

attitudes et société 

Conseil • études • analyses

# Le Baro Bio

Le Baromètre Annuel de la Distribution Bio

Vendu en souscription  
Vague 10 - Mars 2023



# Le Baro Bio

## Le Baromètre Annuel de la Distribution Bio

Lancé en 2014,

le Baro Bio a pour objectifs :

- De mieux connaître les consommateurs du circuit bio,
- De suivre **la perception des marques** présentes dans les magasins spécialisés bio,

Une étude vendue en souscription  
pour permettre au plus grand nombre d'y accéder  
grâce à la mutualisation des coûts.

## Sommaire

LE DISPOSITIF METHODOLOGIQUE .....	3
LE QUESTIONNAIRE.....	4
TRAITEMENT ET REMISE DES RESULTATS .....	5
LES CONDITIONS DE REALISATION.....	6
LE QUESTIONNAIRE DÉTAILLÉ .....	7



# LE DISPOSITIF METHODOLOGIQUE

## LA CIBLE DE L'ETUDE

### Les consommateurs actifs sur le circuit spécialisé bio

Les consommateurs interrogés sont sélectionnés à partir **d'un échantillon représentatif de 1500 français âgés de 18 ans et plus**, recrutés selon la méthode des quotas (source INSEE : sexe, âge, catégorie socio professionnelle du chef de famille, région)

Compte tenu de la part de la population fréquentant les magasins bio, nous obtenons un échantillon représentatif des consommateurs du circuit de  $\pm 500$  individus.

Nous suivons ainsi au plus près l'évolution des consommateurs du circuit bio en termes de pénétration et de profil.

## LE RECUEIL DE L'INFORMATION

### Un questionnaire auto administre on-line

- Envoi par mail d'une invitation à répondre au questionnaire.
- Mise en place d'un lien permettant d'être dirigé vers une interface dédiée.
- Questions filtres permettant de valider les cibles recherchées.

**Une interrogation on-line**, pour :

- Assurer une répartition optimale des interviews sur l'ensemble du territoire
- Permettre une gestion parfaite des quotas
- Laisser au répondant le choix du moment et leur garantir l'anonymat de leurs réponses.
- Pouvoir insérer du contenu multimédia : images (logos), audio ou films.

**Une interface dédiée**, hébergée en France, pour :

- Maitriser la sécurité et le fonctionnement du service,
- Assurer la confidentialité des données,
- Faciliter le traitement de l'information.



# LE QUESTIONNAIRE

(Version détaillée en annexe)

## 1. MODULE PARTAGÉ

**En exclusivité pour les souscripteurs jusqu'au 30 septembre.**

**En vente à partir du 1<sup>er</sup> Octobre.**

**DES INDICATEURS BAROMETRIQUES** étudiés chaque année :

- Profil consommateurs, (quotas) - habitudes alimentaires
- Les comportements d'achat : fréquence d'achat des produits bio par circuit, enseignes fréquentées, part du bio, dynamique, ancienneté...
- Les motivations à fréquenter les magasins du circuit spécialisé bio vs GMS
- La relation aux marques bio présentes en circuit bio : critères d'achat, rapport marque/magasin
- Le niveau d'information global sur les marques en général

**UN SUJET D'ACTUALITÉ**, renouvelé chaque année, lié aux préoccupations du marché.

**Sujet 2023 : Les freins à la fréquentation des magasins spécialisés biologiques**

Dans le contexte de mutation des habitudes de consommation, nous interrogerons l'ensemble des français sur leur ressenti par rapport au magasin spécialisé biologique et sur les alternatives concurrentes aux produits biologiques.

Nous interrogerons également les « abandonnistes » (déclarant aller moins souvent en magasin spécialisé) sur leurs raisons.

Rappel 2022 : LA RSE : connaissance et perception

Point 2 : HABITUDES D'ACHAT ET CRISE SANITAIRE

Rappel 2021 : HABITUDES D'ACHAT ET CRISE SANITAIRE

Rappel 2020 : MARQUES DU CIRCUIT BIO ET EMBALLAGE

## 2. MODULE « MARQUES » CONFIDENTIEL

**Réservé aux souscripteurs**

- Les lieux d'achats privilégiés de la (ou des) famille(s) de produits où la marque est présente.
- Notoriété assistée simple de la marque du souscripteur + marques concurrentes (3 maximum)
- Achat de la marque, ancienneté, régularité d'achat
- La relation avec la marque : degré de connaissance, appréciation, proximité... 6 items au choix, 2 items en options
- EN OPTION : 1 ou 2 questions personnalisées



## TRAITEMENT ET REMISE DES RESULTATS

**Les résultats de l'étude ne font l'objet d'aucun redressement :**

nous travaillons sur les données brutes et veillons lors du recueil de l'information à tendre au plus près des quotas recherchés

**Ils sont traités et restitués de manière pertinente et accessible :**

nous privilégions les croisements simples et nécessaires à la pertinence de l'analyse et à la compréhension des résultats afin d'apporter le plus de lisibilité aux enseignements de l'étude.

**Les résultats du module partagé,**

sont remis en exclusivité à chaque souscripteur sous la forme d'un rapport de synthèse faisant apparaître les principaux enseignements de l'étude.

Ils sont disponibles à la vente pour tous à partir du 1<sup>er</sup> octobre.

**Les résultats de chaque marque souscriptrice,**

sont remis sous la forme d'un rapport de synthèse personnalisé et confidentiel.

Ce rapport peut faire l'objet d'une présentation orale à la demande des souscripteurs.



## LES CONDITIONS DE REALISATION

### LES DÉLAIS DE REALISATION

Accord définitif sur la souscription (module partagé et marques) :	mi-mars
Recueil de l'information :	2 <sup>ème</sup> quinzaine de mars
Remise des rapports « marques » :	à partir de mi-avril
Remise des rapports module partagé :	à partir du 1er mai
Vente rapport « module partagé »	à partir du 1er octobre

### LA SOUSCRIPTION

Souscription pour 1 marque (module partagé inclus)	1 180 € HT
Souscription pour 2 marques (module partagé inclus)	1 940 € HT
Souscription pour 3 marques (module partagé inclus)	2 670 € HT
Souscription pour 4 marques (module partagé inclus)	3 520 € HT
Si plus nous consulter	

### SUPPLÉMENTS OPTIONS QUESTIONNAIRE « MARQUES »

Question simple (2 max) + 200 € HT / question	
Item d'image (2 max) + 120 € HT / item	
Présentation orale en visio :	offerte
Présentation orale dans vos locaux :	frais de déplacement au réel

### LA VENTE

Le rapport complet du « module partagé » (à partir du 1 <sup>er</sup> octobre) :	380,00 € HT
--	-------------

### RÈGLEMENT :

Souscription : 50% à la commande - solde à la livraison des résultats.

Vente : à la commande

*Attitudes et Marques se réserve le droit de ne pas réaliser la vague si le nombre de souscripteurs se révélait insuffisant.*

### VOS INTERLOCUTEURS SUR CETTE ETUDE

Michel Delouette

Tél : +33 (0)9 82 54 49 37

Mobile : +33 (0)6 87 96 48 44

[micheldelouette@attitudesetsociete.fr](mailto:micheldelouette@attitudesetsociete.fr)

Olivia Dupré

Tél : +33 (0)9 82 24 67 78

Mobile : +33 (0)6 88 84 07 95

[oliviadupre@attitudesetsociete.fr](mailto:oliviadupre@attitudesetsociete.fr)



# LE QUESTIONNAIRE DÉTAILLÉ



# QUESTIONS MODULE PARTAGÉ

## SOCIO DEMO

- Vous êtes...
  - Un homme
  - Une femme
- Quelle est votre tranche d'âge ?
- Vous y compris, de combien de personnes se compose votre foyer ?
- Combien d'enfants de moins de 15 ans vivent-ils au sein de votre foyer ?
- Dans votre foyer, quelle est la situation professionnelle du chef de famille ?  
Le chef de famille étant la personne, au sein du foyer, dont les revenus sont les plus élevés
- Merci d'indiquer le Code Postal de votre lieu de résidence

## CIRCUITS FREQUENTÉS

- Habituellement, à quelle fréquence achetez-vous des produits biologiques...

*Apparition des items en ordre aléatoire*

	Au moins une fois par semaine	2 à 3 fois par mois	1 fois par mois	5 à 6 fois par ans	Moins souvent	Jamais
Dans un hypermarché ou un supermarché	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
En direct auprès de producteurs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sur un marché local	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sur un site internet marchand	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dans un magasin spécialisé biologique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Au travers un réseau associatif (AMAP, etc...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dans une enseigne de hard discount	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>





## FREINS A LA FRÉQUENTATION DES MAGASINS SPÉCIALISÉS

*Posée aux personnes répondant mois souvent ou jamais à l'item « Dans un magasin spécialisé biologique » de la question CIRCUITS FRÉQUENTÉS*

- ACTUALITÉ**
- Vous avez répondu acheter des produits biologiques moins souvent que 5 à 6 fois par ans ou jamais dans un magasin biologique.  
Parmi les propositions suivantes, merci d'indiquer l'affirmation qui vous correspond le mieux :
    - Il y a un an, j'achetais plus souvent des produits biologiques en magasin spécialisé bio.
    - Je n'ai jamais acheté mes produits biologiques dans les magasins spécialisés biologiques.
    - Je n'achète jamais de produits biologiques.

*Posée à tous les répondants (1500)*

- ACTUALITÉ**
- Concernant les magasins spécialisés biologiques, vous indiquerez si vous êtes tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord avec les affirmations suivantes :

*Apparition des items en ordre aléatoire*

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord
Les magasins spécialisés biologiques sont trop chers.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les produits biologiques proposés par les magasins spécialisés biologiques sont de qualité identique à ceux proposés dans les enseignes de la grande distribution conventionnelle.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Il y a plus de choix de produits biologiques dans les magasins spécialisés biologiques.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les magasins spécialisés biologiques sont difficiles à trouver.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dans les magasins spécialisés biologiques, on trouve des produits que l'on ne trouve pas ailleurs.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'ambiance dans les magasins spécialisés biologiques est la même que celle des enseignes de la grande distribution conventionnelle.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



## LES ALTERNATIVES CONCURRENTES AUX PRODUITS BIOLOGIQUES

*Posée à tous les répondants (1500)*

ACTUALITÉ

- vous indiquerez si vous êtes tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord avec les affirmations suivantes :

*Apparition des items en ordre aléatoire*

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord
Ces derniers temps, je privilégie les produits locaux pour mes achats.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les produits locaux sont généralement moins chers que les produits biologiques.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La consommation de produits locaux est plus vertueuse pour l'environnement que celle des produits biologiques.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les produits alimentaires issus de filières Haute Valeur environnementale sont cultivés sans pesticide de synthèse ni engrais chimiques.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les labels de qualité sont des informations dont je tiens compte dans le choix des produits que j'achète.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Il y a trop de labels différents, on ne s'y retrouve plus.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

- ➔ **ANALYSE** : *Les résultats de ces 2 questions seront analysés et triés selon la fréquentation ou non du circuit pour comparaison. Des croisements seront effectués avec les réponses à d'autres questions selon la pertinence pour appréhender les enjeux.*



**Note :** à ce stade, tous les répondants ayant répondu "moins souvent" ou "jamais" à l'item "dans un magasin spécialisé biologique" de la question CIRCUITS FREQUENTÉS sont écartés et ne sont pas pris en compte pour la suite du questionnaire.

## MOTIVATIONS ACHAT EN CIRCUIT BIO vs GMS

- Concernant vos motivations à faire vos achats de produits bio dans un magasin spécialisé bio, ou dans un super/hyper marché conventionnel, vous indiquerez pour chacune des raisons suivantes si elles s'appliquent plutôt :

*Apparition des items en ordre aléatoire*

	aux magasin spécialisé bio	aux super/hype r marchés	autant à l'un qu'à l'autre	ni à l'un ni à l'autre
La qualité des produits proposés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La diversité des produits proposé	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'engagement éthique des marques proposées	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La confiance que vous accordez aux marques présentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les conseils fournis en magasin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le prix des produits	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parce que vous y trouvez des produits que vous ne trouvez pas ailleurs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parce que c'est pratique, vous pouvez vous y rendre facilement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pour l'environnement du magasin/du rayon, le plaisir d'y faire vos courses	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pour y découvrir de nouveaux produits / de nouvelles saveurs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parce que vous y trouvez des produits locaux	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pour l'offre de produits vendus en vrac	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## PART DU BIO DANS LES ACHATS ET DYNAMIQUE

- En pensant à vos achats en général, diriez-vous que la part des produits biologiques dans le total de vos achats est...
  - Inférieure à 25 %
  - Entre 25% et 50%
  - Entre 50 et 75 %
  - Supérieure à 75 %



- Et en pensant à ce que vous faisiez il y a un an, diriez-vous que la part des produits biologiques dans vos achats augmente, diminue ou reste stable ?
  - Augmente
  - Reste stable
  - Diminue

## ANCIENNETE DANS LE CIRCUIT ET DYNAMIQUE

- Personnellement, depuis combien de temps environ fréquentez un magasin spécialisé bio ?
  - moins de 6 mois
  - de 6 mois à 1 an
  - de 1 an à 2 ans
  - de 2 ans à 5 ans
  - de 5 ans à 10 ans
  - Plus de 10 ans
- Et en pensant à ce que vous faisiez il y a un an, diriez-vous que vous fréquentez plus souvent, ni plus ni moins ou moins souvent les magasins spécialisés biologiques ?
  - Plus souvent,
  - Ni plus ni moins
  - Moins souvent

## RAISONS D'ABANDON

*Posée aux personnes répondant « moins souvent » à la question précédente*

- ACTUALITÉ**
- Vous avez déclaré vous rendre moins souvent dans un magasin spécialisé bio, pouvez-dire les raisons qui vous ont amené à faire ce choix ?

*Plusieurs réponses possibles*

- J'ai diminué ma consommation de produits biologiques.
- Je privilégie d'autre forme de commerce pour mes achats produits biologiques.
- J'achète désormais mes produits biologiques plutôt dans les magasins de la grande distribution conventionnelle.
- Je n'ai pas de magasin spécialisé biologique à proximité et je fais davantage mes courses à côté de mon domicile/lieu de travail.
- Pour une autre raison (précisez)



## ENSEIGNE FRÉQUENTÉE

- Habituellement dans quel(s) magasin(s) spécialisé(s) biologique faites-vous le plus souvent vos courses ? *Plusieurs réponses possibles*

*Apparition des items en ordre aléatoire*

- Dans un magasin à l'enseigne Biocoop :
- Dans un magasin à l'enseigne Biomonde :
- Dans un magasin à l'enseigne Bio C' Bon :
- Dans un magasin à l'enseigne Croc Nature :
- Dans un magasin à l'enseigne La Vie Claire:
- Dans un magasin à l'enseigne L'Eau Vive :
- Dans un magasin à l'enseigne Naturalia :
- Dans un magasin à l'enseigne Naturéo :
- Dans un magasin à l'enseigne Satoriz :
- Dans un magasin d'une autre enseigne (précisez) :
- Dans un magasin indépendant

## HABITUDES ALIMENTAIRES

- Respectez-vous, vous même ou une personne de votre foyer, une habitude alimentaire parmi les suivantes ?

*Apparition des items en ordre aléatoire*

- Végan
- Végétarien
- Végétalien
- Sans gluten
- Sans lactose
- Sans porc
- Autre (préciser)

## CRITERE DE CHOIX D'UN PRODUIT

- Lorsque vous choisissez un produit dans votre magasin spécialisé bio, quels est pour vous, parmi les critères suivants, le plus important : En 1<sup>er</sup> ? En 2<sup>ème</sup> ?

*Apparition des items en ordre aléatoire*

- La recette
- Les ingrédients
- L'aspect innovant du produit/l'originalité
- L'engagement éthique de la marque
- La confiance accordée à la marque
- La fabrication française
- Le prix de vente
- La proximité du lieu de production



- Et finalement, en pensant à votre état d'esprit lorsque vous faites vos achats dans votre magasin spécialisé bio, de quelle affirmation vous sentez-vous le plus proche ?

*Apparition des items en ordre aléatoire*

- Je fais plutôt attention aux marques que j'achète, et je choisie celles qui m'inspirent le plus confiance
- Je ne fais plutôt pas attention aux marques que j'achète et je fais plutôt confiance aux choix de mon magasin

## L'INFORMATION

- En pensant à l'information que vous recevez sur les marques présentes dans votre magasin bio et à celle dont vous avez besoin, diriez-vous que vous êtes globalement ... ?

- Très bien informé(e) sur les marques
- Plutôt bien informé(e) sur les marques
- Plutôt mal informé(e) sur les marques
- Très mal informé(e) sur les marques



## QUESTIONS MODULE « MARQUES »

### LIEUX D'ACHAT DES PRODUITS

*Posée à tous*

- En pensant à vos achats de *FAMILLE DE PRODUITS X*, diriez-vous que vous les achetez...
  - Souvent
  - De temps en temps
  - Rarement
  - Jamais

*POSER PAR PRODUIT OU FAMILLE DE PRODUITS DE LA MARQUE SOUSCRIPTEUR pour les marques présentes dans plusieurs rayons, 3 familles de produits maximum*

- en bio dans un magasin spécialisé bio
- en bio dans une enseigne de la grande distribution
- en bio sur un autre circuit
- en conventionnel (non bio), quel que soit le type de commerce

### NOTORIETE ASSISTÉE MARQUE SOUSCRIPTEUR + CONCURRENCES

*Posée à tous*

- Pour chacune des marques suivantes vendues en magasin spécialisé bio, vous indiquerez si c'est une marque que vous connaissez ne serait-ce que de nom ?)

*POUR CHAQUE SOUSCRIPTEUR, 3 marques concurrentes*

#### **(visuels logos)**

- **Marque souscripteur**
- Marque B
- Marque C
- Marque D

#### **➔ SI 2 MARQUES CONCURRENTES SOUSCRIVENT À LA MÊME VAGUE**

- *si le choix des marques testées est identique, les résultats de notoriété leur seront remis de façon commune,*
- *si le choix est différent chacune se verra remettre les résultats des marques qu'elle aura choisie.*

- ➔ **ANALYSE** : *seul le score de notoriété de la (ou des) marque(s) du souscripteur fera l'objet de tris ou analyses. Ces résultats resteront strictement confidentiels. Il n'y aura pas d'analyse ni de tri sur les marques concurrentes*



## ACHAT

*Posée si marque souscripteur connue ne serait-ce que de nom*

- Vous avez indiqué connaître la marque *souscripteur* ne serait-ce que de nom, vous arrive-t-il d'acheter des produits de cette marque ? **(visuel logo)**
  - Oui
  - Non

## ANCIENNETÉ D'ACHAT

*Posée si marque souscripteur achetée*

- Depuis combien de temps environ achetez-vous les produits de la marque *souscripteur*? **(visuel logo)**
  - moins de 6 mois
  - de 6 mois à 1 an
  - de 1 an à 2 ans
  - de 2 ans à 5 ans
  - de 5 ans à 10 ans
  - Plus de 10 ans

## REGULARITÉ D'ACHAT

*Posée si marque souscripteur achetée*

- Et diriez-vous que vous achetez les produits de la marque *souscripteur*? **(visuel logo)**
  - Régulièrement
  - De temps en temps
  - Rarement





## IMAGE

*Posée si marque souscripteur connue ne serait-ce que de nom*

- Concernant la marque *souscripteur*, vous indiquerez si vous êtes tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord avec les affirmations suivantes : **(visuel logo)**

*Apparition des items en ordre aléatoire*

	Tout a fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord
Je me sens proche de cette marque	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
C'est une marque qui répond bien à mes attentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cette marque est dynamique, elle fait parler d'elle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cette marque participe au développement de la filière biologique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
C'est une marque qui m'inspire confiance	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
C'est une marque avec laquelle je peux me faire du bien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suggestion item suppl.. : C'est une marque engagée dans la réduction des emballages	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

➔ **OPTION FACULTATIVE** : les souscripteurs pourront, à leur convenance, modifier la liste des items proposés et ce dans la limite de 8 items (dont 6 inclus dans la souscription soit 1 ou 2 items facturés en supplément)

## NIVEAU D'INFORMATION

*Posée si marque souscripteur connue ne serait-ce que de nom*

- En pensant maintenant à l'information que vous recevez de la marque *souscripteur* diriez vous que vous êtes globalement très bien, plutôt bien, plutôt mal ou très mal informé(e) sur cette marque ? **(visuel logo)**

- Très bien informé(e)
- Plutôt bien informé(e)
- Plutôt mal informé(e)
- Très mal informé(e)



## SOURCES D'INFORMATION

*Posée si marque souscripteur connue ne serait-ce que de nom*

- Enfin, au cours des 6 derniers mois, avez-vous reçu de l'information sur la marque...

### **(visuel logo)**

*Plusieurs réponses possibles (par exemple)*

*Apparition des items en ordre aléatoire*

- En consultant son site internet
- En consultant sa page Facebook ou son compte Twitter
- En voyant une publicité dans un magazine
- En repérant une information en magasin type stop rayon, affichettes, flyers, dépliants...
- Aucun, je n'ai pas reçu d'information sur cette marque
- Autre

➔ *Liste réponse à adapter en fonction de vos actions de communication*

➔ **OPTION FACULTATIVE** : *possibilité pour les marques qui le souhaitent de rajouter 1 ou 2 questions « confidentielles » barométrisées (non comprises dans la souscription - facturées en supplément)*