelés ? »
Formulation alternative : « Combien en avez-vous acheté le mois dernier ? »
- iii. « Où achetez-vous ces produits surgelés ? »
- iv. « Quand/Dans quelles circonstances achetez-vous ces produits surgelés ? »
Question complémentaire : « Que pensez-vous d'un produit surgelé pour le petit déjeuner ? »
- v. « Pourquoi achetez-vous ces produits surgelés ? »
Formulation alternative : « Qu'est-ce qui vous attire/plaît dans ces produits surgelés ? »
- vi. « Que pensez-vous de la présentation de ces produits surgelés ? »
 1. Packaging
 2. Produit
- vii. « Pouvez-vous me donner une idée du budget moyen (semaine/mois) que vous consacrez à l'achat de produits surgelés ? »

b. En cas de réponse négative :

« Pourquoi n'achetez-vous pas de produits surgelés ? »

7. “Quand vous pensez à un produit surgelé, quelles sont les images qui vous viennent en tête ?”

Cette question a pour double objectif d'approfondir les drivers et barrières à l'achat de produits surgelés, ainsi que de tester la connaissance du répondant sur les propriétés – souvent méconnues d'après l'étude de littérature – des produits surgelés.

NB : Cette question pourrait être posée avec l'aide de supports visuels.

Formulation alternative : “Pourriez-vous me citer 3 qualités et 3 défauts des plats préparés ?”

8. "Achetez-vous des produits bio ?"

a. En cas de réponse positive :

- i. « Quels produits bio achetez-vous ? »
- ii. « A quelle fréquence achetez-vous ces produits bio ? »
Formulation alternative : « Combien en avez-vous acheté le mois dernier ? »
- iii. « Où achetez-vous ces produits bio ? »
- iv. « Depuis quand achetez-vous ces produits bio ? »
NB : Cette question a pour objectif d'identifier un éventuel changement de comportement d'achat et le(s) déclencheur(s) de ce changement
- v. « Dans quelles circonstances achetez-vous ces produits bio ? »
- vi. « Pourquoi achetez-vous ces produits bio ? »
Formulation alternative : « Qu'est-ce qui vous attire/plaît dans ces produits bio ? »
- vii. « Pouvez-vous me donner une idée du budget moyen (semaine/mois) que vous consacrez à l'achat de produits bio ? »
- viii. « Vous arrive-t-il de surgeler ces produits bio ? »
 1. En cas de réponse positive
 - a. « Pourquoi ? »
 - b. « Au moment de les consommer ressentez-vous une différence par rapport au même aliment bio ? »
 2. En cas de réponse négative
 - a. « Pourquoi ? »

b. En cas de réponse négative :

« Pourquoi n'achetez-vous pas de produits bio ? »

9. "Quand vous pensez à un produit bio, quelles sont les images qui vous viennent en tête ?"

Cette question a pour objectif d'approfondir les drivers et barrières à l'achat de produits bio.

NB : Cette question pourrait être posée avec l'aide de supports visuels.

Formulation alternative : "Pourriez-vous me citer 3 qualités et 3 défauts des produits bio ?"

PARTIE 3 : PROJECTION SUR LA FUTURE GAMME DE PRODUITS

10. « Si vous aviez le choix entre un plat préparé (frais), et un plat préparé surgelé (même recette), lequel achèteriez-vous, et pourquoi ? »

Formulation alternative : « Quels sont pour vous les avantages et inconvénients de l'un par rapport à l'autre ? »

11. "Quelle image vous faites-vous d'un produit bio surgelé ?"

12. « Si vous aviez le choix entre un plat préparé surgelé et un plat préparé surgelé (en partie) bio (même recette), lequel achèteriez-vous, et pourquoi ? »

Formulation alternative : « Quels sont pour vous les avantages et inconvénients de l'un par rapport à l'autre ? »

13. Seriez-vous prêt(e) à payer le plat surgelé (en partie) bio plus cher que le plat surgelé non bio ? »

14. L'interview se clôturera par un **résumé** (exprimé par l'interviewer) des principales informations données par le répondant (« points saillants »), qui sera invité à (compléter et) confirmer ce résumé. Ceci permet de s'assurer de la validité des informations récoltées.