

# De l'idée au concept :

## La naissance de « Cérourt » ou « Yacer »

### Le consommateur québécois de plus en plus exigeant :

- ✓ rejete parfois des produits connaissant un succès à l'étranger,
- ✓ exige qu'un aliment nouveau réponde à des critères précis de santé, goût, praticité... et soit source de plaisir.

W . Kooli





## Céréales et produits laitiers : joindre l'utile à l'agréable :

- ✓ Céréales et produits laitiers au petit déjeuner, sont aujourd'hui les compléments indispensables
- ✓ Les céréales sont présentes dans tous les foyers et sur toutes les tables,
- ✓ Consommateurs sont les enfants, les adolescents et les adultes,
- ✓ Céréales et produits laitiers sont de plus en plus associés surtout au moment du petit déjeuner



# Produits laitiers et yaourts : les tendances internationales



- ✓ développement des marchés par la création de nouvelles catégories plutôt que par le re-lifting de produits ou les extensions de gammes
- ✓ développement de nouvelles occasions de consommation, recrutement de nouvelles cibles et ruptures technologiques
- ✓ références incontournables:
  - kits céréales plus lait : Kellogg's Breakfast Mates (États-Unis)
  - boissons probiotiques Cultura Mild, MD Foods (Danemark)

# Les nouvelles tendances à la consommation :

La raison essentielle de l'émergence du plaisir est que l'on est passé de l'autre côté de la montagne, après une longue période de frustration liée à la crise économique », explique Gérard Mermet, sociologue.

✓ plaisir polyvalent associant :

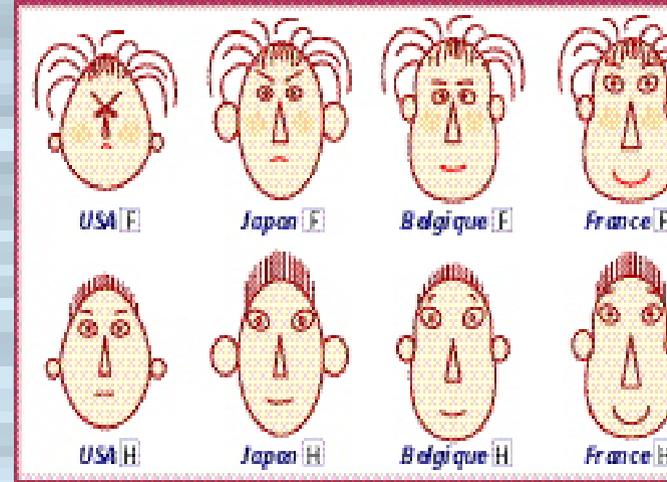
Goûts, textures, sensations et naturalité

=> séduire un consommateur toujours plus exigeant et mature

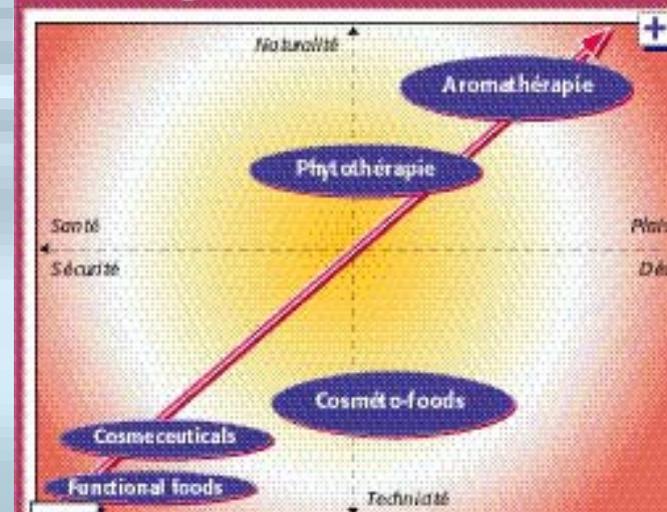
=> les marques cherchent à déculpabiliser le consommateur

✓ l'aromathérapie: le plaisir et la naturalité => une valeur montante

## Les différentes perceptions de l'alimentation



## Tendances globales des biens de consommation



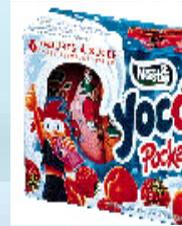
# Tendances à l'international

## \* Les nouvelles dimensions

- Le plaisir des sens
- Le plaisir "XS"
- Le plaisir des petits luxes
- Le plaisir nomade

## \* Les tendances de l'ultra-frais

- La forme
- Le nomadisme
- La tradition
- Le plaisir de la gourmandise





## Ce qui marche en matière de yaourt au Canada :

Moteurs de la croissance :

les recettes légères aux fruits et les spécialités gourmandes.



➤ Les yaourts allégés moteurs de la croissance

succès du Panier de Yoplait 0 %

⇒ Réussite due à la conjonction de trois phénomènes:  
valeurs très fortes de **variété**, de **plaisir** et de **naturalité**

⇒ L'allégé devient le premier marché de l'ultra-frais

## Notre idée : Yaourt aux céréales, une tradition suisse

- ✓ marché québécois
- ✓ domaine du snacking
- ✓ cellule familiale au complet
- ✓ le produit « Cérourt » ou « Yacer » :
  - grignoter oui, mais des produits sains et équilibrés;
  - produit complet et frais, ce concept peut s'intégrer au repas du petit déjeuner.



*Le saviez-vous?*

*Le muesli fut  
créé en Suisse au  
XIXe siècle par  
un certain  
Docteur Bircher*



# Le recours à l'Analyse Conjointe

pour étudier les préférences des consommateurs et déterminer le concept idéal

1. Identification des attributs déterminants,
2. Définition des niveaux d'attributs,
3. Construction des profils, par la méthode des profils orthogonaux  
⇒ *Plan Orthogonal* : seize profils
4. Obtention des préférences de l'échantillon:
  - dix enfants entre 5 et 13 ans,
  - dix adolescents entre 14 et 22 ans
  - dix adultes de + 23 ans
5. Analyse SPSS et estimation

# Liste des attributs

) céréales

- goût :

- miel
- chocolat
- fruits
- nature

- céréales

- blé soufflé
- riz soufflé
- maïs soufflé
- orge soufflé

) yaourt

- teneur en matière grasse

-crémeux

-allégé

- teneur en sucre

-sucré

-nature

-aspartam

# Préférences de la population interrogée

POPULAION TOTALE

importance de l'attribut	score	utilité de l'attribut	score
GOUT	35.35	NATURE	1.1396
SUCRE	34.14	NATURE	0.5625
CEREALES	21.09	BLE SOUFFLE	0.0729
MATIERE GRASSE	9.42	ALLEGEE	0.0396

Le produit idéal serait alors :

**Un yaourt allégé et naturel ( sans sucre) contenant des céréales de blé soufflé naturels.**

le produit idéal répond-t-il aux exigences de chaque segment en matière de préférences et goûts ?

analyse conjointe propre à chaque groupe d'individus (enfants, adolescents et adultes),

=> dégager le concept le plus approprié

## Child

individu	importance de l'attribut	score	utilité de l'attribut	score
1	gout	44.07	nature	1.625
2	sucre	45.90	nature	1.4167
3	gout	40	nature	2.375
4	gout	55.74	nature	2.875
5	gout/ sucre	41.38	nature / sucre	1.5 / 1(nature et asp)
6	gout	42.11	nature	2.5
7	gout	57.58	nature	2.3125
8	sucre	46.99	nature	2.2083
9	sucre	39.13	nature	1.8333
10	gout	47.22	nature	2.2125

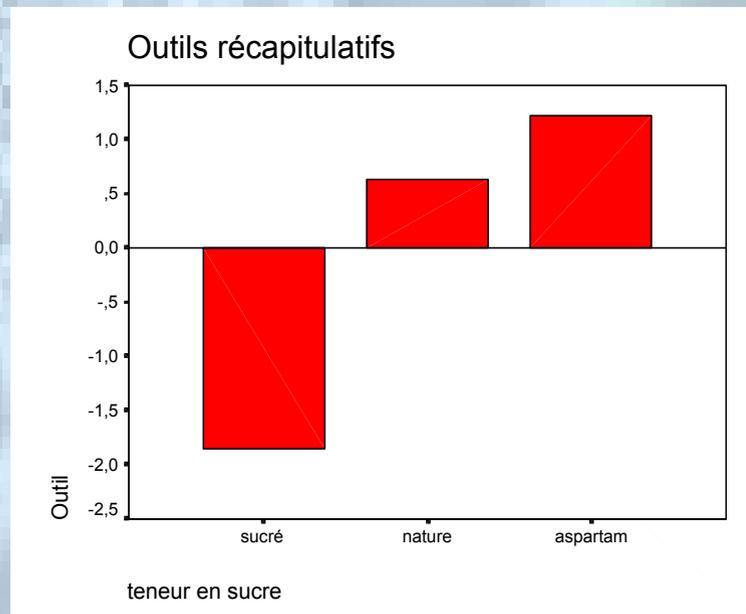
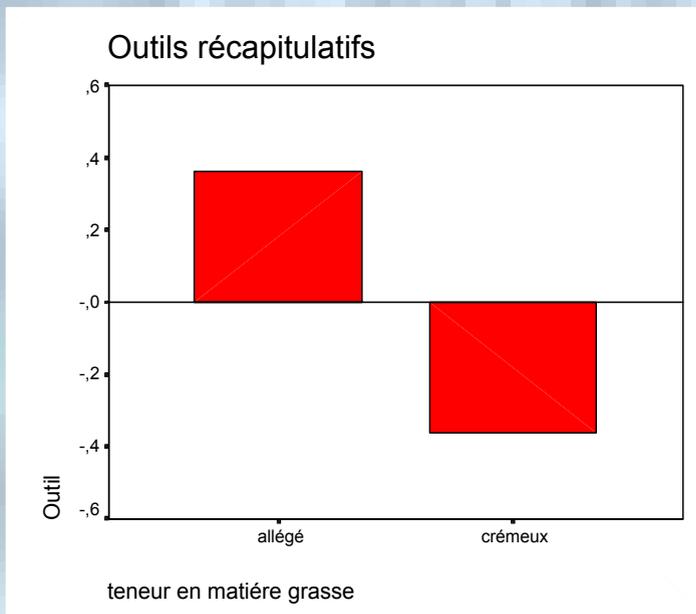
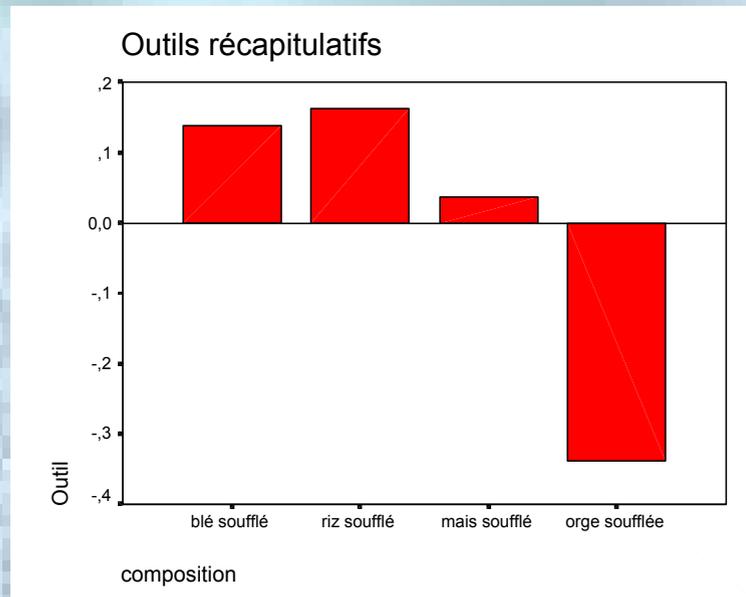
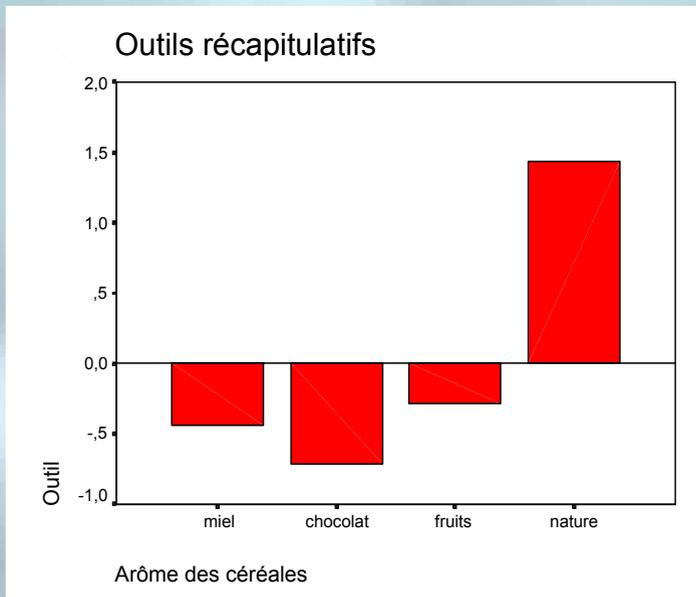
## Teens

individu	importance de l'attribut	score	utilité de l'attribut	score
1	gout	51.95	nature	3.1875
2	sucre	34.04	aspartam	0.9167
3	sucre	53.57	aspartam	1.75
4	sucre	36	aspartam	1.5417
5	sucre	40.28	aspartam	2.0417
6	sucre	36.49	aspartam	0.4583
7	gout	37.68	nature	2
8	céréales	32.84	riz soufflé	1.5
9	sucre	32.35	aspartam / nature	0.9167
10	sucre	44.83	nature	2.0417

## Adults

individu	importance de l'attribut	score	utilité de l'attribut	score
1	sucre	40	sucré	1.4167
2	gout	35	chocolat	0.9375
3	céréales	30.95	blé soufflé	2.0625
4	gout/ sucre	30.77	chocolat / sucré	0.6875 / 0.9167
5	céréales	39.22	blé soufflé	1.3125
6	gout	38.10	chocolat	1.4375
7	céréales	35.14	riz soufflé	2.125
8	gout	34.78	fruits	1.3125
9	gout	44.74	nature	2
10	gout/ céréales	33.77	chocolat / maïs	1.3125 / 1.8125

# résultats pour les enfants





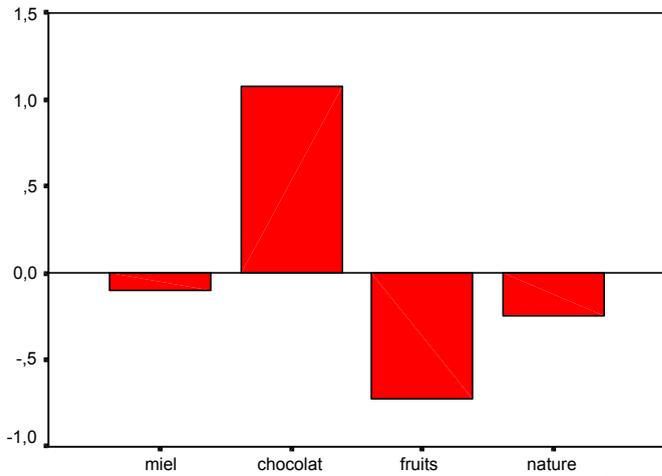
Le produit idéal pour les enfants serait alors :

Un yaourt crémeux et naturel ( sans sucre) contenant de  
céréales d'orge soufflé naturels.

# résultats pour les adolescents

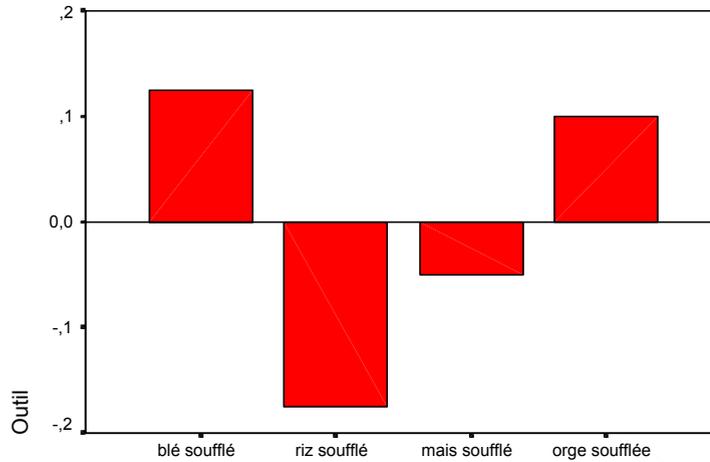


## Outils récapitulatifs



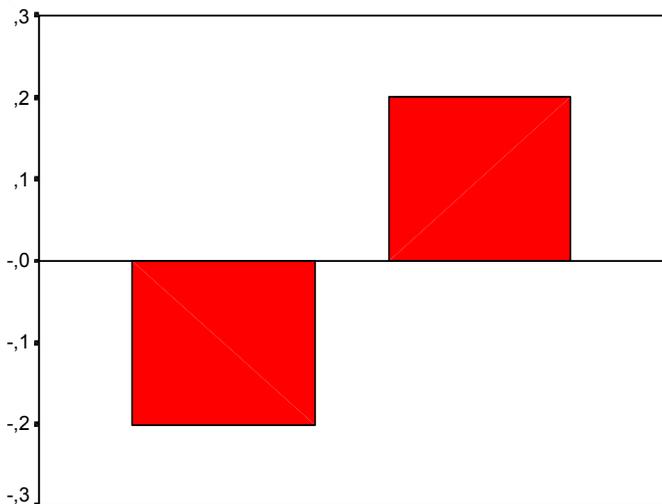
Arôme des céréales

## Outils récapitulatifs



composition

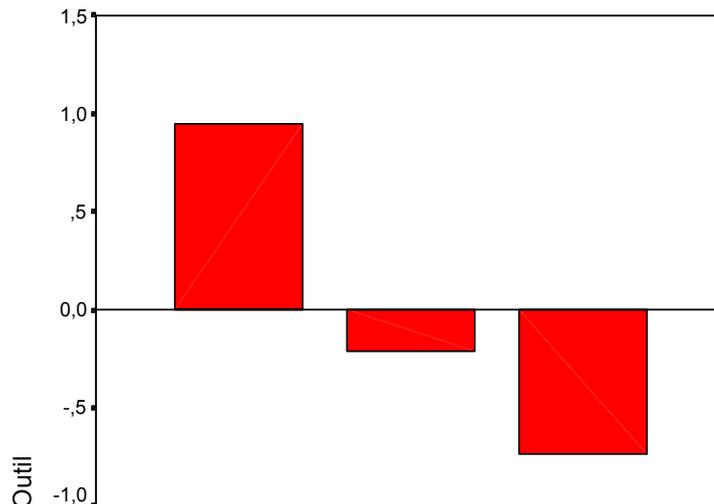
## Outils récapitulatifs



allégé

crémeux

## Outils récapitulatifs



sucré

nature

aspartam

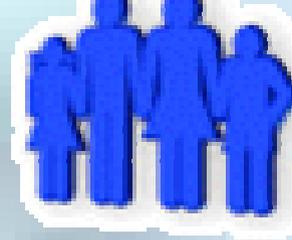




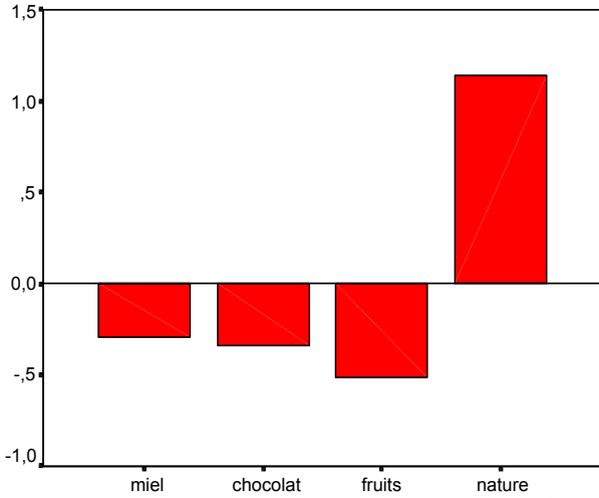
**Le produit idéal pour les adolescents serait alors :**

**Un yaourt allégé et artificiellement sucré contenant des céréales de riz soufflé naturels.**

# résultats pour les adultes

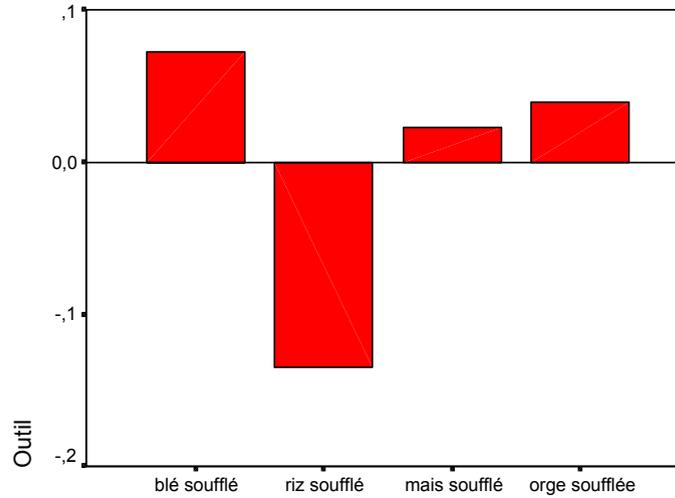


## Outils récapitulatifs



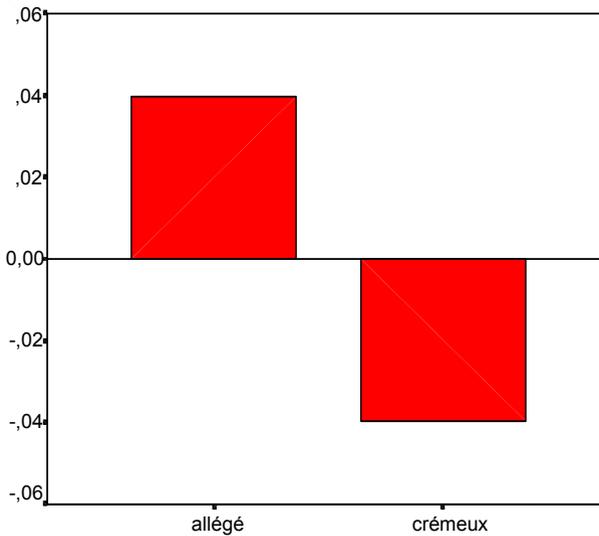
Arôme des céréales

## Outils récapitulatifs

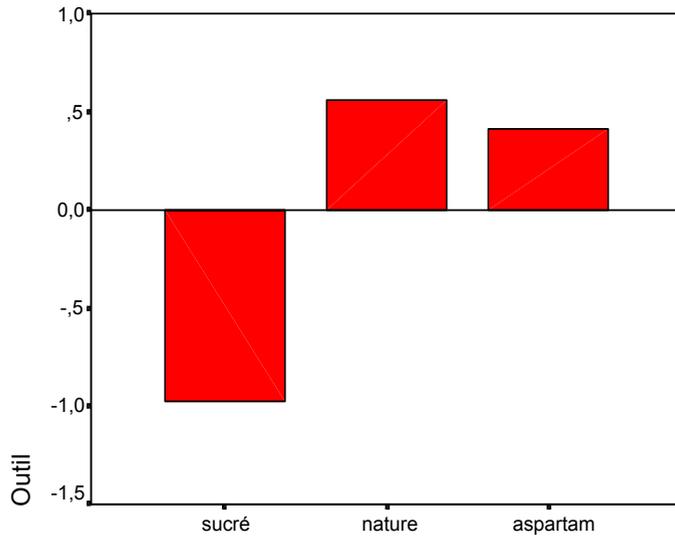


composition

## Outils récapitulatifs



## Outils récapitulatifs





**Le produit idéal pour les adultes serait alors :**

**Un yaourt crémeux et sucré contenant des céréales de blé soufflé aromatisés au chocolat.**

## Interpretation des resultats obtenus :

Les produits obtenus sensiblement différents parfois même incongrus !

✓ les attributs « sucre » et « goût » sont :

les plus importants mais aussi les plus discriminants entre les individus.

✓ les attributs « matière grasse » et « céréales » sont :

les moins importants, mais contribuent aussi à discriminer d'un groupe à l'autre.

Si phase de lancement sur le marché québécois ... trois solutions:

- s'adresser au marché dans sa totalité,
- s'adresser de façon personnalisée à chaque segment,
- laisser au consommateur la liberté de « concocter » son produit idéal.



# Conclusion : limites et propositions d'extension de l'analyse

## les reproches que l'on peut faire

- ✓ La représentativité de l'échantillon
- ✓ Le plan orthogonal obtenu peut fausser le jugement,
- ✓ Les difficultés d'administrer le questionnaire surtout pour les enfants
- ✓ Tout effort de présentation, d'incitation à l'essai et de promotion doit toucher les enfants et géniteurs à la fois
- ✓ L'étape de dégustation n'est pas totalement fiable + tendance à l'ennui



## Cependant

- ✓ Les répondants ont affiché un enthousiasme et un bon accueil quand au nouveau produit jugé **original, sympathique et pratique.**

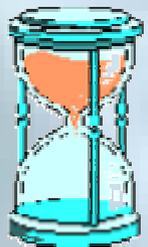
# Conclusion : limites et propositions d'extension de l'analyse

- ✓ Proposition de cibler également le secteur hôtelier.
- ✓ Les femmes, cible fétiche des allégés, à ne pas oublier
- ✓ Segmenter le marché par moment de consommation (stratégie de Mamie Nova) :

Les seniors, ces "ados" de demain :

- Du texte et peu de visuel
- Papi & Mamie et les petits enfants...
- Snack pour seniors
- Play-Boy
- Les yeux fatigués
- Gamme santé

- ✓ Penser produit mais aussi outils de vente :
- ✓ Emballage et conditionnement



*Merci*

