

Étude de marché

Afin de nous permettre de mieux comprendre et de mesurer les attentes des consommateurs de bière, ainsi que d'étudier de manière plus globale le marché de la bière, nous avons décidé d'effectuer des enquêtes auprès de consommateurs ou non de bière. Pour ce faire, nous avons décidé de réaliser un questionnaire en ligne sur les habitudes de consommation de la bière, ainsi que six entretiens en face à face auprès de personnes de tout âge et de toutes fonctions. Le questionnaire en ligne nous permet ainsi d'avoir des réponses principalement de personnes jeunes car nous l'avons partagé dans notre réseau direct ainsi qu'aux étudiants de l'IUT de Sénart-Fontainebleau, intégrant également les personnes ne consommant pas de bière afin d'avoir une représentation du pourcentage approximatif des consommateurs de bière sur un échantillon. L'entretien en face à face nous permet d'avoir un avis plus global et des réponses plus détaillées, ne concernant que des personnes buvant de la bière peu importe leur fréquence de consommation. Si nous avons choisi de ne pas interroger nos cibles de manière précise, c'est parce que nous avons pour optique d'avoir un aperçu général des consommations des personnes, afin de pouvoir imaginer ce que pourraient penser différentes personnes en voyant notre bière dans un rayon en grande surface. Cela nous permet ainsi d'évaluer le marché de la bière globale, en plus d'évaluer les attentes de nos cibles.

Pour commencer cette étude, nous allons analyser en premier les réponses du formulaire en ligne, après lequel nous verrons celles des différents entretiens, puis nous finirons par une synthèse des réponses obtenues grâce à ces deux supports.

Tout d'abord, d'un côté socio-démographique, nous pouvons voir que sur les 29 personnes interrogées, 18 se considèrent comme étant des hommes. La majorité des personnes ayant répondu à notre questionnaire ont entre 18 et 20 ans, avec 24 personnes dans cette tranche d'âge, ce qui représente 82,8% des réponses. Ainsi, nous pouvons considérer pour le reste des réponses que celles qui sont majoritaires sont celles de la plupart des jeunes.

Les résultats de ce questionnaire sont plutôt variés. En effet, nous pouvons tout d'abord voir cela avec la fréquence de consommation de bière, puisque nous avons des réponses de personnes buvant de la bière de manière assez régulière ainsi que des personnes en consommant plus rarement, voire jamais. Les résultats montrent qu'une personne déclare boire quotidiennement, et quatre de manière hebdomadaire, tandis que huit personnes boivent de la bière rarement, dix personnes en boivent mensuellement, et six personnes n'en consomment jamais. Cependant, nous ne pouvons déterminer la quantité de bière que chacun boit, puisqu'il est possible que ceux consommant rarement de la bière en boivent en très grande quantité lorsqu'ils en consomment, ceci n'est donc ni négatif ni positif pour notre marque.

Au niveau de la consommation de bière, la majorité des personnes en consomment principalement avec des amis ou en soirée, avec respectivement 20 et 19 réponses. 11 personnes disent également en consommer pendant l'apéritif. Ces réponses sont ainsi un bon signe pour l'Azalaïs et plus généralement toutes nos bières, puisque nous souhaitons qu'elles soient consommées lors de moment de détente ou entre amis, la valeur principale de notre marque étant la convivialité.

Concernant le type de bière le plus consommé, nous avons une majorité de réponses pour la bière blonde avec 18 votes sur 29, ce qui est plutôt négatif pour l'Azalaïs, qui est une bière blanche, ce

type n'ayant que deux votes. Le second type préféré des personnes interrogées est la bière ambrée, avec six votes, suivi par la réponse "aucune" ayant cinq votes. Pour ce qui est du style de bière préféré, sur le peu de personnes qui savaient de quoi il s'agissait, une majorité a voté les bières belges, avec quatre votes, en plus de deux personnes ayant répondu qu'elles n'avaient pas de préférence, et 17 personnes n'ayant pas de réponse à cette question. Ainsi, grâce à ces réponses, nous envisageons de produire une majorité de bières blondes et ambrées pour les produits à venir.

La moitié des personnes ayant répondu à notre questionnaire fréquentent des bars, et y commandent en règle générale plutôt un cocktail ou une bière, avec respectivement cinq et quatre réponses. De plus, la majorité des personnes achètent leur bière soit au bar, soit en grande surface. Ainsi, puisque notre marque a pour but de vendre ses produits à ces deux endroits en majorité, cela nous est bénéfique.

Enfin, 18 personnes ont répondu préférer découvrir de nouvelles variétés plutôt que rester dans la valeur sûre. Ceci est donc également positif pour notre marque, qui se base sur la découverte de nouvelles saveurs avec son principe de boissons éphémères.

Grâce à ce questionnaire, nous pouvons ainsi affirmer que dans leur ensemble, les résultats sont plutôt positifs pour notre marque, car il en ressort que la majorité boivent de la bière principalement entre amis ou en soirée ainsi qu'à l'apéritif, ce qui correspond à notre marque qui accorde une grande importance à la convivialité, et que beaucoup souhaitent découvrir de nouvelles saveurs de bières, également un point positif au vu de nos boissons éphémères. De plus, nous avons plus de pistes pour les prochaines bières que nous souhaitons développer afin de satisfaire au mieux les prospects et consommateurs, comme le type de bière blonde qui est à privilégier.

En ce qui concerne les six entretiens réalisés en tête à tête, toutes les personnes interrogées ont entre 20 et 52 ans, et les fonctions de chacune sont variées. Tous sont en revanche des consommateurs de bière, que leur consommation soit régulière ou plus occasionnelle.

Pour commencer l'analyse des réponses, nous pouvons voir qu'en ce qui concerne les habitudes de consommation de la bière, la majorité en consomme lors de moments festifs, ou avec des amis et de la famille. Beaucoup en consomment également lors de moments calmes ou de détente, comme l'été sur une terrasse par exemple, pour pouvoir se désaltérer. Cela correspond donc à notre marque, qui veut que ses produits se dégustent lors de moments conviviaux tout en amenant une sensation de sérénité.

En ce qui concerne les types de bière préférés, les réponses sont divisées puisque nous avons d'un côté des personnes buvant plus des bières ambrées ou brunes, et de l'autre des personnes préférant des bières aromatisées, ainsi que les blondes fruitées et donc des bières plus douces. Cela n'a donc pas d'impact sur notre positionnement, cependant nous en retenons que nous devrions proposer une diversité au niveau des types de bières afin de pouvoir vendre nos produits auprès d'une majorité.

Concernant les éléments importants à l'achat d'une bière, les réponses varient. En effet, nous avons une personne qui regarde le packaging lorsqu'elle souhaite découvrir de nouvelles variétés de bière, deux personnes qui regardent le type de bière afin de pouvoir rester sur des types qu'ils apprécient, une personne qui regarde les marques pour rester dans de la valeur sûre, et trois personnes qui regardent les ingrédients mais pour des raisons différentes. En effet, une personne regarde la

composition en sucre, car elle ne consomme pas de bière contenant du sucre ajouté lorsqu'il n'y a pas de raison valable pour un tel ingrédient, et une autre personne regarde les ingrédients pour savoir si la bière est fruitée ou aromatisée, tandis qu'on ne sait pas ce que regarde précisément la troisième personne disant faire attention aux ingrédients. Les avis sont ainsi très variés, mais ne sont ni positifs ni négatifs pour notre marque.

En ce qui concerne le taux d'alcool lors de l'achat d'une bière, cinq personnes sur six le regardent, mais seulement trois personnes disent que ce chiffre a un impact sur leur achat ou non de la bière, deux souhaitant un degré plutôt faible afin d'avoir une bière plus douce ou afin de pouvoir prendre plusieurs verres, tandis que le troisième essaie de consommer des bières avec un degré d'alcool restant entre 5 et 7 %. Cela est donc positif pour notre bière Azalaïs, qui a un degré d'alcool égal à 5 pouvant être considérée comme une bière avec une faible teneur en alcool, rentrant ainsi dans les chiffres acceptés par les deux avis distincts des personnes questionnées.

Du côté de la découverte, toutes les personnes interrogées nous ont répondu aimer découvrir, exceptée une personne n'aimant pas cela lors de ses achats. Au sujet de la découverte au niveau de la bière précisément, les avis divergent plus et sont plus détaillés. En effet, une personne reste pour une consommation habituelle sur de la valeur sûre avec une bière blanche précise, cependant lorsqu'elle va en brasserie ou qu'elle reçoit des invités, elle apprécie acheter des bières dans le but de découvrir de nouvelles saveurs. Une autre personne n'hésite pas à découvrir de nouvelles saveurs lorsqu'on lui propose, mais ne va pas ou très peu acheter des bières inconnues lorsqu'il est seul. Enfin, les trois dernières personnes sont ouvertes à découvrir de nouvelles bières, l'une car elle trouve cela agréable de pouvoir déguster des bières de différentes variétés, et les deux autres car ils aiment en découvrir de manière générale, et que cela inclut également les bières. Cela est donc très positif pour notre bière et notre marque, de par notre nouveauté principalement, qui fait que nous ne sommes pas connus et donc que pour avoir des consommateurs il faut que les personnes découvrent notre bière, mais également de par notre concept de bières éphémères, qui implique que nos consommateurs peuvent découvrir de nouvelles bières régulièrement.

En ce qui concerne les bières aromatisées, une personne consommant peu de bière en général est plus attirée par les bières sucrées et est donc tentée de goûter des bières aromatisées, tandis qu'une autre aime découvrir des goûts fruités exotiques. Une personne apprécie boire des bières aromatisées, car elle trouve qu'elles sont très agréables en bouche et permettent de se désaltérer. Mais certaines personnes ont des avis plutôt neutres voire négatifs sur les bières aromatisées, une n'appréciant en général pas ce type de bière mais n'étant pas réticent à en goûter parce qu'elle considère qu'il peut y avoir des surprises, et l'autre les trouvant en général trop sucrées et avec des associations peu judicieuses parfois. Cependant, cette dernière personne n'est pas totalement contre les bières aromatisées, mais est souvent déçue de ces bières-là. Les avis sont donc de manière générale positif pour l'Éphémère, qui aura dans tous ses produits des fruits, puisque même les personnes n'appréciant pas les bières aromatisées ne seraient pas contre l'idée d'en goûter.

Nous avons également demandé de manière plus précise les avis concernant une bière à la pêche, et ces derniers se sont révélés être positifs, puisque la totalité des personnes interrogées nous ont répondu être prêtes à en goûter, s'attendant à un goût fruité et frais. Sur le sujet d'une bière à la lavande, les personnes étaient plus réticentes, insistant principalement sur la peur d'un goût trop prononcé, voire même d'un goût de savon, disant que le goût de lavande devrait être subtil. Cependant, plusieurs personnes sont prêtes à goûter une bière seulement à la lavande, se disant que si elle existe c'est pour une raison et qu'elle vaut donc d'être goûtée, ou simplement par curiosité. Lorsqu'on a proposé une bière alliant pêche et lavande, l'avis revenant le plus sur ce mariage de goût est la lavande, qui devrait être bien dosée afin d'avoir un goût agréable. Cependant, toutes les

personnes ont répondu être prêtes à goûter, certaines avec plus de réticence que d'autres. Cela montre donc que beaucoup pourraient goûter notre bière Azalaïs, qui allie justement ces deux saveurs.

Nous avons également posé des questions concernant les noms choisis, afin d'avoir un aperçu d'à quoi nos noms pouvaient faire penser, et si l'idée générale n'allait pas à l'encontre de notre identité de marque, auquel cas nous aurions dû nous renommer. Pour "Azalaïs", la réponse la plus répétée est la fleur, que cela soit de manière générale ou plus précisément de la fleur s'appelant azalée. Cependant, une personne a également répondu que ce nom faisait penser au Sud de la France, et une autre nous a dit la Provence et le mot "printanier". Enfin, une dernière personne nous a dit que ce nom renvoyait à quelque chose de très féminin, de sensuel, et que le nom avait une bonne résonance. Pour le nom "Éphémère", les réponses restaient majoritairement sur le thème de quelque chose qui disparaît, qui ne dure pas. Une personne nous a également répondu que cela faisait penser à une fleur, et que dans l'univers de la bière cela valait la peine d'être goûté. Ainsi, ces réponses sont plutôt positives quant à notre choix de nom, car pour Azalaïs nous voulions rappeler un thème floral et provençal, et pour Éphémère, nous avons pour but de proposer des bières qui disparaissent au bout d'un moment. Nous pouvons ainsi en conclure que nous n'avons pas besoin de changer les noms choisis.

En ce qui concerne le concept de boissons éphémères, deux personnes ont été interrogées, et nous ont dit apprécier l'idée d'une marque basée sur le renouveau et la curiosité. Cela est donc également très positif pour notre marque, car nous avions des doutes que ce concept puisse être adopté et apprécié par des consommateurs de bière.

Grâce à ces entretiens, nous pouvons affirmer que notre marque et nos bières ont la possibilité d'être acceptées et appréciées, car sur tous les thèmes concernant l'Éphémère et l'Azalaïs, les avis majoritaires nous sont favorables, tant au niveau des goûts fruités qu'au niveau de notre identité de marque.

De manière générale, nous pouvons voir que la majorité des personnes consomment de la bière lors de moments conviviaux ou de détente, et que les bières blondes sont celles les plus bues. La majorité des personnes ne sont pas contre l'idée de découvrir de nouvelles bières ou de nouvelles marques, même si une partie préfère rester sur de la valeur sûre avec des bières ou des marques qu'ils connaissent et savent qu'ils apprécient. En outre, une bière alliant pêche et lavande plairait à beaucoup, ou tout du moins beaucoup seraient tentés de la goûter.

Pour conclure, ces réponses nous sont favorables car elles sont majoritairement positives pour notre marque, comme nous pouvons le voir avec la majorité des personnes qui sont prêtes à goûter l'Azalaïs, ainsi que la majorité qui apprécie découvrir de nouvelles bières. De plus, nous pouvons tirer une part de positif et des nouvelles idées de la part des avis plus négatifs, comme les réponses obtenues concernant le type de bière préféré, dont nous pouvons en retenir que si nous voulons que nos produits aient de nombreux consommateurs, nous nous devons de varier les types de bière que nous vendons notamment en vendant des bières blondes, le type le plus apprécié.