

Annexes

Table des annexes

Annexe 1 : Guide d'entretien	2
Annexe 2 : Exemples donnés aux répondants lors de l'étude qualitative	6
Annexe 3 : Profil des personnes interrogées lors de l'étude qualitative.....	11
Annexe 4 : Retranscription des interviews qualitatives.....	15
Annexe 5 : Questionnaire quantitatif.....	272
Annexe 6 : Codification des résultats quantitatifs	287
Annexe 7 : Résultats quantitatifs bruts	291
Annexe 8 : One Sample T-Test réalisés sur les différentes variables réaction.....	313
Annexe 9 : Tests réalisés afin d'observer les différences d'influence en fonction du type de recommandation	314
Annexe 10 : Tests réalisés afin d'observer les différences d'influence en fonction du sexe	322
Annexe 11 : Tests réalisés afin d'observer les différences d'influence en fonction des âges	333

Annexe 1 : Guide d'entretien

Bonjour, je m'appelle Marie-Charlotte Paindavoine et je suis étudiante en master 2 en ingénieur de gestion à l'UCLouvain FUCaM Mons. Dans le cadre de mon mémoire, je dois réaliser plusieurs interviews. Je vous remercie pour le temps que vous me consacrez. Ce questionnaire durera environ 30 minutes.

Puis-je enregistrer l'entretien ? Je tiens à vous rappeler que vos réponses seront utilisées uniquement dans le but de mener à bien mon mémoire.

Avez-vous des questions ?

Partie 1 : Profil de l'utilisateur et sa connaissance dans les systèmes de recommandation

Question 1 : Pouvez-vous vous présenter brièvement ?

Questions de relance : Quel est votre âge ? D'où venez-vous ? Quelle est votre profession ?

Question 2 : Pouvez-vous me donner quelques achats que vous avez l'habitude de faire ?

Questions de relance : Dans quel secteur (mode, grande distribution, etc.) ? Dans quels magasins ? Quelles marques achetez-vous tout le temps ?

Question 3 : Savez-vous ce qui se cache derrière le concept de « Système de recommandation » ? De nombreuses entreprises, que ce soit en ligne ou hors ligne utilisent vos données personnelles et suivent votre comportement afin de vous proposer des produits et/ou des services susceptibles de vous intéresser : connaissiez-vous cette pratique ?

Je vais vous montrer plusieurs *exemples* de recommandations faites à un utilisateur.

Question 4 : *Par rapport aux exemples que je vous ai montrés*, quelle est votre réaction face à ces recommandations et aux recommandations en général ?

Questions de relance : Est-elle positive ou négative ? Si négative : quels sont les éléments qui vous font penser à ça ? Qu'est-ce qui pourrait vous faire changer d'avis ?

Question 5 : Que pensez-vous de la personnalisation dans les recommandations ?

Questions de relance : Que pensez-vous des messages « sélectionné pour vous », « recommandations pour vous » ? Est-ce que vous voyez ça comme une facilité (dans le sens où ce sont souvent des produits que vous aimez, que vous avez l'habitude d'acheter : sur

Facebook, les recommandations d'amis par exemple, sont souvent des gens avec qui vous avez des amis en commun, etc.) ?

Question 6 : Pensez-vous que des individus peuvent être influencés face à des systèmes de recommandation ?

Questions de relance : Pourquoi ? Avez-vous un exemple ?

Partie 2 : L'acceptation de la recommandation proposée

Je réalise, dans le cadre de mon mémoire, une étude pour comprendre dans quelle mesure les recommandations sont acceptées par les utilisateurs. Par « accepter », j'entends l'achat quand il s'agit d'un produit ou d'un service et l'acceptation quand il s'agit d'une vidéo, d'un ami sur Facebook, etc.

Question 1 : Lorsque vous êtes face à des recommandations, quels sont les éléments que vous jugez importants ?

Questions de relance : Qu'est-ce qui va vous donner envie d'acheter le produit dans la recommandation ? Ou d'accepter la recommandation qui vous est faite ?

Question 2 : Reprenons ces exemples de recommandations, que pouvez-vous me dire sur l'aspect de celles-ci ?

Questions de relance : Etes-vous attiré par une plus que par une autre (au niveau du visuel) ? Pourquoi ? L'endroit où la recommandation apparaît vous importe-t-il ou pas ? Pourquoi ?

Question 3 : Préférez-vous les recommandations en ligne ou les recommandations papier ?

Question de relance : Pourquoi ?

Question 4 : Les recommandations se font dans tous les domaines (exemple : réseaux sociaux, grande distribution, banques, etc.). Dans quel(s) domaine(s) trouvez-vous que les recommandations sont les plus utiles ?

Question de relance : Pourquoi ?

Question 5 : Est-ce que « l'effort » a un impact sur l'acceptation d'une recommandation selon vous (accepter un ami sur Facebook est-il différent d'accepter une recommandation de prêt bancaire par exemple) ?

Question 6 : Quelle est votre définition de la confiance ? Pourquoi faites-vous confiance à certaines marques ou entreprises ? Faites-vous attention à une recommandation qui provient d'une marque ou d'une entreprise envers laquelle vous n'avez pas forcément confiance ?

Question 7 : *Exemple (Vous êtes fidèle au Nutella).* Quelle est votre réaction si les systèmes de recommandation vous proposent *un pot de Kwatta* ?

Question 8 : *Exemple (Ce pot de Nutella vous a été proposé parce nous avons identifié dans votre comportement d'achat que vous en achetiez toutes les semaines).* Qu'en pensez-vous ?

Question de relance : Quelle est votre réaction quant à l'explication donnée avec la recommandation ?

Question 9 : Faites-vous attention à la petite phrase sur les cookies qui apparaît quand vous arrivez sur un site ? Est-ce que vous cliquez dessus pour en savoir plus ? *Exemple (Facebook a lancé un spot pour expliquer à l'utilisateur comment il récoltait ses données).* Qu'en pensez-vous ?

Question de relance : Quelle est votre réaction quant à l'explication de « comment » sont utilisées vos données ?

Question 10 : Si je vous parle de diversité de produits, qu'est-ce que cela veut dire pour vous ?

Questions de relance : Avez-vous des exemples ? Est-ce que cette dimension est importante pour vous dans le cadre des systèmes de recommandation ?

Question 11 : *Exemple (Vous venez de réserver un vol pour Dublin et le système de recommandation vous propose un hôtel à Paris).* Comment réagissez-vous ?

Questions de relance : Auriez-vous peut-être préféré avoir une autre recommandation ? La recommandation proposée ne vous donne-t-elle pas des idées ?

Question 12 : Les recommandations vous ont-elles déjà aidé à découvrir des choses par hasard, des choses auxquelles vous ne vous attendiez pas du tout ?

Questions de relance : Avez-vous des exemples ? Quel était votre ressenti ?

Question 13 : Êtes-vous sensible aux promotions de manière générale ?

Questions de relance : Plus dans un secteur que dans un autre ? Plus à un moment en particulier ? Est-ce un facteur important pour vous dans une recommandation ?

Question 14 : Que faites-vous quand vous êtes face à ou que vous venez de cliquer sur une recommandation ?

Question 15 : Quand vous êtes sur internet et que vous avez une recherche précise à faire, que faites-vous ?

Questions de relance : Vous allez droit au but ? Avez-vous tendance à être facilement distrait par les recommandations, publicités et autres qui apparaissent quand vous surfez sur internet ?

Question 16 : Imaginons maintenant que vous ayez cliqué sur une recommandation et êtes prêt à l'accepter, acheter le produit s'il s'agit d'un produit, d'autres recommandations apparaissent sur votre écran : comment réagissez-vous ?

Avez-vous quelque chose à ajouter ? Ce questionnaire est maintenant terminé, merci pour votre collaboration et le temps que vous m'avez consacré. Si vous le voulez, je vous transmettrai les résultats de ma recherche.

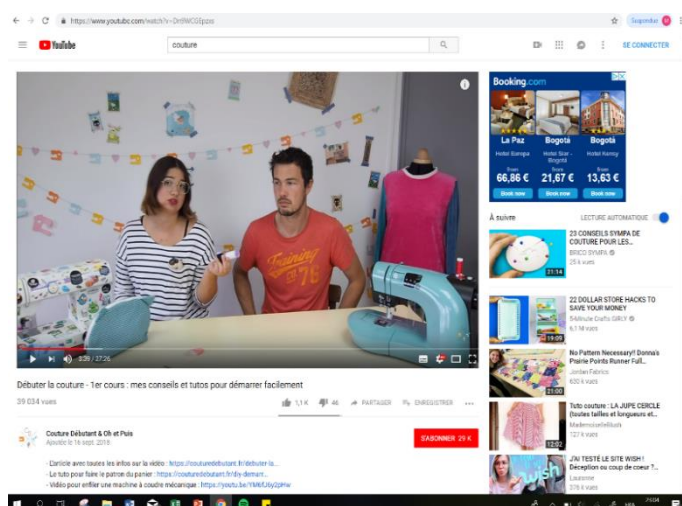
Annexe 2 : Exemples donnés aux répondants lors de l'étude qualitative

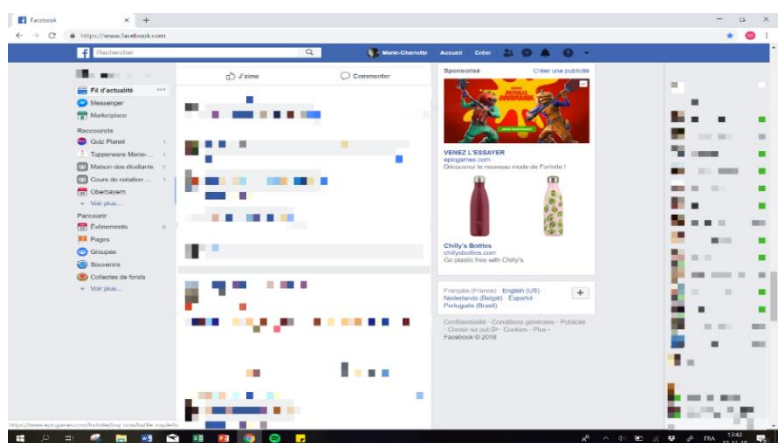
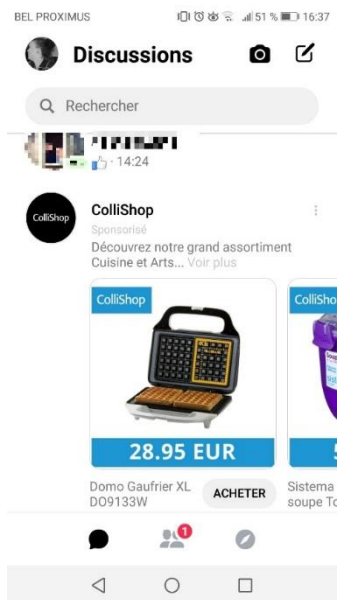
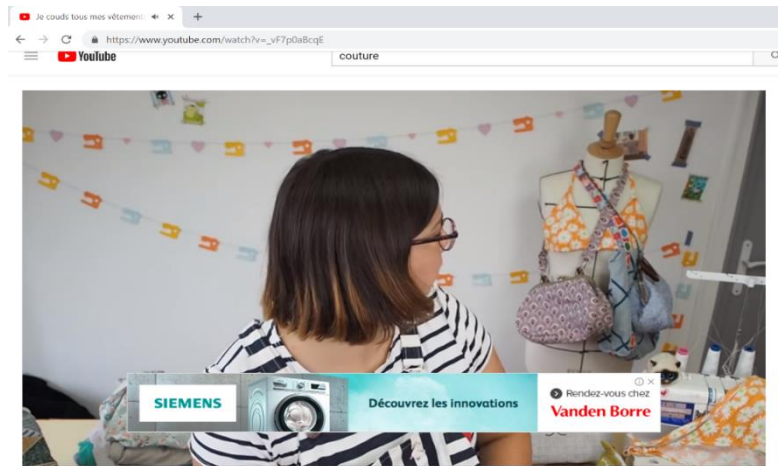
Exemples de recommandations

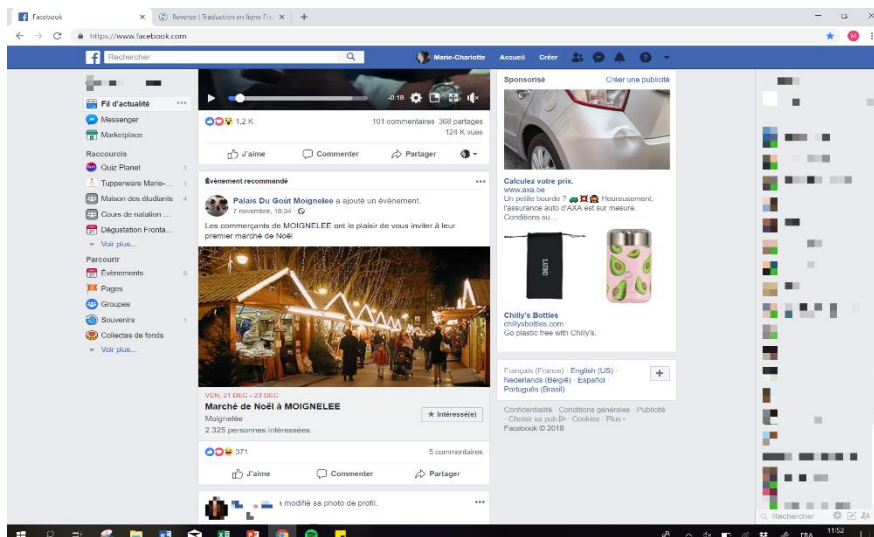
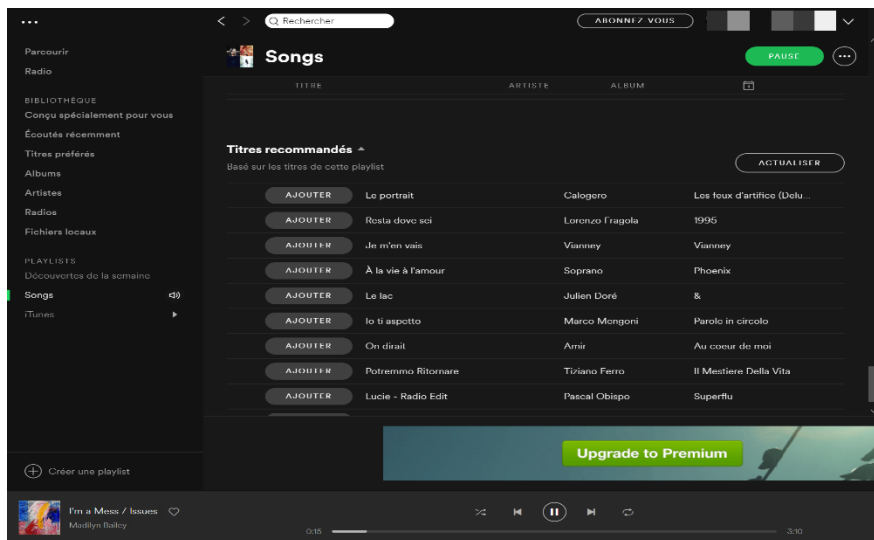
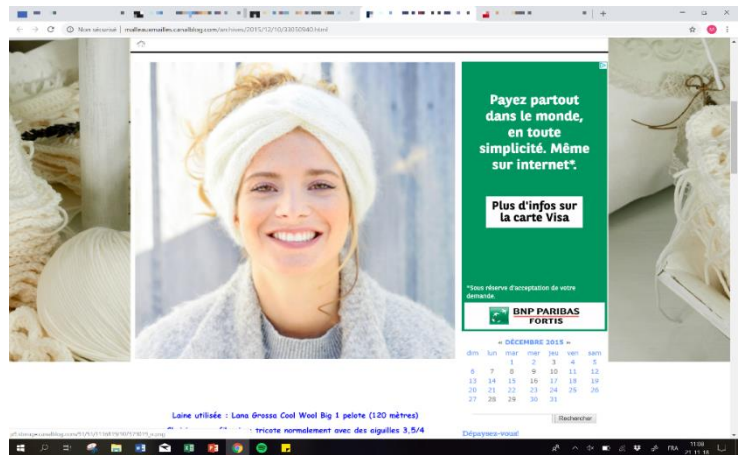
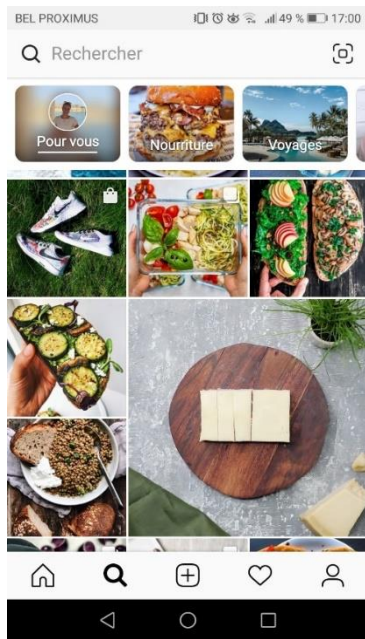
Papier

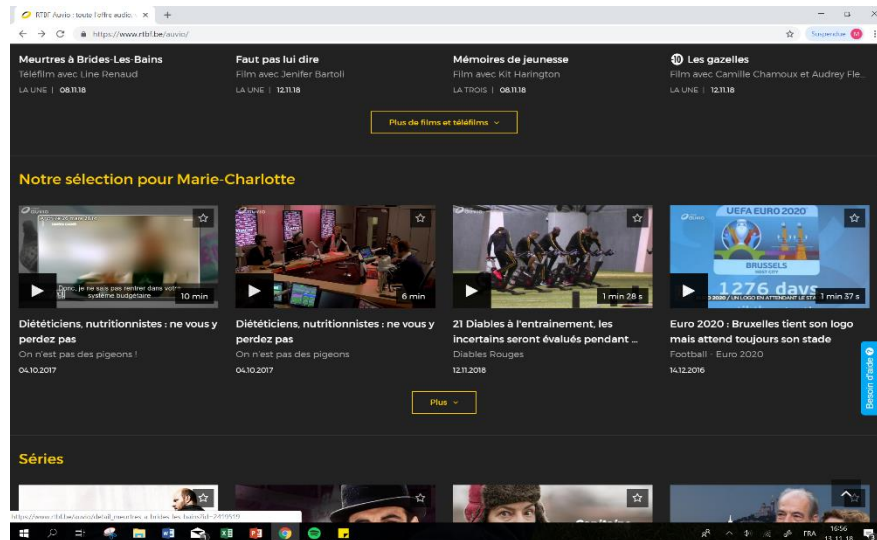
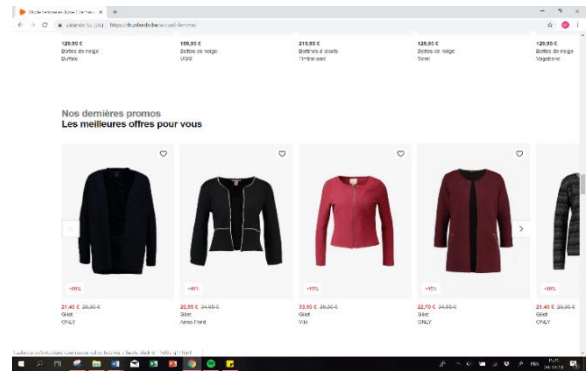
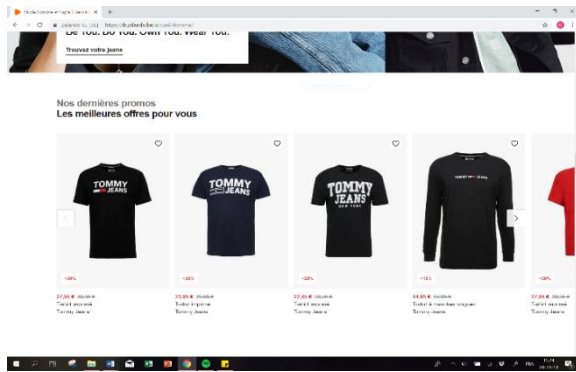


En ligne

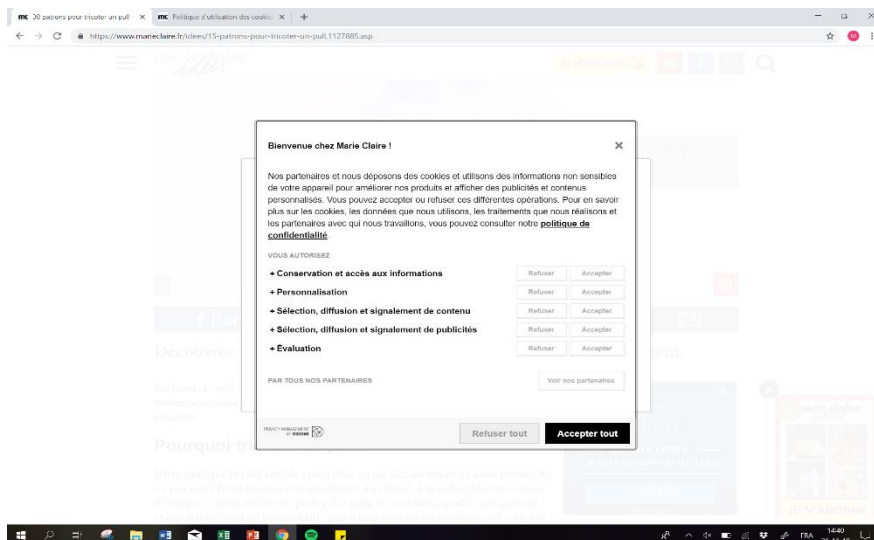
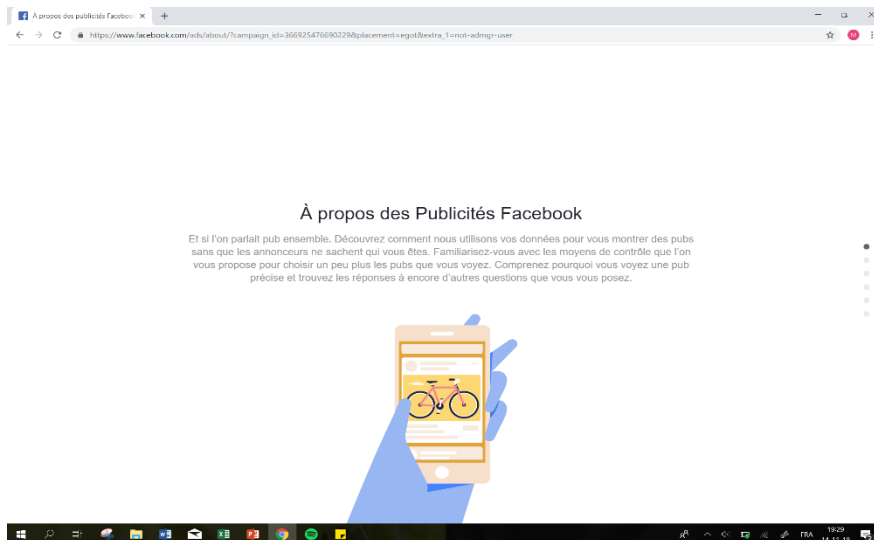








Exemples de transparence



Annexe 3 : Profil des personnes interrogées lors de l'étude qualitative

Entretien 1 (28')

Femme

48 ans

Directrice d'école

Entretien 2 (23')

Homme

21 ans

Étudiant

Entretien 3 (37')

Femme

36 ans

Secrétaire de direction

Entretien 4 (27')

Homme

17 ans

Étudiant

Entretien 5 (23')

Femme

28 ans

Cadre dans une entreprise de biotechnologies

Entretien 6 (32')

Homme

22 ans

Étudiant

Entretien 7 (20')

Homme

52 ans

Employé dans un magasin et indépendant complémentaire

Entretien 8 (15')

Femme

28 ans

Greffier

Entretien 9 (25')

Femme

23 ans

Étudiant

Entretien 10 (25')

Homme

28 ans

Fonctionnaire

Entretien 11 (18')

Homme

22 ans

Étudiant

Entretien 12 (24')

Femme

20 ans

Étudiant

Entretien 13 (29')

Homme

25 ans

Auditeur

Entretien 14 (24')

Homme

22 ans

Étudiant

Entretien 15 (18')

Femme

25 ans

Étudiant

Entretien 16 (24')

Femme

31 ans

Secrétaire médicale et indépendant complémentaire

Entretien 17 (32')

Homme

22 ans

Étudiant

Entretien 18 (31')

Femme

47 ans

Assistante pharmacie et indépendant complémentaire

Entretien 19 (32')

Homme

41 ans

Horticulteur et cuisinier

Entretien 20 (39')

Femme

21 ans

Étudiant

Annexe 4 : Retranscription des interviews qualitatives

Interview 1

Bonjour, je m'appelle Marie-Charlotte Paindavoine et je suis étudiante en master 2 en ingénieur de gestion à l'UCLouvain FUCaM Mons. Dans le cadre de mon mémoire, je dois réaliser plusieurs interviews. Je vous remercie pour le temps que vous me consacrez. Ce questionnaire durera environ 30 minutes.

Avez-vous des questions ?

Non pas pour commencer, merci.

Donc on va tout de suite passer à la première question : pouvez-vous vous présenter brièvement ?

Alors, je suis mariée, j'habite Deux-Acren, dans un endroit très verdoyant, un endroit très isolé avec beaucoup d'animaux de toutes sortes. J'ai différentes passions : j'aime bien le sport, je cours pour ma forme, j'aime beaucoup nager, j'aime aussi coudre, je suis des cours de couture et à côté de ça, j'ai une vie professionnelle qui me plaît jusqu'à aujourd'hui énormément.

Si je peux me permettre, quel est votre âge ?

Mon âge... 48 ans.

D'accord, est-ce que vous pouvez me donner quelques achats que vous avez l'habitude de faire ?

Des achats ?

Donc par exemple dans l'alimentaire, quelles marques achetez-vous tout le temps ?

Alors là, ce qui est très difficile c'est que j'ai la chance d'avoir un mari exceptionnel qui se charge de tout, des courses, du ménage, de tout donc je ne sais pas trop au niveau des achats, par contre ce que je fais toutes les semaines, je vais au marché d'Ath et j'achète du fromage et des fruits.

Et quelles marques, dans l'alimentaire par exemple, mangez-vous tout le temps ? Dont vous ne voudriez pas vous passer ?

Ah ce dont je ne sais pas me passer ?

Les marques par exemple.

Ah les marques... il n'y a pas de marques, en fait je ne peux pas me passer de produits laitiers mais maintenant je dois tout doucement aller vers des produits laitiers sans lactose parce que mon estomac me fait...

Et quand vous mangez des produits laitiers, de quelles marques sont-ils s'il y a une marque en particulier ?

Alors je tente de faire vivre les marques de mon pays donc Fairebel.

Ok. Savez-vous ce qui se cache derrière le concept de « Système de recommandation » ?

Non, je préfère dire non que des bêtises.

Vous pouvez toujours dire si vous pensez à quelque chose.

Je pense que, exemple Colruyt parce que je sais que Colruyt le fait, c'est de sélectionner les achats qui sont faits par le client et en fonction de ces achats ils ont certaines publicités, est-ce que c'est ça ?

Oui c'est ça. De nombreuses entreprises, que ce soit en ligne ou hors ligne utilisent vos données personnelles et suivent votre comportement afin de vous proposer justement des produits et/ou des services susceptibles de vous intéresser : connaissiez-vous cette pratique ?

Oui, je la connais, oui oui.

Donc, je vais vous montrer plusieurs exemples de recommandations : ici, dans la publicité Colruyt, en plus du feuillet publicitaire normal avec les dernières promotions et/ou nouveautés, c'est un feuillet avec la mention « sélection pour vous ». J'ai d'autres exemples en ligne : ici, pour Facebook, ce sont des recommandations d'amis par exemple. Là, sur YouTube, il y a une recommandation sur le côté de Booking. Là, c'est quand je jouais sur mon smartphone qu'une recommandation est apparue sous forme de pop-up. Là, c'est aussi sur YouTube mais cette fois la recommandation apparaît sur la vidéo. Ici, sur Messenger. Là, de nouveau des recommandations Booking et Axa qui apparaissent sur un site. Sur le côté d'une page Facebook. Là, toujours sur Facebook mais dans le fil d'actualité, « évènement recommandé » par exemple. Enfin, en général sur les sites ou les réseaux sociaux, il y a toujours une catégorie où il est marqué « pour vous » : ici, nous

avons des titres recommandés sur Spotify ; ici, on a un exemple sur Instagram mais il y aussi Zalando : « les meilleures offres pour vous » ; et ici, c'est le site de La Une : « notre sélection pour vous ».

Donc voilà, c'étaient des exemples. Par rapport à ces exemples, quelle est votre réaction face à ces recommandations et aux recommandations en général ?

Ça aurait dû être mon mari qui aurait dû répondre parce que je ne lis pas ça en fait.

Vous pouvez dire justement que vous ne lisez pas...

Moi je ne lis pas. Mon mari lit tout ça, et donc... par contre ce que j'ai déjà fait, puisque je suis consciente de ce phénomène-là, ça m'est déjà arrivé sur Google de faire croire que je fais un type de recherche pour avoir des recommandations par rapport au produit, je ne sais pas si je me fais bien comprendre.

Oui oui j'ai compris.

Sachant ça, je me dis, comme ça je vais recevoir la publicité pour ce genre de produits parce que j'aimerais avoir la publicité, voilà mais donc j'ai déjà manipulé ça dans ce sens-là. Par contre ça moi j'avoue, je ne me charge pas de tout ce qui est publicité Colruyt et compagnie, je ne me charge pas de ça, mon métier prend beaucoup de temps et je n'ai pas vraiment beaucoup de temps pour aller sur internet non plus.

Mais donc c'est un questionnaire sur toutes les recommandations en général donc justement si vous me dites que vous n'avez pas le temps...

Non je n'ai pas le temps...

Donc ça m'intéresse aussi de savoir que par manque de temps, vous ne regardez pas les recommandations...

Non je n'ai pas le temps...

Mais vous avez déjà été confrontée à des recommandations en ligne ?

Oui, oui, oui. Mais là de nouveau, c'est surtout en ligne, consciente de ça, ou je voulais avoir de la publicité pour certains produits et donc j'ai vraiment fait comme si j'étais à la recherche de ce produit-là style Showroomprive.be par exemple, voilà.

Ok, et donc par rapport aux recommandations que vous voyez, votre ressenti est-il plus positif ou plus négatif ?

Non, il est plus positif, oui, oui.

D'accord. Et qu'est-ce que vous pensez de la personnalisation dans les recommandations ?

Ça j'ai avec Yves Rocher par exemple, qui va m'envoyer, eux c'est vraiment très personnel, je ne le prends pas au sérieux. Je ne le prends pas pour moi, enfin je veux dire voilà, je sais que c'est un business et je le prends comme un business en me disant oui ils font bien leur travail, ça fait partie de leur métier, je ne suis pas touchée.

Vous n'êtes pas touchée par le fait que justement ce qui vous est proposé, ce n'est pas la même chose que chez le voisin en fait si je peux dire ?

Non, non.

D'accord. Maintenant est-ce que vous pensez que des individus peuvent être influencés par les systèmes de recommandation ?

Oui ! Je pense que oui.

Vous avez un exemple ? Pourquoi ?

Parce que beaucoup de personnes ont besoin d'énormément de reconnaissance et une reconnaissance même sociale, et que donc je pense que pour certaines personnes avoir une petite carte de style Yves Rocher en disant « Bonjour ... », voilà, « pour vous », « on a pensé à » et ainsi de suite, je pense qu'il y a des gens qui doivent se sentir vraiment reconnu socialement et ça doit être pour eux valorisant, oui, je pense.

D'accord. Je réalise, dans le cadre de mon mémoire, une étude pour comprendre dans quelle mesure les recommandations sont acceptées par les utilisateurs, par accepter, j'entends l'achat quand il s'agit d'un produit ou d'un service et vraiment l'acceptation quand il s'agit d'une vidéo, d'un ami sur Facebook, etc.

Lorsque vous êtes face à des recommandations, donc plutôt en ligne vu que vous ne regardez pas les recommandations papier, quels sont les éléments que vous jugez important ?

Dans les recommandations ?

Oui.

Ce n'est pas au niveau recommandations, moi il faut que, oui il faut que ça aille vite, parce que de nouveau par manque de temps, donc il faut un site ou il y a des recommandations claires, précises, qui vont droit au but et qui ne me font pas voyager pendant dix minutes pour enfin trouver ce dont j'ai besoin. Ça doit aller vite, ça doit... direct.

D'accord. Si on reprend les exemples que je vous ai montrés de recommandations ou les recommandations auxquelles vous faites face dans votre vie quotidienne qu'est-ce que vous pouvez me dire sur l'aspect de celles-ci ?

Là, je vais dire, voilà moi j'en ai retenu une principalement, c'est celle avec la machine à coudre et les tissus et ainsi de suite parce que ça fait partie de mon vécu donc si elles sont en lien avec mon vécu, c'est clair qu'elles vont plus m'interpeller. Il y avait aussi, je pense, présentation d'expéditions ou de... oui ça touche à la famille, des choses que je peux vivre avec ma famille, oui ça m'interpelle.

Ici, au niveau du visuel est-ce que vous êtes attirée plus par une que par une autre plus au niveau du visuel ?

Au niveau du visuel... de nouveau, une image... claire, précise, plutôt qu'un long texte me va parce que de nouveau, c'est plus direct, ça me touche plus rapidement.

Ma question suivante, vous y avez déjà répondu, c'est est-ce que vous préférez les recommandations en ligne ou les recommandations papier ? Donc par manque de temps...

En ligne, oui.

D'accord. Les recommandations se font dans tous les domaines donc comme on a vu réseaux sociaux, grande distribution, banques, voyages, etc. Dans quels domaines trouvez-vous que les recommandations sont les plus utiles ?

...

Pour vous, selon vous...

Les plus utiles pour moi... Pour moi les recommandations les plus utiles, ce sont les recommandations... je dirais... c'est très difficile, la question est difficile parce que ça rejoint de nouveau, par manque de temps, donc les plus utiles... ce sont celles qui vont me permettre de ne pas devoir faire les magasins, style moment des soldes, je n'ai pas le temps d'aller faire les soldes et bien pour moi c'est utile d'avoir des recommandations qui me disent dans tel magasin en ligne, vous pouvez avoir tel vêtement à 50%, voilà. C'est ça qui va être utile, c'est le gain de temps pour moi.

Ok, ça va. Est-ce que vous pensez que l'effort a un impact sur l'acceptation d'une recommandation ? Par effort, j'entends qu'accepter un ami sur Facebook ou accepter de regarder un film qui vous est proposé ce n'est pas la même chose que d'acheter un ordinateur sur base d'une recommandation ou d'acheter un produit alimentaire. Donc il y a plusieurs grades si je peux dire d'effort dans la recommandation.

Je ne suis déjà pas sur Facebook mais alors du tout, pas du tout donc là je ne peux pas en parler... Tout ce qui est aliment, je veux dire je ne sais pas trop en parler non plus parce que je ne me charge pas de ça, maintenant quand on parle d'un ordinateur, oui je... les recommandations peuvent être intéressantes, oui... c'est difficile pour moi comme question... non je pense que justement une maison, un ordinateur, des choses plus importantes, les recommandations je vais plus les prendre à ce niveau-là si c'est ça la question ou pas non ?

Je sais que ma question est compliquée, mais c'est vraiment savoir si pour vous il existe une différence entre si on vous recommande une vidéo YouTube donc sur la couture par exemple et si on vous recommande un ordinateur ou un smartphone ou un voyage, est-ce qu'il y a vraiment une différence entre une recommandation qui n'a entre guillemets aucun impact parce qu'on va cliquer sur la vidéo, on peut cliquer dessus, ça ne va rien nous faire entre guillemets mais décider d'acheter l'ordinateur ou le smartphone, il y a quand même de l'argent en jeu.

Oui, c'est clair que les recommandations se feront via internet, et via différents sites et ainsi de suite mais l'achat ne se fera pas via internet.

Si... ça peut se faire.

Oui mais nous on ne le fera pas.

Ah oui ok, d'accord.

On a acheté il n'y a pas longtemps un nouveau Mac pour mon mari, oui il avait lu sur internet toutes les recommandations qu'on peut avoir sur internet et ainsi de suite et il a recherché donc il a eu des recommandations mais au final de toute façon, c'est en direct et là vraiment chez le marchand.

Donc c'est plus une manière de se renseigner ?

C'est une manière de se renseigner mais ce n'est pas encore une manière d'achat pour des gros montants.

Alors maintenant, quelle est votre définition de la confiance de manière générale ?

De la confiance... C'est pouvoir tout simplement dire à l'autre tout ce qu'on a envie de lui dire en sachant que ça restera entre la personne et moi. Pour moi c'est ça la confiance, c'est aussi pouvoir me dire cette personne-là, je peux lui téléphoner n'importe quand, elle fera tout pour m'aider, ça c'est faire pour moi confiance en une personne, c'est oui, c'est pouvoir lui dire aussi qu'elle peut venir pendant trois mois à la maison quand je n'y suis pas. Et que je reviens et que la maison est toujours en bon état et voilà.

D'accord. Alors pourquoi faites-vous confiance à certaines marques ou certaines entreprises ?

De nouveau, par la qualité du service, du rendu, c'est... voilà je peux aller acheter un vêtement dans tel magasin, je vais le tester, voir dans la durée s'il tient la route et si ce n'est pas le cas, je vais ailleurs jusque quand je trouve l'endroit où je peux faire confiance en la qualité dans la durée.

Ok et donc est-ce que vous feriez attention à des recommandations qui proviennent de marques ou entreprises en lesquelles vous n'avez pas forcément confiance ?

Est-ce que je vais lui faire confiance si je n'ai pas confiance ?

Non faire attention...

Non parce qu'à partir du moment où je n'ai plus confiance, je n'ai plus confiance... que ce soit en l'être humain ou en une marque une fois que je n'ai plus confiance, je n'ai plus confiance c'est terminé.

Ça peut être une marque qui apparaît, vous n'avez pas confiance parce que vous ne la connaissez pas, est-ce que vous allez y faire attention ?

Oui, je veux bien laisser une chance, toujours, oui.

Alors vous m'avez dit que vous étiez fidèle aux produits Fairebel, quelle est votre réaction si les systèmes de recommandation vous proposent des produits Danone ?

Je vais regarder si Danone fait vivre mon pays, si Danone a la même, la même philosophie que Fairebel et si c'est le cas, peut-être qu'il a des produits alors que Fairebel n'a pas et pourquoi pas.

Donc si jamais c'est en lien avec vos valeurs etc. ?

Voilà, tout à fait.

D'accord. Alors maintenant je reprends un exemple de pot de yaourt, imaginons que le système de recommandation vous dise : « Ce pot de yaourt vous a été proposé parce que nous avons identifié dans votre comportement d'achat que vous en achetiez chaque semaine ». Comment réagissez-vous ?

C'est intrusif. Pour moi, la première réaction c'est intrusif donc voilà, maintenant c'est leur métier, je veux dire, oui ils ont le droit de le faire mais c'est... je... voilà, je trouve que c'est rentré dans ma vie et que je n'ai pas donné l'accord pour.

Et le fait qu'il y ait l'explication à côté, justement, vous vous sentez fliquée entre guillemets si je peux dire, on peut vous proposer par exemple le pot de yaourt tout seul ou alors là on vous propose le pot de yaourt et on vous explique pourquoi, est-ce que vous ça vous importe ou justement c'est plus négatif ?

Disons que, si j'ai le pot de yaourt tout seul, je vais sourire dans le sens, je vais me dire « oui, ce n'est pas anodin qu'on me présente le pot de yaourt », si on me donne l'explication à côté, c'est vraiment « oui j'avais vraiment raison, en effet ». Et je n'ai pas besoin de cette recommandation puisque je l'utilise déjà donc je n'en vois pas l'intérêt mais de nouveau je me dis derrière cela, il y a des gens, c'est leur métier et je respecte c'est leur métier.

D'accord. Ça peut être justement un produit que vous n'avez pas l'habitude d'acheter et il vous a été proposé « parce que comme vous aimez ce produit-là, on s'est dit que ce

produit-là pourrait vous intéresser. » Est-ce que l'explication qu'il y a à côté ça vous importe ?

Non ça, ça va me fatiguer, je veux dire c'est toujours le principe. Oui si c'est une fois comme ça que ça arrive mais je veux dire ce qui me dérangerait c'est de l'avoir trois ou quatre fois par semaine, là je veux dire, je pense que de toute façon, dans tous les cas, il faut demander l'accord de la personne, est-ce que vous êtes d'accord qu'on vous envoie des recommandations en fonction de votre consommation, je dis oui, je dis non mais là je sais que je dirais non.

D'accord. Alors maintenant, est-ce que vous faites attention à la petite phrase sur les cookies qui apparait en général sur tous les sites qu'on consulte à l'heure actuelle ?

Oui et ça m'inquiète toujours.

Vous cliquez sur « en savoir plus » ou vous fermez ?

Je ferme.

Si vous cliquez sur « en savoir plus », vous pouvez voir comment vos données sont utilisées etc. J'ai un autre exemple ici, Facebook a sorti un spot pour expliquer en fait pourquoi certaines pubs sont proposées, comment les données personnelles sont utilisées etc. Ici sur le site de Marie-Claire, on a la petite phrase sur les cookies, si on clique sur « en savoir plus », on peut contrôler les publicités qu'on voit. Qu'est-ce que vous pensez de ça ?

Alors moi je vais vraiment parler pour moi, c'est que quand je vois accepter fermer en savoir plus, moi je ferme le site, je n'accepte pas, j'arrête parce que je n'ai pas le temps de commencer à lire pour en savoir plus et comme je ne sais pas dans quoi je m'engage parce que je n'ai pas le temps de commencer à lire en savoir plus, j'arrête. Et je me dis tant pis ce n'est pas grave, je ne l'achète pas, je ne l'achète pas, rien n'est indispensable.

Vous n'appuyez jamais sur ok ?

Non, non, pour moi là j'arrête, c'est toujours une question, ce n'est pas une priorité pour moi de faire des achats donc je veux dire voilà si je suis enquiquinée par tous ces trucs-là, je ferme tout, j'arrête et puis je ne l'achète pas c'est tout, c'est pas grave.

Alors maintenant si je vous parle de diversité de produits, qu'est-ce que cela veut dire pour vous ?

Diversité de produits, des produits divers donc de toutes sortes ou un produit style les yaourts mais tout ce que l'on peut avoir comme gamme de yaourt.

Est-ce que c'est un facteur important pour vous dans le cadre des systèmes de recommandation ?

Non en fait, je pense que ça c'est avec mon tempérament, je suis quelqu'un de tellement direct que je veux dire je sais ce que je veux, je sais ce que je mange, ce que je consomme, c'est vrai que j'aime me rendre aussi chez des tout petits commerçants, voilà la fromagerie, ma petite boucherie artisanale du village et donc... et j'ai cette ligne de conduite-là et donc je n'ai pas besoin d'autres recommandations que ce soit papier ou sur site quoi.

Ok. Alors j'ai encore un autre exemple : vous venez d'acheter un paquet de pâtes par exemple, et le système de recommandation vous proposent des gnocchis, comment vous réagissez ?

Je n'ai pas besoin de gnocchis moi, j'ai besoin de mes pâtes.

Donc voilà, vous auriez préféré avoir une autre recommandation comme une sauce pour aller avec vos pâtes ?

Même pas, à partir du moment où j'ai acheté mes pâtes, je veux mes pâtes, je veux juste mes pâtes, je n'ai pas acheté n'importe quelles pâtes, moi je veux dire j'achète telle marque de pâtes sans gluten parce que je mange ça et donc je n'ai pas besoin de recommandations sur la sauce qui va avec parce que la sauce j'ai un potager, je fais ma sauce moi-même. Quelque part je vais avoir des recommandations qui ne correspondent pas finalement à ma vie, à mes valeurs de vie qui est d'essayer de ne manger plus ce qui vient directement de la terre, de faire partie d'un groupe de producteurs bio et ainsi de suite et donc je ne suis pas dans les systèmes grande chaîne et...

Ok j'ai un autre exemple pour illustrer ça, imaginons que vous venez de réserver un vol pour Dublin et le système de recommandation vous propose un hôtel à Paris, comment vous réagissez ?

De nouveau, de la même façon, je n'ai pas besoin d'aller à Paris, moi je veux aller à Dublin et je n'ai pas besoin de savoir ce qu'ils peuvent proposer pour Paris. Je vais peut-être fermer par rapport à tout ça mais c'est parce que je sais tellement bien ce que je veux que je n'ai pas besoin de... Je pense que mon mari par contre, il aurait des réponses vraiment tout à fait différentes

parce que lui, en effet, il va voir Paris, il va cliquer sur Paris qui va l'emmener sur autre chose qui va et il est parti quoi... lui...

Donc cette proposition pour Paris, ça ne vous donne pas des idées pour par exemple de futures vacances ?

Non, non.

D'accord. Et donc est-ce que les recommandations vous ont-elles déjà aidé à découvrir des choses par hasard, des choses auxquelles vous ne vous attendiez pas du tout ?

Je vais essayer de voir plus par rapport à l'enseignement, parce que comme je ne gère rien au niveau vacances, rien au niveau courses et tout ça, aliment etc. c'est très difficile, parce non je ne voyage pas sur les sites pour voir... Donc je vais essayer de remettre ça par rapport à l'enseignement où là je vais plus facilement aller sur des sites et là oui... par exemple si je vais sur un site qui me propose plein de choses pour de nouvelles idées pour l'enseignement, oui là je peux y passer du temps et je vais aller de sites en sites en fonction de ce qu'ils me proposent, ah tiens là ils me proposent ça allez je vais aller voir ce qu'ils proposent là-dedans, soit je fais vite marche arrière et je vais vers autre chose... là je peux voyager.

D'accord.

Je pense à Pinterest par exemple qui est un site qu'on utilise... là je vais aller pour l'enseignement, l'éducation et là je peux commencer à vraiment voyager et aller de l'un à l'autre, à rebondir, ça oui et ça, ça va m'intéresser et d'avoir des propositions.

Et de découvrir de nouvelles choses en fait ?

Voilà ! Oui, pour mon métier oui à fond.

Alors est-ce que vous êtes sensible aux promotions de manière générale ?

Non.

Pas du tout ?

Non.

Et donc ce n'est pas un facteur important pour vous dans une recommandation, donc si vous en avez plusieurs, qu'il y en a une en promotion, ça ne va pas vous intéresser plus ?

Non, pas spécialement non.

Alors maintenant qu'est-ce que vous faites quand vous êtes face à ou que vous venez de cliquer sur une recommandation ?

Donc de nouveau, je vais repartir pour l'enseignement parce que là je sais que... donc j'ai une recommandation, je vais aller... je vais m'y intéresser, je vais la lire, je vais voir ce qu'elle propose, voilà. Et si à un moment donné bien sûr, il y a une jonction entre ce que moi je veux et ce qu'elle me propose.

Donc si c'est pertinent pour vous ?

Si c'est pertinent, oui.

Quand vous êtes sur internet et que vous avez une recherche précise à faire, qu'est-ce que vous faites ? Est-ce que vous pouvez me décrire les différentes étapes ?

Je vais sur Google et je tape les mots-clés, je clique et puis là j'ai une proposition, enfin toute une série de propositions, et je commence par la première et je continue mon petit bonhomme de chemin comme ça, je clique, je regarde, rapidement je vois si de nouveau il y a des cookies, je ferme et je reviens en arrière, si c'est très fouilli, si je ne retrouve pas directement ce que je veux, j'arrête, je reviens jusque quand je trouve très rapidement ce que je veux.

Et donc vous restez focalisée sur votre but, s'il y a des recommandations qui apparaissent...

Non non non, moi mon but, oui oui.

D'accord. Imaginons maintenant que vous avez cliqué sur une recommandation et êtes prête à l'accepter, acheter le produit s'il s'agit d'un produit, d'autres recommandations apparaissent sur votre écran...

Non je ne les regarde pas.

Vraiment focalisée ?

Oui, oui.

D'accord. Avez-vous quelque chose à ajouter sur l'interview de manière générale ?

Non, c'était très agréable, c'est vrai que grâce à ça, je me rends compte que j'ai beaucoup de chance de vivre là où je suis avec qui je suis.

Ce questionnaire est maintenant terminé, merci pour votre collaboration et le temps que vous m'avez consacré. Si ça vous intéresse, je vous transmettrai les résultats de ma recherche.

Interview 2

Bonjour, je m'appelle Marie-Charlotte Paindavoine et je suis étudiante en master 2 en ingénieur de gestion à l'UCLouvain FUCaM Mons. Dans le cadre de mon mémoire, je dois réaliser plusieurs interviews. Je te remercie pour le temps que tu me consacres. Ce questionnaire durera environ 30 minutes.

As-tu des questions ?

Pas pour l'instant.

Donc on va tout de suite passer à la première question : est-ce que tu peux te présenter brièvement ?

Donc je suis étudiant en master 1 en révisorat expertise comptable à l'UCLouvain FUCaM Mons. Je suis actuellement impliqué au sein de mon cercle qui est le cercle des étudiants des FUCaM, dont je suis le président. Voilà, je ne sais pas s'il faut dire quelque chose d'autre...

Quel âge as-tu ?

21 ans.

Ok. Est-ce que tu peux me donner quelques achats que tu as l'habitude de faire ? Que ce soit en ligne, hors ligne, etc.

En ligne je fais très peu d'achat, de temps en temps des jeux mais c'est très très rare. Non, les achats principalement alimentaires, des vêtements même si c'est on va dire deux fois par an et pas plus, quand c'est nécessaire et oui principalement de l'alimentaire.

Quelles marques par exemple dans l'alimentaire ?

Dans l'alimentaire... On va dire que la semaine, comme je suis étudiant, on est plus sur des marques Boni et Everyday même s'il y a certains articles où je préfère avoir de la marque, par exemple un Nutella ça reste un Nutella pour moi. Un Coca ça reste un Coca. Et à la maison, on achète notre viande par exemple chez Renmans, voilà.

Ok. Est-ce que tu sais ce qui se cache derrière le concept de « Système de recommandation » ?

Non.

Pas du tout ?

Je ne vois pas trop... Peut-être que j'en ai sûrement entendu parler mais je ne suis pas vraiment sûr... C'est un système qui va recommander en fonction de tes précédents achats, des informations qu'ils ont encodées avant j'imagine...

Donc comme tu l'as dit, de nombreuses entreprises, que ce soit en ligne ou hors ligne utilisent tes données personnelles et suivent ton comportement afin de te proposer des produits et/ou des services susceptibles de t'intéresser : connaissais-tu cette pratique ?

Alors oui.

Donc, je vais te montrer plusieurs exemples de recommandations : ici, dans la publicité Colruyt, en plus du feuillet publicitaire normal avec les dernières promotions et/ou nouveautés, c'est un feuillet avec la mention « sélection pour vous ». J'ai d'autres exemples en ligne : ici, pour Facebook, ce sont des recommandations d'amis par exemple. Là, sur YouTube, il y a une recommandation sur le côté de Booking. Là, c'est quand je jouais sur mon smartphone qu'une recommandation est apparue sous forme de pop-up. Là, c'est aussi sur YouTube mais cette fois la recommandation apparaît sur la vidéo. Ici, sur Messenger. Là, de nouveau des recommandations Booking et Axa qui apparaissent sur un site. Sur le côté d'une page Facebook. Là, toujours sur Facebook mais dans le fil d'actualité, « évènement recommandé » par exemple. Enfin, en général sur les sites ou les réseaux sociaux, il y a toujours une catégorie où il est marqué « pour vous » : ici, nous avons des titres recommandés sur Spotify ; ici, on a un exemple sur Instagram mais il y a aussi Zalando : « les meilleures offres pour vous » ; et ici, c'est le site de La Une : « notre sélection pour vous ».

Donc voilà, c'étaient des exemples. Par rapport à ces exemples, quelle est ta réaction face à ces recommandations et aux recommandations en général ?

Il y a certaines recommandations que je ne regarde même pas, par exemple celles sur Facebook sponsorisées à côté pas spécialement mais par exemple sur Facebook celles qui sont sponsorisées et qui arrivent dans mon fil d'actualité, celles-là je les regarde de temps en temps parce que finalement c'est en lien avec quand même ce qui m'intéresse. Les recommandations papier comme celles du Colruyt, honnêtement, je ne regarde pas parce que les pubs maintenant papier ça ne m'intéresse pas du tout et par contre des choses sur l'actualité comme la RTBF et les recommandations, ça, ça m'intéresse.

Donc c'est plus une réaction positive.

Oui c'est plus une réaction positive, tant que ce n'est pas trop intrusif moi ça me va.

D'accord. Et qu'est-ce que tu penses de la personnalisation dans les recommandations ?

C'est tant mieux parce qu'au moins on perd moins de temps. Les pubs qu'on a, quitte à avoir des pubs, au moins elles seront en accord avec ce qu'on veut donc, moi je trouve que ça peut qu'être positif, en tout cas quitte à avoir des pubs, autant qu'elles soient en relation avec ce qu'on veut.

Donc c'est plus une question de facilité ?

Oui. D'ailleurs on doit même des fois moins chercher, on a quelque chose qui nous tombe sous la main.

D'accord. Maintenant est-ce que tu penses que des individus peuvent être influencés par les systèmes de recommandation ?

Si ça se fait, c'est que d'office des gens sont influencés par ça. Je crois qu'on est tous quand même un peu influencés même si on ne fait pas l'achat directement, on va passer peut-être en magasin devant et on va se faire « Ah oui j'ai vu la pub » et alors à ce moment-là on va se dire « oh je vais quand même tenter ça » et on l'achètera donc oui même si c'est latent à mon avis on sera influencé quand même et on y fera plus attention parce qu'on aura oublié qu'on a vu la pub en question.

Ok. Je réalise, dans le cadre de mon mémoire, une étude pour comprendre dans quelle mesure les recommandations sont acceptées par les utilisateurs, par accepter j'entends l'achat quand il s'agit d'un produit ou d'un service et vraiment l'acceptation quand il s'agit d'une vidéo, d'un ami sur Facebook, etc.

Lorsque tu es face à des recommandations, quels sont les éléments que tu juges important ?

Par exemple la communication de l'information, je pense qu'un bon slogan sera important parce que si c'est quelque chose où on met le nom et c'est tout sans information je pense que ça ne servirait à rien comme recommandation. Peut-être mettre le lien qui existe avec ce qu'on a fait comme achat, comme ça c'est plus flagrant pour nous parce qu'on n'aura peut-être pas, on ne verra peut-être pas directement pourquoi, d'où ça vient, ça tombe peut-être du ciel et le prix quand même.

D'accord. Si on reprend les exemples que j'ai montrés de recommandations qu'est-ce que tu peux me dire sur l'aspect de celles-ci ?

Pour chaque type de recommandation ?

Avec les exemples que je t'ai montrés mais aussi les recommandations auxquelles tu penses, auxquelles tu as déjà été confrontées par exemple.

Par rapport à la RTBF par exemple, là on a relativement des informations puisqu'au final, ils devraient peut-être mieux communiquer au niveau du nom de la vidéo parce qu'on ne sait pas de quoi elle traite, on pourrait dire JT du 19/10, je n'en ai pas la moindre idée de ce qu'il s'est passé le 19/10. Par contre, celles, même si je ne suis pas pour les pubs papier, celles de Colruyt, elles ont au moins le mérite d'être claires, on a des informations, le prix, on voit l'article, c'est plus concret à mes yeux que ça quoi. C'est comme les vidéos Facebook, généralement elles sont concrètes, même si ça dure trente secondes on a vraiment toutes les informations nécessaires, relatives à ce qu'on veut.

Est-ce que tu es attirée plus par une que par une autre plus au niveau du visuel ?

Au niveau du visuel, je préfère une vidéo qu'une pub toute bête, donc je dirais ouais je suis plus attiré par les pubs qui arrivent sur mon fil d'actualité Facebook par exemple.

Donc une recommandation animée si je peux dire ?

Oui c'est ça. Plus vivant quoi.

Est-ce que l'endroit où la recommandation apparaît t'importe ou pas ?

Oui je pense que oui parce que justement sur Facebook, autant je ne regarde pas celles qui se trouvent en haut à droite parce que si je dois commencer à regarder tout partout ça ne m'intéresse pas mais celles qui arrivent vraiment sur mon fil d'actualité, quand je regarde, voilà c'est important. Même chose sur les sites, quand ça arrive en plein milieu, forcément je vais quand même au moins jeter un œil dessus et peut-être je resterai dessus, mon œil va rester dessus et je vais vouloir cliquer dessus sur la vidéo, donc oui.

D'accord. Alors ma question suivante, tu as déjà un peu répondu mais est-ce que tu préfères les recommandations en ligne ou les recommandations papier ?

En ligne.

Pourquoi ?

Même par un principe éthique, parce que je trouve, comme maintenant on est arrivé à un stade où les nouvelles technologies sont omniprésentes chez tout le monde, à part pour les plus vieilles personnes, je pense que dans cinq à dix ans les pubs papier elles auront définitivement disparus. Même au final, plus beaucoup de personnes les regardent donc je trouve que c'est du gaspillage de papier pour le plaisir de gaspiller du papier et au final comme je suis plus souvent sur Facebook que en train de regarder ma boîte aux lettres, voilà.

Ça va, donc plus un point de vue éthique ?

Oui.

D'accord. Les recommandations se font dans tous les domaines donc comme on a vu réseaux sociaux, grande distribution, banques, voyages, etc. Dans quels domaines trouves-tu que les recommandations sont les plus utiles ?

Les nouvelles technologies je dirais parce que sur Facebook en tout cas ce qui m'intéresse ce sont les nouvelles technologies et au niveau de la RTBF, l'actualité en lien, même comme Facebook, en lien avec ce que j'ai regardé juste avant. Au niveau de la nourriture, pas si important que ça parce qu'au final lorsque je vais aller dans les rayons, je verrai bien ce qui m'intéresse et comme je ne fais pas beaucoup d'achats en ligne, ça n'aura pas grand effet sur moi là-dessus.

Ok. Est-ce que tu penses que l'effort a un impact sur l'acceptation d'une recommandation ? Par effort, j'entends qu'accepter un ami sur Facebook ou accepter de regarder un film qui t'est proposé ce n'est pas la même chose que d'acheter un ordinateur sur base d'une recommandation ou d'acheter un produit alimentaire. Donc il y a plusieurs grades si je peux dire d'effort dans la recommandation.

Et donc que l'effort va faire quoi ?

À un impact sur...

Sur l'achat ou le fait de regarder ?

Oui le fait d'accepter la recommandation.

Plus le lien est lié vraiment à quelque chose d'intéressant, l'effort n'aura pas d'importance. Par contre si c'est vraiment oui si c'est un truc plus onéreux, c'est clair qu'on va plus reconsidérer. Je pense que même d'ailleurs le fait que ça soit plus onéreux, ça nous poussera plus à regarder la vidéo, consulter l'information alors qu'un ami, un ajout d'ami, si on voit qu'on a x amis en commun et qu'on reconnaît vite fait le nom, c'est bon quoi. Il n'y aura pas d'effort à faire.

Alors maintenant, quelle est ta définition de la confiance ?

La confiance... Alors... Je vais réutiliser le mot confiance dedans donc ça ne va pas aller. On peut compter sur la personne, sur la fiabilité des données.

D'accord pourquoi fais-tu confiance à certaines marques ou certaines entreprises par exemple ?

C'est pas spécialement que je fais confiance à des marques ou des entreprises, c'est que j'estime que la qualité est là ou en tout cas la qualité à mes yeux est suffisamment bonne pour que je fasse confiance en eux dans ce qu'ils font, même si on sait que tout n'est pas tout rose chez certaines grandes marques : par exemple Nutella on sait que voilà ils sont liés avec l'huile de palme et tout ça et je sais que c'est pas bon et tout mais bon à mes yeux quitte à prendre du chocolat, de la pâte à tartiner ce sera du Nutella si je ne prends pas de la confiture faite maison de chez moi.

Ok et donc est-ce que tu ferais attention à des recommandations qui proviennent de marques ou entreprises en lesquelles tu n'as pas forcément confiance ?

Je regarderais donc je regarderais au moins la recommandation et là je creuserais peut-être un peu plus, en tout cas si c'est vraiment une marque pour laquelle je n'ai pas confiance, je creuserais sur le site de la boîte pour voir un petit peu quoi ou qu'est-ce, c'est vrai que si je n'ai pas confiance, peut-être.

Tu es fidèle au Nutella et les systèmes de recommandation te proposent un pot de Kwatta, quelle est ta réaction ?

Là je ne vais même pas regarder je pense, donc je verrai que c'est une pâte à tartiner, en tout cas si on voit que c'est une pâte à tartiner, je ferais, bon très bien mais voilà.

Tu restes fidèle ?

Oui ou alors dans la mesure ou alors dans la mesure où ça communique vraiment un aspect purement écologique et tout ça, en lien avec des valeurs de développement durable, alors là je pourrais considérer la chose mais alors il faut le tourner, tourner par exemple la vidéo dans ce sens-là, tourner la recommandation dans ce sens-là.

Il faut qu'elle t'attire vraiment ?

C'est ça, il faudra qu'elle me montre le point positif qui m'intéresse. Je regarde pas mal de technologies en lien avec le développement durable, j'estime que la recommandation elle devra aller dans ces liens-là si elle veut me proposer des pâtes à tartiner.

D'accord. Alors maintenant encore avec l'exemple du Nutella, si le système de recommandation te dit « Ce pot de Nutella vous a été proposé parce que nous avons identifié dans votre comportement d'achat que vous en achetiez chaque semaine ». Qu'en penses-tu ?

Je pense que ça sera une pub que, enfin, l'idée de recommandation là-dessus parce que je consomme x pot de Nutella par semaine ne va pas avoir d'impact sur moi, je ne pense pas.

Donc ta réaction quant à l'explication qui est donnée à côté de la recommandation, ça n'a pas d'impact ?

Non ça n'a pas d'impact.

Ça n'apporte rien ?

Cette explication là en tout cas n'a pas d'impact sur moi. Par exemple, si on dit « parce que vous avez consulté pas mal de trucs sur le développement durable, on vous propose des technologies relatives » là oui, c'est logique avec ce que je veux mais en termes de consommation d'un bien à manger, non.

D'accord. Alors maintenant, est-ce que tu fais attention à la petite phrase sur les cookies qui apparaît en général sur tous les sites qu'on consulte à l'heure actuelle ?

Pas tout le temps, franchement pas tout le temps.

Ça t'est déjà arrivé de cliquer dessus pour en savoir plus ?

Non j'ai juste lu la ligne en question, j'ai fait ok très bien.

Tu ne mets jamais « en savoir plus » ?

Non en savoir plus non.

Donc en fait si tu cliques dessus, tu as une explication de comment sont utilisées tes données. J'ai un autre exemple ici, Facebook a sorti un spot pour expliquer en fait pourquoi certaines pubs sont proposées, comment les données personnelles sont utilisées etc. qu'est-ce que tu penses de ça ?

C'est bien de donner des informations là-dessus, par exemple pour Facebook c'est vrai que des fois je voyais « sponsorisé » en dessous d'une vidéo ou ce n'était pas sponsorisé c'était un autre nom et j'ai voulu voir la différence entre les deux et là c'est vrai que Facebook donnait relativement bien des informations là-dessus au moins on sait d'où venaient ces données et ces informations, c'était pas mal.

Donc c'est un point positif selon toi ?

Oui là c'était un point positif, oui.

Autant je ne regarde pas partout, autant là c'était bien.

D'accord. Alors maintenant si je te parle de diversité de produits, qu'est-ce que cela veut dire pour toi ?

Pour moi c'est, ça consiste déjà dans la diversité des marques au niveau d'un même produit et au niveau de plus ou moins la même gamme de produits, avoir plusieurs produits différents dans des conditionnements différents ou avec un ingrédient différent, voilà.

D'accord. Est-ce que c'est une dimension importante pour toi dans le cadre des systèmes de recommandation ?

Je pense que oui, parce qu'en plus, on est dans une société où il y a de plus en plus de choix donc c'est important qu'on nous mette plusieurs choix en face et pas un seul choix.

Ok. Alors j'ai encore un autre exemple : imaginons que tu viens de réserver un vol pour Dublin et que le système de recommandation te propose un hôtel à Paris : comment réagis-tu ?

Je le passe parce que c'est strictement incongru.

Donc tu aurais préféré avoir une autre recommandation ?

Alors oui si je prends un vol pour Dublin, je veux une recommandation liée à Dublin comme Ryanair pourrait le faire avec les voitures là-bas plus un hôtel, une assurance, machin, ça c'est lié, ça a du sens.

Et la recommandation qui est proposée donc pour un hôtel à Paris, ça ne te donne pas des idées pour éventuellement un futur voyage ?

Non, je dirais non, non.

J'ai pris cet exemple-là mais ça peut être, tu viens d'acheter un paquet de pâtes et le système de recommandation te propose des gnocchis, tu ne vas pas manger les pâtes avec les gnocchis, tu aurais peut-être préféré avoir un pot de sauce pour aller avec tes pâtes mais est-ce que les gnocchis, tu ne te dis pas que tu mangeras ça par exemple la semaine prochaine ?

Je ne pense pas.

Non ?

Ça a peut-être un impact mais alors je ne le vois pas, mais je ne pense pas.

Et donc est-ce que les recommandations t'ont déjà aidé à découvrir des choses par hasard, des choses auxquelles tu ne t'attendais pas du tout ?

Oui, clairement, oui.

Tu as un exemple ?

Par exemple, au début je n'étais pas du tout, je reviens tout le temps là-dessus, je n'étais pas du tout nouvelles technologies et tout ça et puis une fois, j'ai cliqué sur une vidéo relative à des nouvelles technologies et depuis chaque semaine j'ai des technologies en lien avec la responsabilité sociétale des entreprises, le développement durable et tout ça et donc oui c'est super intéressant et ça m'a fait développer un point d'intérêt là-dessus donc oui, si.

Et donc quel était ton ressenti là-dessus ?

Assez positif parce que je découvre des choses et je développe mon esprit critique.

D'accord. Alors, est-ce que tu es sensible aux promotions ?

Ça peut avoir un impact si je suis déjà en train d'acheter le produit ou un, enfin le type de produit en question, oui. Parce que ça pourrait me faire reconsidérer la question de pourquoi pas acheter cette marque-là, pas une autre, même s'il y a des choses sur lesquelles... où je serais un peu moins tolérant là-dessus.

Est-ce que c'est plus dans un secteur que dans un autre ?

Le secteur alimentaire, l'aviation pourquoi pas aussi.

Et plus à un moment particulier dans l'année ?

Non, un peu au quotidien.

Et donc est-ce que c'est un facteur qui est important pour toi dans les recommandations ?

Oui, de mettre en évidence la promotion par exemple ?

Par exemple ici, on voit qu'il y a plusieurs produits dont certains en promotion.

Oui ça aura un aspect important puisque ça va me faire diriger peut-être un peu plus vers ces produits-là plutôt que les autres.

Alors maintenant qu'est-ce que tu fais quand tu es face à ou que tu viens de cliquer sur une recommandation ?

Je regarde la recommandation, je m'informe là-dessus et peut-être que je modifie mon comportement de consommateur.

Donc tu t'informes avant toute chose ?

Oui je m'informe.

Quand tu es sur internet et que tu as une recherche précise à faire, qu'est-ce que tu fais ?

Est-ce que tu peux me décrire les étapes ?

Quand je suis sur internet, je n'ai pas encore tapé, aucun mot sur internet ?

Tu as une recherche à faire, qu'est-ce que tu fais ?

Dans un premier temps je suis assez global et puis si je ne suis pas satisfait de ce qui sort au niveau des mots par exemple sur une recherche Google ou Ecosia ou que sais-je, si ce n'est pas,

si c'est pas assez précis, je vais devoir rajouter des mots mais je vais dans un premier temps dans le sens global pour après devenir plus précis s'il le faut.

Et après ?

Après je consulte on va dire les dix premiers sites, je regarde, en fait je les ouvre, j'ouvre chaque fois les onglets des dix premiers sites en général, si c'est vraiment pour une grosse recherche oui sinon les cinq premiers me suffiront et comme ça je regarde un petit peu ce qui se croise ou alors ce qui m'intéresse un peu plus et si le site est pas assez beau, esthétique, il y a moyen que je quitte le site quoi.

Et est-ce que quand tu as une recherche précise à faire, tu vas droit au but ou tu as tendance à être facilement distrait par ces recommandations justement qui apparaissent un peu partout ?

Quand même assez bien sur ma recherche, je ne suis pas facilement distrait, je vais juste la regarder et voilà.

Pas forcément cliquer dessus ?

Sauf si ça m'intéresse vraiment.

Donc si c'est en lien avec ta recherche.

Voilà.

D'accord. Imaginons maintenant que tu aies cliqué sur une recommandation et es prêt à l'accepter, acheter le produit s'il s'agit d'un produit, d'autres recommandations apparaissent sur ton écran : comment réagis-tu ?

Là il y a des chances que je ne les regarde même pas parce qu'une recommandation d'une recommandation ça commence à faire long et sinon on est parti pour une journée de recommandations et ne plus être sur notre recherche initiale donc je pense qu'on la skip un peu.

Si jamais ce sont des produits en lien avec la recommandation sur laquelle tu as cliqué ?

Ça m'étonnerait quand même que je sois super au taquet, attentif au point de regarder la recommandation de la recommandation.

J'ai deux exemples à ce niveau-là, imaginons tu recherches un téléphone, tu cliques sur la recommandation du téléphone et là sur les autres recommandations ce sont d'autres téléphones.

Ah oui alors là oui quand c'est pour de la comparaison d'un même produit oui mais si c'est quelque chose d'accessoire en plus par exemple coque de téléphone, je dirais que je ne ferai pas spécialement attention, là peut-être qu'à ce moment-là je considérerai un autre moment une recherche de coque de téléphone et donc là je referai une recherche quoi.

Donc si ce sont des produits complémentaires, tu ne vas pas regarder au moment même ?

Ça m'étonnerait. Peut-être que je regarderais mais je veux dire en faisant une nouvelle recherche, pas via des recommandations. Tandis que si c'est pour comparer, pourquoi pas.

As-tu quelque chose à ajouter ?

Je ne pense pas, non.

Ce questionnaire est maintenant terminé, merci pour ta collaboration et le temps que tu m'as consacré. Si tu le veux, je te transmettrai les résultats de ma recherche.

Interview 3

Bonjour, je m'appelle Marie-Charlotte Paindavoine et je suis étudiante en master 2 en ingénieur de gestion à l'UCLouvain FUCaM Mons. Dans le cadre de mon mémoire, je dois réaliser plusieurs interviews. Je vous remercie pour le temps que vous me consacrez. Ce questionnaire durera environ 30 minutes.

Avez-vous des questions ?

Oui, j'aimerais bien savoir de quoi nous allons parler.

Ça va arriver...

D'accord.

Premièrement, pouvez-vous vous présenter brièvement ?

Donc je suis maman de trois enfants et je travaille dans différentes écoles comme secrétaire.

Quel est votre âge si je peux me permettre ?

J'en ai 36, oui je réfléchissais... bientôt 37.

D'accord, pouvez-vous me donner quelques achats que vous avez l'habitude de faire ?

Quelques achats...

Que ce soit dans l'alimentaire par exemple...

Oui...

Peu importe.

En fait, c'est un peu particulier parce qu'on fait, comment on va dire, certaines familles font les courses par exemple en début de mois ou quoi. Chez nous pas du tout, on travaille avec le système Hello Fresh certaines semaines et d'autres semaines, on fait des courses mais vraiment ce dont on a besoin comme ça pour dépanner un peu.

Et est-ce qu'il y a des marques que vous achetez vraiment tout le temps ?

Pas spécialement... si le Nutella et le Nesquik par exemple, des bêtes trucs mais aussi non on n'est pas... pour le lait on prend peu importe, le produit blanc du magasin dans lequel on va, l'eau on s'en fiche aussi.

Donc fidèle au Nutella ?

Oui, ça oui. Ce n'est pas bon mais ce n'est pas grave...

Ok. Savez-vous ce qui se cache derrière le concept de « Système de recommandation » ?

Non.

Pas du tout ?

Pas du tout.

De nombreuses entreprises, que ce soit en ligne ou hors ligne utilisent vos données personnelles et suivent votre comportement afin de vous proposer des produits et/ou des services susceptibles de vous intéresser : connaissiez-vous cette pratique ?

J'ai l'impression que par exemple quand on fait une recherche sur internet, après on voit des pubs en rapport avec nos recherches s'afficher sur le côté, c'est ça ?

Oui c'est ça.

Donc je vais vous montrer plusieurs exemples de recommandation : donc par exemple ici la publicité Colruyt, donc c'est en plus du feuillet publicitaire normal avec les dernières promotions et/ou nouveautés, c'est un feuillet où il est marqué « sélection pour vous ».

Ça c'est vraiment pour tout le monde, ce n'est pas propre à quelqu'un ?

Le « sélectionné pour vous », c'est propre à chaque personne. Par exemple Colruyt, c'est avec la carte Xtra : ici c'est mon feuillet donc c'est quasiment plus ou moins ce que j'achète.

Ah d'accord. Je pensais que c'était vraiment pour tout le monde en fait.

Non en fait le premier feuillet, il est pour tout le monde mais ce feuillet-là c'est « sélection pour vous » donc c'est vraiment spécifique.

Ah je n'avais jamais regardé.

Alors j'ai d'autres exemples en ligne : ici, c'est Facebook, donc des recommandations d'amis par exemple, là c'est sur YouTube, il y a une recommandation sur le côté de Booking, là aussi c'est quand je jouais sur mon téléphone, une recommandation qui apparaît sous forme de pop-up. Là c'est aussi sur YouTube mais cette fois la recommandation apparaît sur la vidéo, ici sur Messenger, là de nouveau des

recommandations Booking et Axa qui apparaissent sur un site, ici sur le côté sur Facebook. Là, toujours sur Facebook mais dans le fil d'actualité, « événement recommandé » par exemple et alors en général sur les sites ou les réseaux sociaux, il y a toujours une catégorie où il est marqué « pour vous », ici nous avons des titres recommandés sur Spotify, ici on a un exemple sur Instagram mais il y aussi Zalando : « les meilleures offres pour vous », et ici c'est le site de La Une : « notre sélection pour vous ».

C'est vrai que je n'avais jamais fait attention.

Et c'est toujours en fonction de ce qu'on a recherché auparavant.

Ah oui.

Donc par rapport à ces exemples, quelle est votre réaction face à ces recommandations et aux recommandations en général ?

Je suis toujours étonnée quand je vois justement, oui sur le fil d'actualité ou bien sur n'importe quel site des publicités en rapport avec ce que j'ai cherché alors que bon, voilà parfois on ne s'enregistre pas spécialement pour faire une recherche, même sur Booking, par exemple on peut rechercher même sans se créer un compte donc je trouve ça un peu fou de voir qu'ils arrivent à quand même retracer toutes nos données. Ici aussi par exemple, je le lis mais c'est effarant, le temps, enfin pas le temps que ça doit prendre, si peut-être, l'argent que ça doit coûter pour arriver à proposer des produits vraiment selon tel ou tel profil, oui c'est un peu du flicage quand même.

Donc c'est un peu une réaction plus négative ?

Oui et non parce que c'est vrai que d'un côté voilà au moins c'est sélectionné pour nous donc c'est ce qui nous intéresse le plus mais en même temps ça va nous inciter justement à consommer plus parce que voilà si je vois que si j'achète souvent ces chips-là qui sont encore en promo, justement je ne vais pas me gêner, je vais encore en acheter plus la fois prochaine. Oui, non c'est un peu mitigé j'avoue, peut-être plus négatif que positif, oui parce que c'est toujours de la publicité, on a l'impression d'être un peu matraqué par ces pubs.

Et sur l'aspect plus négatif, qu'est-ce qui pourrait vous faire changer d'avis à ce niveau-là ?

Le fait que je puisse aussi profiter par exemple, même si d'un côté, ça me permet, moi de profiter peut-être d'une réduction etc. Mais c'est toujours dans le but de consommer aussi donc oui c'est un cercle vicieux en fait.

**D'accord. Que pensez-vous de la personnalisation justement dans les recommandations ?
Donc que ce qu'on vous propose ce ne soit pas le même que chez le voisin.**

Je trouve ça vraiment très étonnant, voilà je me dis que ça veut dire qu'il y a des gens qui ne travaillent qu'à ça, enfin peut-être pas qu'à ça mais qu'une partie de leur boulot est consacrée justement à vraiment viser un certain public avec certains produits mais c'est de nouveau pour que les gens consomment le plus possible. C'est vraiment un boulot qui est axé pour accroître la consommation, les dépenses... enfin oui.

Donc vous c'est plus un aspect négatif ?

Négatif oui... En même temps je trouve ça super bien dans le monde actuel à arriver à collectionner des données pour justement vraiment viser un public précis. Parce que c'est vrai qu'on ne se rend pas compte qu'en consultant une page internet, en faisant nos courses... Voilà bêtement quand on passe notre carte Xtra, pour moi c'était pour avoir des réductions point barre. Je ne me rendais pas compte de tout ce qu'il pouvait y avoir derrière, vraiment pas du tout, absolument pas du tout. D'ailleurs pourtant je le vois toutes les semaines « sélection pour vous » mais je pense que je ne l'ai jamais vu.

Oui je n'ai pas toute l'enveloppe, mais il y a le feuillet recettes, le feuillet avec toutes les nouveautés du moment et alors il y a ce feuillet-là donc « sélection pour vous ».

Non sincèrement je pense que je l'ouvre comme ça en fait... je n'avais jamais lu... non vraiment pas... Ah oui non je ne savais pas du tout que ça pouvait servir à ça et c'est vrai que parfois justement, aller, on fournit des données sans peut-être trop le savoir ou alors on a peut-être donné notre accord, peut-être en demandant la carte Xtra on a signé ou je ne sais pas on a marqué notre accord sans lire vraiment toutes les conditions, ça c'est possible aussi.

Maintenant pensez-vous que des individus peuvent être influencés face à des systèmes de recommandation ?

Oui parce que je crois que s'ils voient plusieurs fois les mêmes pubs ils seront tentés d'acheter ce produit-là.

Vous n'avez pas un exemple ?

Si tout bêtement, en fait moi j'ai consulté un site en ligne pour retrouver un gilet que voilà j'avais acheté en noir, je voulais voir s'il y avait d'autres couleurs et voilà il n'y avait pas sur le site mais en fait après j'ai vu un bandeau apparaître avec d'autres coloris donc si, ça m'incite à acheter, aller voir plus loin. Oui.

Ok. Je réalise, dans le cadre de mon mémoire, une étude pour comprendre dans quelle mesure les recommandations sont acceptées par les utilisateurs, par accepter j'entends l'achat quand il s'agit d'un produit ou d'un service et acceptation quand il s'agit d'une vidéo, d'un ami sur Facebook, etc.

Lorsque vous êtes face à des recommandations, quels sont les éléments que vous jugez important ?

Je ne sais pas... je ne comprends pas bien la question parce que je suppose que la sélection forcément elle est faite par rapport à ce qu'on aime...

Qu'est-ce qui va vous donner envie d'acheter en fait s'il s'agit d'un produit ou d'accepter la recommandation s'il s'agit d'autre chose, d'un ami sur Facebook, d'une vidéo, qu'est-ce que vous jugez important quand on vous présente une recommandation en fait ?

D'accord. De voir si j'en ai besoin, savoir si j'en ai besoin et le prix aussi, voir si elle est intéressante ou pas et un événement, un ami, voir... là c'est très précis mais l'ami voir si vraiment ça m'intéresse d'être ami avec cette personne-là, si l'événement m'intéresse, il faut voir l'intérêt en fait.

Si c'est pertinent pour vous ?

Oui, voilà... ce n'est peut-être pas clair j'avoue...

Si si. Si on reprend les exemples que je vous ai montré de recommandations ou les recommandations auxquelles vous êtes confrontée dans votre vie quotidienne, qu'est-ce que vous pouvez me dire sur l'aspect de celles-ci ?

L'aspect donc... ?

Plus au niveau du visuel en fait ?

Ça se fait toujours de manière... enfin sur internet c'est très... comment dire.... C'est direct voilà on voit une photo d'un produit, forcément c'est alléchant, on a, c'est tentant pour aller vite cliquer dessus, ici voilà normalement on est censé voir le titre, je ne l'avais jamais vu, mais c'est accrocheur, tout est accrocheur, c'est bien fait... il y a toujours des pourcentages, il y a toujours des aspects intéressants pour le consommateur, donc oui au niveau de l'aspect ça doit être attrayant, pas trop long, pas trop de texte, il y a des images, voilà ça doit être un petit résumé, voilà ici on voit plus les images par exemple que les prix.

Alors ici, je parle plus des recommandations en ligne, est-ce que l'endroit où la recommandation apparaît vous importe vous ?

Non... ça m'embête par contre quand c'est dans le fil d'actualité, c'est vrai parce que je me dis voilà moi je regarde souvent sur mon téléphone, voilà je ne vais pas dire que ça prend quasiment l'écran mais peut-être quoi voilà, oui ça c'est embêtant, sur le côté ça ne me dérange pas.

Ok donc quand c'est sur le côté et que ça n'apparaît pas...

Par contre ce qui est casse-pieds ce sont toujours les petites fenêtres qu'il faut fermer, les petites publicités qui apparaissent et qu'il faut fermer, quand ça permet de lire, quand même ce qu'on veut lire, enfin de consulter ce qu'on veut consulter ça va mais quand il faut commencer à cliquer ça je trouve ça embêtant.

D'accord. Et est-ce que vous préférez les recommandations en ligne ou les recommandations papier ?

Ça dépend le sujet en fait. Pour les courses etc. ce sera plus papier. Tout ce qui est vêtements etc. plus en ligne, c'est vrai que c'est bien ciblé en fait je trouve... voilà, moi si je reçois ça en mail je ne vais pas le lire, que les petits journaux j'aime encore bien lire les publicités, j'aime bien feuilleter, ça oui. Donc ça dépend vraiment de quoi ça traite en fait.

Par recommandation en ligne, je veux dire que vous êtes en train de faire une recherche et ça apparaît sur le côté. Par exemple, il peut y avoir les chips qui apparaissent sur le côté.

Non ça c'est casse-pieds, ça ne sert à rien, enfin voilà, pour moi ça ne sert à rien.

Pour l'alimentaire ?

Oui l'alimentaire pour moi c'est plus papier parce que j'ai l'habitude de lire les petits journaux, il y en a qui les jettent, moi j'aime bien les regarder. Maintenant je ne dis pas que j'achète tout mais c'est un truc que j'aime bien.

D'accord. Les recommandations se font dans tous les domaines donc comme on a vu réseaux sociaux, grande distribution, banques, voyages, etc. Dans quels domaines trouvez-vous que les recommandations sont les plus utiles ?

Je dirais soit ce qui est... juste en ligne ? Non, en général ?

En ligne ou hors ligne.

Je dirais sur papier, tout ce qui est nourriture. Parce qu'en ligne, je pensais aux voyages etc. mais ce n'est pas ça qui va me faire regarder plus. Ce qui est alimentaire en papier je pense que c'est ce qui est le plus utile.

D'accord.

Mais à côté de ça, voilà c'est utile dans le sens où ça va m'inciter à acheter mais ça va me déranger dans le sens où ça va me faire un paquet de papiers pas possible à jeter mais c'est utile pour me faire acheter, oui c'est le plus utile, ça c'est vrai.

Ok mais c'est utile pour les entreprises ou c'est vraiment utile pour vous ?

C'est utile pour l'entreprise si elle veut me faire consommer.

Ok, mais là je parle pour vous.

Oui parce que je vais avoir l'impression de profiter d'une promotion et d'acheter voilà quelque chose d'intéressant alors que finalement j'aurais pu m'en passer. Je ne sais pas trop quoi répondre en fait...

Ce n'est pas grave s'il n'y a pas de domaine dans lesquels vous trouvez les recommandations plus utiles...

Mais si l'alimentaire pour moi.

Est-ce que « l'effort » a un impact sur votre acceptation d'une recommandation, donc par effort j'entends qu'accepter un ami sur Facebook, ça n'a pas le même impact qu'acheter un paquet de chips, acheter un ordinateur sur base d'une recommandation ?

...

Je reformule... Est-ce que pour vous, accepter un ami sur Facebook sur base d'une recommandation c'est la même chose qu'accepter d'acheter un ordinateur sur base d'une recommandation ?

Déjà je n'achèterai jamais d'ordinateur sur base d'une recommandation donc j'avoue que je ne sais pas trop me positionner...

C'est un exemple fort que j'ai donné mais quand il y a de l'argent en jeu ou quand il n'y en a pas donc est-ce que ça change quelque chose ou pas du tout ?

On réfléchit plus quand il y a de l'argent en jeu, ça c'est sûr... Maintenant quand il n'y en a pas, comme par exemple sur Facebook, je n'accepte pas tout ce qui vient, il y a des gens qui acceptent toutes les propositions d'amis, moi pas du tout. Oui l'effort est plus difficile à faire quand on doit payer quelque chose, ça oui.

Alors maintenant quelle est votre définition de la confiance de manière générale ?

De la confiance... on ne parle pas de commerce ?

Non la confiance de manière générale.

J'allais dire c'est pouvoir confier... c'est... c'est une relation en fait qui s'établit... de part et d'autre, donc ça doit vraiment être un échange, quelque chose qui se vit vraiment des deux côtés, que ce soit dans le travail, dans la vie privée, peu importe, ça doit vraiment venir des deux côtés, qui s'établit au fil du temps, on ne gagne pas la confiance de quelqu'un tout de suite, c'est compliqué ça en fait.

C'est bien comme définition. Donc maintenant ma question c'est, pourquoi faites-vous confiance à certaines marques ou certaines entreprises par exemple ?

Il y a différents aspects : il y a d'abord on va dire la tradition, voilà bêtement au niveau électroménager, ma belle-famille, on a toujours fait confiance aux produits Miele qui coûtent en fait super cher, en se disant voilà on investit dans un produit... comment dire... de bonne qualité, de bonne réputation etc. donc il y a cet aspect-là, les voitures aussi, je pense toujours à ma belle-famille parce qu'ils sont nombreux etc., c'est une part importante de ma vie, voilà les voitures ce sont des VW à chaque fois parce que c'est du costaud, c'est du solide, il y a la réputation de la marque qui entre en jeu ça c'est clair. Bêtement, un autre produit, le Nutella,

Nesquik, ce n'est pas la réputation, c'est vraiment le goût même si je sais qu'il y a plein de crasses dedans, d'accord on essaie de limiter un peu les doses mais voilà là c'est vraiment le goût, c'est vraiment l'attrait du goût bêtement l'habitude depuis toujours.

Et d'avoir peur d'être déçu d'un autre côté peut-être ?

Franchement, c'est bête à dire mais je n'essaie pas d'un autre côté. Le Nesquik, par exemple, oui mais je sais que ça n'a pas le même goût, il y a des produits comme ça que je ne veux pas changer, il y en a d'autres franchement je m'en fiche. Par exemple on boit de la grenadine à la maison, ça, peu importe la marque mais on a des préférences quand même selon les goûts, donc c'est vrai que le goût est quand même fort important pour tout ce qui est alimentaire forcément... Ou sinon on n'est pas contraire d'essayer de nouvelles marques.

D'accord.

Mais à côté de ça on est de plus en plus aussi à essayer de se tourner vers plus du local, c'est un peu mitigé.

Ok et feriez-vous attention à des recommandations qui proviennent de marques ou entreprises envers lesquelles vous n'avez pas forcément confiance ?

Pas spécialement, non je ne pense pas.

Vous ne la regardez même pas ? si c'est en ligne vous ne cliquez pas dessus ?

Non, je ne pense pas sauf si justement j'envisage d'acheter un produit similaire mais sinon je ne crois pas.

Donc si c'est un produit similaire vous allez regarder un peu ?

Peut-être oui, ça dépend.

Alors vous êtes fidèle au Nutella si j'ai bien compris et les systèmes de recommandation vous proposent un pot de Kwatta, quelle est votre réaction ?

Je ne suis pas sûre que j'essaierais.

Non ? Donc vous restez vraiment fidèle à la marque ?

Maintenant, voilà, si je reçois voilà par exemple un échantillon que je peux une fois essayer comme ça pourquoi pas, sinon j'avoue...

Si par exemple c'est proposé dans le feuillet Colruyt ?

Non, je ne pense pas.

D'accord. Alors maintenant, encore avec l'exemple du Nutella, si les systèmes de recommandation vous disent « Ce pot de Nutella vous a été proposé parce que nous avons identifié dans votre comportement d'achat que vous en achetiez chaque semaine ». Qu'en pensez-vous ?

Qu'il est grand temps de diminuer la dose...

Chaque semaine ou chaque mois, j'invente.

Je me sentirais fliquée en fait. Mais je suivrais la recommandation parce que voilà c'est un produit auquel je suis fidèle. J'avoue que, aller, je repense bêtement à la publicité ici, je ne me rendais pas compte qu'en passant bêtement une carte, ils arrivaient à sélectionner des produits pour nous.

C'est plein de choses, ce n'est pas seulement la carte.

C'est vrai ?

La carte ça fait partie des données qu'on appelle implicite en fait...

Oui parce que là, ils voient vraiment tels quels les achats.

Qui sont récoltées implicitement. Donc il y a les données explicites d'un côté, ça peut être remplir un questionnaire, vous êtes au courant tandis que les données implicites, ce sont par exemple les cartes de fidélité...

Franchement je ne m'en rendais pas compte.

Pour revenir à ma question, qu'est-ce que vous pensez de l'explication ? Donc il y a une explication sur le pourquoi le pot de Nutella vous a été proposé. Est-ce que ça change quelque chose ?

Donc l'explication dans le sens où on vous le propose parce qu'on a vu dans votre comportement...

Voilà qu'est-ce que vous pensez de l'explication qui est donnée par l'entreprise, par le système ?

...

Ça peut être pour un film par exemple, si on vous propose un film sur Netflix, vous pouvez avoir juste le film et vous vous dites « pourquoi ils me proposent ça ? » et à côté, on peut avoir le film qui est proposé et alors ils vous expliquent que c'est parce que telle raison donc qu'est-ce que vous pensez de l'explication ?

Je crois qu'on se laisse plus convaincre si justement on a l'explication, parce que d'un côté ils arrivent à nous convaincre que c'est bien pour nous. Oui je crois.

D'accord. Alors maintenant, est-ce que vous faites attention à la petite phrase sur les cookies qui apparaît en général sur tous les sites qu'on consulte à l'heure actuelle ?

Non, je mets ok pour que la fenêtre se ferme.

Donc jamais, vous ne cliquez pas dessus pour en savoir plus ?

Non, non.

Si vous cliquez sur en savoir plus, vous pouvez voir comment vos données sont récoltées, pourquoi vous voyez certaines pubs etc. J'ai un autre exemple ici, Facebook a sorti un spot pour expliquer en fait pourquoi certaines pubs sont proposées, comment les données personnelles sont utilisées etc. qu'est-ce que vous pensez de ça ?

Je crois que chaque, aller, comment dire, chaque marque a, je suppose, a été obligée de le faire sinon ce serait voilà, elles ne l'auraient pas fait...

Il y a une nouvelle loi qui vient de sortir il n'y a pas longtemps justement sur ça...

Maintenant voilà, ils sont obligés mais en même temps, quand on voit la fenêtre d'avant, forcément dans leur intérêt, tout de suite on est tenté de cliquer sur accepter et fermer. Donc même s'ils proposent aux gens de paramétrer vraiment ce qu'ils veulent comme publicités ou pas, ce qu'on peut faire de leurs données ou pas, ils orientent quand même un peu notre réponse, ça c'est sûr, ceci dit voilà si on prend le temps d'aller plus loin, c'est super bien parce que justement on n'est pas gêné par plein de pubs, si on ne veut pas transmettre de données, c'est tout à fait possible de le faire donc oui c'est bien d'avoir ce système-là derrière encore faut-il aller cliquer là-dessus.

Donc si je comprends bien, vous trouvez que les entreprises incitent à justement accepter et fermer...

Oui ça oui...

Parfois c'est dans le bas, comme ici c'est tout petit en bas. Sur certains sites, on peut continuer en laissant le bandeau, maintenant il est bien marqué que si on continue c'est qu'on accepte donc on n'a pas besoin de mettre ok...

Ah oui d'accord... parce que parfois il y en a qui apparaissent en plein milieu et donc tout ce qu'on veut, si on se connecte et qu'on a besoin de quelque chose... on a vraiment envie de pouvoir de continuer notre recherche et donc on ferme vite.

Là donc ça apparaît en bas, on pense qu'on peut cliquer sur ok ou en savoir plus mais il est bien marqué « si vous continuez à utiliser ce site, nous considérons que vous acceptez l'utilisation de cookies ».

Oui c'est vrai que franchement je ne regarde pas, je me laisse piéger... les deux pieds dedans.

Alors maintenant si je vous parle de diversité de produits, qu'est-ce que cela veut dire pour vous ?

Donc je suppose dans une même gamme de produits, différentes marques non ?

Par exemple. Est-ce que c'est une dimension importante pour vous dans le cadre des systèmes de recommandation ?

Je n'ai pas compris.

Donc la diversité ça peut être comme vous l'avez dit, un même gamme avec plusieurs marques ou ça peut être par exemple Zalando qui propose un pantalon, une veste, un tee-shirt, donc pas toujours la même chose.

Ah oui dans la recommandation en dessous c'est ça ?

Non, dans les recommandations de manière générale, donc ça peut être là, ça peut être sur internet, là ça peut être par exemple tous des chips mais de marques différentes ou ça peut être justement là on a une bouteille d'alcool, des chips, etc. Donc est-ce que pour vous c'est important que les systèmes de recommandation proposent des articles...

En plus...

Diversifiés. Et pas toujours proposer la même chose à l'utilisateur.

Ça va être utile oui parce que ça va nous inciter à essayer d'autres produits en plus ou voilà par exemple chez Zalando si on achète une blouse, de tenter pour avoir le pantalon qui va avec ou voilà, donc oui c'est utile dans le sens-là, c'est utile pour la marque derrière, maintenant pour le consommateur, de nouveau c'est utile si lui a envie de de se laisser avoir, de se laisser tenter, si son budget le permet aussi mais en même temps c'est un peu râlant, on a peut-être envie de se laisser tenter mais on se dit non, un moment donné il faut être raisonnable, oui ma réponse n'est pas claire. On peut dire oui et non dans ce questionnaire ?

Oui oui, tant que les réponses sont précises et reflètent la réalité de ce que vous pensez, pas de soucis. Vous avez encore quelque chose à dire sur la diversité ?

Non.

Ok. Alors j'ai encore un autre exemple : imaginons que vous venez de réserver un vol pour Dublin et que le système de recommandation vous propose un hôtel à Paris : comment réagissez-vous ?

Ça m'énerve.

Donc vous auriez préféré avoir une autre recommandation ?

Soit sur Dublin pour me dire voilà j'ai fait une bonne affaire, j'ai eu un hôtel moins cher ou justement l'inverse, me dire oh zut j'aurais mieux fait de regarder ou sur ce site là j'aurais peut-être eu un meilleur prix mais je ne voudrais pas d'une recommandation pour une autre ville, ça non.

Et la recommandation qui est proposée donc pour un hôtel à Paris, ça ne vous donne pas des idées ?

Non.

C'est un exemple, ça pourrait être totalement autre chose... dans l'alimentaire j'ai un autre exemple : imaginons que vous venez d'acheter un paquet de pâtes et que le système de recommandation vous propose des gnocchis, vous n'allez pas manger les deux en même

temps, vous auriez peut-être préféré avoir une sauce mais est-ce que ça ne vous donne pas des idées pour un futur repas par exemple ?

Je ne suis pas sûre... Maintenant ça dépend le produit qu'on propose aussi...

Si vous avez un exemple...

C'est vrai que si on a un paquet de pâtes et une sauce qui peut être sympa en recommandation, ça va plus matcher que si c'est vraiment un produit totalement différent... Je ne suis pas convaincue, je ne sais pas.

D'accord. Alors est-ce que les recommandations vous ont-elles déjà aidé à découvrir des choses par hasard, des choses auxquelles vous ne vous attendiez pas du tout ?

...

Que ce soit en ouvrant ce feuillet-là ou en ligne...

Par exemple ce qui peut être pratique, ce sont les évènements, ça oui, ça je me dis voilà on est parfois au courant de quelque chose qui se passe un peu plus loin que chez nous qui peut être sympa. Maintenant, en règle générale, je ne pense pas...

Si ce sont les évènements, c'est déjà un bon exemple, donc votre ressenti est positif à ce niveau-là ?

Oui.

Alors, êtes-vous sensible aux promotions de manière générale ?

Un petit peu... en fait j'essaie vraiment de limiter la consommation donc oui maintenant voilà si je veux acheter, je ne sais pas moi, de la sauce par exemple, je n'ai pas de marque fétiche mais il y en a qui vont, aller, m'inciter plus que d'autres. Même s'il y a une promo sur une marque qui ne m'intéressait pas ce n'est pas pour ça que je vais l'acheter.

Donc pas sensible vraiment aux promotions ?

Non... ça dépend de nouveau les produits, par contre voilà la veste, enfin l'espèce de cardigan sur Zalando, je sais qu'il y avait par exemple le coloris bleu que je ne pensais pas spécialement à l'acheter, là il était en promo donc c'est vrai que là j'étais vraiment tentée.

D'accord, ce n'est pas plus dans un secteur que dans un autre ?

Non, ça dépend vraiment à ce moment-là l'article qu'on veut acheter.

Ni à un moment particulier dans l'année ?

Oui c'est vrai qu'ici, ce sont les cadeaux de fin d'année etc... donc oui.

Et est-ce que c'est un facteur qui est important pour vous dans les recommandations, dans le sens où si vous voyez plusieurs articles et qu'il y en a un en promotion, vous avez plus tendance à cliquer dessus ?

Oui...

Sur Zalando par exemple, mais ça peut être ici, il y a des articles en promotion, d'autres pas.

Par exemple, voilà je pense à autre chose : quand on arrive vers avril-mai et qu'on voit par exemple la crème solaire en promotion, on va préparer un peu l'été donc on va être plus tenté, c'est vrai, d'acheter ce qui est en promotion en se disant voilà je fais une bonne affaire, c'est vrai que les promotions sont quand même toujours attirantes, oui.

Alors maintenant, qu'est-ce que vous faites quand vous êtes face à ou que vous venez de cliquer sur une recommandation ? Donc là, on est sur les recommandations en ligne, vous voyez apparaître une recommandation, vous cliquez dessus et après ?

Selon le produit, si ça ne m'intéresse pas du tout, je ferme tout de suite. Si ça m'intéresse, est-ce que je vais vraiment voir sur le site à ce moment-là, je ne suis pas sûre. Par exemple, si ce sont des recommandations de voyage ou quoi je n'irai pas voir, ça doit vraiment être en lien avec quelque chose que je compte acheter pour que j'aille vraiment sur le site.

Donc imaginons ici qu'il y a quelque chose en lien, qui vous intéresse, qu'est-ce que vous faites après avoir cliqué dessus ? Donc normalement vous atterrissez sur le site, qu'est-ce que vous faites après ?

Si c'est un vêtement qui me plaît bien, je peux toujours regarder s'il y a d'autres coloris, la taille, et puis réfléchir à l'achat après mais je ne vais pas l'acheter tout de suite, ça non.

Quand vous êtes sur internet et que vous avez une recherche précise à faire, qu'est-ce que vous faites ? Est-ce que vous pouvez me décrire les étapes ?

Donc je vais sur Google et j'indique quelques mots-clés, ça dépend s'il y a un peu ce qu'on recherche, voilà si c'est un vêtement, je vais aller sur un site plus précis, si je veux acheter des bouquins en ligne je vais aller sur Amazon ou sur Club, en fait j'ai plutôt des sites référents.

Et est-ce que quand vous avez une recherche précise à faire, vous allez droit au but ou vous avez plus tendance à être facilement distraite par ces recommandations justement qui apparaissent un peu partout, par exemple vous me dites Amazon, il y a souvent beaucoup d'autres recommandations qui apparaissent ?

Non je vais rester plus sur... sur le site sur lequel je voulais acheter. Oui et je vais essayer de ne pas trop regarder sur le site pour ne pas être tentée par d'autres articles.

Imaginons maintenant que vous avez cliqué sur une recommandation et êtes prête à l'accepter, acheter le produit s'il s'agit d'un produit, d'autres recommandations apparaissent sur votre écran : comment réagissez-vous ?

Si vraiment ça m'intéresse, parfois je... c'est vrai que tantôt je disais non je ne l'achèterai pas tout de suite mais je peux quand même réfléchir et voir s'il y a des frais de port, si je ne peux pas quand même racheter un petit truc en plus en me disant voilà je n'ai pas non plus dépensé trop de frais de port pour juste un article donc c'est vrai s'il y a des recommandations à ce moment-là qui sont intéressantes, je me laisserai peut-être bien tenter.

Donc intéressantes mais pas forcément en lien avec votre premier achat ?

Ça doit quand même être dans le même thème, si ce sont des vêtements, ça doit être des vêtements. Si je suis sur une page avec des vêtements, il ne faut pas que des recommandations sur un smartphone apparaissent, il faut que ça reste quand même dans un même thème.

Donc par exemple, j'avais un autre exemple : une vidéo est apparue sur base d'une recommandation, vous avez cliqué dessus et là il y a soit d'autres vidéos qui apparaissent, soit vraiment rien à voir un smartphone etc., est-ce que vous faites attention à ça ?

Je ne pense pas...

Aux vidéos oui s'il y a un lien ?

Déjà les vidéos ça dépendra où je suis tout bêtement, regarder une vidéo sans son ce n'est pas pratique, voilà à ce niveau-là il y a cet aspect-là qui va intervenir mais je suis moins vidéo, ça m'attire moins.

Ou autre chose, c'était un exemple.

D'accord.

Donc c'est vraiment savoir si après avoir cliqué sur une recommandation, si d'autres apparaissent, est-ce que... ça peut être, si c'est un produit, des produits complémentaires, on parlait du smartphone, si vous avez cliqué sur un smartphone, il peut y avoir des coques, des chargeurs ou alors d'autres smartphones, ou alors rien avoir des voyages etc...

Je ne suis pas sûre que je suivrais encore d'autres recommandations. En même temps tout à l'heure je vous ai dit pour les vêtements, oui je suivrais d'autres recommandations, ça dépend un peu les articles mais je crois que déjà une recommandation c'est bien.

Ok et donc par exemple sur Amazon s'il y a d'autres choses qui vous intéressent et qu'il n'y a pas de frais de port...

Oui un petit peu plus je pense...

D'accord.

Maintenant je ne vais pas y aller à dix recommandations non plus, je vais quand même me limiter. En fait c'est déjà rare que j'achète des vêtements sur internet donc c'est vrai que si je me laisse tenter par quelque chose, je pourrais encore me laisser tenter par un petit article en plus.

D'accord. Avez-vous quelque chose à ajouter sur le sujet ?

Oui, que j'ai appris des choses, ça c'est sûr, que je ne regarderai plus mes cartes de fidélité de la même façon. Par contre j'étais étonnée de ne pas parler du sujet avant, en fait voilà, pourquoi ?

Parce que si je le disais, vous alliez vous dire « mince c'est quoi ? » et vous auriez été vous renseigner sur le sujet et à ma deuxième question, « savez-vous ce qui se cache derrière ce concept ? », vous m'auriez dit oui alors qu'en fait la veille non. Donc voilà c'était juste pour ça.

En même temps ça aurait peut-être permis d'avoir des réponses plus claires parce qu'on s'est documenté ?

Les réponses auraient été peut-être un peu biaisées, c'est pour ça que je ne le dis pas à l'avance.

Ah ok.

Ce questionnaire est maintenant terminé, merci pour votre collaboration et le temps que vous m'avez consacré. Si vous le voulez, je vous transmettrai les résultats de ma recherche.

Interview 4

Bonjour, je m'appelle Marie-Charlotte Paindavoine et je suis étudiante en master 2 en ingénieur de gestion à l'UCLouvain FUCaM Mons. Dans le cadre de mon mémoire, je dois réaliser plusieurs interviews. Je te remercie pour le temps que tu me consacres. Ce questionnaire durera environ 30 minutes.

As-tu des questions ?

Non.

Donc on va tout de suite passer à la première question : est-ce que tu peux te présenter brièvement ?

Je suis étudiant à l'IT à Ath en électromécanique, j'ai 17 ans, j'ai plusieurs activités, voilà le principal.

D'accord, est-ce que tu peux me donner quelques achats que tu as l'habitude de faire ?

Des composants électroniques, les vêtements...

Quelles marques tu achètes tout le temps ?

Les magasins... genre C&A, JBC, ...

Et dans l'alimentaire ?

Colruyt.

Quels produits, quelles marques... ?

Un peu tout de sorte, la marque Boni, ...

Ok. Est-ce que tu sais ce qui se cache derrière le concept de « Système de recommandation » ?

Ce n'est pas un système de publicité ?

En effet, de nombreuses entreprises, que ce soit en ligne ou hors ligne utilisent tes données personnelles et suivent ton comportement afin de te proposer des produits et/ou des services susceptibles de t'intéresser : connaissais-tu cette pratique ?

Oui.

Donc, je vais te montrer plusieurs exemples de recommandations : ici, dans la publicité Colruyt, en plus du feuillet publicitaire normal avec les dernières promotions et/ou nouveautés, c'est un feuillet avec la mention « sélection pour vous ». J'ai d'autres exemples en ligne : ici, pour Facebook, ce sont des recommandations d'amis par exemple. Là, sur YouTube, il y a une recommandation sur le côté de Booking. Là, c'est quand je jouais sur mon smartphone qu'une recommandation est apparue sous forme de pop-up. Là, c'est aussi sur YouTube mais cette fois la recommandation apparaît sur la vidéo. Ici, sur Messenger. Là, de nouveau des recommandations Booking et Axa qui apparaissent sur un site. Sur le côté d'une page Facebook. Là, toujours sur Facebook mais dans le fil d'actualité, « évènement recommandé » par exemple. Enfin, en général sur les sites ou les réseaux sociaux, il y a toujours une catégorie où il est marqué « pour vous » : ici, nous avons des titres recommandés sur Spotify ; ici, on a un exemple sur Instagram mais il y a aussi Zalando : « les meilleures offres pour vous » ; et ici, c'est le site de La Une : « notre sélection pour vous ».

Donc voilà, c'étaient des exemples. Par rapport à ces exemples, quelle est ta réaction face à ces recommandations et aux recommandations en général ?

Je vois que les informations personnelles ne sont pas du tout privées, qu'elles sont partagées via des systèmes internet, ne sont pas privatisées et servent à faire de la publicité pour nous pousser à acheter un produit.

Donc c'est plus une réaction négative que tu as vis-à-vis des recommandations ?

D'un côté ça peut nous diriger plus facilement vers un produit qu'on cherche mais d'un autre côté, ça utilise nos informations sans nous demander.

Ok. Et donc quels sont les éléments qui pourraient te faire changer d'avis ? Qu'on t'explique comment tes données sont utilisées ?

Peut-être.

Ok. Et donc qu'est-ce que tu penses de la personnalisation dans les recommandations ? Le fait que ce soit personnalisé.

On voit que ce sont plusieurs informations qui sont réunies en une seule publicité pour montrer la meilleure publicité, le meilleur produit possible.

Pour toi ?

Oui.

Donc tu le prends plus dans un sens, dans le sens où c'est une facilité ? Donc ce sont des produits que tu aimes, vu que tu as l'habitude de les acheter, ou que par exemple sur Facebook si on te propose une recommandation d'ami, c'est souvent une personne avec qui tu as des amis en commun donc que tu pourrais connaître, donc c'est plus une facilité ?

Ça réduit le temps de recherche d'un produit mais ça nous pousse toujours à acheter un produit ou à...

Ok donc si je comprends bien d'un côté c'est plus facile mais d'un autre justement c'est tellement fait pour toi que ça te donne plus envie de l'acheter ?

Oui.

Ok. Est-ce que tu penses que des individus peuvent être influencés par les systèmes de recommandation ?

Tout à fait.

Pourquoi ? Est-ce que tu as un exemple ?

Parce que les personnes qui achètent beaucoup, qui aiment bien acheter en voyant une publicité, « Ah ça j'aime bien donc je vais l'acheter », elles vont voir beaucoup plus de publicités par rapport aux objets qu'elles aiment et donc ouais plus poussées à les acheter et ne vont pas résister à cet achat.

D'accord. Je réalise, dans le cadre de mon mémoire, une étude pour comprendre dans quelle mesure les recommandations sont acceptées par les utilisateurs. Par accepter, j'entends l'achat quand il s'agit d'un produit ou d'un service et acceptation quand il s'agit d'une vidéo, d'un ami sur Facebook, etc.

Lorsque tu es face à des recommandations, quels sont les éléments que tu juges important ?

Les images, les informations, le nom du produit et son prix.

Et donc ça ce sont tous des facteurs qui sont importants pour toi, qui te donnent envie d'acheter ou d'accepter ?

Oui.

Ok. Si on reprend les exemples que je t'ai montrés de recommandations, qu'est-ce que tu peux me dire sur l'aspect de celles-ci ?

On voit que celles-ci s'affichent partout sur les sites où on peut se rendre, sur les pages, sur les réseaux sociaux, donc c'est vraiment pour qu'elles soient omniprésentes dans notre vie pour qu'on soit poussé à aller voir.

Est-ce que tu es attiré plus par une que par une autre plus au niveau du visuel ?

Forcément quand l'image est plus, quand l'image est meilleure et qu'elle est plus flagrante, plus grande, on a plus envie d'aller jeter un coup d'œil.

Est-ce que l'endroit où apparaît la recommandation ça a une importance ? Par exemple sur YouTube, on a vu deux exemples, une fois où c'était sur le côté mais une fois où c'était vraiment juste en dessous de la vidéo donc normalement tu ne peux pas la rater.

L'endroit est quand même important parce que si c'est plus près de ce qu'on regarde sur la page, on va plus faire attention tandis que quand on regarde une vidéo sur YouTube, on ne regarde pas tout le temps les vidéos qui sont à droite de celles-ci donc si la publicité est plus à droite on le verra moins que si elle est en dessous.

Ok. Et est-ce que tu préfères les recommandations en ligne ou les recommandations papier comme par exemple Colruyt ?

En ligne, c'est plus comment dire, plus accessible parce que moi personnellement je ne regarde pas tout le temps la publicité, je suis plus sur mon PC, donc c'est vrai que quand elles s'affichent sur le PC on les voit toujours.

D'accord. Les recommandations se font dans tous les domaines, donc comme on a vu réseaux sociaux, grande distribution, banques, voyages, etc. Dans quels domaines trouves-tu que les recommandations sont les plus utiles ?

Les plus utiles ? Je dirais par exemple sur les réseaux sociaux, quand on voit des amis en commun, c'est vrai que si on les connaît, on ne cherche pas forcément après elles et quand on

les voit apparaître, on se dit « Ah oui tiens lui je le connais, je vais l'ajouter ». Comme les produits aussi, quand on voit un produit, si c'est ce qu'on cherche, par exemple, si on cherche un produit sur internet, on va voir des publicités en rapport avec ce produit s'afficher un peu partout au fur et à mesure, ce qui va nous montrer différents types de ce produit pour pouvoir les comparer donc oui.

Est-ce que tu penses que « l'effort » a un impact sur l'acceptation ? Donc par effort, j'entends accepter un ami sur Facebook ça n'a pas le même impact qu'accepter un prêt bancaire sur base d'une recommandation.

C'est clair, parce que Facebook, c'est juste faire participer une personne à son fil d'actualité alors qu'un achat bancaire ou tout type de produit, ça pousse à un vrai achat et une consommation de ce produit.

Donc il y a de l'argent en jeu et donc...

Oui.

Ok. Alors maintenant, je vais te demander quelle est ta définition de la confiance ?

La confiance... pour moi c'est pouvoir mettre à portée d'une personne nos données personnelles et pouvoir lui faire confiance, donc qu'elle ne s'en serve pas pour en faire d'autres choses ou... qu'elle les garde pour elle.

Pourquoi fais-tu confiance à certaines marques ou certaines entreprises par exemple ?

Peut-être parce qu'elles ont, parce que je connais les produits et que j'ai l'habitude de les utiliser et donc que je fais confiance en ce produit parce que pour moi il est efficace.

Ok et donc est-ce que tu ferais attention à des recommandations qui proviennent de marques ou entreprises envers lesquelles tu n'as pas forcément confiance ?

C'est vrai que j'y prêterai moins attention parce que si je n'ai pas confiance en cette entreprise, même si l'objet peut être intéressant, je ne serais pas forcément poussé à l'acheter parce que je n'ai pas confiance en cette entreprise.

D'accord mais tu serais quand même curieux d'aller voir ou pas ?

Peut-être pour comparer par rapport à d'autres objets.

D'accord. Alors maintenant, tu es fidèle au Nutella et les systèmes de recommandation te proposent un pot de Kwatta, quelle est ta réaction ?

Je regarderai quand même le pot de Kwatta parce que je me dis, après tout, on me montre une autre marque, pourquoi pas voir la différence entre les deux et même si ce produit est mieux ou coûte moins cher, pourquoi pas utiliser celui-là à la place de l'autre ?

Donc il y a toujours l'aspect financier derrière et t'aimes bien comparer pour voir...

La qualité, la quantité, le prix.

Donc tu aimes bien comparer de manière générale ?

Oui.

Alors maintenant encore avec l'exemple du Nutella, si les systèmes de recommandation te disent : « Ce pot de Nutella vous a été proposé parce que nous avons identifié dans votre comportement d'achat que vous en achetiez chaque semaine ». Qu'en penses-tu ?

On peut peut-être en acheter toutes les semaines mais ce n'est pas pour ça qu'on doit continuer d'en acheter tout le temps. On peut bien changer de produit pour en essayer un autre et voir ce que ça donne.

Donc il y a une explication sur le pourquoi le pot de Nutella a été proposé. Est-ce que ça change quelque chose ?

Je trouve... les systèmes de recommandation dans ce cas-là, font en sorte de montrer un produit qu'on a l'habitude d'acheter pour l'acheter en plus grande quantité alors qu'on peut très bien regarder un autre produit donc c'est plus nous pousser à acheter le même produit et à continuer à acheter tout le temps pour qu'on ne change pas de produit...

Là j'aimerais plus savoir quelle est ta réaction face à l'explication qu'il y a à côté, est-ce que ça t'importe qu'il y ait une explication ou est-ce que pour toi ça ne change rien ?

C'est bien qu'ils donnent une explication de pourquoi cette pub est là mais je trouve quand même assez inquiétant que cette explication montre ce qu'on achète etc. toutes nos données...

Ok. Alors maintenant, est-ce que tu fais attention à la petite phrase sur les cookies qui apparaît en général sur tous les sites qu'on consulte à l'heure actuelle ?

Oui... Il est souvent marqué j'accepte et ce que je remarque c'est que souvent on est tellement pressé d'aller sur le site qu'on met j'accepte... et en appuyant sur ce bouton on fait apparaître plus de cookies justement qui nous poussent justement à acheter.

J'ai un autre exemple ici, Facebook a sorti un spot pour expliquer en fait pourquoi certaines pubs sont proposées, comment les données personnelles sont utilisées etc. Qu'est-ce que tu penses de ça ?

C'est bien qu'ils expliquent en effet parce que... on peut se poser des questions de comment utilisent-ils nos données, pourquoi ces pubs apparaissent, pourquoi ces recommandations donc c'est bien qu'ils expliquent le pourquoi qu'on sache quand même comment ils utilisent nos informations et dans quel domaine.

Ok. Donc c'est une bonne chose ?

Après faut voir s'ils expliquent vraiment tout là-dedans.

Et si c'est la vérité ?

Oui et si c'est fiable.

Alors maintenant si je te parle de diversité de produits, qu'est-ce que cela veut dire pour toi ?

C'est une gamme de produits différents, ça peut aller d'une pomme verte à une pomme rouge à une pomme pas mûre enfin... plusieurs sortes, c'est vraiment une gamme de produits différents.

Est-ce que cette dimension est importante pour toi dans le cadre des systèmes de recommandation, donc ne pas toujours avoir la même chose qui est proposé ?

Importante... souvent c'est vrai que... cette gamme de produits peut être intéressante à regarder mais souvent dans les systèmes de recommandation on nous montre qu'un seul des produits, celui qui est le plus vendu, celui qui coûte le plus cher pour au final, qu'on achète celui-là.

Mais si tu as une entreprise qui te propose plusieurs... plusieurs produits, par exemple Zalando, quand ils mettent « sélectionné pour vous », il y a plusieurs vêtements donc parfois ils peuvent proposer tous des vêtements noirs mais différents donc ça peut être une sorte de diversité mais ça peut être un tee-shirt, un jeans, une veste, c'est aussi des

différents, des produits différents donc c'est aussi de la diversité, est-ce que c'est important pour toi que ça ne soit pas toujours la même chose en fait ?

Oui pour qu'on puisse choisir quand même parmi tous les produits ce qu'on préfère le plus, quels sont nos goûts, pour ne pas toujours prendre la même chose.

Ok.

Qu'on se fasse un propre avis.

Un propre avis ?

Sur les produits, qu'on n'utilise pas toujours les mêmes, qu'on puisse se diversifier.

Ok. Alors j'ai encore un autre exemple : imaginons que tu viens de réserver un vol pour Dublin et que le système de recommandation te propose un hôtel à Paris : comment réagis-tu ?

On voit que les données, enfin... sont peut-être utilisées mais pas totalement bien parce que si on réserve un vol à Dublin, c'est vrai que ce serait plus pratique qu'on ait une publicité avec un hôtel à Dublin plutôt qu'à Paris donc qu'ils proposent un prix à Paris par rapport à ce qu'on a pris. On a pris un vol, donc pour eux on voyage. Donc on a peut-être besoin d'un hôtel mais ils n'utilisent pas tous les critères.

Donc tu aurais préféré avoir une autre recommandation par exemple pour un hôtel à Dublin ?

Préférée oui peut-être mais ça prouve qu'ils n'utilisent pas toutes nos données quand même.

Et la recommandation qui est proposée donc pour un hôtel à Paris, ça ne te donne pas des idées ?

C'est clair, si on voit une publicité pour je ne sais pas, aller visiter une galerie ou quoi dans un pays, dans une capitale on se dit « tiens, pourquoi pas organiser un voyage par-là, aller visiter », ça nous pousse à voyager, à dépenser...

Donc de nouveau pour toi ça pousse à la consommation ?

Oui la consommation.

Et donc est-ce que les recommandations t'ont déjà aidé à découvrir des choses par hasard, des choses auxquelles tu ne t'attendais pas du tout ?

C'est vrai que des fois, des produits dont on ne connaît pas l'existence, on peut voir des recommandations sur ces produits. On se dit « tiens, je ne savais pas que ça pouvait exister », du coup on se renseigne sur ce produit, on en cherche de plus en plus, on a de plus en plus de publicités dessus, on se dit « tiens, pourquoi pas en acheter un » ou voilà.

Donc ton ressenti il est plus positif ?

À la fois positif, à la fois négatif, parce que ça nous pousse toujours à acheter.

D'accord. Alors, est-ce que tu es sensible aux promotions de manière générale ?

Les promotions, c'est vrai que c'est bien, c'est pratique parce que ça peut nous faire économiser de l'argent sur un produit mais il faut toujours s'en méfier parce que souvent les promotions sont faites exprès pour pousser à l'achat alors qu'au final ça revient à acheter un produit sans promotion.

Comment ça ?

Disons qu'il y a peut-être une promotion d'un produit qui est moins cher alors qu'à côté on a un autre produit qui n'est pas en promotion mais qui est beaucoup plus moins cher donc ça peut nous pousser à acheter un produit qui est en promotion alors qu'on en a d'autres qui sont moins cher ailleurs.

Est-ce que tu es plus sensible plus dans un secteur que dans un autre ?

Disons qu'il n'y a pas vraiment de secteur mais il faut comparer pour voir si les promotions sont pratiques.

Ok et ça n'a rien avoir avec le moment ? Tu n'es pas sensible à des promotions à un moment particulier dans l'année ?

Souvent, par exemple, si on nous dit voilà ce sont les fêtes de Noël, on va nous proposer des prix de cadeaux, des cadeaux en réduction, ça va nous pousser à regarder, à aller chercher et c'est vrai que oui c'est...

Et est-ce que c'est un facteur qui est important pour toi dans les recommandations ?

Important parce que ça pousse les consommateurs à acheter encore mais ça les aide peut-être d'une manière à regarder le produit mais des fois ils ne comparent pas tous les produits, ils se disent tiens voilà j'ai vu ce produit, je vais l'acheter, ça me facilitera la vie.

Et donc toi ?

Moi-même...

S'il y a une promotion dans une recommandation, tu seras plus poussé à cliquer dessus ?

Pas forcément, j'irais peut-être voir parce que je me dis tiens le produit est moins cher ça peut être intéressant mais je me méfierai toujours de la réduction par rapport aux autres produits.

Donc tu compareras ?

Oui.

Alors maintenant qu'est-ce que tu fais quand tu es face à ou que tu viens de cliquer sur une recommandation ?

Souvent quand on clique sur la recommandation, on arrive sur une page qui nous dirige sur le produit donc cela nous explique de plus en plus le produit avec des images, des textes, des explications de comment fonctionne le produit, tout ça c'est pour nous pousser à l'acheter. Par exemple il peut y avoir une explication plus poussée sur le produit, « vous pouvez faire ça, vous pouvez faire ça », alors qu'au final on ne peut pas tout faire donc pour au final nous pousser à l'acheter.

Quand tu es sur internet et que tu as une recherche précise à faire, qu'est-ce que tu fais ? Est-ce que tu peux me décrire les étapes ?

Je tape ce que je recherche dans la barre de recherche et je vois les liens qui apparaissent, après je regarde quel type de lien pour voir si ces liens sont fiables ou pas et ensuite lorsque j'en trouve un fiable par rapport à ma recherche, je clique dessus et je vois l'information.

Et est-ce que quand tu as une recherche précise à faire, tu vas droit au but ou tu as tendance à être facilement distrait par ces recommandations justement qui apparaissent un peu partout ?

Non souvent je ne regarde pas forcément à toutes les pubs parce que bon, on a l'habitude d'en voir un peu partout donc on se dit voilà on ne regarde pas les pubs parce qu'on est plus concentré sur ce qu'on cherche, sur ce qu'on fait donc on va directement au but.

Ok. Donc toi c'est ce que tu fais ? Directement au but quand tu as une recherche à faire ?

Oui.

Imaginons maintenant que tu aies cliqué sur une recommandation et es prêt à l'accepter, acheter le produit s'il s'agit d'un produit, d'autres recommandations apparaissent sur ton écran : comment réagis-tu ?

Déjà, on se rend compte qu'on est prêt à acheter ce produit, et on voit à côté qu'on nous pousse encore... une publicité pour acheter un autre produit donc c'est vrai que quand on voit d'autres recommandations on se dit « tiens, je suis tombé dans le piège » si on peut dire, j'ai été poussé à acheter ce produit et là ça nous fait réfléchir pour nous dire « est-ce que j'ai vraiment besoin de ce produit ? »

Donc toi les autres publicités, elles te font réfléchir sur le fait...

Au plus on en voit, au plus on réfléchit et on se dit qu'on se fait vraiment, comment dire, piéger dans ces publicités...

Si tu en as une autre qui apparaît au moment où tu vas acheter le produit sur lequel tu as cliqué juste avant, si c'est par exemple le même produit mais un autre, tu ne vas pas cliquer dessus pour comparer justement et te dire...

Si c'est le même oui je vais peut-être cliquer dessus pour comparer avec celui que je suis en train d'acheter pour voir le prix, l'efficacité, pour voir un peu la différence entre les deux.

Donc finalement le mot qui revient, comparer comparer, c'est ça ?

Quand on achète quelque chose sur internet, on voit tout en dessous de la page, d'autres produits similaires et là on se dit « celui-là coûte moins cher, celui-là coûte plus cher », c'est vrai qu'on regarde le moins cher pour voir ce que ça donne et au final on se retrouve avec plein de produits et on ne sait pas lequel prendre.

C'est un peu le but des systèmes de recommandation de filtrer justement et te proposer ce que toi tu veux...

As-tu quelque chose à ajouter ?

Je trouve que de manière générale, dans les grands magasins et les grandes surfaces, ils mettent plus en avant certains produits pour pousser le consommateur à acheter cette sorte-là et pas une autre.

Ce questionnaire est maintenant terminé, merci pour ta collaboration et le temps que tu m'as consacré. Si tu le veux, je te transmettrai les résultats de ma recherche.

Interview 5

Bonjour, je m'appelle Marie-Charlotte Paindavoine et je suis étudiante en master 2 en ingénieur de gestion à l'UCLouvain FUCaM Mons. Dans le cadre de mon mémoire, je dois réaliser plusieurs interviews. Je te remercie pour le temps que tu me consacres. Ce questionnaire durera environ 30 minutes.

As-tu des questions ?

Jusqu'à présent non.

Donc on va tout de suite passer à la première question : est-ce que tu peux te présenter brièvement ?

J'ai 28 ans et j'ai fait des études de sciences chimiques, j'ai fait un bachelier et un master, une thèse de doctorat et ensuite j'ai encore fait un master didactique. J'ai donné un petit peu cours et ici depuis deux trois mois je travaille dans une entreprise de biotechnologies.

D'accord, est-ce que tu peux me donner quelques achats que tu as l'habitude de faire ?

Du maquillage, des bougies, des bijoux, ça c'est pour tout ce qui est loisirs, vêtements aussi bien sûr mais sinon nourriture comme tout le monde.

Dans la nourriture est-ce qu'il y a des marques que tu achètes vraiment tout le temps ?

Non je ne fais pas spécialement attention aux marques.

Il n'y a pas une marque dont tu ne voudrais pas te passer ?

Non.

Ok. Est-ce que tu sais ce qui se cache derrière le concept de « Système de recommandation » ?

Non.

De nombreuses entreprises, que ce soit en ligne ou hors ligne utilisent tes données personnelles et suivent ton comportement afin de te proposer des produits et/ou des services susceptibles de t'intéresser : connaissais-tu cette pratique ?

Oui, c'est quand on va sur internet, parfois ils mettent des pubs en fonction de ce qu'on a déjà recherché avant et tout ça ?

Oui c'est ça. Donc, je vais te montrer plusieurs exemples de recommandations : ici, dans la publicité Colruyt, en plus du feuillet publicitaire normal avec les dernières promotions et/ou nouveautés, c'est un feuillet avec la mention « sélection pour vous ». J'ai d'autres exemples en ligne : ici, pour Facebook, ce sont des recommandations d'amis par exemple. Là, sur YouTube, il y a une recommandation sur le côté de Booking. Là, c'est quand je jouais sur mon smartphone qu'une recommandation est apparue sous forme de pop-up. Là, c'est aussi sur YouTube mais cette fois la recommandation apparaît sur la vidéo. Ici, sur Messenger. Là, de nouveau des recommandations Booking et Axa qui apparaissent sur un site. Sur le côté d'une page Facebook. Là, toujours sur Facebook mais dans le fil d'actualité, « évènement recommandé » par exemple. Enfin, en général sur les sites ou les réseaux sociaux, il y a toujours une catégorie où il est marqué « pour vous » : ici, nous avons des titres recommandés sur Spotify ; ici, on a un exemple sur Instagram mais il y a aussi Zalando : « les meilleures offres pour vous » ; et ici, c'est le site de La Une : « notre sélection pour vous ».

Donc voilà, c'étaient des exemples. Par rapport à ces exemples, quelle est votre réaction face à ces recommandations et aux recommandations en général ?

J'essaie de ne pas les regarder, je sais que parfois c'est tentant mais en... par exemple j'ai déjà eu des recommandations Booking, mais en général j'ai déjà réservé mon hôtel quand on me les propose donc voilà je ne regarde plus parce que je sais que c'est fait exprès donc j'essaie de ne pas faire attention.

Donc tu essaies de ne pas faire attention parce que tu es contre ça si je peux dire ?

Oui.

Et donc qu'est-ce qui te ferait changer d'avis, ne plus être contre ces recommandations en fait ?

Si c'était gratuit ce qu'ils proposaient, peut-être, mais sinon je ne pense pas que je changerais d'avis parce que je pars du principe que quand j'ai envie d'acheter un truc c'est parce que j'ai envie et là ils forcent les gens à donner envie donc... voilà, je ne sais pas si je changerais d'avis.

Ok donc là tu es plus dans la partie des recommandations payantes si je peux dire mais après il y a aussi tout ce qui est sur Netflix, YouTube, Spotify, les recommandations d'amis etc.

Ça c'est vrai que quand ça n'engendre pas de frais financiers, pourquoi pas. C'est vrai que les événements Facebook par exemple c'est pratique parce que parfois tu vois un événement auquel tu n'avais pas pensé et c'est vrai que ça peut être sympa dans ces cas-là, quand c'est plutôt tout ce qui est culturel, pourquoi pas parce que ça peut faire découvrir des trucs auxquels tu n'avais pas forcément pensé.

Ok. Et donc qu'est-ce que tu penses de la personnalisation dans les recommandations ?

Ça fait peur, parce que ça veut dire qu'on est vraiment surveillé et qu'ils savent vraiment ce que tu aimes et je pense, enfin... c'est... ça commence à devenir inquiétant de savoir qu'il y a des gens que tu ne connais même pas qui savent quel est ton mode de consommation et ton mode de vie.

Donc ce n'est pas du tout une réaction positive toi face à ça ?

Non.

Maintenant est-ce que tu penses que des individus peuvent être influencés par les systèmes de recommandation ?

Bien sûr, évidemment.

Pourquoi ?

Parce que... il y a des gens qui sont sensibles à ça et si on leur met juste en dessous de leur nez, ils ne vont pas savoir résister donc oui il y a beaucoup de gens sensibles.

D'accord. Je réalise, dans le cadre de mon mémoire, une étude pour comprendre dans quelle mesure les recommandations sont acceptées par les utilisateurs, par accepter j'entends l'achat quand il s'agit d'un produit ou d'un service et acceptation quand il s'agit d'une vidéo, d'un ami sur Facebook, etc.

Lorsque tu es face à des recommandations, quels sont les éléments que tu juges important ?

Quand ça apparaît sur l'écran en fait ?

Oui.

Je ne sais pas, en général je clique très peu sur ça en fait donc je n'y prête vraiment presque pas attention. Ce qui pourrait être important, c'est bien sûr le design et la façon... si ça ressemble à quelque chose qui va prendre la moitié de l'écran, à la limite ça va plus m'embêter qu'autre chose mais quand ça se fond dans le décor tu ne prêtes pas spécialement attention, je pense que c'est surtout le design.

Tu dis que tu ne fais pas attention aux recommandations qui apparaissent sur ton écran mais est-ce que ça t'arrive d'aller dans la section « pour vous », comme j'ai montré sur les différents sites ?

Non je n'ai jamais été.

D'accord. Si on reprend les exemples que je t'ai montrés de recommandations, qu'est-ce que tu peux me dire sur l'aspect de celles-ci ?

Sur l'aspect... ?

Est-ce que tu es attirée plus par une que par une autre plus au niveau du visuel ?

Quand ça ne ressemble pas à un truc comme si tu allais avoir un virus, parfois tu as des pubs qui arrivent comme ça toute noires etc. et limite ça fait plus peur qu'autre chose et tu te demandes d'où ça vient, sinon l'aspect... quand ça se fond dans le décor de la page en fait.

Et tu m'as dit aussi le design...

Oui c'est ça.

Et donc tu as déjà un peu répondu mais l'endroit ça t'importe ? Tu préfères que ça soit fondu ?

Oui, en général c'est quand c'est dans le bas... c'est vrai que sur Messenger, maintenant que tu le dis, je vois en fait entre deux conversations Messenger, tu as parfois des pubs mais je passe au-dessus.

Tu ne fais plus vraiment attention ?

Non.

Ok. Et est-ce que tu préfères les recommandations en ligne ou les recommandations papier ?

Déjà, d'un point de vue écologique je préfère en ligne que papier.

Papier j'ai l'exemple du Colruyt, mais il y a aussi par exemple les petites cartes Yves Rocher, on voit derrière il y a des recommandations.

Ça c'est vrai que c'est peut-être un des seuls trucs où je craque parce que Yves Rocher ils ont l'art de donner des cadeaux et qu'on craque quand même assez facilement et c'est vrai que comme on les reçoit chez soi, c'est vrai que ça je craque.

Donc le fait que ça soit dans... enfin que ça arrive chez toi sous format papier, ça permet de plus craquer que si c'était...

Oui.

D'accord mais tu préfères quand même en ligne ?

En fait... je commence à essayer de penser de plus en plus à l'écologie et je trouve qu'en ligne c'est mieux et Yves Rocher ils ont commencé tout doucement à faire des e-mails et ça m'est déjà arrivé d'aller avec les e-mails en fait plutôt qu'aller avec la carte pour avoir la promo.

D'accord. Les recommandations se font dans tous les domaines donc comme on a vu réseaux sociaux, grande distribution, banques, voyages, etc. Dans quels domaines trouves-tu que les recommandations sont les plus utiles ?

Les voyages, mais bon après en général j'ai déjà choisi pour quand ils me mettent les hôtels ou parfois ils me recommandent un hôtel que je viens de réserver ça, c'est un peu spécial. Mais sinon les plus utiles, ce serait pour la nourriture parce que je pense qu'il n'y a que la nourriture où c'est vraiment utile après le reste ce sont des passions ou des loisirs, ce ne sont pas des choses dont on a forcément besoin. Après quand c'est pour les vêtements, les bijoux etc., ça reste quelque chose qui n'est pas vital.

Ok tu m'as parlé aussi plus du culturel...

Oui mais ça, là c'est dans le seul aspect où je trouve que c'est vraiment sympa parce que oui c'est vrai qu'une proposition d'ami sur Facebook, moi je n'ai jamais pensé à dire « ah je vais ajouter telle ou telle personne », quand j'ajoute des amis c'est parce que je me dis « ah oui tiens pourquoi je vois cette personne passer », les événements c'est comme ça, quand tu les vois tu te dis « ah oui ça peut être intéressant » mais je ne cherche jamais de moi-même un événement donc là quand c'est vraiment pour ce qui est culturel, je pense que ça peut être intéressant.

Est-ce que « l'effort » a un impact sur l'acceptation de la recommandation ? Accepter un ami sur Facebook est différent d'accepter une recommandation de smartphone par exemple.

Oui pour moi ça n'a pas le même impact, après un ami tu peux toujours le supprimer, tu peux faire ce que tu veux tandis que ton smartphone quand tu as donné tes sous, à moins de le revendre mais...

Alors maintenant, je vais te demander quelle est ta définition de la confiance de manière générale ?

La confiance... c'est... quand quelqu'un ou... c'est quand on peut être sûr de, que les... que les informations, que les éléments qu'on va transmettre donc de vive voix à une personne qu'on connaît ou sur une page de données privées, par exemple, soient gardées de façon confidentielles et/ou sont transmises selon notre accord, c'est quand il y a un échange et quand la personne ou le système ne va rien faire sans notre accord.

Ok, pourquoi fais-tu confiance à certaines marques ou certaines entreprises par exemple ?

Je ne fais pas spécialement confiance en fait, je vais chez Yves Rocher parce que j'aime bien, j'achète de la nourriture quand je suis au Delhaize par exemple je me dis « ah je vais prendre ça parce que j'ai envie de ça sur le moment » mais je ne vais pas spécialement... je peux acheter des chips d'une marque, d'une autre marque, je ne regarde pas à la marque donc je ne fais pas plus confiance à une marque que l'autre en fait, c'est vraiment...

Par exemple pour tes produits à lessiver ou quoi ?

Je ne lessive pas...

C'est un exemple, la marque d'eau que tu bois ?

La moins chère... Je prends celle du Colruyt.

Ok et donc la question suivante en relation avec la confiance c'est, est-ce que tu ferais attention à des recommandations qui proviennent de marques ou entreprises envers lesquelles tu n'as pas forcément confiance ? Mais donc tu as déjà répondu, tu m'as dit que tu ne fais pas attention aux marques, tu testes etc.

Du coup tu m'as dit que tu avais l'habitude d'acheter l'eau de la marque Colruyt, les systèmes de recommandation te proposent un pack d'eau mais d'une autre marque, quelle est ta réaction ?

Je n'irai pas spécialement... ça ne me fera pas changer d'avis, je n'irai pas...

Donc tu restes quand même sur ce que tu as l'habitude d'acheter ?

Oui.

Alors maintenant, si les systèmes de recommandation te disent : « Ce pack d'eau vous a été proposé parce que nous avons identifié dans votre comportement d'achat que vous en achetiez chaque semaine ». Qu'est-ce que tu en penses ?

Encore une fois là je reviens sur le fait que ça fait peur, sur le fait qu'il y a des gens qui peuvent vraiment suivre ce que tu... c'est plutôt de l'inquiétude à ce moment-là.

D'accord et ici ma question c'est de savoir est-ce que tu es sensible à l'explication qui est à côté donc on peut te mettre juste la bouteille ou la bouteille plus une petite phrase d'explication. J'ai un autre exemple, on te propose un film sans rien et là tu te dis « mais tiens pourquoi on me propose ce film ? » ou alors on te dit « ce film vous a été proposé parce que nous avons vu que vous aimiez un tel autre film », qu'est-ce que tu penses de l'explication qui est donnée ?

Non, ça ne change rien.

Vraiment rien ?

Non.

D'accord. Alors est-ce que tu fais attention à la petite phrase sur les cookies qui apparaît en général sur tous les sites qu'on consulte à l'heure actuelle ?

Non je clique ok parce que si tu ne cliques pas ok, tu ne sais pas aller sur la page donc je clique sans lire.

Donc tu ne cliques pas dessus pour en savoir plus ?

Une fois et c'était long alors je n'ai pas lu.

Donc en fait si tu cliques sur « en savoir plus », tu as normalement une explication de comment sont utilisées tes données, pourquoi tu vois certaines pubs etc. J'ai un autre exemple ici, Facebook a sorti un spot pour expliquer en fait pourquoi certaines pubs sont proposées, comment les données personnelles sont utilisées etc. Qu'est-ce que tu penses de ça ?

Moi je pense qu'ils n'ont pas le choix parce que soit il y a des gens qui sont vraiment contre ces systèmes de recommandation et qui quittent Facebook ou les systèmes parce qu'ils ne sont vraiment pas du tout d'accord avec le fait qu'on soit suivi. Donc je pense qu'en fait ils essaient juste de justifier pour que les gens soient un peu moins inquiets vis-à-vis de ça en fait.

Donc pour toi, enfin c'est positif mais c'est quand même juste une manière d'amadouer les gens ?

Oui je pense, vraiment.

D'accord. Alors maintenant si je te parle de diversité de produits, qu'est-ce que cela veut dire pour toi ?

Diversité de produits... par rapport à quoi ? C'est qu'il y en a énormément, beaucoup des différents...

Donc la diversité c'est subjectif, ça peut être tous des yaourts mais différentes marques, ça peut être Zalando qui propose un pantalon, une chemise, une veste ou alors toutes des vestes mais plusieurs couleurs, enfin voilà donc pour toi, est-ce important ?

Pas du tout.

Tu préfères avoir entre guillemets toujours la même chose qui t'est recommandée ?

Quand c'est pour tout ce qui est des consommables en fait, je m'en fous qu'on me recommande des trucs honnêtement...

Par exemple pour des films, tu préfères qu'il y ait... la diversité ça peut être un film d'amour, un film d'action etc. ou ça peut être tous des films d'amour mais de réalisateurs différents etc.

En fait j'utilise très peu ces systèmes-là parce que soit je regarde la télé le soir parce que je suis très fatiguée et je prends juste le film qui vient mais je regarde très peu de films comme ça en

fait donc, j'ai très peu été confrontée à ces systèmes de recommandation par rapport à ce qui est films...

Plus de manière générale, quand tu ouvres une page web, ça vient de partout...

...

Tu ne fais pas attention ?

Non, franchement non parce que si je décide d'aller sur ce site pour regarder un film c'est parce que j'ai envie de regarder ce film-là en fait.

Donc tu as ton idée fixe et tu ne vas pas te laisser aller dans tous les sens ?

Non.

Donc entre guillemets tu sais ce que tu veux et si tu ouvres ton ordinateur pour aller chercher quelque chose, tu vas droit au but ?

Oui.

Ok. Alors j'ai encore un autre exemple : imaginons que tu viens de réserver un vol pour Dublin et que le système de recommandation te propose un hôtel à Paris : comment réagis-tu ?

Je me dis « il est con ou quoi ? », ce n'est pas possible.

Donc tu aurais préféré avoir une autre recommandation ?

J'aurais trouvé ça plus logique qu'il me propose un hôtel à Dublin et pas à Paris mais en général je suis très... quand je choisis des hôtels, je pense que je passe trois jours à le faire parce que je regarde la situation etc. et je n'attends pas qu'il y ait quelqu'un qui vienne me proposer un truc.

Et la recommandation qui est proposée donc pour un hôtel à Paris, ça ne te donne pas des idées pour un futur voyage par exemple ? C'est vraiment un exemple...

Si c'est vrai que ça peut, pareil encore une fois j'ai vraiment des idées pour là où je veux aller donc...

Par contre ce qui m'arrive, c'est qu'enfin, je suis abonnée à une page de site de voyage et là ils envoient des offres tous les jours, là je regarde des offres en fonction, je fais « ah oui là ça serait

bien » mais c'est enfin, c'est les promos du jour pour tout le monde donc ce n'est pas un truc de recommandation.

Ok. Et donc est-ce que les recommandations t'ont déjà aidé à découvrir des choses par hasard, des choses auxquelles tu ne t'attendais pas du tout ?

Je pense que des fois un petit peu sur Facebook de temps en temps, je suis tombée sur des marques de bijoux sympas ou de vêtements mais je pense que je n'ai jamais acheté par rapport ça je vais toujours un peu regarder les pages mais sans forcément aller plus loin.

Les évènements aussi tu m'as dit...

Il n'y a que les évènements, mais, ici on est quand même dans une petite ville et en général voilà quoi ça se partage vite, les choses donc... voilà.

Ok. Alors, est-ce que tu es sensible aux promotions ?

Oui.

Est-ce que tu es plus sensible plus dans un secteur que dans un autre ?

Oui, oui. Non, enfin... ça c'est peut-être une petite bêtise personnelle mais c'est vrai que j'aime bien acheter en solde ou en promo parce que j'ai l'impression que voilà ça fait du bien, si maintenant je sais très bien que parfois on est tenté de plus acheter et au final on dépense plus de sous mais sinon c'est vrai que oui je suis plus sensible.

Donc ce n'est pas dans un secteur en particulier ?

Non bêtement je suis allée au Delhaize, ils font des promos en 1+1 toutes les semaines et c'est vrai que j'ouvre le folder, je regarde, je me dis « cette semaine il y a ça, ça », je suis assez catégorique, je ne vais pas acheter un truc que je n'ai pas besoin, c'est parce que je sais que je vais l'utiliser, le manger etc., je vais le prendre. Ça correspond à ce que j'achète plus ou moins habituellement. Maintenant c'est vrai que les vêtements, voilà comme toutes les filles, les soldes c'est sympa.

Et est-ce que c'est un facteur qui est important pour toi dans les recommandations ?

Après il y a toujours la barrière d'acheter parce qu'on en a besoin ou d'acheter ce dont on n'a pas besoin par rapport à ça, après ça dépend des personnes, je pense être assez réfléchie pour savoir me dire, tiens c'est vrai que ça, ça pourrait être intéressant qu'ils me recommandent ça,

et que voilà c'est... maintenant si j'en n'ai pas besoin, j'en n'ai pas besoin, il n'y a rien à faire. Maintenant je sais qu'il y a des gens qui voilà, s'ils le font c'est qu'il y a une raison, que ça marche avec certaines personnes et qu'il y a certaines personnes, je ne vais pas dire qui tombent dans le panneau mais qui... qui vont suivre cette démarche alors qu'elles ne l'auraient pas fait s'ils n'avaient pas eu ça.

Alors maintenant, je suppose que ça t'est quand même déjà arrivé une fois de cliquer sur une recommandation...

Oui mais je pense que c'est ce que je te disais tantôt, c'était sur Facebook, je ne sais pas une fois je cherchais un truc de colliers spéciaux, j'avais tapé sur Google une fois collier etc. et c'est vrai qu'après j'en avais eu deux trois, et là j'avais regardé vu que ça m'intéressait de voir parce que je n'avais pas spécialement trouvé mon info avant, là il y avait deux trois trucs qui me correspondaient mais je n'ai jamais acheté par rapport à ça.

Donc ma question c'était qu'est-ce que tu fais quand tu es face à ou que tu viens de cliquer sur une recommandation ? Donc tu regardes un peu, tu te renseignes ?

Si c'était par rapport à quelque chose que j'avais cherché ou quoi et que je n'avais pas spécialement trouvé ma réponse, je vais quand même regarder.

D'accord. Quand tu es sur internet et que tu as une recherche précise à faire, qu'est-ce que tu fais ? Est-ce que tu peux me décrire les étapes ?

Comme tout le monde, j'ouvre Google, honnêtement c'est le seul moteur de recherche que j'aime bien donc voilà. Et je tape des mots-clés en fait mais bon même Google il propose des recherches prédéfinies en fait donc parfois c'est plus facile.

Et donc après tu ouvres les différents liens et... ?

Je lis le petit résumé en dessous pour voir si je vais ouvrir ou pas la page.

Et est-ce que quand tu as une recherche précise à faire, tu vas droit au but ou tu as tendance à être facilement distraite par ces recommandations justement qui apparaissent un peu partout ?

Je pense que ça a dû m'arriver une fois ou deux, ce que je fais c'est que j'ouvre dans un nouvel onglet, je mets sur le côté donc je vais regarder ce dont j'ai besoin et quand j'ai fini je regarde après.

Imaginons maintenant que tu aies cliqué sur une recommandation et es prête à l'accepter, acheter le produit s'il s'agit d'un produit, d'autres recommandations apparaissent sur ton écran : comment réagis-tu ?

Ça fini par m'énervé. Trop c'est trop.

Imaginons, tu as cliqué sur un smartphone et là tu as d'autres recommandations de smartphones qui apparaissent ou alors ça peut être des coques, chargeurs, des produits complémentaires ou encore rien avoir des voyages etc. etc.

Je ne sais pas te dire ce que... en fait quand je cherche les smartphones, je compare moi-même plein plein plein de smartphones et après je finis par me faire ma sélection et s'il me propose un que j'avais déjà laissé tomber, je vais quand même mettre sur le côté, j'aime bien faire mes propres recherches et comparer moi-même donc je ne me laisse pas trop influencer quand même par tout ça en fait.

As-tu quelque chose à ajouter ?

Non.

Ce questionnaire est maintenant terminé, merci pour ta collaboration et le temps que tu m'as consacré. Si tu le veux, je te transmettrai les résultats de ma recherche.

Interview 6

Bonjour, je m'appelle Marie-Charlotte Paindavoine et je suis étudiante en master 2 en ingénieur de gestion à l'UCLouvain FUCaM Mons. Dans le cadre de mon mémoire, je dois réaliser plusieurs interviews. Je te remercie pour le temps que tu me consacres. Ce questionnaire durera environ 30 minutes.

As-tu des questions ?

Pas pour le moment.

Donc on va tout de suite passer à la première question : est-ce que tu peux te présenter brièvement ?

Oui donc je suis en master 2 en ingénieur de gestion à la FUCaM aussi donc j'ai fait l'année passée un master en logistique et supply chain et cette année je suis en marketing.

Quel âge as-tu ?

J'ai 22 ans, bientôt 23, je fais, j'essaie de faire pas mal de sport dans la vie et je suis actuellement dans le comité du cercle étudiant de l'université au sein duquel je m'épanouis très fortement.

D'accord, est-ce que tu peux me donner quelques achats que tu as l'habitude de faire ?

Des achats... sur internet ?

En ligne, hors ligne, par exemple dans la grande distribution, quelles marques tu as l'habitude d'acheter ?

Je ne fais pas énormément de shopping, ce que j'achète le plus souvent, ce sont des vêtements au final et j'achète très peu en ligne donc je préfère aller dans les magasins physiques et ce sont des magasins comme Brice, Jules, parfois Jack et Jones.

Et dans la grande distribution, quelles marques tu as l'habitude d'acheter ?

Pour l'alimentaire ?

Oui par exemple pour de l'alimentaire.

Ce n'est généralement pas moi qui fais les courses mais ma mère sinon quand moi j'y vais, ça dépend pour quels produits, soit je prends des produits blancs si pas besoin d'avoir de la qualité. Sinon pour les marques, c'est quand même souvent, vu que c'est souvent chez Colruyt, ce sont souvent des marques comme Boni et Everyday.

Ok. Est-ce que tu sais ce qui se cache derrière le concept de « Système de recommandation » ?

Ce qui se cache derrière les systèmes de recommandation, brièvement on va dire. Je sais que c'est un système qui permet de cibler les publicités, de créer de la publicité bien ciblée sur internet afin que le consommateur soit tenté à consommer.

Donc comme tu l'as dit, de nombreuses entreprises, que ce soit en ligne ou hors ligne utilisent tes données personnelles et suivent ton comportement afin de te proposer des produits et/ou des services susceptibles de t'intéresser : connaissais-tu cette pratique ?

Oui.

Donc, je vais te montrer plusieurs exemples de recommandations : ici, dans la publicité Colruyt, en plus du feuillet publicitaire normal avec les dernières promotions et/ou nouveautés, c'est un feuillet avec la mention « sélection pour vous ». J'ai d'autres exemples en ligne : ici, pour Facebook, ce sont des recommandations d'amis par exemple. Là, sur YouTube, il y a une recommandation sur le côté de Booking. Là, c'est quand je jouais sur mon smartphone qu'une recommandation est apparue sous forme de pop-up. Là, c'est aussi sur YouTube mais cette fois la recommandation apparaît sur la vidéo. Ici, sur Messenger. Là, de nouveau des recommandations Booking et Axa qui apparaissent sur un site. Sur le côté d'une page Facebook. Là, toujours sur Facebook mais dans le fil d'actualité, « évènement recommandé » par exemple. Enfin, en général sur les sites ou les réseaux sociaux, il y a toujours une catégorie où il est marqué « pour vous » : ici, nous avons des titres recommandés sur Spotify ; ici, on a un exemple sur Instagram mais il y a aussi Zalando : « les meilleures offres pour vous » ; et ici, c'est le site de La Une : « notre sélection pour vous ».

Donc voilà, c'étaient des exemples. Par rapport à ces exemples, quelle est votre réaction face à ces recommandations et aux recommandations en général ?

C'est vrai que je n'ai pas spécialement fait attention qu'il y avait autant de recommandations, moi je pensais plus à la publicité des entreprises qui font la pub de leur produit. Mais c'est vrai qu'au final on peut avoir des recommandations comme tu as dit pour les amis, les évènements et tout donc c'est vrai qu'au final on est quand même bien recommandé de partout. Mais après, ça ne me choque pas plus que ça parce que ça permet justement de, d'avoir des propositions qui sont intéressantes. Donc je ne trouve pas ça envahissant que des réseaux sociaux ou des sites

comme RTL proposent des vidéos qui pourraient nous intéresser, c'est bien et rien ne nous oblige à les regarder et c'est totalement gratuit donc c'est en soi un bénéfice, un avantage que ces sites-là nous offrent.

Donc c'est plus une réaction positive pour toi ?

Oui.

Ok. Et qu'est-ce que tu penses de la personnalisation dans les recommandations ?

De nouveau, enfin, ça dépend dans quel type de recommandation, quand c'est des recommandations d'amis, de vidéos, d'événements et tout, ça, ça n'engage aucun coût et je vois ça juste vraiment comme une aide, comme une aide, comme un avantage que ces réseaux nous offrent ou ces sites. Maintenant c'est vrai, quand c'est de la pub pour des produits et qu'on incite à consommer, c'est certain que ce n'est pas toujours, ce n'est pas très éthique de savoir que toutes nos données sont analysées à ce point-là et qu'on pousse le consommateur à consommer. Mais maintenant je pense que c'est l'époque dans laquelle on vit, c'est comme ça que ça se passe, on est une société de consommation, on doit pousser... Notamment la concurrence si on ne se démarque pas, l'entreprise ne vend rien donc ils jouent beaucoup là-dessus pour faire vendre quoi.

Donc d'un côté c'est positif parce que c'est plus une facilité et de l'autre c'est quand même pousser à la consommation ?

Oui.

D'accord. Est-ce que tu penses que des individus peuvent être influencés par les systèmes de recommandation ?

Je pense que oui et c'est pour ça qu'il y a un petit côté négatif derrière tout ça, c'est que je pense que pas mal de gens sont très influençables à ce niveau-là, ils ont tendance à, sans réfléchir, acheter tout et n'importe quoi. Donc peut-être que à la base ils n'avaient rien besoin d'acheter, et parce qu'ils voient telle pub, ils se disent « oh ben tiens je vais le prendre ça a l'air joli » et c'est au final ce que les entreprises recherchent à faire par ce biais. Donc je pense que pour certaines personnes genre moi je... bien que je trouve ça très intéressant, j'ai rarement craqué sur base d'une recommandation, j'ai rarement fait un achat derrière ça donc certaines personnes vont être influencées et d'autres moins.

Je réalise, dans le cadre de mon mémoire, une étude pour comprendre dans quelle mesure les recommandations sont acceptées par les utilisateurs. Par accepter, j'entends l'achat quand il s'agit d'un produit ou d'un service et acceptation quand il s'agit d'une vidéo, d'un ami sur Facebook, etc.

Lorsque tu es face à des recommandations, quels sont les éléments que tu juges important ?

C'est un peu compliqué à répondre parce que les recommandations peuvent être de tout type... Quand ce sont des recommandations d'amis... ce qui est déjà important c'est effectivement la concordance. Ce que je trouve le plus important c'est au final la réelle concordance, c'est bien de faire une recommandation mais si vraiment tu ne vois pas l'intérêt, tu te demandes « mais zut pourquoi est-ce qu'on me recommande ça ? Je n'ai rien avoir avec ça, je n'ai pas fait de recherches à ce niveau-là ». Parfois Facebook te propose des amis alors que tu as seulement trois amis en commun avec cette personne et elle ne te dit rien du tout, ça ce n'est pas très intéressant mais bon généralement les recommandations sont quand même assez bien faites et donc on sait que quand on a été se balader genre... une fois j'avais je ne sais plus ce que j'avais fait sur internet mais je recherchais des tournois ou quoi dans la région et je m'étais baladé sur pas mal de sites de tennis. Et quand je me suis connecté sur Facebook, j'avais que des pubs en lien avec le tennis donc c'est bien dans le sens ok ça a un lien, ça peut être intéressant... Maintenant qu'est-ce qui est vraiment le plus important... juste là, là... que ça concorde.

La pertinence, concordance ?

Oui c'est ça la pertinence.

D'accord. Si on reprend les exemples que je t'ai montrés de recommandations ou les recommandations auxquelles tu as déjà été confrontées dans ta vie quotidienne qu'est-ce que tu peux me dire sur l'aspect de celles-ci ?

C'est vrai qu'il y en a qui sont quand même fort tournées pour pousser à la consommation ou il est écrit en grand promo, -50%. Ils arrivent toujours à faire attirer ton œil pour que tu sois vraiment le plus tenté. Maintenant... je trouve qu'on est tellement envahi de ça, je passe beaucoup au-dessus. Au final et du coup il n'y a rien, pas vraiment qui me choquent.

Est-ce que tu es attiré plus par une que par une autre plus au niveau du visuel ?

Ça dépend sur quel site on est, c'est sûr que si on est sur un site où on va dire la page de fond est plus dans les tons clairs, blanc et tout et qu'au final la recommandation elle est dans des couleurs relativement flash, tu vas avoir ton œil qui inconsciemment va être attiré. Après, je ne suis pas spécialement quelqu'un de très artistique et très attiré par les fantaisies, je ne vais pas être attiré par un design plus que par un autre sauf si effectivement il est noté « grande promotion » ou « liquidation » ou quoi, et bien là du coup, tu es tenté de faire attention, de regarder les prix, est-ce qu'effectivement c'est intéressant de l'acheter ou pas ?

Est-ce que l'endroit où la recommandation apparaît t'importe ?

L'endroit... le site ou l'endroit sur l'écran ?

Par exemple si c'est en plein milieu ou si c'est en tout petit sur le côté ou comme on a vu sur YouTube, parfois c'est sur le côté, parfois ça apparaît sur la vidéo.

Je pense que j'aurais plus tendance à vouloir faire attention aux recommandations quand elle n'est pas imposée dans le sens où elle est entre guillemets cachée quelque part sur la page et où elle ne gêne pas que... si, par exemple les recommandations qui apparaissent en plein milieu d'une vidéo et tout, ça va tellement, pas m'énervé mais je vais vite vouloir cliquer sur, je vais vouloir la fermer sans même lire que si elle apparaît juste en bas, comme sur la vidéo YouTube, ça apparaît en petit en bas ou sur Facebook quand ça apparaît sur le côté du fil d'actualité, là ça ne gêne pas trop, ça ne gêne pas trop donc moi je préfère là.

Ok. Et est-ce que tu préfères les recommandations en ligne ou les recommandations papier ?

En ligne.

Pourquoi ?

Papier je trouve ça... à l'heure actuelle ça n'a plus beaucoup d'intérêt parce que les gens ne font plus beaucoup attention à tout ce qui est dans la boîte aux lettres, on prend les pubs et finalement on les jette limite directement. Et puis d'un point de vue écologie, je trouve ça plus important de mettre ça sur internet, enfin, je trouve qu'on a beaucoup plus, enfin les entreprises ont beaucoup plus de possibilités en ligne, ils peuvent se permettre d'encore mieux personnaliser, d'en faire apparaître plusieurs différentes par jour et tout que sur papier c'est quand même délicat.

D'accord. Les recommandations se font dans tous les domaines donc comme on a vu réseaux sociaux, grande distribution, banques, voyages, etc. Dans quels domaines trouves-tu que les recommandations sont les plus utiles ?

Je pense que dans le milieu des voyages, ça doit être... ça doit être pas mal parce qu'au final les gens ne sont pas toujours spécialement informés des belles destinations qui existent ou des possibilités ou des différentes offres qui peuvent être proposées donc... Quand on voit des recommandations pour des voyages, ça fait entre guillemets un peu rêver et ça peut être utile. Après, ça et à mon avis à l'inverse des recommandations pour des produits qui ne coûtent pas trop cher et où les gens effectivement sont très susceptibles d'être intéressés parce que ça reste un système de recommandation donc si on leur propose c'est qu'il y a un intérêt et vu que ça ne coûte pas trop cher les gens peuvent vite craquer on va dire et se dire aller ce n'est pas grave, à ce prix-là j'achète.

Donc pas un domaine particulier par exemple, du moment qu'il y a une promotion ou quelque chose comme ça ?

Je pense que, qu'il n'y a pas vraiment de domaine particulier non à part les voyages, le reste ça dépend un peu de chaque personne en particulier, des intérêts de chacun, du moment, de ce dont la personne a besoin.

Est-ce que « l'effort » a un impact sur l'acceptation de la recommandation donc par exemple accepter un ami sur Facebook est différent d'accepter d'acheter un ordinateur sur base d'une recommandation ?

Tout à fait, accepter un ami, regarder une vidéo qu'on nous a recommandé, ça n'a aucun impact financier, donc d'office on ne sera pas, on ne peut pas être déçu ou avoir un regret par la suite vu qu'on ne débourse rien.

Ok. Alors quelle est ta définition de la confiance ?

La définition de la confiance... La confiance c'est... avoir confiance en quelqu'un c'est pouvoir toujours compter sur lui, ne jamais être déçu, être certain de... oui, ne pas être déçu je dirais.

Pourquoi fais-tu confiance à certaines marques ou certaines entreprises par exemple ?

Je pense que c'est, c'est des relations de confiance qui se construisent, qui se construisent avec le temps, on achète, soit on achète une fois la marque parce que le produit a l'air de nous tenter,

on l'utilise, il nous plaît, il nous convient, par facilité et par fidélité on rachète toujours la même chose donc au final il y a une relation de confiance qui se fait parce que si on achète vingt fois un même produit qu'on en est jamais déçu, il n'y a pas de raison qu'on remette en doute le produit. Oui c'est ça, c'est vraiment par l'utilisation et par si sur le long terme, le produit a toujours la même qualité, toujours les mêmes caractéristiques.

Ok et donc est-ce que tu ferais attention à des recommandations qui proviennent de marques ou entreprises envers lesquelles tu n'as pas forcément confiance ?

Je pense que justement, c'est vrai que ça peut jouer un impact la confiance, si c'est une marque que je n'aime pas du tout et que je n'ai jamais utilisé, je vais sans doute avoir tendance à ne pas regarder la recommandation.

Alors maintenant, tu es fidèle au Nutella et les systèmes de recommandation te proposent un pot de Kwatta, quelle est ta réaction ?

Je pense que je n'irai pas... je resterai chez Nutella... c'est le genre de produit ou bah voilà même si ça paraît plus cher, on a besoin de la sécurité, de la sécurité du produit, on est satisfait, par facilité on reprend toujours le même. Donc pour ce genre de produit pas cher je ne pense pas que j'irai à la concurrence. Après si c'est pour des produits qui coûtent plus cher comme des ordinateurs, des smartphones et tout peut-être que oui mais peut-être qu'au final si je vois une recommandation pour un téléphone qui est aussi performant et moins cher, là on aura peut-être plus tendance à changer parce que l'apport financier est plus important.

Alors maintenant encore avec l'exemple du Nutella, si les systèmes de recommandation te disent : « Ce pot de Nutella vous a été proposé parce que nous avons identifié dans votre comportement d'achat que vous en achetiez chaque semaine ». Qu'en penses-tu ?

Je serais déjà très étonné que l'entreprise sache ça et de nouveau, si l'entreprise sait qu'on en achète toutes les semaines, du Nutella c'est qu'on n'a pas envie de passer sur du Kwatta, une autre marque et d'autant plus qu'on a confiance dans la marque-là, moi je resterais sur... de nouveau la recommandation, là ne m'impacterait pas et je resterais sur du Nutella.

Ici quelle est ta réaction quant à l'explication qui est donnée avec la recommandation ? Donc il y a une explication sur le pourquoi le pot de Nutella a été proposé. Est-ce que ça change quelque chose ?

Je préférerais n'avoir aucune explication, parce que je trouve que justement, du fait de dire « parce que oui nous avons analysé que vous en consommez toutes les semaines », ça fait un peu trop envahissant et ça peut inquiéter certains consommateurs, je sais que nos données personnelles etc. sont utilisées, sont utilisées à grande échelle. Mais je trouve qu'il vaut mieux ne pas en informer le consommateur et ne pas lui dire « voilà vu que tu fais ça, achète ça » parce que c'est trop s'immiscer dans sa vie privée et ça pourrait l'inquiéter et le faire fuir.

D'accord. Alors maintenant, est-ce que tu fais attention à la petite phrase sur les cookies qui apparaît en général sur tous les sites qu'on consulte à l'heure actuelle ?

Non. Enfin à chaque fois si je n'ai pas le choix je clique sur ok, j'accepte mais je n'ai jamais lu ce qui était écrit.

Jamais ?

Non.

Si tu cliques dessus, tu peux voir comment tes données sont utilisées, pourquoi tu vois certaines pubs etc. J'ai un autre exemple ici, Facebook a sorti un spot pour expliquer en fait pourquoi certaines pubs sont proposées, comment les données personnelles sont utilisées etc. Qu'est-ce que tu penses de ça ?

Je trouve que c'est toujours bien d'informer les gens, après je serais curieux de savoir le nombre de personnes qui exactement ont lu ces informations mais voilà au moins ceux, les personnes que ça peut inquiéter, au moins ils ont les informations, ils peuvent voir comment ça se passe et peut-être adapter leur manière d'utiliser Facebook en conséquence si Facebook utilise ça, « si vous faites ça, on vous recommande ça », peut-être si ça gêne les gens, ils arrêteront de trop publier ou de partager les choses. Je trouve que c'est une bonne idée.

Pour toi ça change quelque chose ?

Non.

Alors maintenant si je te parle de diversité de produits, qu'est-ce que cela veut dire pour toi ?

Ça veut dire qu'à l'heure actuelle il y a de plus en plus de produits différents qui peuvent répondre à un même besoin, oui c'est ça. La gamme de produits qui permet de répondre à un besoin consommateur est de plus en plus importante.

Est-ce que c'est une dimension importante pour toi dans le cadre des systèmes de recommandation ?

Je pense que c'est justement du fait qu'il y a de plus en plus de diversité que les systèmes de recommandation ont lieu d'être parce que le client est face à tellement de produits différents que si les entreprises ne se démarquent pas en faisant des recommandations et en se mettant en avant, alors ils n'y arrivent pas.

La diversité c'est fort subjectif, je vais prendre un exemple de films sur Netflix : ils peuvent te proposer des films de divers genres : un film d'action, un film d'amour etc. Mais ça peut-être aussi tous des films d'action mais de réalisateurs différents. Est-ce que tu trouves ça important ou est-ce que tu préfères vraiment rester à chaque fois sur le même, les mêmes choses et que les systèmes de recommandation te proposent la même chose, pour être sûr que tu aimes à chaque fois ce qu'ils te proposent ?

Je pense que ça dépend des produits, c'est vrai que pour ce qui est de Netflix, les films, les séries c'est vrai que je pense que les sites jouent un peu sur parfois des coups de poker en mode voilà « ok il a plus tendance à regarder tel type, on va essayer de lui proposer un genre tout à fait différent comme ça au moins on lui fait, comme ça au moins on lui fait découvrir autre chose ». Je trouve ça bien pour ça parce que de nouveau ce ne sont pas des trucs qui ont un impact financier. Donc ce n'est pas très grave si Netflix nous conseille tel film et qu'au final on ne l'aime pas trop, on ne va pas spécialement le regretter on va dire. Après pour les autres biens... moi je pense que c'est, une recommandation n'impacte en rien, si le client, si le consommateur n'a pas envie de changer et veut rester sur ce qu'il a l'habitude de prendre, tant pis la recommandation n'a pas fonctionné, ce n'est pas grave, peut-être que la suivante fonctionnera entre guillemets.

Ok. Alors j'ai encore un autre exemple : imaginons que tu viens de réserver un vol pour Dublin et que le système de recommandation te propose un hôtel à Paris : comment réagis-tu ?

Je serais quand même vachement étonné parce que là comme j'expliquais tantôt, pour moi, les recommandations ont un intérêt à partir du moment où elles sont pertinentes. Ils savent que je pars à Dublin donc je ne vois pas l'intérêt de me proposer un hôtel à Paris, parce que je n'ai déjà pas les moyens financiers de partir deux fois ou tout simplement je ne sais pas être à deux endroits en même temps, je trouverais ça un peu...

Donc tu aurais préféré avoir une autre recommandation donc par exemple un hôtel à Dublin ?

Voilà. Hôtel ou même activités, des choses qui se passent à proximité de Dublin.

Et la recommandation qui est proposée donc pour un hôtel à Paris, ça ne te donne pas des idées ?

Ça pourrait mais alors je trouve ça plus intéressant de faire la recommandation... que les entreprises fassent la recommandation une fois que tu es revenu de Dublin, que tu te dises « Oh c'était bien, vivement le prochain », et donc là hop tu penses déjà au suivant. Si je viens de réserver pour Dublin et que je ne suis pas encore parti à Dublin, du coup je viens de payer, quand on vient de déboursier des grandes sommes, parfois on n'est pas spécialement déjà enclin à penser aux dépenses suivantes, donc, moi je ne pense pas que ça me donnerait envie de partir à Paris si je ne suis pas encore allé à Dublin.

C'est un exemple, ça pourrait être totalement autre chose, tu viens d'acheter un paquet de pâtes et le système de recommandation te propose un paquet de gnocchis, tu ne vas pas manger les deux en même temps, tu aurais peut-être préféré avoir un pot de sauce mais est-ce que ça ne te donne pas des idées pour un futur repas ?

Si oui, possible, au final c'est sûr que ça, ça permet d'avoir des idées pour les fois suivantes. Alors c'est mieux de le faire, de le faire après que le consommateur ait consommé le produit donc ici par exemple les pâtes, si j'ai déjà acheté les pâtes, que j'ai mangé, que je compte les manger, ce n'est pas grave de proposer un autre repas parce que de nouveau on parle de dépenses un peu moins chères...

Ok. Et est-ce que les recommandations t'ont déjà aidé à découvrir des choses par hasard, des choses auxquelles tu ne t'attendais pas du tout ?

Non.

Jamais ?

Non.

D'accord. Est-ce que tu es sensible aux promotions de manière générale ?

Sensible, je ne pense pas non. Je ne suis pas du genre à spécialement acheter parce que c'est moins cher, j'achète quand j'ai besoin d'acheter quelque chose et oui s'il y a une promotion tant mieux, c'est tout benef. J'en avais besoin, il est en promotion mais s'il n'est pas en promotion... ça m'arrive fréquemment d'aller faire les soldes et au final d'acheter tout ce qui n'est pas en solde et de rien acheter de soldé donc je ne pense pas être spécialement sensible.

Et est-ce que c'est un facteur qui est important pour toi dans les recommandations ?

Je pense que c'est ce qui permet d'attirer un peu plus le regard oui.

Par exemple, là sur la publicité Colruyt, on voit qu'il y a certains produits qui sont en promotion, est-ce que toi ça t'attire plus que d'autres articles.

Je ne sais pas pourquoi mais j'ai l'impression que... en tout cas pour ma part, quand je regarde une publicité ou une recommandation, je suis toujours premièrement attiré par un pourcentage s'il y en a un puis seulement au final par le prix.

Alors maintenant qu'est-ce que tu fais quand tu es face à, ou que tu viens de cliquer sur une recommandation ?

Qu'est-ce que je fais ?

Tu as eu une recommandation sur ton écran et tu as cliqué dessus, qu'est-ce que tu fais ?

Si le... j'avoue je clique très très très rarement sur une recommandation, j'essaye de me souvenir la dernière fois que j'aurais pu faire ça...

Même si c'est un film ou un ami sur Facebook, tu cliques sur le profil...

Si c'est un ami sur Facebook oui, oui je vais cliquer, si elle ne me dit rien, je vais cliquer sur son profil et je vais aller voir qui est effectivement cette personne ou quels sont les amis en commun pour un peu situer d'où je pourrais connaître cette personne. Quand c'est un film ou une série j'ai quand même souvent tendance à, pas spécialement cliquer sur la recommandation, mais ouvrir une autre page internet et aller voir une bande annonce ou des critiques comme ça je ne me lance pas non plus à l'aveugle dans ce qu'on me recommande et sinon pour le reste, parfois j'essaye d'aller, par exemple pour une raquette de tennis de la marque Wilson on va dire, j'ai plus tendance à aller sur le site Wilson et voir.

Donc tu t'informes avant d'éventuellement accepter la recommandation ?

Oui.

**Quand tu es sur internet et que tu as une recherche précise à faire, qu'est-ce que tu fais ?
Est-ce que tu peux me décrire les étapes ?**

Quand je cherche sur internet, qu'est-ce que je fais ? J'ai déjà tendance, à la première recherche, à écrire pas n'importe quoi comme mot mais à écrire les mots sans vraiment trop réfléchir et puis en fonction des résultats qui apparaissent, j'affine mes mots-clés et j'essaye de réfléchir un peu mieux pour que Google m'oriente mieux dans les résultats.

Et après ? Quand tu as mis tes mots-clés ?

J'ai tendance à souvent, prendre le premier, deuxième, troisième lien ou alors par exemple si ce sont des articles je vais lire l'article et à choisir celui qui me paraît le plus accrocheur.

Et est-ce que quand tu as une recherche précise à faire, tu vas droit au but ou tu as tendance à être facilement distrait par ces recommandations justement qui apparaissent un peu partout ?

Je reste focalisé sur mon objectif de départ, ça c'est... je suis pas très influençable par les recommandations, si j'ai besoin de trouver quelque chose, je ne vais pas me laisser perturber par d'autres trucs.

Ok. Imaginons maintenant que tu aies cliqué sur une recommandation et donc tu es prêt à l'accepter, acheter le produit s'il s'agit d'un produit, d'autres recommandations apparaissent sur ton écran : comment réagis-tu ?

Si c'est d'autres recommandations pour le même produit et qu'au final le prix semble plus avantageux ou le produit semble meilleur, je pense que ça va me mettre entre guillemets dans le doute et je vais me renseigner sur les autres et finir par comparer et choisir celui qui me plairait.

Si ce sont des produits complémentaires par exemple ? Tu achètes un téléphone et tu as des recommandations de coques, chargeurs, etc.

Si j'ai effectivement besoin de tous ces produits-là et que je compte acheter le téléphone j'aurais peut-être tendance à dire, aller, tant qu'à faire, cette coque-là me tente bien ou alors j'ai besoin du chargeur, des écouteurs ou je ne sais pas quoi, j'aurai tendance oui, à être potentiellement tenté.

Et si ça n'a rien avoir donc par exemple, tu es sur ton téléphone, tu veux acheter un téléphone, tu as cliqué sur la recommandation qui t'est proposée et là tu as des recommandations d'autre chose, de Nutella, de voyage etc.

Je ne verrais pas trop la pertinence et si je n'ai pas besoin de toutes ces affaires-là, je ne vais pas cliquer dessus, je vais déjà me contenter de mon achat, je ne suis pas un acheteur compulsif, une fois que j'ai besoin d'acheter quelque chose je l'achète mais une fois que j'ai fait une dépense, j'ai rarement tendance à en refaire beaucoup d'autres dans la foulée.

As-tu quelque chose à ajouter ?

Non.

Ce questionnaire est maintenant terminé, merci pour ta collaboration et le temps que tu m'as consacré. Si tu le veux, je te transmettrai les résultats de ma recherche.

Interview 7

Bonjour, je m'appelle Marie-Charlotte Paindavoine et je suis étudiante en master 2 en ingénieur de gestion à l'UCLouvain FUCaM Mons. Dans le cadre de mon mémoire, je dois réaliser plusieurs interviews. Je te remercie pour le temps que tu me consacres. Ce questionnaire durera environ 30 minutes.

As-tu des questions ?

Non, ça viendra...

Donc on va tout de suite passer à la première question : est-ce que tu peux te présenter brièvement ?

Je suis marié, j'ai deux enfants, j'ai un travail à mi-temps dans un magasin et à mi-temps indépendant complémentaire dans la vente directe et j'ai 52 ans.

D'accord, est-ce que tu peux me donner quelques achats que tu as l'habitude de faire ?

Dans l'alimentaire ?

Peu importe, dans l'alimentaire par exemple, quels magasins, quelles marques ?

Principalement Colruyt, c'est le magasin dans lequel on va le plus régulièrement et puis des artisans locaux aussi en viande, en produits laitiers dans les environs.

Et les marques que tu achètes chez Colruyt par exemple ?

La marque Boni, entre autres, pas que celle-là mais marque Boni oui.

Ok. Est-ce que tu sais ce qui se cache derrière le concept de « Système de recommandation » ?

Non, je n'ai pas compris.

C'est un concept, juste savoir si tu sais ce que c'est.

Système de... ?

Système de recommandation.

Non.

De nombreuses entreprises, que ce soit en ligne ou hors ligne utilisent tes données personnelles et suivent ton comportement afin de te proposer des produits et/ou des services susceptibles de t'intéresser : connaissais-tu cette pratique ?

Oui, oui oui je reçois des courriers avec des publicités ciblées en fonction de mes achats précédents.

Donc, je vais te montrer plusieurs exemples de recommandations : ici, dans la publicité Colruyt, en plus du feuillet publicitaire normal avec les dernières promotions et/ou nouveautés, c'est un feuillet avec la mention « sélection pour vous ». J'ai d'autres exemples en ligne : ici, pour Facebook, ce sont des recommandations d'amis par exemple. Là, sur YouTube, il y a une recommandation sur le côté de Booking. Là, c'est quand je jouais sur mon smartphone qu'une recommandation est apparue sous forme de pop-up. Là, c'est aussi sur YouTube mais cette fois la recommandation apparaît sur la vidéo. Ici, sur Messenger. Là, de nouveau des recommandations Booking et Axa qui apparaissent sur un site. Sur le côté d'une page Facebook. Là, toujours sur Facebook mais dans le fil d'actualité, « évènement recommandé » par exemple. Enfin, en général sur les sites ou les réseaux sociaux, il y a toujours une catégorie où il est marqué « pour vous » : ici, nous avons des titres recommandés sur Spotify ; ici, on a un exemple sur Instagram mais il y a aussi Zalando : « les meilleures offres pour vous » ; et ici, c'est le site de La Une : « notre sélection pour vous ».

Donc voilà, c'étaient des exemples. Par rapport à ces exemples, quelle est votre réaction face à ces recommandations et aux recommandations en général ?

Disons qu'il y a du pour et du contre parce qu'en fait, ça peut être intéressant parce que c'est lié par exemple par rapport à certaines recherches qu'on peut faire sur internet et si on cherche dans un secteur particulier, on a des recommandations concernant les produits qu'on cherche ou le service qu'on peut chercher, ça c'est bien d'une part. Puis d'un autre côté il y a aussi le fait d'être un petit peu suivi, tracé, il faut voir où sont les limites quoi.

Donc deux côtés : plus positif parce qu'il y a une question de facilité et négatif parce qu'on suit tout ce que tu fais ?

Oui et on est un petit peu tracé au niveau de la vie privée, voir quelles sont les limites.

Et donc pour l'aspect qui est plus négatif, qu'est-ce qui pourrait plus te faire changer d'avis à ce niveau-là ?

Sur le fait que ça soit négatif ?

Oui.

Qu'est-ce qui pourrait me faire changer d'avis, s'il y avait des mentions de sécurité indiquées sur les suggestions par exemple.

D'accord. Et donc qu'est-ce que tu penses de la personnalisation justement dans les recommandation ?

...

Le fait que ça soit personnalisé, que ça ne soit pas le même pour toi que pour le voisin, donc les messages « sélectionné pour vous », « recommandé pour vous » etc. ?

Ça peut parfois être un peu restrictif quand même parce que c'est basé sur quelques mesures qui ont été prises sur des choses qu'on fait mais ça ne représente pas forcément la totalité de ce qui pourrait nous intéresser. Ça peut aussi parfois limiter les recherches parce que c'est concentré dans un secteur, qu'il y a peut-être des choses qu'on ne voit pas parce qu'on se laisse un peu guider sans s'en rendre compte en fait.

Maintenant est-ce que tu penses que des individus peuvent être influencés par les systèmes de recommandation ?

Oui, même, de manière déjà passive, si on ne réfléchit pas trop, oui tout compte fait c'est la solution de facilité quoi, s'il y a déjà le vêtement ou le truc approprié qu'on te met sous le nez, la tentation est grande de vite aller là sans chercher d'autres comparaisons.

Ok. Je réalise, dans le cadre de mon mémoire, une étude pour comprendre dans quelle mesure les recommandations sont acceptées par les utilisateurs, par accepter j'entends l'achat quand il s'agit d'un produit ou d'un service et acceptation quand il s'agit d'une vidéo, d'un ami sur Facebook, etc.

Lorsque tu es face à des recommandations, quels sont les éléments que tu juges important ? Qu'est-ce qui va te donner envie d'acheter le produit dans la recommandation ou de l'accepter ?

Déjà si ça correspond à des recherches que j'ai effectuées auparavant et si ça correspond aux critères que je me suis mis sur ces produits-là donc je vais y aller peut-être par curiosité dans un premier temps pour voir si ça correspond bien en détail à ce que je cherche, ça c'est plutôt concernant des produits. Maintenant concernant des personnes, c'est vrai que ça peut être parfois interpellant aussi, j'ai déjà constaté, on voit, on se dit oui tout compte fait je connais déjà cette personne maintenant on ne va pas systématiquement suivre la recommandation.

D'accord. Si on reprend les exemples que je t'ai montrés de recommandations, qu'est-ce que tu peux me dire sur l'aspect de celles-ci ? Est-ce que tu es attiré plus par une que par une autre plus au niveau du visuel ?

Non, ce qui m'intéresse par exemple, dans celles que tu m'as présenté ici, c'est que, si ce sont des produits que j'achète habituellement, dans le cas des listings d'achats ici et qu'en général c'est couplé avec un prix intéressant ou une promotion, là je trouve ça intéressant, alors à ce moment-là est-ce que ça peut inciter mon achat... plus tôt que ce qui était prévu par exemple s'il y a des promotions.

Et est-ce que l'endroit où ça apparaît, ça a un impact, donc pour les recommandations en ligne ?

Oui parce que c'est plus direct évidemment en ligne, au risque d'être quand même un peu trop envahissant et que parfois on a envie de les, de les balancer un peu parce que ça sort à tous les... dès qu'on ouvre l'écran.

Ok.

Et il faudrait pouvoir faire un tri, autoriser certaines et pas d'autres.

Ok. Et est-ce que tu préfères les recommandations en ligne ou les recommandations papier ?

Pour ce qui est des recherches de produits, de conseils et de choses et autres pourquoi pas en ligne, par contre en produits, c'est vrai qu'on est habitué pour l'alimentation en tout cas à recevoir la version papier, j'utilise les deux.

Pas une préférence ?

Non.

D'accord. Les recommandations se font dans tous les domaines donc comme on a vu réseaux sociaux, grande distribution, banques, voyages, etc. Dans quels domaines trouves-tu que les recommandations sont les plus utiles ?

Oui des achats de vêtements, loisirs peut-être aussi, tout ce qui est loisirs, ça peut être intéressant, on parlait de Booking tantôt, des choses comme ça, ça permet, ce ne sont pas des choses qu'on irait peut-être chercher directement donc le fait de les avoir en ligne, c'est peut-être plus intéressant.

Est-ce que « l'effort » a un impact sur l'acceptation de la recommandation ? Accepter un ami sur Facebook est différent d'accepter une recommandation de prêt bancaire par exemple.

Ah oui oui c'est quand même... oui c'est différent, c'est tout à fait différent oui.

Donc ça a un impact sur le fait d'accepter ou pas ?

Oui oui, la nature de la proposition, on n'acceptera pas de la même façon en fonction de ce qui est proposé.

Alors maintenant, je vais te demander quelle est ta définition de la confiance ?

Lié forcément à ça je suppose ?

Pas forcément, la confiance de manière générale qu'est-ce que ça évoque pour toi ?

La sécurité et les... oui confiance... le contrôle, pouvoir contrôler quand même ce qu'il se passe, ça induit de la confiance oui.

Pourquoi fais-tu confiance à certaines marques ou certaines entreprises par exemple ?

Par rapport à des expériences déjà vécues et au retour que j'ai eu, si on prend une comparaison de prix par exemple, certaines proposent des prix garantis bas si on peut le constater à plusieurs reprises, il y a une confiance qui s'installe à ce moment-là, aussi sur la qualité de certains produits, on l'achète peut-être la première fois sans trop savoir et puis si on est satisfait de la qualité, la confiance s'installe.

Ok et donc est-ce que tu ferais attention à des recommandations qui proviennent de marques ou entreprises envers lesquelles tu n'as pas forcément confiance ?

Par curiosité peut-être mais pas directement non, non.

Juste aller voir...

Oui aller voir pour comparer quand même parce que bon ça peut toujours être intéressant, pour l'information.

Alors maintenant, tu es fidèle à la Spa et les systèmes de recommandation te proposent une bouteille d'eau Evian, quelle est ta réaction ?

Oui sur des produits comme ça, j'aime bien les deux donc sur ça il n'y a pas vraiment de... est-ce que ça pourrait m'influencer sur l'achat ?

Ou alors par exemple si tu es fidèle au Coca, quelle est ta réaction si on te recommande une bouteille de Pepsi ?

Je changerais difficilement je pense, sur des choses comme ça habituelles, je ne changerais pas facilement.

Tu restes fidèle à une marque...

Oui.

Et la recommandation n'aura pas...

Pas tellement d'influence non, c'est plutôt à la recherche de nouveaux produits ou de choses qu'on n'a pas encore alors oui mais sur des choses avec lesquelles on est habitué, moins d'influence.

Ok. Alors maintenant encore avec l'exemple de la bouteille de Spa, si les systèmes de recommandation te disent : « Cette bouteille de Spa vous a été proposée parce que nous avons identifié dans votre comportement d'achat que vous en achetiez chaque semaine ». Qu'est-ce que tu en penses ?

Si c'est lié à un avantage financier pourquoi pas sinon je ne vois pas trop l'intérêt si je suis déjà fidèle au produit et que je continue à en prendre.

Ici quelle est plus ta réaction quant à l'explication qui est donné à côté de la recommandation ?

Ah oui oui d'accord le fait qu'on me recommande ça parce que...

Oui c'est ça, l'explication qui est à côté.

Oui c'est utile parce que comme ça, ça permettrait éventuellement d'accepter certaines recommandations sous certaines règles quoi si c'est basé sur des choix personnels au départ, pourquoi pas oui.

Donc c'est plutôt positif le fait qu'il y ait une explication à côté ?

Oui.

D'accord. Alors maintenant, est-ce que tu fais attention à la petite phrase sur les cookies qui apparaît en général sur tous les sites qu'on consulte à l'heure actuelle ? Je ne sais pas si tu vois de quoi je parle...

Ah oui oui oui des avertissement ou des « vos données seront prises en compte » ou des choses comme ça ?

J'ai un exemple ici.

Caractère de confidentialité ou quelque comme ça non ?

Oui c'est ça, je vais te montrer l'exemple. Voilà, ici par exemple, je suis sur un site quelconque et il y a dans le bas...

Oui oui bien sûr.

Est-ce que tu fais attention, est-ce que tu cliques sur en savoir plus ?

En savoir plus non mais soit on accepte d'office parce qu'on estime que ce site est digne de confiance au départ soit on le refuse, quand il y a un doute je ne vais pas voir plus loin, je refuse. Parce qu'en général ça sert de... de porte d'entrée je veux dire, il faut absolument répondre à certaines questions pour aller plus loin.

Parfois c'est ça mais parfois c'est dans le bas et ça apparaît comme là.

En général je ne vais pas chercher les informations plus loin, si j'estime que c'est digne de confiance j'accepte et si pas je préfère éviter alors.

J'ai un autre exemple ici, Facebook a sorti un spot pour expliquer en fait pourquoi certaines pubs sont proposées, comment les données personnelles sont utilisées etc. qu'est-ce que tu penses de ça ?

C'est déjà bien qu'il y ait une démarche d'informations parce que ça peut faire peur, j'ai revu une de mes photos de profil suggérée qui est ressortie il n'y a pas longtemps, je me suis dit « ah oui quand même cette photo », je ne m'en rappelais pas et donc c'est maintenu en mémoire et puis on te ressort ça à un moment donné et tu te dis « oui quand même faut faire attention ».

Donc l'explication que Facebook donne c'est quand même positif ?

Oui oui. Pour conscientiser parce qu'on ne se rend pas compte de tout ce qui est enregistré.

Et donc grâce à ça on voit que toutes nos données...

Sont conservées, exploitées, oui.

Alors maintenant si je te parle de diversité de produits, qu'est-ce que cela veut dire pour toi ?

Diversité des produits, c'est une offre de plusieurs propositions pour un même produit, plusieurs marques, oui.

Est-ce que cette dimension est importante pour toi dans le cadre des systèmes de recommandation ?

Oui, pour pouvoir faire, j'aime bien faire des choix comparatifs donc je préfère voir plusieurs choses que d'avoir une seule info.

Donc c'est quand même quelque chose qui est important ? Tu ne veux pas avoir toujours la même chose ?

Voilà c'est ça, oui.

Ok. Alors j'ai encore un autre exemple : imaginons que tu viens de réserver un vol pour Dublin et que le système de recommandation te propose un hôtel à Paris : comment réagis-tu ?

Booking fait ça parfois, j'ai déjà vu ça parfois, propose d'autres, on est à la recherche d'un citytrip, on reçoit un autre... je ne vais pas changer ma destination de départ si je fais une recherche sur Dublin, je ne vais pas changer.

Donc tu aurais préféré avoir une autre recommandation donc par exemple un hôtel à Dublin ?

Oui, oui tout à fait.

Et la recommandation qui est proposée donc pour un hôtel à Paris, ça ne te donne pas des idées ?

Ça pourrait, à partir du moment, si c'est basé par exemple dans le cas ici d'un citytrip ou des choses comme ça, ce qui est analysé je pense c'est la durée du séjour et peut-être une fourchette de prix ou quelque chose comme ça, il y a peut-être parfois plusieurs possibilités quand on n'est pas déterminé au départ, on se dit je voudrais passer un week-end quelque part, on n'est pas fixé, pourquoi pas avoir plusieurs choix alors, dans ce cas-là oui.

Ok. Et donc est-ce que les recommandations t'ont déjà aidé à découvrir des choses par hasard, des choses auxquelles tu ne t'attendais pas du tout ?

Je n'en ai pas le souvenir, non.

Jamais ?

Je ne pense pas.

Alors, la question suivante, tu as déjà un peu répondu mais est-ce que tu es sensible aux promotions de manière générale ?

Oui, oui parce qu'il faut quand même, au niveau budgétaire il faut faire attention, oui.

Est-ce que tu es plus sensible à un moment ou à un autre aux promotions ou plus dans un secteur que dans un autre ?

Non, c'est tout le temps.

Et est-ce que c'est un facteur qui est important pour toi dans les recommandations ? Donc si tu avais une recommandation où il y a une promotion, est-ce que ça te permettrait d'accepter plus cette recommandation ?

On peut s'organiser, les achats en fonction de ça oui tout à fait, surtout si ce sont des produits courants qu'on utilise chaque mois par exemple, oui, autant profiter de la semaine où ils sont en promo.

Ça va. Alors maintenant qu'est-ce que tu fais quand tu es face à ou que tu viens de cliquer sur une recommandation ?

J'essaye de l'analyser un petit peu pour savoir si ça correspond à mes recherches précédentes, oui.

Analyser, regarder ?

Oui.

**Quand tu es sur internet et que tu as une recherche précise à faire, qu'est-ce que tu fais ?
Est-ce que tu peux me décrire les étapes ?**

Le moteur de recherche Google, qui est le plus utilisé je pense, dans la barre de recherche directement et puis en fonction de ce qui est proposé comme sites ou comme adresses, je les sélectionne l'une après l'autre comme ça, oui.

Et est-ce que quand tu as une recherche précise à faire, tu vas droit au but ou tu as tendance à être facilement distrait par ces recommandations justement qui apparaissent un peu partout ?

Non, en général je vais droit au but, oui. Pour les recherches en tout cas, oui oui. Peut-être moins le cas si c'est sur Facebook ou des choses comme ça où là, on se laisse vite emporter parce que c'est plutôt de l'information en général, parfois on ne recherche pas quelque chose de précis...

Quand tu ne fais pas quelque chose de précis...

Oui à ce moment-là on peut vite être embarqué sur autre chose...

Imaginons maintenant que tu aies cliqué sur une recommandation et es prêt à l'accepter, acheter le produit s'il s'agit d'un produit, d'autres recommandations apparaissent sur ton écran : comment réagis-tu ?

Je les balance. Trop c'est trop...

Même si c'est en lien avec ce que tu es en train d'acheter ?

Oui ça par contre ça, ça m'est déjà arrivé, exemple choisir un article de sport dans un magasin et puis on te propose les accessoires qui vont avec, par exemple, ou des choses comme ça en dessous. Cela peut être intéressant oui, si c'est vraiment en lien direct avec l'achat, ça peut être bien.

Donc si ce sont des articles complémentaire par exemple ?

Voilà c'est ça, oui.

Ou si c'est par exemple le même article mais d'autres marques ?

Oui ça je ne l'ai jamais vraiment vu mais oui ça peut être bien, oui donc comparatif.

Toujours si a un lien ?

Oui, si a un lien oui, s'il n'y a pas de lien alors on peut s'embarquer non c'est trop.

As-tu quelque chose à ajouter ?

Non. Si ce n'est comme je le disais au départ, si on pouvait faire un tri, une sélection au départ, plutôt que sur chaque page individuellement, accepter ou pas, peut-être avoir un tri au départ disant j'accepte certaines choses et pas d'autres.

Ce questionnaire est maintenant terminé, merci pour ta collaboration et le temps que tu m'as consacré. Si tu le veux, je te transmettrai les résultats de ma recherche.

Interview 8

Bonjour, je m'appelle Marie-Charlotte Paindavoine et je suis étudiante en master 2 en ingénieur de gestion à l'UCLouvain FUCaM Mons. Dans le cadre de mon mémoire, je dois réaliser plusieurs interviews. Je te remercie pour le temps que tu me consacres. Ce questionnaire durera environ 30 minutes.

As-tu des questions ?

Non.

Donc on va tout de suite passer à la première question : est-ce que tu peux te présenter brièvement ?

J'ai 28 ans, j'ai deux enfants et je suis greffier au tribunal de première instance de Bruxelles.

D'accord, est-ce que tu peux me donner quelques achats que tu as l'habitude de faire ?

Alimentaire, des vêtements.

Dans quels magasins, quelles marques ?

Pour l'alimentaire ?

Par exemple.

L'alimentaire surtout principalement au Colruyt.

Et quelle marque de produit tu achètes le plus souvent ?

Un peu de tout, la marque du Colruyt, Boni souvent ou pour les vêtements la marque LeChat enfin produit à lessive LeChat ou Ariel.

Ok. Est-ce que tu sais ce qui se cache derrière le concept de « Système de recommandation » ?

Non.

De nombreuses entreprises, que ce soit en ligne ou hors ligne utilisent tes données personnelles et suivent ton comportement afin de te proposer des produits et/ou des services susceptibles de t'intéresser : connaissais-tu cette pratique ?

Je m'en rends compte quand je fais des recherches sur internet, souvent la pub après elle est ciblée.

Donc, je vais te montrer plusieurs exemples de recommandations : ici, dans la publicité Colruyt, en plus du feuillet publicitaire normal avec les dernières promotions et/ou nouveautés, c'est un feuillet avec la mention « sélection pour vous ». J'ai d'autres exemples en ligne : ici, pour Facebook, ce sont des recommandations d'amis par exemple. Là, sur YouTube, il y a une recommandation sur le côté de Booking. Là, c'est quand je jouais sur mon smartphone qu'une recommandation est apparue sous forme de pop-up. Là, c'est aussi sur YouTube mais cette fois la recommandation apparaît sur la vidéo. Ici, sur Messenger. Là, de nouveau des recommandations Booking et Axa qui apparaissent sur un site. Sur le côté d'une page Facebook. Là, toujours sur Facebook mais dans le fil d'actualité, « évènement recommandé » par exemple. Enfin, en général sur les sites ou les réseaux sociaux, il y a toujours une catégorie où il est marqué « pour vous » : ici, nous avons des titres recommandés sur Spotify ; ici, on a un exemple sur Instagram mais il y a aussi Zalando : « les meilleures offres pour vous » ; et ici, c'est le site de La Une : « notre sélection pour vous ».

Donc voilà, c'étaient des exemples. Par rapport à ces exemples, quelle est votre réaction face à ces recommandations et aux recommandations en général ?

Parfois c'est pratique parce que bon, on ne pense pas spécialement à aller chercher sur certains sites ou même les offres du Colruyt personnalisées, on se dit « ah bah oui, j'ai l'habitude d'acheter ça, c'est bien de savoir quelle promo il y a sur cet article-là ». Maintenant c'est vrai que quand on fait une recherche sur internet, on n'a pas spécialement envie d'avoir cinq, dix fois certaines pubs du même genre sur Facebook.

Donc c'est quand même d'un côté positif parce que c'est une question de facilité ?

Positif, en ce qui concerne ouais plutôt les courses du quotidien mais un peu invasif au niveau des réseaux sociaux.

Ok. Et donc qu'est-ce que tu penses de la personnalisation justement dans les recommandations ? Par exemple « sélectionné pour vous », « recommandé pour vous ».

C'est bien mais un peu invasif.

Donc ça reste quand même une facilité ?

Oui.

Ok.

C'est vrai que quand on fait une recherche pour une maladie pour les enfants, pour leurs dents ou quoi, quand on a des pubs juste sur ça, ça apparaît partout.

Maintenant est-ce que tu penses que des individus peuvent être influencés par les systèmes de recommandation ?

Oui je pense, je pense que quand on voit une pub on se dit « oh oui, je n'y avais pas pensé » et je pense qu'une personne un peu plus faible peut directement tomber dans une promo dont elle n'a pas besoin. Un peu comme le Black Friday, ce sont des promos sur des articles, on n'a pas spécialement besoin d'acheter ça, on se dit « oh c'est un super prix alors je vais l'acheter ».

Donc c'est plus le côté publicité qui te dérange ?

Oui.

Ok. Je réalise, dans le cadre de mon mémoire, une étude pour comprendre dans quelle mesure les recommandations sont acceptées par les utilisateurs, par accepter j'entends l'achat quand il s'agit d'un produit ou d'un service et acceptation quand il s'agit d'une vidéo, d'un ami sur Facebook, etc.

Lorsque tu es face à des recommandations, quels sont les éléments que tu juges important ?

Est-ce que j'en ai vraiment besoin ou pour les recommandations d'amis, est-ce que je connais vraiment cette personne ?

Donc est-ce que c'est pertinent finalement ?

Oui est-ce que c'est pertinent.

D'accord. Si on reprend les exemples que je t'ai montrés de recommandations, qu'est-ce que tu peux me dire sur l'aspect de celles-ci ? Est-ce que tu es attirée plus par une que par une autre plus au niveau du visuel ?

Pas spécialement.

Qu'est-ce que tu juges important à ce niveau-là, plus au niveau du visuel ? Est-ce que ça a une importance le fait que ça soit tout petit dans le coin d'un écran ou si ça apparaît...

Si ça apparaît en plein milieu de l'écran, moi au contraire, je la ferme au plus vite, par contre quand c'est petit et discret, on la regarde mais on la laisse sans y faire, sans y prêter attention.

Ok. Et est-ce que tu préfères les recommandations en ligne ou les recommandations papier ?

Pour les achats sur Zalando, c'est vrai que c'est mieux en ligne mais maintenant Colruyt, je ne regarde que les pubs papier, je ne vais jamais regarder pour mes courses sur leur site internet.

D'accord. Les recommandations se font dans tous les domaines donc comme on a vu réseaux sociaux, grande distribution, banques, voyages, etc. Dans quels domaines trouves-tu que les recommandations sont les plus utiles ?

Tout ce qui est alimentaire, grande surface, oui c'est là que c'est le plus utile.

Ok, ça va. Est-ce que tu penses que l'effort a un impact sur l'acceptation d'une recommandation ? Par effort, j'entends qu'accepter un ami sur Facebook ou accepter de regarder un film qui t'est proposé ce n'est pas la même chose que d'acheter un ordinateur sur base d'une recommandation ou d'acheter un produit alimentaire. Donc il y a plusieurs grades si je peux dire d'effort.

Oui.

Alors maintenant, je vais te demander quelle est ta définition de la confiance ?

Quand on sait à quoi on s'engage ?

Pourquoi fais-tu confiance à certaines marques ou certaines entreprises par exemple ?

Parce que je les ai déjà achetées, je les ai déjà utilisées et quelque chose que je ne connais pas en général, je n'irai pas acheter.

Ok et donc est-ce que tu ferais attention à des recommandations qui proviennent de marques ou entreprises envers lesquelles tu n'as pas forcément confiance ?

Non. Quand j'ai des pubs sponsorisées sur Facebook, je ne les regarde même pas parce que ça ne m'intéresse pas, je ne connais pas, ça ne m'intéresse pas.

C'est plus l'aspect intrusif qui te...

Oui.

Alors maintenant, tu es fidèle au Nutella et les systèmes de recommandation te proposent un pot de Kwatta, quelle est ta réaction ?

Je fais défiler, je ne regarde pas.

Tu restes fidèle à une marque et peu importe les pubs ?

En règle générale oui, parfois je change d'avis si je reçois un échantillon, là on goûte mais voilà.

Alors maintenant encore avec l'exemple du Nutella, si les systèmes de recommandation te disent : « Ce pot de Nutella vous a été proposé parce que nous avons identifié dans votre comportement d'achat que vous en achetiez chaque semaine ». Qu'en penses-tu ? Donc il y a une explication sur le pourquoi le pot de Nutella a été proposé. Est-ce que ça change quelque chose ?

Non.

D'accord. Alors maintenant, est-ce que tu fais attention à la petite phrase sur les cookies qui apparaît en général sur tous les sites qu'on consulte à l'heure actuelle ?

Non j'accepte en général sans lire.

Donc tu ne cliques pas dessus pour en savoir plus ?

Non.

J'ai un autre exemple ici, Facebook a sorti un spot pour expliquer en fait pourquoi certaines pubs sont proposées, comment les données personnelles sont utilisées etc. qu'est-ce que tu penses de ça ?

Personnellement je ne le lis pas. Moi je vois les pubs, je ne les ignore pas mais je n'y prête pas attention.

Alors maintenant si je te parle de diversité de produits, qu'est-ce que cela veut dire pour toi ?

Que pour le même produit, il y a plein de marques qui proposent plus ou moins la même chose.

Est-ce que c'est une dimension importante pour toi dans le cadre des systèmes de recommandation, donc ne pas toujours avoir la même chose qui est proposé ?

Ce n'est pas plus mal parce que c'est vrai que quand on voit toujours la même chose, au contraire, enfin moi ça m'énerve de voir trois fois la même pub par exemple pour partir en vacances, sur la même destination, ça ne me donne même plus envie d'y aller.

Après la diversité ça peut être comme tu as dit, un seul produit, plusieurs marques mais ça peut être aussi par exemple Zalando qui propose...

Un tee-shirt, etc.

Oui pas toujours la même chose.

Bah je n'y prête pas spécialement attention, j'y prête attention si je suis sur le site Zalando mais si je suis sur Facebook, je ne vais pas aller cliquer sur la pub de Zalando.

Donc c'est plus les recommandations, « recommandé pour vous », sur chaque site qui t'intéressent ?

Oui, comme Colruyt, je sais que je vais y aller, je vais regarder. Si je suis sur Zalando dans le but d'acheter, là je regarde ce qu'on me recommande mais si je suis sur Facebook sans vraiment avoir l'intention d'acheter, et bien je ne vais pas consulter les pubs.

Ok. Alors j'ai encore un autre exemple : imaginons que tu viens de réserver un vol pour Dublin et que le système de recommandation te propose un hôtel à Paris : comment réagis-tu ?

Je l'ignore parce que je vais à Dublin.

Donc tu aurais préféré avoir une autre recommandation donc pour par exemple un hôtel à Dublin ?

Si je cherche un hôtel à Dublin oui, enfin en sachant que je vais à Dublin et que je n'ai pas encore réservé d'hôtel oui.

Et la recommandation qui est proposée donc pour un hôtel à Paris, ça ne te donne pas des idées, c'est un exemple, ça pourrait être totalement autre chose...

Ah oui pour partir plus tard à Paris ?

Voilà, c'est comme par exemple, tu viens d'acheter un paquet de pâtes et le système de recommandation te propose...

Une sauce ?

Non, des gnocchis, tu ne vas pas forcément manger des gnocchis avec tes pâtes, tu aurais peut-être préféré avoir une sauce pour aller avec tes pâtes mais est-ce que la recommandation de gnocchis ne te donne pas des idées pour manger ça une autre fois par exemple ?

Oui la prochaine fois je me ferais bien des gnocchis, oui.

Et donc est-ce que les recommandations t'ont déjà aidé à découvrir des choses par hasard, des choses auxquelles tu ne t'attendais pas du tout ?

Oui, une fois je cherchais un cadeau de Noël pour quelqu'un, et je cherchais et finalement en suivant les recommandations, je suis tombée sur l'article parfait et je me suis dit « oh en fait c'est plutôt pas mal ».

Ce n'était pas du tout à la base ce que tu cherchais ? C'était quoi l'exemple ?

Je cherchais un cadeau pour mon collègue et à la base, je ne sais même plus, je cherchais un tee-shirt et puis je suis atterrie dans les livres et finalement j'ai trouvé le livre « comment devenir un parfait faillot au bureau ? » et je me suis dit « mais c'est ça qu'il lui faut » ! Et je ne sais même plus comment je suis atterrie sur ça mais ce ne sont pas du tout les mots que j'avais tapé à la base dans les recherches mais quand je suis tombée dessus je me suis dit « bah oui c'est ça ! ».

Donc c'était quand même positif ?

C'était positif.

Alors, question suivante, est-ce que tu es sensible aux promotions de manière générale ?

Je regarde mais je vérifie quand même parce que parfois le 2+1 gratuit ou un méga pack ce n'est pas toujours ce qu'il y a de plus avantageux.

Est-ce que tu es plus sensible à un moment ou à un autre aux promotions ou plus dans un secteur que dans un autre ?

C'est vrai que je fais plus attention dans l'alimentaire qu'au niveau des vêtements. On ne sait pas vraiment combien ça coûtait à la base donc, tandis que dans l'alimentaire, en général, c'est

écrit, c'est assez clair : si on l'achète en individuel ou en pack c'est clairement écrit en général ou le prix au kilo etc.

Et est-ce que c'est un facteur qui est important pour toi dans les recommandations ? Donc si tu avais une recommandation où il y a une promotion, est-ce que tu y serais plus attentive ? Est-ce que ça te permettrait d'accepter plus facilement cette recommandation ?

Oui, niveau promotion, oui.

Donc c'est un facteur qui t'attire quand même.

Oui.

Alors maintenant qu'est-ce que tu fais quand tu es face à ou que tu viens de cliquer sur une recommandation ?

Je regarde, je lis un peu, je vois si c'est vraiment intéressant et puis je me pose la question « est-ce que j'en ai vraiment besoin ? »

Quand tu es sur internet et que tu as une recherche précise à faire, qu'est-ce que tu fais ? Est-ce que tu peux me décrire les étapes ?

J'ouvre Google et je tape dans le moteur de recherche les mots précis que je recherche.

Et après ?

Et après, c'est vrai que souvent je regarde le site sur lequel, les suggestions proposées mais c'est vrai qu'en général, c'est plus ou moins toujours les mêmes sites qui sont proposés, pour les jouets, les livres ou quoi, en général on nous suggère Amazon en premier lieu, Dreamland, ce sont souvent des grosses enseignes, des gros sites qu'on nous propose en premier.

Et est-ce que quand tu as une recherche précise à faire, tu vas droit au but ou tu as tendance à être facilement distraite par ces recommandations justement qui apparaissent un peu partout ?

Je suis quand même un peu distraite.

Donc ça t'arrive quand même, même si tu as quelque chose à faire, tu cliques...

Oui ça m'arrive quand même de cliquer.

Imaginons maintenant que tu aies cliqué sur une recommandation et es prête à l'accepter, acheter le produit s'il s'agit d'un produit, d'autres recommandations apparaissent sur ton écran : comment réagis-tu ?

Non je reste raisonnable.

Raisnable ?

Je reste raisonnable oui.

As-tu quelque chose à ajouter ?

Non.

Ce questionnaire est maintenant terminé, merci pour ta collaboration et le temps que tu m'as consacré. Si tu le veux, je te transmettrai les résultats de ma recherche.

Interview 9

Bonjour, je m'appelle Marie-Charlotte Paindavoine et je suis étudiante en master 2 en ingénieur de gestion à l'UCLouvain FUCaM Mons. Dans le cadre de mon mémoire, je dois réaliser plusieurs interviews. Je te remercie pour le temps que tu me consacres. Ce questionnaire durera environ 30 minutes.

As-tu des questions ?

Non.

Alors on va commencer tout de suite par la première question : est-ce que tu peux te présenter brièvement ?

J'ai 23 ans et je suis en master 1 sciences de gestion en revisorat à Mons.

D'accord, est-ce que tu peux me donner quelques achats que tu as l'habitude de faire ?

À tous les niveaux ?

Peu importe, par exemple dans l'alimentaire, dans quels magasins tu vas, quelles marques tu as l'habitude d'acheter ?

Alimentaire, c'est Delhaize ou Colruyt et après c'est surtout pour tout ce qui est charcuterie, viande, au niveau des marques ça dépend si j'achète du fromage ou pas...

Est-ce que tu as des marques que tu achètes vraiment tout le temps ?

D'office... par exemple des Kellogg's, ça c'est la marque Kellogg's, ça j'en prends tout le temps...

Ok. Est-ce que tu sais ce qui se cache derrière le concept de « Système de recommandation » ?

Non je ne connais pas très bien...

Même pas un petit peu ?

Je ne sais pas expliquer ce que c'est.

De nombreuses entreprises, que ce soit en ligne ou hors ligne utilisent tes données personnelles et suivent ton comportement afin de te proposer des produits et/ou des services susceptibles de t'intéresser : connaissais-tu cette pratique ?

Je sais que nos données sont collectées, ça oui mais après...

Donc je vais te montrer plusieurs exemples de recommandation : donc par exemple ici la publicité Colruyt...

Ah oui avec la carte Xtra.

Donc c'est en plus du feuillet publicitaire normal avec les dernières promotions et/ou nouveautés, c'est un feuillet où il est marqué « sélection pour vous ». Alors j'ai d'autres exemples en ligne : ici, c'est Facebook, donc des recommandations d'amis par exemple, là c'est sur YouTube, il y a une recommandation sur le côté de Booking, là aussi c'est quand je jouais sur mon téléphone, une recommandation qui apparaît sous forme de pop-up. Là c'est aussi sur YouTube mais cette fois la recommandation apparaît sur la vidéo, ici sur Messenger, là de nouveau des recommandations Booking et Axa qui apparaissent sur un site. Ici sur le côté sur Facebook, là toujours sur Facebook mais dans le fil d'actualité, « évènement recommandé » par exemple et alors en général sur les sites ou les réseaux sociaux, il y a toujours une catégorie où il est marqué « pour vous », ici nous avons des titres recommandés sur Spotify, ici on a un exemple sur Instagram mais il y aussi Zalando : « les meilleures offres pour vous », et ici c'est le site de La Une : « notre sélection pour vous ».

Donc voilà, ça c'étaient des exemples. Donc par rapport à ces exemples, quelle est ta réaction face à ces recommandations et aux recommandations en général ?

Par exemple, pour les trucs papier comme ça pour les courses, là je trouve que ça peut être intéressant parce que si ce sont vraiment des produits qu'on achète souvent et qu'il y a une promo ou des trucs similaires, pourquoi pas. Après quand c'est sur le pc, je trouve des fois c'est intéressant mais des fois c'est chiant parce que tu as la pub qui est toujours là, qui envahit ton espace. Mais sinon, oui un peu ça va mais trop c'est envahissant.

Donc c'est un peu positif, un peu négatif pour le côté envahissant ?

Oui ça ne me dérange pas un petit peu sur le côté ou quoi mais quand ça vient tout le temps ça m'énerve.

Ok. Et qu'est-ce que tu penses de la personnalisation dans les recommandations ?

C'est quand même mieux parce que sinon on aurait vraiment tout... c'est quand même bien, enfin c'est mieux.

Pourquoi du coup ?

C'est mieux parce que sinon on aurait vraiment tout dans tous les sens parce qu'en général c'est quand même par rapport à ce qu'on a regardé avant ou des trucs comme ça donc si on avait tout, ce serait trop, déjà comme ça c'est déjà beaucoup mais... ça serait trop.

Donc un aspect positif ?

Oui.

D'accord. Est-ce que tu penses que des individus peuvent être influencés par les systèmes de recommandation ?

Oui.

Pourquoi ?

Parce que c'est comme avec le marketing, si on le met en face de notre nez, d'office les gens vont être tentés...

Est-ce que tu as un exemple ?

Je ne sais pas... sur internet ou... ?

N'importe.

Si, non, enfin si... non... si voilà, si j'en ai un : avec les voyages quand j'ai regardé, maintenant j'ai toujours le truc Innsbruck de l'aéroport qui apparaît donc je sais maintenant tous les vols qui partent pour Innsbruck à prix pas cher pour aller en voyage. Ça, ça m'influence et c'est dérangeant.

Ça t'influence et c'est dérangeant ?

Oui parce que ça me donne envie de partir et ça me saoule de voir la pub tout le temps.

Je réalise, dans le cadre de mon mémoire, une étude pour comprendre dans quelle mesure les recommandations sont acceptées par les utilisateurs, par accepter j'entends l'achat

quand il s'agit d'un produit ou d'un service et acceptation quand il s'agit d'une vidéo, d'un ami sur Facebook, etc.

Lorsque tu es face à des recommandations, quels sont les éléments que tu juges important ?

Le prix. Oui, le prix et... ça dépend ce que c'est mais surtout le prix.

Ce ne sont pas que des produits comme j'ai dit ça peut être des amis sur Facebook, une vidéo YouTube...

Ah oui. Du coup c'est quoi la question ?

Lorsque tu es face à des recommandations, quels sont les éléments que tu juges important ?

Si c'est des trucs pour acheter le prix et si c'est, par exemple, les amis sur Facebook, si je le connais ou pas...

Donc si a un lien ?

Si je le connais déjà, si on a beaucoup d'amis en commun.

Donc si c'est intéressant pour toi au final ?

Oui.

D'accord. Si on reprend les exemples que je t'ai montrés de recommandations ou les recommandations auxquelles tu as déjà été confrontées dans ta vie quotidienne qu'est-ce que tu peux me dire sur l'aspect de celles-ci ?

L'aspect ? Je ne sais pas... Tu entends quoi par l'aspect ?

Est-ce que tu es attirée plus par une que par une autre plus au niveau du visuel ?

Moi j'aime bien les pubs papier, limite les recommandations moi je préfère les pubs papier que les trucs sur PC.

C'est ma question d'après, est-ce que tu préfères les recommandations en ligne ou les recommandations papier mais tu peux y répondre.

Moi je préfère les trucs papier comme ça on peut regarder à son aise quand ça nous intéresse vraiment tandis que les pubs en ligne, on peut être occupé de travailler on n'a pas forcément envie d'avoir des pubs et les pubs papier moi j'aime bien parce que tu peux prendre le temps, tu peux comparer, enfin sur le PC aussi, mais tu peux comparer quand ça t'intéresse et que t'en as envie. Moi je préfère les pubs papier que les pubs en ligne, après ce n'est pas bon pour la planète mais bon...

Donc au niveau du visuel, même si on parle juste du coup des recommandations papier, qu'est-ce qui t'attire ?

Les grosses promos.

D'accord, et ça c'est plus pour les recommandations en ligne mais est-ce que l'endroit où la recommandation apparaît t'importe ?

De l'importance, oui. Par exemple sur YouTube quand ça arrive en plein dans ce que tu regardes, la petite... en dessous... ça c'est dérangeant du coup parce que c'est sur ce que tu fais vraiment, sur le côté ça ne me dérange pas, je préfère quand c'est sur le côté moi. Comme ça on peut essayer d'esquiver et ce qui est chiant aussi c'est quand ça... par exemple ça descend, moi j'ai ça sur Reverso par exemple, ça descend et du coup ça dérange ce que tu es occupé de faire, sur le côté ça ne me dérange pas mais quand ça vient dans...

Donc quand c'est plus discret ? Tu peux y prêter attention quand tu as envie.

Oui, je trouve que c'est mieux. Parce que quand ça dérange... ça dérange.

D'accord. Les recommandations se font dans tous les domaines donc comme on a vu réseaux sociaux, grande distribution, banques, voyages, etc. Dans quels domaines trouves-tu que les recommandations sont les plus utiles ?

Surtout, oui, moi tout ce qui est amis Facebook, ça je trouve que ce n'est pas très... après tout ce qui est voyages etc. C'est bien... et tout ce qui est pub aussi...

Alimentaire ?

Alimentaire c'est bien aussi. Après pour les suggestions de musiques, ça je trouve ça...

Tu préfères aller voir toi-même quand tu veux voir quelque chose ?

Disons ça.

Est-ce que « l'effort » a un impact sur l'acceptation de la recommandation donc par effort j'entends qu'accepter un ami sur Facebook est différent d'acheter un ordinateur sur base d'une recommandation ?

Est-ce que... ?

Est-ce que l'effort a un impact sur...

À force qu'on me demande tout le temps ?

Non l'effort, donc l'effort c'est vraiment, accepter un ami sur Facebook ça n'implique pas grand-chose entre guillemets alors qu'accepter d'acheter un prêt bancaire sur base d'une recommandation par exemple, ou accepter d'acheter un ordinateur, un téléphone, c'est peut-être différent... Est-ce que ça a une influence sur toi ?

Un ami sur Facebook je m'en fou, après je ne sais pas...

Tu veux que je répète la question ?

Oui parce que je ne comprends pas.

Est-ce que l'effort a une influence sur le fait que toi, tu accepterais ou pas une recommandation ?

Donc par exemple si, tu dis quoi avec les prêts bancaires par exemple ?

Donc accepter de regarder une vidéo, accepter un ami ce n'est peut-être pas la même chose qu'acheter un produit qui n'est pas encore la même chose qu'accepter d'acheter un ordinateur.

Est-ce que ça a un impact sur moi du coup ?

Est-ce que ça change quelque chose que ce soit un ami, un produit ou un ordinateur pour toi ?

Oui, ça change parce qu'un ami sur Facebook par exemple, on s'en fou, tandis que... oui... ce n'est pas la même importance, un ami tu l'ajoutes, tu le supprimes. Un achat, une fois qu'il est fait, à part le revendre... et si c'est un prêt c'est autre chose encore. Oui, ce n'est pas le même impact.

Donc pour accepter un ami sur Facebook...

Je devrai réfléchir moins.

Donc tu réfléchiras plus pour...

Oui.

Alors maintenant, je vais te demander quelle est ta définition de la confiance de manière générale ?

De la confiance ? La confiance c'est... pouvoir donner, donner que ce soient des informations ou un secret sans avoir peur qu'il soit divulgué.

Ok. Pourquoi fais-tu confiance à certaines marques ou certaines entreprises par exemple ?

En général, parce que j'ai l'habitude d'acheter et que je n'ai pas été malade ou que je n'ai pas eu de problème... enfin si c'est consommable. Parce que j'ai l'habitude d'acheter et que je ne suis pas déçue du produit.

Ok et donc est-ce que tu ferais attention à des recommandations qui proviennent de marques ou entreprises en lesquelles tu n'as pas forcément confiance ?

Oui si c'est intéressant. C'était quoi la question ?

Est-ce que tu ferais attention à des recommandations qui proviennent de marques ou entreprises en lesquelles tu n'as pas forcément confiance ?

Oui pourquoi pas si ça pourrait m'intéresser... oui pourquoi pas.

Tu irais quand même regarder ?

Oui.

Alors maintenant, tu es fidèle au Nutella et les systèmes de recommandation te proposent un pot de Kwatta, quelle est ta réaction ?

J'aime bien aussi donc j'en prendrais.

Ou la sous-marque ou...

Là j'en ai acheté exprès pour ne plus acheter de Nutella...

Ça peut être un autre exemple... si tu es fidèle à une marque, quelle est ta réaction si...

Si on me propose autre chose ? Ça dépend de ce que c'est...

Tu peux me donner des exemples.

Parce que le Nutella, j'ai acheté autre chose, ça n'a pas le même goût donc on est quand même... donc oui... et pour quoi d'autre... je ne sais pas... il y a des choses qu'on ne sait pas changer.

Donc tu restes fidèle quand même dans la plupart des cas ?

Oui, parce qu'il y a des trucs que... après c'est... ça fait partie de leur truc... il y a quand même des goûts et des choses qu'on ne sait pas égaler donc je reste quand même fidèle beaucoup...

Donc certaines recommandations n'auraient pas d'impact si tu es fidèle ?

Non, il y a des trucs, j'achète toujours le même.

Ok. Alors maintenant encore avec l'exemple du Nutella, si les systèmes de recommandation te disent : « Ce pot de Nutella vous a été proposé parce que nous avons identifié dans votre comportement d'achat que vous en achetiez chaque semaine ». Qu'en penses-tu ?

Qu'ils ont vraiment analysé tout ce que je fais, oui qu'ils ont vraiment analysé tout ce que je fais... à part ça...

**Quelle est ta réaction quant à l'explication qui est donnée à côté de la recommandation ?
Donc il y a une explication sur le pourquoi le pot de Nutella a été proposé.**

Je ne sais pas... juste avoir le produit voilà... je ne sais pas... juste le produit ça va mais s'ils m'expliquent pourquoi, là c'est vraiment pousser à la consommation quand même et c'est un peu là...

Ça change quelque chose pour toi ? Cela te pousse encore plus à la consommation s'il y a une explication ?

Moi je n'achèterai pas mais ça peut pousser à la consommation.

Pourquoi ?

Parce que, c'est comme tout, plus on pousse, enfin si on met toujours devant ton nez, à l'écran, les gens vont finir par acheter, mais moi je n'achèterai pas si je n'ai pas besoin.

Ici est-ce qu'il y a une différence avec l'explication ?

Je ne sais pas... moi je n'ai jamais vu ça...

Ça arrive, là par exemple ils proposent des choses, il n'y a pas d'explication.

L'explication c'est vraiment nécessaire ?

Ça peut être pour des films, « nous vous proposons ce film parce que nous avons vu que vous avez vu tel et tel film, donc on vous propose ça ». Est-ce que tu préfères avoir la petite explication à côté ou... ?

En général... les explications ça ne sert à rien... non moi je trouve que non... moi je trouve que les explications ça ne sert à rien parce que... en soi tout ce qu'ils nous proposent c'est déjà parce que c'est censé nous intéresser donc l'explication en plus, je trouve que ça ne sert à rien.

D'accord. Alors maintenant, est-ce que tu fais attention à la petite phrase sur les cookies qui apparaît en général sur tous les sites qu'on consulte à l'heure actuelle ?

Non.

Donc tu ne cliques pas dessus pour en savoir plus ?

Non. Si je clique, je referme directement.

Si tu cliques dessus, tu peux voir comment tes données sont utilisées, pourquoi tu vois certaines pubs etc. J'ai un autre exemple ici, Facebook a sorti un spot pour expliquer en fait pourquoi certaines pubs sont proposées, comment les données personnelles sont utilisées etc. qu'est-ce que tu penses de ça ?

C'est une bonne idée d'expliquer à quoi servent nos données etc. Moi tous ces trucs là je ne les lis jamais, ce n'est pas bien.

Donc c'est plus positif...

Pour les gens, c'est bien de nous prévenir, savoir à quoi ça sert mais oui, moi je ne les lis jamais donc je ne suis pas un bon exemple.

Alors maintenant, si je te parle de diversité de produits, qu'est-ce que cela veut dire pour toi ?

Ça veut dire un assortiment de choses différentes.

Est-ce que c'est un facteur important pour toi dans le cadre des systèmes de recommandation ?

Oui parce que parfois ça peut donner des idées auxquelles on ne pourrait pas forcément penser de base.

Je ne sais pas si tu as autre chose à ajouter ?

Non.

Ok. Alors j'ai un autre exemple : tu viens d'acheter des pâtes et le système de recommandation te propose des gnocchis, comment réagis-tu ?

Je ne vais pas manger des gnocchis... Sur le PC ou par exemple... ?

Oui ici c'est sur le PC, parce que la recommandation est instantanée...

Je pourrais en acheter mais je ne les mangerai pas tout de suite.

Est-ce que tu aurais préféré avoir une autre recommandation ?

Oui un truc qui va avec les pâtes.

Comme une sauce pour les pâtes ?

Oui.

Et du coup comme tu l'as dit, les gnocchis du coup, ça te donne des idées pour autre chose ?

Pour autre chose.

Pour autre chose enfin pour un autre repas...

Pour un autre repas, pour la prochaine fois...

J'ai un autre exemple avec ça, imaginons que tu viens de réserver un vol pour Rome et le système de recommandation te propose un hôtel à Paris, comment tu réagis ?

Je m'en fou vu que je vais à Rome.

Donc tu aurais préféré avoir...

Avoir des infos sur Rome, enfin un hôtel à Rome...

Mais ça ne te donne pas des idées pour un futur voyage ?

Dans l'immédiat si je pars à Rome, je n'ai pas envie de tout de suite, ça ne m'intéresse pas, si mon prochain voyage c'est à Rome, je préfère qu'on me donne des infos sur Rome que sur autre chose mais après, oui le jour où je chercherai pour Paris je veux bien des infos sur Paris mais non... ça ne me donnerait pas tout de suite envie de partir à Paris si je vais à Rome.

Est-ce que les recommandations t'ont déjà aidé à découvrir des choses par hasard, des choses auxquelles tu ne t'attendais pas du tout ?

Des robes de Noël... mais sinon non...

Des robes de Noël, tu en cherchais peut-être ?

Non là c'étaient des robes avec des dessins dessus, et je n'avais pas anticiper d'avoir ça.

Du coup jamais autre chose ?

Non, à part ce truc-là... mais sinon non... déjà je n'achète pas beaucoup sur le PC... oui il n'y a pas que les achats...

Même par exemple, ici ils mettent souvent des produits en relation avec ton comportement d'achat mais ils te glissent souvent...

Oui d'autres trucs...

Oui d'autres articles que tu pourrais aimer.

Non jamais...

Alors est-ce que tu es sensible aux promotions de manière générale ?

Oui quand même.

Est-ce que c'est plus dans un secteur que dans un autre ?

Non pas spécialement, parce que... quand il y a des articles démarqués sur l'alimentaire, ça quand ça m'intéresse j'achète et par exemple tout ce qui est par exemple électronique ou quoi, s'il y a une grosse promo et que ça m'intéresse j'achète donc ça dépend, oui j'aime bien... enfin, si la promo m'intéresse et que c'est un truc que j'ai besoin peu importe le secteur, j'achèterai...

Est-ce que c'est plus à un moment particulier dans l'année ou pas ?

Ah est-ce que je suis plus sensible à un moment dans l'année... peut-être par exemple la Noël ou des trucs comme ça quand j'ai besoin d'acheter beaucoup de cadeaux, si à un moment où je suis peut-être plus sensible, ça serait peut-être plus à Noël vu qu'il y a plus de cadeaux à faire ou quand il y a des anniversaires ou des machins comme ça quoi, quand je dois acheter beaucoup, ça m'intéresse plus.

Et est-ce que c'est un facteur qui est important pour toi dans les recommandations ? Donc si tu avais une recommandation où il y a une promotion, est-ce que tu y ferais plus attention ? Est-ce que ça te permettrait d'accepter plus facilement cette recommandation ? Par exemple ici, certains articles sont en promotion d'autres pas.

Oui... si quand même, parce que si c'est une promo du moment c'est d'office que c'est plus intéressant donc oui je serais plus attirée...

Alors maintenant qu'est-ce que tu fais quand tu es face à ou que tu viens de cliquer sur une recommandation ?

Quand c'est moi qui l'ai choisi ?

Oui donc tu as une recommandation sur ton écran...

Qu'est-ce que je fais ? Soit je ferme si ça ne m'intéresse pas et que je suis occupée, soit je clique dessus si...

Quand tu as cliqué dessus qu'est-ce que tu fais ?

Une fois que j'ai cliqué sur la recommandation qu'est-ce que je fais ? Je lis.

Tu lis, tu te renseignes ?

Oui je lis et je regarde si ça m'intéresse, enfin si ça m'intéresse vraiment.

**Quand tu es sur internet et que tu as une recherche précise à faire, qu'est-ce que tu fais ?
Est-ce que tu peux me décrire les étapes ?**

Quand je fais une recherche sur internet ?

Oui.

Je tape dans la barre de recherche, j'appuie sur enter.

Après ?

J'essaie d'éviter, les premiers liens c'est avec annonce ou je ne sais pas quoi et ce sont des gens qui paient pour pouvoir avoir leur site en premier, ça j'essaie de ne pas cliquer sur ceux-là parce que vu que j'ai appris ça je ne clique plus sur ceux-là, vu que j'ai appris ça et après je clique sur les autres liens.

Et est-ce que quand tu as une recherche précise à faire, tu vas droit au but ou tu as tendance à être facilement distraite par ces recommandations justement qui apparaissent un peu partout ?

Non si je cherche quelque chose sur internet, j'essaie de trouver ce que je cherche.

Imaginons maintenant que tu aies cliqué sur une recommandation et es prête à l'accepter, acheter le produit s'il s'agit d'un produit, d'autres recommandations apparaissent sur ton écran : comment réagis-tu ?

Si j'ai déjà choisi et que je compte acheter ça, j'achèterai ce que j'ai décidé sauf si c'est vraiment intéressant, mais de base si j'ai choisi, c'est que j'ai choisi vu que j'ai déjà comparé avec le reste.

Et si c'est justement...

Encore plus intéressant ?

Imaginons, c'est un téléphone et là tu as des recommandations d'autres téléphones qui apparaissent.

Normalement si je l'ai déjà choisi ça veut dire que j'ai décidé, après si c'est vraiment intéressant, je peux jeter un coup d'œil.

Mais c'était une recommandation qui est apparue sur laquelle tu as cliqué.

Donc moi j'ai cliqué sur une recommandation ?

Oui.

Et j'en ai d'autres qui apparaissent ou c'est celle-là ?

Tu as cliqué sur une recommandation et tu en as d'autres qui apparaissent ?

De base si j'ai cliqué c'était que c'est celui-là que je voulais donc je ne lis pas les autres normalement.

Mais c'est une recommandation aussi qui est apparue avant sur ton écran.

Je ne sais pas... ça dépend...

Ça dépend de quoi ?

Ça dépend si, normalement si j'ai cliqué sur la recommandation là c'est parce que c'est celle-là qui m'intéresse après c'est vrai que si à côté c'est quand même intéressant, je peux jeter un coup d'œil aux autres recommandations mais de base normalement c'est parce que j'ai cliqué sur celui qui m'intéresse... parce que oui, si, normalement j'ai cliqué sur celui qui m'intéresse.

Donc ça peut être par exemple, avec l'exemple du téléphone, ça peut être d'autres téléphones ou des coques, chargeurs ou alors des choses qui n'ont rien avoir du genre voyage etc.

Et qu'est-ce que je ferais là ?

Oui, est-ce que tu restes sur la recommandation...

Si je cherche un téléphone, je regarderai les téléphone, pas les coques, ni voyages etc.

Ok, donc ce qui a un lien ?

Les trucs similaires mais pas les accessoires.

As-tu quelque chose à ajouter ?

Non.

Ce questionnaire est maintenant terminé, merci pour ta collaboration et le temps que tu m'as consacré. Si tu le veux, je te transmettrai les résultats de ma recherche.

Interview 10

Bonjour, je m'appelle Marie-Charlotte Paindavoine et je suis étudiante en master 2 en ingénieur de gestion à l'UCLouvain FUCaM Mons. Dans le cadre de mon mémoire, je dois réaliser plusieurs interviews. Je te remercie pour le temps que tu me consacres. Ce questionnaire durera environ 30 minutes.

As-tu des questions ?

Non.

Donc on va tout de suite passer à la première question : est-ce que tu peux te présenter brièvement ?

Donc j'ai 28 ans, j'habite Rebaix et je suis papa de deux petits garçons, voilà.

Quelle est ta profession ?

Je suis fonctionnaire, je travaille à l'Administration Communale d'Ath depuis 4 ans et je m'occupe de la partie volet stationnement et traitement.

Ok, est-ce que tu peux me donner quelques achats que tu as l'habitude de faire ?

Des achats... Niveau quotidien ?

Par exemple la grande distribution, quelles marques tu as l'habitude d'acheter, quels magasins ?

Pour ce qui est achat du quotidien, on va principalement au Colruyt, et alors on achète tout ce qui est produit alimentaire et alors hygiène tandis que pour ce qui est boisson et alors produits d'entretien, on va principalement en France, à Auchan.

Et quelles marques par exemple tu achètes au Colruyt ?

Au Colruyt, par exemple on achète pas mal de produits de la marque Boni, voir Everyday et alors on achète pour certaines choses des produits de marques comme le Coca, on prend du Coca-Cola, la bière, la Jupiler, qu'est-ce qu'on prend d'autre... Je réfléchis, tout ce qui est produit d'hygiène, on prend des marques donc savon voilà...

Ok. Est-ce que tu sais ce qui se cache derrière le concept de « Système de recommandation » ?

Systèmes de recommandation... recommandé par les grandes marques, c'est ça ?

Alors en fait de nombreuses entreprises, que ce soit en ligne ou hors ligne utilisent tes données personnelles et suivent ton comportement afin de te proposer des produits et/ou des services susceptibles de t'intéresser : connaissais-tu cette pratique ?

D'une certaine manière, avec les enquêtes qu'on reçoit de temps à autre ou des fois sur les réseaux sociaux, ils étudient notre comportement d'achat, par exemple quand on va cliquer sur un site de voyage, on a toutes des annonces pour des voyages ou autre quoi.

Donc, je vais te montrer plusieurs exemples de recommandations : ici, dans la publicité Colruyt, en plus du feuillet publicitaire normal avec les dernières promotions et/ou nouveautés, c'est un feuillet avec la mention « sélection pour vous ». J'ai d'autres exemples en ligne : ici, pour Facebook, ce sont des recommandations d'amis par exemple. Là, sur YouTube, il y a une recommandation sur le côté de Booking. Là, c'est quand je jouais sur mon smartphone qu'une recommandation est apparue sous forme de pop-up. Là, c'est aussi sur YouTube mais cette fois la recommandation apparaît sur la vidéo. Ici, sur Messenger. Là, de nouveau des recommandations Booking et Axa qui apparaissent sur un site. Sur le côté d'une page Facebook. Là, toujours sur Facebook mais dans le fil d'actualité, « évènement recommandé » par exemple. Enfin, en général sur les sites ou les réseaux sociaux, il y a toujours une catégorie où il est marqué « pour vous » : ici, nous avons des titres recommandés sur Spotify ; ici, on a un exemple sur Instagram mais il y a aussi Zalando : « les meilleures offres pour vous » ; et ici, c'est le site de La Une : « notre sélection pour vous ».

Donc voilà, c'étaient des exemples. Par rapport à ces exemples, quelle est votre réaction face à ces recommandations et aux recommandations en général ?

D'une certaine manière, on se sent épié de nos faits et gestes et alors ils nous incitent à acheter des produits qui peuvent correspondre à nos attentes mais dans certains cas ce ne sont pas des choses qu'on aurait achetées naturellement et qu'on nous incite à acheter. Je ne sais pas comment... ce sont principalement des achats... quand on prend l'exemple de la recommandation papier du Colruyt, il y a quelques articles, pour les regarder chaque semaine, il y a quelques articles qu'on achète régulièrement mais il y a d'autres articles qu'on n'achète jamais et ils se retrouvent pourtant dans les recommandations, donc on essaie de spécifier des choses pour une personne mais on en glisse d'autres qu'on veut faire vendre plus facilement quoi.

Donc c'est plutôt une réaction négative ?

Pas négative parce que c'est quand même une publicité personnalisée, les produits qu'on achète plus souvent, on voit plus facilement s'il y a une réclame dessus, par exemple quand je prends l'exemple du Colruyt, savoir si... j'ai regardé pour l'instant des machines à coudre pour le cadeau d'anniversaire de ma maman, je voyais des pubs de produits similaires, par exemple sur Google quand on recherche un article, on a, à chaque fois, des pages qui s'ouvrent également avec des recommandations d'autres...

Donc c'est plus intrusif ?

Il y a une certaine partie d'intrusif mais... D'une autre ça permet de voir... quand je prends l'exemple du Colruyt, les produits qu'on achète au quotidien et qui permettent de faire des provisions à ce moment-là, ça peut être intéressant dans certains cas.

Donc si je comprends bien d'un côté la facilité d'avoir les produits qu'on a l'habitude d'acheter...

Oui.

Et de l'autre...

Le caractère intrusif quoi.

Ok. Et donc ma prochaine question c'est, qu'est-ce que tu penses de la personnalisation justement dans les recommandation ? Donc c'est une question de facilité ?

Pour le consommateur c'est plus facile de lui soumettre des publicités qui pourraient l'intéresser que de lui mettre des publicités qui sont plus variées et qui ne l'intéresseraient peut-être pas du tout, ça sert par exemple à rien de mettre pour un adolescent, des publicités pour un Stana ou quelque chose comme ça, ça permet de diminuer le coût de la publicité pour le même temps de... aller... de consultation ou quoique ce soit quoi donc pour le publicitaire c'est plus intéressant.

Donc du côté de l'entreprise tu penses ?

Oui, pour la personne, de temps en temps c'est vrai que ça... on n'avait peut-être pas spécialement envie d'acheter telle chose et quand on voit une pub arriver on se dit « oh pourquoi pas acheter cette chose-là, pourquoi pas acheter cette dernière paire de baskets ou quoi ».

Et est-ce que tu penses que des individus peuvent être influencés par les systèmes de recommandation ?

Ça c'est certain.

Certain ?

Oui.

Tu as un exemple ?

Un exemple comme ça... Il y a des personnes qui sont plus, moins critiques et qui voient une offre par exemple à -50% alors que le prix de base a été diminué parce que ça a été recommandé, aller, ils sautent dessus quoi et comment dire... des fois il y a des produits qu'on n'a pas spécialement envie d'acheter, je prends l'exemple de ma compagne, s'il y a une pub d'une paire de chaussures, elle va être tentée ou quoique ce soit.

Je réalise, dans le cadre de mon mémoire, une étude pour comprendre dans quelle mesure les recommandations sont acceptées par les utilisateurs, par accepter j'entends l'achat quand il s'agit d'un produit ou d'un service et acceptation quand il s'agit d'une vidéo, d'un ami sur Facebook, etc.

Lorsque tu es face à des recommandations, quels sont les éléments que tu juges important ?

Si ce sont des produits que je pourrais... dont j'ai besoin...

Le besoin ?

Je ne vais pas acheter quelque chose, même si ça me plaît, si je n'en ai pas le besoin, j'essaie de limiter les achats compulsifs et ça c'est vrai que... ces fameuses recommandations c'est pour favoriser les achats compulsifs.

D'accord. Si on reprend les exemples que je t'ai montrés de recommandations, qu'est-ce que tu peux me dire sur l'aspect de celles-ci ?

En fait, ces recommandations, quand on prend l'exemple sur Facebook, c'est que... on dirait que ça fait partie de la page d'accueil, on... elles sont fondues dans le décor pour faire semblant que ce n'est pas de la pub d'une certaine manière et ça, des fois... c'est des fois plus difficile de comprendre que c'est une publicité alors que c'en est une dans le fond.

Donc pour toi, l'endroit de la recommandation pourrait avoir une influence ?

Oui, quand on a une recommandation papier comme par exemple celle ici de Colruyt, on sait que c'est une publicité. Par contre sur le fil Facebook, des fois on peut croire que c'est un élément qui est apparu comme ça sur le fil d'actualité. Exemple, sur le site Auvio, dont on a vu un exemple, les recommandations c'est fait pour inciter à aller voir d'autres vidéos qui correspondent au profil que l'on a quoi, qu'on n'irait pas spécialement rechercher mais comme elles sont recommandées, on a envie d'aller voir.

Et donc toi, est-ce que tu es attiré plus par une que par une autre plus au niveau du visuel ?

Au niveau d'une pub visuel, on est plus critique parce qu'on sait que c'est de la pub, tandis qu'une recommandation on se laisse plus facilement influencer je pense qu'au niveau d'une publicité qui est claire quoi. C'est mon point de vue.

Ok. Et est-ce que tu préfères les recommandations en ligne ou les recommandations papier ?

Préfère... Il y en a plus en ligne, elles sont plus fondues dans le décor mais c'est vrai qu'une recommandation papier ici, comme au Colruyt... par réflexe je regarde les petites, comment on dit les petites gazettes et je regarde ça aussi également quoi.

D'accord. Les recommandations se font dans tous les domaines donc comme on a vu réseaux sociaux, grande distribution, banques, voyages, etc. Dans quels domaines trouves-tu que les recommandations sont les plus utiles ?

Les plus utiles... Je dirais peut-être dans tout ce qui est habillement par exemple, sur les sites quand on va sur Zalando ou autres, il y a toujours des articles qui pourraient correspondre en fonction des profils d'acheteur et ça des fois, ça peut être plus utile parce que ça correspond à ton style et des personnes qui ont plus ou moins le même style que le tien ont acheté donc c'est peut-être plus intéressant à ce niveau-là.

Est-ce que « l'effort » a un impact sur l'acceptation de la recommandation ? Accepter un ami sur Facebook est différent d'accepter une recommandation de prêt bancaire par exemple.

J'ai du mal à saisir...

Donc je dis, est-ce que l'effort a un impact, donc l'effort c'est accepter un ami ça n'a pas forcément d'impact...

Ça n'a pas d'importance...

Ou on a vu une recommandation de BNP par exemple...

Ça a son influence parce qu'aller, on ne va pas accepter... il faut être critique envers ce que l'on a et ne pas accepter des choses...

Donc quand même réfléchir, regarder etc. ?

Oui, il faut avoir son esprit critique, c'est comme dans toute chose, comme dans les médias ou n'importe quoi, il faut à chaque fois avoir un regard critique sur ce qu'on nous dit.

Alors maintenant, je vais te demander quelle est ta définition de la confiance ?

La confiance... c'est... au niveau marketing ?

La confiance de manière générale.

Confiance... je dirais sincérité... le fait de ne pas tromper, le fait de ne pas cacher, de...

Pourquoi fais-tu confiance à certaines marques ou certaines entreprises par exemple ?

On fait plus facilement confiance à une marque qui est entre guillemets, qu'on a déjà eu l'occasion d'essayer ou alors une marque que d'autres personnes nous ont recommandé. C'est vrai que plus on voit souvent une marque, plus on a tendance à avoir confiance en celle-ci puisqu'elle est présente partout.

Plus tu la vois, plus c'est synonyme de confiance pour toi ?

Non c'est vrai que peut-être pas.

Essayer une chose c'est la meilleure façon d'avoir confiance.

Juger par toi-même ?

Oui.

Ok et donc est-ce que tu ferais attention à des recommandations qui proviennent de marques ou entreprises envers lesquelles tu n'as pas forcément confiance ?

Souvent c'est vrai que si on a un apriori négatif envers une marque qu'on avait déjà eu une mauvaise expérience, il y a beau avoir une recommandation, on va moins être sensibilisé à celle-ci.

Ok. Tu m'as dit tantôt que tu achetais du Coca, le système de recommandation te propose une bouteille de Pepsi, quelle est ta réaction ?

Je suis habitué avec une telle marque, j'ai beau avoir cinquante pubs de Pepsi, cinquante recommandations, j'ai une relation de confiance avec la bouteille que j'utilise actuellement, je ne vais pas changer parce qu'on m'incite par des recommandations à aller vers une autre marque.

Donc les recommandations n'auront aucune influence ?

Je dirais non. Aucune je ne dirais pas, mais à 95% elles n'auraient pas d'influence.

Et donc les 5% ?

L'article comme le Coca c'est une habitude mais par exemple un gel douche, j'aurais peut-être envie d'essayer une fois un autre gel douche que je n'ai pas spécialement l'habitude d'acheter parce qu'aller, parce que telle personne m'a dit que c'était bien ou quoique ce soit.

Ok. Alors maintenant encore avec l'exemple de la bouteille de Coca, si le système de recommandation te dit « Cette bouteille de Coca vous a été proposée parce que nous avons identifié dans votre comportement d'achat que vous en achetiez chaque semaine ». Qu'en penses-tu ?

Il y a une partie d'intrusif, le fait qu'on étudie mes comportements d'acheteur, ça d'une certaine manière, ça me dérange parce que c'est s'immiscer un petit peu dans ma vie privée et ça d'une certaine manière, ça me, je ne vais pas me dire ça me choque un petit peu mais d'une autre, c'est vrai, j'ai acheté du Coca et on peut me proposer de la pub.

Donc toi à cause de cette explication qui est donnée à côté, tu te rends compte que c'est un peu intrusif que les entreprises étudient ton comportement d'achat etc. ?

D'une certaine manière oui, c'est vrai qu'on constate l'intrusion dans la vie privée.

L'explication à côté ne change rien ? Ils pourraient te proposer juste la bouteille de Coca ou là ils te disent la bouteille de Coca, parce que, donc ils t'expliquent.

C'est vrai que d'une certaine manière, c'est... on va dire que je serais un petit peu peut-être plus attentif parce qu'on se dit que ce sont des produits qui ont été fait spécialement pour moi, qui... d'une certaine manière, il y a une volonté de la part de l'entreprise de me proposer des produits que je pourrais acheter donc ça c'est vrai que ça pourrait être intéressant mais il y a d'une autre le caractère intrusif. Il y a à boire et à manger comme dans toute chose quoi.

D'accord. Alors maintenant, est-ce que tu fais attention à la petite phrase sur les cookies qui apparaît en général sur tous les sites qu'on consulte à l'heure actuelle ? Est-ce que tu la lis, est-ce que tu cliques dessus pour en savoir plus ?

Non bien souvent, je la clique le plus rapidement possible.

Tu la fermes ?

Je la ferme.

Donc tu ne vas pas voir ?

Je la ferme sans spécialement lire.

Tu ne vas pas voir comment tes idées sont utilisées etc. ?

Non.

J'ai un autre exemple ici, Facebook a sorti un spot pour expliquer en fait pourquoi certaines pubs sont proposées, comment les données personnelles sont utilisées etc. qu'est-ce que tu penses de ça ?

Le fait qu'on m'explique pourquoi on fait de la publicité sélective, c'est ça ?

Là il y a une explication de pourquoi tu vois certaines pubs qui apparaissent justement sur ton fil d'actualité, comment ils prennent tes données, il y a vraiment l'explication de tout.

Ça explique quelles sont les informations que Facebook peut utiliser sur notre vie privée ?

Ils t'expliquent un peu, oui, comment ils récoltent tes données en fait pour te proposer du contenu qui pourrait t'intéresser et ils expliquent que tu as ton mot à dire sur les pubs que tu vois, que tu peux changer certaines choses etc. Qu'est-ce que tu penses de l'explication ?

D'une certaine manière je trouve que c'est bien parce que ça permet de se rendre compte de comment sont exploitées les données que l'on a, ça permet de rendre plus clair le fait qu'on analyse les comportements de chacun, maintenant ça ne retire en rien du fait, même si on nous l'explique, ça ne retire en rien du fait que c'est un petit peu intrusif.

Alors maintenant si je te parle de diversité de produits, qu'est-ce que cela veut dire pour toi ?

Diversité des produits... je... diversité des produits dans quel contexte ?

Dans n'importe quel contexte, n'importe quel domaine, qu'est-ce que ça t'évoque la diversité ?

Les styles différents, je ne sais pas, je... soit... dans l'habillement, j'ai du mal à comprendre.

Après la diversité c'est fort subjectif, donc ça peut être un même produit sous plusieurs marques mais ça peut être aussi Zalando qui propose toutes des vestes de couleurs différents ou alors une veste, un tee-shirt, un pantalon etc. Est-ce que c'est important pour toi de ne pas toujours te voir proposer la même chose.

Par exemple quand je recherche après, quand j'ai besoin d'acheter un jeans, je préfère avoir des recommandations que de jeans plutôt qu'avoir des recommandations de produits différents dont je n'ai pas besoin.

Donc ce n'est pas une dimension qui est importante dans le cadre des systèmes de recommandation pour toi, quand tu veux quelque chose, tu préfères avoir des propositions les mêmes...

Maintenant c'est une volonté de faire acheter autre chose que ce qu'au début la personne a besoin donc c'est peut-être plus... ça peut tenter, ça peut donner lieu à des achats compulsifs qui ne sont pas prévus au départ quoi.

Ok. Alors j'ai encore un autre exemple : imaginons que tu viens de réserver un vol pour Dublin et que le système de recommandation te propose un hôtel à Paris : comment réagis-tu ?

Ça ne me sert à rien...

Donc tu aurais préféré avoir une autre recommandation ?

J'aurais préféré quelque chose à Dublin puisque je vais à Dublin, le fait d'aller à Paris...

Et la recommandation qui est proposée donc pour un hôtel à Paris, ça ne te donne pas des idées, pour éventuellement plus tard te dire « ah tiens je vais aller à Paris » ?

Éventuellement, ça peut donner des idées mais... oui pour un voyage ultérieur mais ça ne va pas me donner envie d'acheter sur le moment même.

Et donc, est-ce que les recommandations t'ont déjà aidé à découvrir des choses par hasard, des choses auxquelles tu ne t'attendais pas du tout ?

Des fois il y a des produits similaires qu'on ne retrouve pas par un manque de stock ou n'importe quoi et que par recommandation on peut retrouver un produit qui correspond plus ou moins à notre besoin et dont on a besoin.

Donc c'est...

Toujours dans la même gamme de produits que je recherche.

Tu n'as jamais découvert des choses par hasard ?

C'est un produit que je n'achète pas habituellement mais comme j'ai besoin par exemple d'huile, comme on m'a recommandé une huile à côté et comme celle que j'achète habituellement n'est pas là, je vais plus facilement être tenté d'acheter ce qui m'a été recommandé.

Donc c'est toujours dans ce que tu cherchais ? Donc tu faisais une recherche et au final par des recommandations etc. tu es arrivé sur quelque chose complètement...

Je pense que ça se fait de manière sournoise et on ne s'en rend pas spécialement compte au moment même... donc... je ne vois pas comme ça, j'essaie toujours de contrôler, je ne suis pas un grand acheteur mais j'essaye de toujours contrôler, mes achats.

Alors, question suivante, est-ce que tu es sensible aux promotions de manière générale ?

Oui les promotions ça... par exemple quand il y a des réductions sur un article que j'achète, j'en prends en plus grande quantité pour avoir une réduction plus importante.

Est-ce que tu es plus sensible à un moment ou à un autre aux promotions ou plus dans un secteur que dans un autre ?

Dans le secteur alimentaire.

Et est-ce que c'est un facteur qui est important pour toi dans les recommandations ? Donc si tu avais une recommandation où il y a une promotion, est-ce que y ferais plus attention ? Est-ce que ça te permettrait d'accepter plus cette recommandation ?

Oui.

Alors maintenant qu'est-ce que tu fais quand tu es face à ou que tu viens de cliquer sur une recommandation ?

J'aime bien comparer.

Quand tu es sur internet et que tu as une recherche précise à faire, qu'est-ce que tu fais ? Est-ce que tu peux me décrire les étapes ?

J'ouvre google, je tape les mots-clés, je ne prends pas les premiers liens sponsorisés, je vais dans ceux d'après.

Et est-ce que quand tu as une recherche précise à faire, tu vas droit au but ou tu as tendance à être facilement distrait par ces recommandations justement qui apparaissent un peu partout ?

Plus droit au but.

Imaginons maintenant que tu aies cliqué sur une recommandation et es prêt à l'accepter, acheter le produit s'il s'agit d'un produit, d'autres recommandations apparaissent sur ton écran : comment réagis-tu ?

Si ce sont des produits qui peuvent aller avec, par exemple je reprends la machine à coudre, j'étais tenté d'acheter les produits qu'on me proposait et qui allaient avec mais sinon je ne pense pas spécialement.

As-tu quelque chose à ajouter ?

Non.

Ce questionnaire est maintenant terminé, merci pour ta collaboration et le temps que tu m'as consacré. Si tu le veux, je te transmettrai les résultats de ma recherche.

Interview 11

Bonjour, je m'appelle Marie-Charlotte Paindavoine et je suis étudiante en master 2 en ingénieur de gestion à l'UCLouvain FUCaM Mons. Dans le cadre de mon mémoire, je dois réaliser plusieurs interviews. Je te remercie pour le temps que tu me consacres. Ce questionnaire durera environ 30 minutes.

As-tu des questions ?

Non.

Donc on va tout de suite passer à la première question : est-ce que tu peux te présenter brièvement ?

J'ai 22 ans, étudiant en marketing, je viens de la région de Charleroi.

D'accord, est-ce que tu peux me donner quelques achats que tu as l'habitude de faire ?

Essentiellement de la nourriture, de l'alcool, oui principalement ça.

Est-ce qu'il y a des marques que tu achètes tout le temps, dont tu ne pourrais pas te passer ?

Oui. Oui, largement. Souvent les moins chères.

Donc par exemple au Colruyt la marque...

Distributeur, oui, Boni...

Et il n'y a pas de marques ?

Non.

Par exemple Coca, Nutella ?

Pas du tout.

Et par exemple l'eau que tu bois, ce n'est pas toujours la même eau ?

La marque blanche.

Ok. Est-ce que tu sais ce qui se cache derrière le concept de « Système de recommandation » ?

Pas du tout.

De nombreuses entreprises, que ce soit en ligne ou hors ligne utilisent tes données personnelles et suivent ton comportement afin de te proposer des produits et/ou des services susceptibles de t'intéresser : connaissais-tu cette pratique ?

Oui.

Donc, je vais te montrer plusieurs exemples de recommandations : ici, dans la publicité Colruyt, en plus du feuillet publicitaire normal avec les dernières promotions et/ou nouveautés, c'est un feuillet avec la mention « sélection pour vous ». J'ai d'autres exemples en ligne : ici, pour Facebook, ce sont des recommandations d'amis par exemple. Là, sur YouTube, il y a une recommandation sur le côté de Booking. Là, c'est quand je jouais sur mon smartphone qu'une recommandation est apparue sous forme de pop-up. Là, c'est aussi sur YouTube mais cette fois la recommandation apparaît sur la vidéo. Ici, sur Messenger. Là, de nouveau des recommandations Booking et Axa qui apparaissent sur un site. Sur le côté d'une page Facebook. Là, toujours sur Facebook mais dans le fil d'actualité, « événement recommandé » par exemple. Enfin, en général sur les sites ou les réseaux sociaux, il y a toujours une catégorie où il est marqué « pour vous » : ici, nous avons des titres recommandés sur Spotify ; ici, on a un exemple sur Instagram mais il y a aussi Zalando : « les meilleures offres pour vous » ; et ici, c'est le site de La Une : « notre sélection pour vous ».

Donc voilà, c'étaient des exemples. Par rapport à ces exemples, quelle est votre réaction face à ces recommandations et aux recommandations en général ?

Je jette toujours un coup d'œil parce que je me dis que justement si c'est pour moi ça peut être intéressant mais ça l'est rarement.

Ça l'est rarement ? Tu ne trouves jamais...

Si, ça dépend en fait pour quoi, par exemple, tu me montrais l'exemple de YouTube, YouTube ça fonctionne rarement, sur Facebook aussi il y a des choses je ne sais pas d'où ça sort, maintenant effectivement quand j'avais déjà vu une page comme ça « « sélection pour vous », ça oui, ça, ça marche bien par rapport aux magasins etc.

Ok. Et donc ma question suivante c'est qu'est-ce que tu penses de la personnalisation justement dans les recommandation ?

Ça peut être intéressant, moi ça ne me dérange absolument pas.

Mais donc, toi tu préfères quand c'est personnalisé que quand ça ne l'est pas ?

Oui.

Sinon ça ne sert à rien ?

Oui c'est sûr.

Ok. Est-ce que tu penses que des individus peuvent être influencés par les systèmes de recommandation ?

Dans quel sens ?

Est-ce qu'ils peuvent être influencés par des recommandations qui sont proposées à l'utilisateur...

Oui, largement.

Pourquoi ?

Forcément à partir du moment où on dit que c'est une sélection pour nous on a plus tendance à se dire, à être d'accord, à se pencher sur l'histoire, à y faire plus attention et à être d'accord avec.

Donc c'est le « sélection pour vous » qui toi t'influencerait ?

Oui.

Ok. Je réalise, dans le cadre de mon mémoire, une étude pour comprendre dans quelle mesure les recommandations sont acceptées par les utilisateurs, par accepter j'entends l'achat quand il s'agit d'un produit ou d'un service et acceptation quand il s'agit d'une vidéo, d'un ami sur Facebook, etc.

Lorsque tu es face à des recommandations, quels sont les éléments que tu juges important ?

La pertinence, principalement, si ça me correspond ou pas... voilà.

D'accord. Si on reprend les exemples que je t'ai montrés de recommandations ou les recommandations auxquelles tu as déjà été confrontées, qu'est-ce que tu peux me dire sur l'aspect de celles-ci ? Est-ce que tu es attiré plus par une que par une autre plus au niveau du visuel ?

C'est... en général c'est plutôt discret, c'est... faut y faire attention je trouve, on les survole facilement sauf dans ce cas-ci où tu as vraiment une page qui est dédiée mais comme sur Facebook par exemple dans un petit coin et quand c'est un bandeau qui passe une pub, on ne se dit pas forcément, on ne fait pas attention que c'est vraiment personnalisé ou quelque chose dans le genre.

Ok, donc j'allais te demander si l'endroit où la recommandation apparaît, toi ça t'importe ? Donc si par exemple on a vu sur YouTube des recommandations qui apparaissent en plein milieu de la vidéo ou alors sur le côté.

Oui largement, par exemple sur le côté de la vidéo, je vais y faire attention sans plus. Si une pub atterri en plein milieu de mon écran, je vais la zapper sans même y faire attention parce que ça me dérange.

Ok donc parce que ça te dérange tu ne vas pas y prêter attention tandis que si c'est sur le côté tu peux y aller toi-même ?

Oui.

Ok. Et est-ce que tu préfères les recommandations en ligne ou les recommandations papier ?

Tant qu'à y être les recommandations en ligne, c'est plus écologique.

D'accord. Les recommandations se font dans tous les domaines donc comme on a vu réseaux sociaux, grande distribution, banques, voyages, etc. Dans quels domaines trouves-tu que les recommandations sont les plus utiles ?

Dans les domaines où on a tendance à perdre du temps, à chercher justement un produit en particulier, par exemple dans la grande distribution, au moins quand on a une sélection ainsi qui est faite, on a tous les produits qu'on a l'habitude d'acheter qui sont devant nous et c'est fait plus rapidement. Même chose pour Facebook, au lieu de chercher des amis etc., passer du temps, on te les recommande directement.

Donc ce qui te permettrait de gagner du temps.

Oui, voilà.

**Est-ce que « l'effort » a un impact sur le fait que tu acceptes une recommandation ?
L'effort j'entends, accepter un ami sur Facebook, ce n'est pas la même chose que par exemple décider d'acheter un smartphone sur base d'une recommandation.**

Oui.

Est-ce que c'est différent pour toi ?

C'est une décision plus importante dans ton exemple d'acheter un smartphone que d'accepter quelqu'un sur Facebook. Je viens à recevoir une recommandation pour un smartphone, je vais prendre le temps de regarder, d'y faire attention, je vais aller voir des avis etc. J'ai une proposition d'ami sur Facebook, j'accepte ou je ne l'accepte pas c'est tout.

Donc tu te renseignes plus quand il y a de l'argent en jeu ?

Voilà c'est ça.

Ok. Alors maintenant, je vais te demander quelle est ta définition de la confiance de manière générale ?

De la confiance... quelque chose dans lequel je peux avoir confiance c'est justement où je vais accepter les yeux fermés sans même prendre le temps de me renseigner sur ces différentes caractéristiques ou si c'est vrai si ce n'est pas vrai.

Pourquoi fais-tu confiance à certaines marques ou certaines entreprises par exemple ?

Parce que j'ai déjà une expérience avec elles, je sais que je peux leur faire confiance.

Ok et donc est-ce que tu ferais attention à des recommandations qui proviennent de marques ou entreprises envers lesquelles tu n'as pas forcément confiance ?

Je pourrais y faire attention mais je serais plus prudent à ce moment-là.

Donc tu te renseignes plus mais tu ne la zappes pas ?

Non pas forcément.

Alors maintenant, tu m'as dit que t'achetais par exemple de l'eau de la marque Colruyt et les systèmes de recommandation te proposent une eau d'une autre marque, quelle est ta réaction ?

Je n'y ferais pas attention, tout simplement.

Parce que tu restes...

Parce que j'ai l'habitude vraiment à ce niveau-là de prendre le... pour de l'eau par exemple, je prends le produit le moins cher tout simplement et c'est comme ça pour beaucoup de...

Donc c'est pour une question de prix ? Mais si tu es fidèle vraiment à quelque chose et qu'on te propose l'équivalent au même prix mais d'une autre marque.

Non si je suis vraiment fidèle, je resterais fidèle, faudra vraiment qu'il y ait une grosse différence pour m'attirer autre part.

Alors maintenant j'ai encore un exemple, si les systèmes de recommandation te disent : « Ce pack d'eau vous a été proposé parce que nous avons identifié dans votre comportement d'achat que vous en achetiez chaque semaine ». Qu'en penses-tu ?

C'est normal, enfin c'est le principe même de la sélection.

Donc pour toi c'est normal ?

Oui.

Et qu'est-ce que tu penses de l'explication qui est donnée à côté ? Donc j'ai un autre exemple avec des films par exemple, soit on te propose un film comme ça et tu te demandes pourquoi ou alors on te propose le film et on te dit « ce film vous a été proposé parce nous avons vu que vous avez aimé tel autre film ». Qu'est-ce que tu penses de l'explication qui est donnée à côté ?

Ça permet justement de comprendre, de comprendre ce qui est mis en place, pourquoi on te propose justement de prendre ça et... avec une explication à côté, j'aurais tendance à plus être d'accord, à plus croire ce qu'ils me disent que si on me balance ça d'un coup.

Donc c'est une petit plus ?

Oui voilà.

D'accord. Alors maintenant, est-ce que tu fais attention à la petite phrase sur les cookies qui apparaît en général sur tous les sites qu'on consulte à l'heure actuelle ?

En quoi ils ont changé leurs termes et conditions ?

Non c'est la petite phrase... je vais te montrer donc par exemple ici c'est un site quelconque, la petite phrase qui apparait ici en bas.

On l'a lue une fois, après c'est toujours la même...

Elle peut apparaitre dans le bas comme ça, donc tu n'es pas obligé de cliquer sur « ok » ou « en savoir plus » et tu peux continuer sur le site mais il est bien marqué que si tu continues sur le site c'est que tu acceptes les cookies. Et alors elle peut apparaitre...

Parfois on n'a pas le choix.

Comme ça en plein milieu de l'écran, est-ce que, ça t'arrive dans un cas ou dans l'autre d'appuyer sur « en savoir plus » ?

Non.

Jamais ?

Non, parce que je sais ce que c'est et ça ne me dérange pas, voilà.

Donc si tu cliques sur « en savoir plus », tu as une explication de comment tes données sont utilisées etc. J'ai un autre exemple ici, Facebook a sorti un spot pour expliquer en fait pourquoi certaines pubs sont proposées, comment les données personnelles sont utilisées etc. qu'est-ce que tu penses de ça ?

C'est bien parce qu'effectivement, il y a des gens qui ne doivent pas savoir ce que c'est, qui peuvent s'interroger, leur vie privée, tout ça, à quel point elle est, enfin c'est surveillé ou autre mais moi personnellement, je sais à quoi servent ces données et je n'ai pas besoin de lire toutes ces informations.

Donc tu t'en fous parce qu'à la base tu sais déjà...

Oui à la base je sais déjà...

Et ça ne te dérange pas ?

Non du tout.

Alors maintenant si je te parle de diversité de produits, qu'est-ce que cela veut dire pour toi ?

Beaucoup de marques.

Est-ce que c'est une dimension importante pour toi dans le cadre des systèmes de recommandation, donc ne pas toujours avoir la même chose qui est proposé ?

Plus on a de marques, plus on a de chance d'avoir des différences, que ce soit au niveau du produit en lui-même, du prix etc. donc oui.

Après la diversité c'est fort subjectif, donc ça peut être un même produit sous plusieurs marques comme tu l'as dit mais ça peut être aussi Zalando qui propose toutes des vestes de couleurs différentes ou alors une veste, un tee-shirt, un pantalon etc. Est-ce que c'est important pour toi de ne pas toujours te voir proposer la même chose.

Oui c'est toujours agréable d'avoir du changement.

Ok. Alors j'ai encore un autre exemple : imaginons que tu viens de réserver un vol pour Dublin et que le système de recommandation te propose un hôtel à Paris : comment réagis-tu ?

Je me dis que ça marche très mal.

Donc tu aurais préféré avoir une autre recommandation ?

Un hôtel pour Dublin oui.

Et la recommandation qui est proposée, donc pour un hôtel à Paris, ça ne te donne pas des idées pour un futur voyage ?

Si je vois ça, forcément, je vais aller voir sur le site pour un hôtel à Dublin, je me dis juste que ça a mal marché à la base...

Mais est-ce que tu ne te dis pas, « la prochaine fois je partirais bien à Paris » ?

Ah oui dans ce sens-là... Non. Pas du tout.

J'ai un exemple dans l'alimentaire, imaginons, tu viens d'acheter un paquet de pâtes et le système de recommandation te propose des gnocchis, tu ne vas pas manger les deux en même temps, tu aurais peut-être voulu avoir une sauce mais est-ce que les gnocchis ne te donnent pas des idées pour un futur repas ?

Si, là oui, dans ce sens-là oui.

Donc ça dépend de...

Ça dépend du domaine oui.

Si c'est plus...

Des petits achats, oui.

Et donc est-ce que les recommandations t'ont déjà aidé à découvrir des choses par hasard, des choses auxquelles tu ne t'attendais pas du tout ?

Oui. Je ne saurais pas te dire dans quel domaine mais oui.

Tu n'as pas un exemple ?

C'est... par exemple Décathlon, ils ont sorti une nouvelle marque, ça fait quelque temps déjà mais Domyos, qui venait de sortir, je ne la connaissais absolument pas et c'est une marque très avantageuse au niveau du prix et c'est eux qui me l'ont fait découvrir justement, je venais d'acheter quelque chose et j'ai reçu un message « vous avez acheté tel truc, venez voir notre sélection » et depuis je ne fais qu'acheter dans leur sélection quoi.

Et donc c'était positif ?

Oui.

Ok. Alors, est-ce que tu es sensible aux promotions de manière générale ?

Souvent je les trouve intéressantes mais j'en profite rarement.

C'est-à-dire ?

J'oublie. Non quand les promotions sont vraiment intéressantes, oui, je saute sur l'occasion.

Est-ce que tu es plus sensible dans un secteur que dans un autre ?

Non dès qu'il y a une promotion quelque part, je vais y faire attention mais si c'est le moment, j'y vais, si ce n'est pas le moment, tant pis mais je garderais un œil dessus en me disant que ça peut se reproduire.

Et ce n'est pas à un moment particulier non plus ?

Non, non c'est tout le temps.

Et est-ce que c'est un facteur qui est important pour toi dans les recommandations ?

Oui, oui, quitte à me faire recommander un produit, autant que ce soit le produit qui soit en promotion à ce moment-là.

Alors maintenant qu'est-ce que tu fais quand tu es face à ou que tu viens de cliquer sur une recommandation ?

Comment ça ?

Donc, tu as une recommandation qui est apparue sur ton écran, tu l'as trouvée pertinente et tu cliques dessus, après que fais-tu ?

Je regarde l'offre, je vais très rarement en profiter sur le moment-même, enfin je...

Pas forcément des produits à acheter, ça peut être un film, une vidéo...

Dans tous les cas je vais souvent ouvrir le truc pour le regarder plus tard, je ne vais pas en profiter sur le coup.

Ok donc tu gardes...

Je garde en mémoire ou...

Ok. Quand tu es sur internet et que tu as une recherche précise à faire, qu'est-ce que tu fais ? Est-ce que tu peux me décrire les étapes ?

J'ouvre Google et je tape mes mots-clés dans la barre de recherche.

Et après ?

Je prends le premier site en évitant les annonces qui sont tout en haut.

Et est-ce que quand tu as une recherche précise à faire, tu vas droit au but ou tu as tendance à être facilement distrait par ces recommandations justement qui apparaissent un peu partout ?

Ça dépend, si, si vraiment je sais où je veux aller, non je vais aller tout de suite, si par exemple je m'intéresse à un produit que justement je ne connais pas trop, je cherche des infos etc. Là, je vais me balader un peu plus dans les différentes annonces, les différents sites, justement pour ramasser le plus d'infos possible.

Imaginons maintenant que tu aies cliqué sur une recommandation et es prêt à l'accepter, acheter le produit s'il s'agit d'un produit, d'autres recommandations apparaissent sur ton écran : comment réagis-tu ?

Au bout d'un moment, ça devient trop quoi. Si je suis sur internet, c'est soit que je suis là pour me divertir, soit que je cherche une info en particulier donc j'aime bien rester concentrer sur ce que je fais.

Imaginons qu'une recommandation de smartphone te soit proposée, tu as cliqué dessus et donc dans les autres recommandations qui apparaissent, ça peut être des autres smartphones, des produits complémentaires comme coques, chargeurs etc. ou alors ça peut être tout à fait autre chose, voyage etc. Tu ne ferais pas du tout attention à toutes ces recommandations ?

Si par exemple, comme tu dis pour un smartphone, si je vois protection de smartphone, écran, vu ce que je fais subir à mes smartphones, oui je vais m'intéresser au truc, forcément. Maintenant si je suis sur le smartphone et qu'il me propose un voyage là je ne ferais pas attention.

Et s'il te propose un autre smartphone ?

Ça dépend si je suis encore à la recherche d'informations ou si mon idée est fixe.

As-tu quelque chose à ajouter ?

Non.

Ce questionnaire est maintenant terminé, merci pour ta collaboration et le temps que tu m'as consacré. Si tu le veux, je te transmettrai les résultats de ma recherche.

Interview 12

Bonjour, je m'appelle Marie-Charlotte Paindavoine et je suis étudiante en master 2 en ingénieur de gestion à l'UCLouvain FUCaM Mons. Dans le cadre de mon mémoire, je dois réaliser plusieurs interviews. Je te remercie pour le temps que tu me consacres. Ce questionnaire durera environ 30 minutes.

As-tu des questions ?

Non.

Donc on va tout de suite passer à la première question : est-ce que tu peux te présenter brièvement ?

J'ai 20 ans, je suis actuellement des études d'assurance à Condorcet à Mons.

Ok, est-ce que tu peux me donner quelques achats que tu as l'habitude de faire ?

En général ?

L'alimentation ou autre...

Alimentation, vêtements...

Dans l'alimentation par exemple, quelles marque achètes-tu souvent ?

Principalement des fruits et légumes donc sans marque nécessairement, c'est plutôt aller dans certains magasins où on est plus habitué à aller que dans d'autres par exemple. Sinon, pour les bonbons, la marque Lu.

Ok. Est-ce que tu sais ce qui se cache derrière le concept de « Système de recommandation » ?

Non.

De nombreuses entreprises, que ce soit en ligne ou hors ligne utilisent tes données personnelles et suivent ton comportement afin de te proposer des produits et/ou des services susceptibles de t'intéresser : connaissais-tu cette pratique ?

Oui, j'en avais un peu entendu parler mais pas sous ce nom-là et puis de toute façon quand on voit parfois qu'on va sur Facebook, et qu'on a des propositions de publicités de certaines choses qu'on a pu justement regarder sur certains sites, c'est ce qui met la puce à l'oreille entre guillemets.

Oui. Donc, je vais te montrer plusieurs exemples de recommandations : ici, dans la publicité Colruyt, en plus du feuillet publicitaire normal avec les dernières promotions et/ou nouveautés, c'est un feuillet avec la mention « sélection pour vous ». J'ai d'autres exemples en ligne : ici, pour Facebook, ce sont des recommandations d'amis par exemple. Là, sur YouTube, il y a une recommandation sur le côté de Booking. Là, c'est quand je jouais sur mon smartphone qu'une recommandation est apparue sous forme de pop-up. Là, c'est aussi sur YouTube mais cette fois la recommandation apparaît sur la vidéo. Ici, sur Messenger. Là, de nouveau des recommandations Booking et Axa qui apparaissent sur un site. Sur le côté d'une page Facebook. Là, toujours sur Facebook mais dans le fil d'actualité, « évènement recommandé » par exemple. Enfin, en général sur les sites ou les réseaux sociaux, il y a toujours une catégorie où il est marqué « pour vous » : ici, nous avons des titres recommandés sur Spotify ; ici, on a un exemple sur Instagram mais il y a aussi Zalando : « les meilleures offres pour vous » ; et ici, c'est le site de La Une : « notre sélection pour vous ».

Donc voilà, c'étaient des exemples. Par rapport à ces exemples, quelle est votre réaction face à ces recommandations et aux recommandations en général ?

Moi je trouve que, je trouve ça parfois un peu... on se sent épié tout le temps, je veux dire les entreprises sont de plus en plus au courant de quelles pages on regarde, ce qui nous intéresse. Donc par exemple on a comme projet d'aller en voyage à Prague, on va tout d'un coup avoir une proposition d'un site de voyage par exemple qui nous dit voilà Prague telle offre intéressante pour vous, ou des trucs comme ça et du coup j'aurais tendance à dire que les entreprises cherchent de plus en plus à avoir nos informations parfois même à notre insu.

Donc pour toi c'est plus une réaction négative ?

En soi c'est positif pour l'entreprise parce qu'elle touche plus de gens mais ça peut être négatif pour les gens dont les informations sont...

Donc pour l'utilisateur, pour quelqu'un comme toi c'est plus négatif ?

Oui.

Et donc qu'est-ce qui pourrait te faire changer d'avis sur justement sur cet aspect négatif ?

Déjà une demande d'autorisation parce qu'ici, depuis quelques temps, il y a justement eu une loi qui a été faite pour que tout cela soit réglementé. Donc à chaque fois on demande à l'utilisateur voilà, « est-ce que vous êtes d'accord qu'on utilise vos informations », tandis qu'avant on n'avait pas de demande, ils utilisaient nos informations et voilà on n'avait pas vraiment de droit de véto.

Donc maintenant ça va, entre guillemets, mieux ?

Oui, c'est un peu plus réglementé, si on n'a pas envie qu'un site utilise nos informations, on n'y va pas ou alors on met non entre guillemets mais bon parfois, la bannière, entre guillemets, nous demandant d'accepter, de recevoir les cookies donc les informations qu'on peut donner à une entreprise ou quoi est tellement grande sur le site que si on ne met pas oui, on ne peut pas accéder au site justement.

Les cookies, on va en reparler par après, ici je vais te demander ce que tu penses de la personnalisation justement dans les recommandations ?

En soi c'est bien parce que c'est ciblé à chaque personne mais en soi, encore une fois, c'est l'impression d'être épié par les entreprises, par les gens qui gèrent tout ça.

Donc, d'un côté, il y a un aspect de facilité parce que c'est ciblé mais de l'autre tu te sens épiée.

Oui voilà.

Ok. Est-ce que tu penses que des individus peuvent être influencés par les systèmes de recommandation ?

Oui, oui totalement.

Pourquoi ?

Parce que justement si on cherche, reprenons l'exemple des voyages, si on cherche justement un voyage bien déterminé, qu'un site nous propose voilà tel voyage, telle promotion, on n'avait pas nécessairement remarqué, on va se dire « ah tiens, c'est intéressant, je vais aller voir ».

Ok. Je réalise, dans le cadre de mon mémoire, une étude pour comprendre dans quelle mesure les recommandations sont acceptées par les utilisateurs, par accepter j'entends

l'achat quand il s'agit d'un produit ou d'un service et acceptation quand il s'agit d'une vidéo, d'un ami sur Facebook, etc.

Lorsque tu es face à des recommandations, quels sont les éléments que tu juges important ?

Le sujet traité. Donc ce qu'on nous recommande bien entendu.

Ça doit avoir un lien avec ce que toi tu recherches ?

Pas spécialement, ça peut être des nouvelles choses aussi, une entreprise qui lance par exemple un nouveau produit, qui fait du coup sa publicité sur les réseaux, parfois on peut être attiré mais parfois je pense qu'on en voit tellement, qu'on survole un peu. On ne fait plus vraiment attention.

D'accord. Si on reprend les exemples que je t'ai montrés de recommandations ou les recommandations auxquelles tu as déjà fait face dans ta vie quotidienne, qu'est-ce que tu peux me dire sur l'aspect de celles-ci ?

Par exemple ce qui peut être intéressant, c'est quand on... une proposition par exemple d'amis sur Facebook, parfois on n'y pense pas toujours, on se dit « ah oui, telle personne je connais son prénom mais pas son nom de famille et pourtant elle est dans ma classe, par exemple, donc j'aimerais bien la contacter » et donc ça peut nous permettre de retrouver des gens en ayant autant d'amis en commun avec eux par exemple.

Est-ce que tu es attirée plus par une que par une autre plus au niveau du visuel ?

Oui ça oui. Une bannière toute simple, ce sera, on ne la verra peut-être pas spécialement tandis qu'une bannière colorée qui donne envie, là par contre on la remarquera plus.

Et est-ce que l'endroit où la recommandation est proposée, donc par exemple, pour les recommandations en ligne t'importe toi ?

Non...

Ça ne change rien qu'elle apparaisse en petit sur le côté, qu'elle soit fondue dans la masse...

Non.

Si c'est sur une vidéo que c'est en plein milieu...

Ah ça par contre sur une vidéo en plein milieu, je trouve ça un peu embêtant donc je pense qu'il faut quand même garder à l'esprit que le contenu principal ne doit pas vraiment être altéré par cette bannière.

Ok. Et est-ce que tu préfères les recommandations en ligne ou les recommandations papier ?

En ligne...

Pourquoi ?

Parce que... je dirais en ligne parce que souvent c'est plus les... les trucs qui nous intéressent un peu plus donc du coup on va être plus... plus amené à être sensibilisé par rapport à certaines marques ou certains produits tandis que par papier, je pense qu'ils envoient un peu de manière générale. Oui c'est peut-être un peu plus ciblé par rapport à ce que tu achètes, ta carte de fidélité ou quelque chose comme ça mais je pense aussi que c'est parfois de manière générale.

Comme ici le feuillet Colruyt, c'est une sélection pour l'utilisateur donc en fonction de justement la carte Xtra pour Colruyt, il y aussi par exemple les petites cartes Yves Rocher où derrière il y a une petite section « recommandé pour vous » avec ce que tu achètes assez souvent donc version papier il y en a moins mais c'est quand même ciblé autant que...

Mais c'est un peu moins ciblé parce que par exemple, je vais prendre l'exemple d'Yves Rocher, je trouve que justement, parfois quand je regarde les recommandations que la marque nous fait ce n'est pas nécessairement ce que par exemple je vais acheter.

Ok.

Il y a des recommandations parfois dont je n'ai jamais acheté ce produit-là et pourtant la marque me le propose.

Donc pour toi les recommandations en ligne sont plus pertinentes ?

Oui.

Ok. Les recommandations se font dans tous les domaines, donc comme on a vu réseaux sociaux, grande distribution, banques, voyages, etc. Dans quels domaines trouves-tu que les recommandations sont les plus utiles ?

Je ne sais pas spécialement... enfin un peu de tout en soi... les voyages, l'alimentation ou des nouveaux produits qui peuvent sortir dans la vie de tous les jours ou même la technologie pourquoi pas.

Donc tu n'as pas vraiment un secteur en particulier ?

Non.

Tu aimes juste bien découvrir des nouvelles choses grâce à des recommandations ?

Oui voilà.

Est-ce que « l'effort » a un impact sur l'acceptation d'une recommandation ? Par effort, j'entends qu'accepter un ami sur Facebook est différent d'accepter d'acheter un ordinateur sur base d'une recommandation par exemple ?

Oui non ça n'a pas le même impact du tout. Enfin il faut aussi que le consommateur veuille faire la démarche justement d'aller dans le magasin d'acheter ou de le commander en ligne tandis qu'un ami on clique sur « ajouter », voilà, si on connaît la personne bien entendu.

Ok. Donc pour toi, comment dire, le fait qu'il y ait peut-être de l'argent en jeu, ça a quand même... tu acceptes plus facilement un ami sur Facebook que...

Oui voilà un ami, suivre une page... qu'il faut vraiment garder l'esprit critique je pense pour faire la démarche d'aller au magasin, acheter etc. le produit.

Alors maintenant, je vais te demander quelle est ta définition de la confiance ?

Je dirais que la confiance c'est quand on est quasiment certain que le produit est de qualité et qu'on n'a pas eu de mauvaise surprise ou que notre entourage par exemple, parce que peut-être pas spécialement nous, n'a pas eu de mauvaise surprise non plus avec des commandes en ligne, avec des produits conseillés etc.

Tu as anticipé ma deuxième question parce qu'ici c'était plus de manière générale et ici j'allais te demander pourquoi fais-tu confiance à certaines marques ou certaines entreprises par exemple ?

Par le bouche à oreille je dirais.

Ok et donc est-ce que tu ferais attention à des recommandations qui proviennent de marques ou entreprises envers lesquelles tu n'as pas forcément confiance ?

Non. Non, enfin si par exemple j'ai une mauvaise expérience avec une entreprise ou une marque tout simplement, j'aurai peut-être un peu plus de mal d'aller vers cette recommandation-là, je ne dis pas que j'y serais totalement fermée mais j'irais peut-être beaucoup moins facilement.

Alors tu m'as dit tout à l'heure que tu avais l'habitude d'acheter des biscuits Lu, quelle est ta réaction si les systèmes de recommandation te proposent la même boîte de biscuit d'une autre marque ?

J'y regarderais, pourquoi pas goûter une fois mais si je n'apprécie pas je reviendrais très vite vers la marque.

Donc tu ferais quand même la démarche de goûter ?

Oui parce que j'aime bien tester de nouveaux produits etc. pour voir un peu si ça vaut vraiment le « ah on fait le même qu'eux » ou si pas du tout.

Je vais reprendre l'exemple de la boîte de biscuits, donc si le système de recommandation te dit « Cette boîte de biscuits vous a été proposée parce que nous avons identifié dans votre comportement d'achat que vous en achetiez chaque semaine ». Qu'en penses-tu ?

Pas très bien parce que ce serait encore cette sensation d'être épiée tout le temps.

Ici la question c'est plus, quelle serait ta réaction quant à l'explication qui est donnée à côté de la recommandation ? Donc tu peux avoir la boîte de biscuits toute seule ou alors on t'explique en plus pourquoi elle t'est proposée. Ou alors un autre type de biscuits en se disant, « tiens parce qu'on a vu que vous consommiez des biscuits, peut-être que vous aimeriez ça ».

Je ne sais pas trop comment je réagis parce que je pense, je préfère une recommandation qui est voilà la recommandation est là vous la regardez, vous la regardez, vous ne la regardez pas, vous ne la regardez pas plutôt qu'une recommandation qui est vraiment, « ah vous en achetez beaucoup, rachetez-en un peu plus ».

Donc l'explication ce n'est pas très positif à côté ?

Non... personnellement non, j'ai envie de dire si on achète quelque chose qu'on aime bien ce n'est pas parce qu'on se sent forcé par les entreprises ou que sais-je mais plutôt parce que voilà, nous on aime bien ce type de produit donc on fait la démarche justement d'acheter ce type de produit.

Ok, alors on va revenir sur les cookies, est-ce que tu fais attention à la petite phrase sur les cookies qui apparait en général sur tous les sites qu'on consulte à l'heure actuelle ?

Non. J'avoue que parfois je suis trop pressée de lire l'article, ou quelque chose comme ça et donc je mets directement « d'accord » et pourtant parfois je me dis je ne devrais pas, je devrais lire ce que ça entraîne justement d'accepter ses cookies mais parfois on a tellement envie de lire un article, par exemple un article de presse, qui est proposé dans notre fil d'actualité que pour finir...

Si tu cliques dessus, tu peux voir comment tes données sont utilisées, pourquoi tu vois certaines pubs etc. J'ai un autre exemple ici, Facebook a sorti un spot pour expliquer en fait pourquoi certaines pubs sont proposées, comment les données personnelles sont utilisées etc. qu'est-ce que tu penses de ça ?

En soi c'est bien parce qu'au moins, ils expliquent de manière concrète comment fonctionne leur site et donc en soi c'est normal aussi qu'un site comme par exemple Facebook qui est un site totalement gratuit vive par rapport aux sponsors et donc du coup c'est bien qu'ils expliquent pourquoi les publicités arrivent dans notre fil d'actualité.

Alors maintenant si je te parle de diversité de produits, qu'est-ce que cela veut dire pour toi ?

Divers produits de n'importe quel style...

Tu as un exemple ?

De différents produits ?

De ce qu'est la diversité.

Quand tu me dis la diversité des produits, j'aurais plus tendance à dire la lessive, la viande, plein de produits différents qui ne vont pas forcément ensemble.

Est-ce que cette dimension, elle est importante pour toi dans le cadre des systèmes de recommandation ?

Ça dépend système de recommandation toujours en ligne ou... ?

En ligne ou papier donc pas toujours te proposer la même chose. La diversité c'est fort subjectif parce que ça peut être par exemple, comme tu l'as dit, toutes sortes de produits différents mais ça peut être aussi un même produit avec différentes marques. J'avais un exemple de films aussi, ça peut être te proposer un film d'amour, d'action etc. ou alors te proposer que des films d'amour mais avec tous des réalisateurs différents. Donc est-ce que pour toi, la diversité, c'est important dans le cadre des systèmes de recommandation, de ne pas toujours proposer la même chose?

Oui, comme tu viens de le dire un film par exemple, proposer un film une fois, proposer un nouveau type de produit ou une nouvelle technologie ça peut être justement plus interactif pour la personne qui regarde, aussi bien par papier que par internet. On peut voir, on peut découvrir comme ça de nouvelles choses, des promos intéressantes entre guillemets aussi.

Ok. Alors j'ai encore un autre exemple : imaginons que tu viens de réserver un vol pour Dublin et que le système de recommandation te propose un hôtel à Paris : comment réagis-tu ?

Un peu dans l'incompréhension parce que si justement je réserve pour Dublin et que tout se passe sur le même site, pourquoi il me propose un hôtel à Paris ?

Donc tu aurais préféré avoir une autre recommandation, donc par exemple un hôtel à Dublin ?

Oui voilà.

Et la recommandation qui est proposée donc pour un hôtel à Paris, ça ne te donne pas des idées pour un futur voyage ?

Oui, si, ça oui mais bon dans le cas où j'aurais réservé un vol à Dublin, je ne comprendrais pas trop pourquoi tout d'un coup il me propose Paris au lieu de par exemple Dublin. Mais après oui, pourquoi pas, ça donne une idée de voyage en plus, ça fait tourner un peu l'économie.

J'ai un autre exemple avec ça, imaginons, tu viens d'acheter un paquet de pâtes et le système de recommandation te propose des gnocchis, tu ne vas pas manger les deux en

même temps, tu aurais peut-être préféré avoir une sauce mais est-ce que ça ne te donne pas des idées ?

Oui si pourquoi pas, ça peut être aussi une manière de se dire voilà, « aujourd'hui je mangerai des pâtes mais tiens la semaine prochaine la recommandation m'a justement donné envie de manger des gnocchis », donc du coup je mangerai ça la semaine prochaine.

Et donc est-ce que les recommandations t'ont déjà aidé à découvrir des choses par hasard, des choses auxquelles tu ne t'attendais pas du tout ?

Oui, enfin des trucs que je connaissais parce que par exemple, j'ai découvert des gourdes récemment que je trouvais vraiment intéressante, de manière plus écologique, donc c'était des gourdes en fer etc., je ne dis pas que j'en n'avais jamais vu, j'en ai déjà vu au Décathlon, des trucs comme ça comme par exemple c'était pour aller faire du camping mais ces gourde-là je les trouvais vraiment jolies esthétiquement parlant et j'en avais jamais entendu parler avant de voir justement une recommandation.

Donc ton ressenti était positif ?

Oui voilà.

Alors, question suivante, est-ce que tu es sensible aux promotions de manière générale ?

Oui, ça dépend pourquoi, si c'est un produit que j'ai l'habitude d'acheter je vais me dire « ah tiens, il est en promotion, j'en ai justement plus pourquoi pas », après ce n'est pas non plus pour faire des réserves comme un écureuil.

Est-ce que tu es plus sensible dans un secteur que dans un autre ?

Pas spécialement, je veux dire, je regarde aussi bien dans les promos de l'alimentaire que les promos en matière d'habillements etc.

Est-ce que c'est plus à un moment particulier dans l'année ?

Non, pas spécialement.

Et est-ce que c'est un facteur qui est important pour toi dans les recommandations ?

Une promo ?

Oui.

Oui, oui parce qu'on va se dire « ah tiens tel produit est en promo, ça peut être intéressant », après ça dépend quoi, par exemple, pour de la technologie c'est un peu différent je trouve parce que par exemple si on nous propose un nouveau PC super, qui est en promotion et que le nôtre va encore très bien, on n'a pas nécessairement envie de se pencher sur cette recommandation parce que justement si on a un PC qui fonctionne bien, on ne va pas en acheter un nouveau.

Alors maintenant qu'est-ce que tu fais quand tu es face à ou que tu viens de cliquer sur une recommandation ?

Je regarde un peu de quoi ça a l'air, je lis la description s'il y en a une.

Donc tu te renseignes ?

Oui voilà.

Quand tu es sur internet et que tu as une recherche précise à faire, qu'est-ce que tu fais ? Est-ce que tu peux me décrire les étapes ?

Je vais sur Google et je tape, soit un mot-clé, soit vraiment une phrase quand je veux quelque chose de très précis.

Et après ?

Après je fais enter.

Et après ?

Et puis je clique sur le site et en fonction, je vois si par exemple plusieurs sites proposent le produit recherché, je clique sur les différents sites pour voir s'il y a une différence de prix, s'il y a une promotion ou des trucs comme ça, par rapport à une enseigne plutôt qu'à une autre.

Et est-ce que quand tu as une recherche précise à faire, tu vas droit au but ou tu as tendance à être facilement distraite par ces recommandations justement qui apparaissent un peu partout ?

Si je cherche un produit bien déterminé, ce sera vraiment fixée sur mon but. Si je vais plutôt sur un site pour vêtements, que je cherche une robe, je regarderais quand même, si je cherche une robe longue, je regarderais les robes courtes quand même.

Donc si ce sont des recommandations qui sont en lien avec ta recherche ?

Oui.

D'accord. Imaginons maintenant que tu aies cliqué sur une recommandation et es prête à l'accepter, acheter le produit s'il s'agit d'un produit, d'autres recommandations apparaissent sur ton écran : comment réagis-tu ?

Si je suis certaine d'acheter le produit, je ne regarderais pas les autres recommandations je pense, j'irais droit au but.

Même si elles sont en lien ? J'ai des exemples : ça peut être des recommandations complémentaires, tu parlais d'une robe, tu as cliqué sur la recommandation d'une robe et là, il y a des petits gilets qui apparaissent pour aller avec.

Non, je ne pense pas, si je cherche une robe ce sera une robe. Après peut-être que quand je recevrai la robe, je me dirai « ah tiens je cherche un gilet » mais tant que je n'ai pas la robe, je n'arriverai pas à me projeter de comment l'accessoiriser.

Et donc si les recommandations en question, ce sont des autres robes ?

Non si j'ai choisi une robe, je fonctionne au coup de cœur donc si j'ai choisi une robe ce sera cette robe-là.

D'accord. As-tu quelque chose à ajouter ?

Non, pas spécialement.

Ce questionnaire est maintenant terminé, merci pour ta collaboration et le temps que tu m'as consacré. Si tu le veux, je te transmettrai les résultats de ma recherche.

Interview 13

Bonjour, je m'appelle Marie-Charlotte Paindavoine et je suis étudiante en master 2 en ingénieur de gestion à l'UCLouvain FUCaM Mons. Dans le cadre de mon mémoire, je dois réaliser plusieurs interviews. Je te remercie pour le temps que tu me consacres. Ce questionnaire durera environ 30 minutes.

As-tu des questions ?

Pas du tout.

Donc on va tout de suite passer à la première question : est-ce que tu peux te présenter brièvement ?

Je suis un jeune travailleur, je viens de commencer à travailler dans une société internationale, j'ai 25 ans et j'habite depuis peu à l'étranger.

D'accord, est-ce que tu peux me donner quelques achats que tu as l'habitude de faire ?

Les achats de première nécessité, nourriture, produits d'entretien.

Dans quels magasins, quelles marques ?

Principalement dans les grandes surface, dans les marques... je dirais moitié/moitié marques blanches, de magasin comme Boni, Everyday au Colruyt et des marques plus connue comme Coca-Cola, Jupiler etc.

Ok. Est-ce que tu sais ce qui se cache derrière le concept de « Système de recommandation » ?

Je pense le savoir, d'une manière assez vague. Est-ce que je dois l'expliquer ou tenter de l'expliquer ?

Dis-moi juste ce que tu penses que c'est.

Pour moi, c'est une façon d'analyser le comportement des gens et de retranscrire... de s'aider de cette compréhension pour proposer d'autres produits ou des produits similaires aux potentiels acheteurs.

En effet. De nombreuses entreprises, que ce soit en ligne ou hors ligne utilisent tes données personnelles et suivent ton comportement afin de te proposer des produits et/ou des services susceptibles de t'intéresser : donc tu connaissais cette pratique ?

Oui.

Donc, je vais te montrer plusieurs exemples de recommandations : ici, dans la publicité Colruyt, en plus du feuillet publicitaire normal avec les dernières promotions et/ou nouveautés, c'est un feuillet avec la mention « sélection pour vous ». J'ai d'autres exemples en ligne : ici, pour Facebook, ce sont des recommandations d'amis par exemple. Là, sur YouTube, il y a une recommandation sur le côté de Booking. Là, c'est quand je jouais sur mon smartphone qu'une recommandation est apparue sous forme de pop-up. Là, c'est aussi sur YouTube mais cette fois la recommandation apparaît sur la vidéo. Ici, sur Messenger. Là, de nouveau des recommandations Booking et Axa qui apparaissent sur un site. Sur le côté d'une page Facebook. Là, toujours sur Facebook mais dans le fil d'actualité, « événement recommandé » par exemple. Enfin, en général sur les sites ou les réseaux sociaux, il y a toujours une catégorie où il est marqué « pour vous » : ici, nous avons des titres recommandés sur Spotify ; ici, on a un exemple sur Instagram mais il y a aussi Zalando : « les meilleures offres pour vous » ; et ici, c'est le site de La Une : « notre sélection pour vous ».

Donc voilà, c'étaient des exemples. Par rapport à ces exemples, quelle est votre réaction face à ces recommandations et aux recommandations en général ?

Quelle est ma réaction par rapport à ce que j'ai vu... ?

Et aux recommandation en général, de manière générale.

Je pense que par exemple pour le dépliant du Colruyt, ça peut pousser à acheter un produit qu'on n'achèterait pas normalement cette semaine mais vu qu'il est en promotion, en tête d'affiche ou proposé, ça pourrait pousser à consommer plus que prévu dans un premier temps. Et je pense que nos données sont quand même fortement analysées vu que pour toutes les recommandations qu'on trouve sur Facebook, ça prend beaucoup de nos informations personnelles via les sites où on navigue, les choses qu'on aime sur Facebook ou sur les autres réseaux sociaux, ça utilise quand même beaucoup de nos données personnelles mais je pense qu'on doit être conscient que lorsqu'on s'inscrit sur ce genre de site, on s'attend à ce que nos données soient utilisées et on doit en être conscient et je trouve ça aussi bien... on est aussi responsable que les entreprises qui utilisent nos données.

Donc si je comprends bien, il y a une réaction positive d'un côté parce que ça nous propose des produits qu'on est susceptible d'acheter mais aussi négative parce que ça utilise nos données mais les utilisateurs doivent être conscients de ça.

Oui.

Donc ce n'est pas un problème pour toi ?

Non, je suis conscient qu'on utilise mes données et j'en suis le premier fautif et si je voulais qu'on ne les utilise pas, j'en suis le premier responsable.

D'accord.

Après on n'est peut-être pas bien informé sur les façons dont on veut cacher nos données etc. Mais on est quand même responsable et on est responsable de s'informer de la façon de limiter... d'étendre nos données comme ça sur internet et aux entreprises qui elles les cherchent.

Ok. Et donc qu'est-ce que tu penses de la personnalisation dans les recommandations ?

Le fait que ça soit sur base de nos, de nos likes ou de nos visites sur certains sites ?

Que ce soient des produits qui soient proposés juste à toi, pour toi, que le voisin d'à côté n'aura pas les mêmes.

Ça montre bien qu'on utilise les données de chaque personne et qu'il y a des systèmes informatiques ou des choses-là derrière qui utilisent chacune de nos données et qui personnalisent les offres pour chacune des personnes et de la même façon, je trouve ça... ça peut être bien lorsqu'on cherche quelque chose et ça peut, peut-être nous aider à trouver une offre qui pourrait nous intéresser.

Ok. Penses-tu que des individus peuvent être influencés par les systèmes de recommandation ?

Oui tout à fait. Je pense que c'est à chaque personne d'être critique par rapport à ces recommandations mais les personnes qui sont peut-être... qui utilisent par exemple moins souvent les technologies, qui voient ces publicités sur certains sites, pourraient être influencées en s'attendant à ce que ça soit une offre... en s'attendant à ce que c'est une offre et une démarche du site où ils sont par exemple alors que ce n'est pas toujours le cas, et oui, faut être

vachement critique par rapport à ça et je pense que ça peut jouer des mauvais tour à certaines personnes qui ne sont pas conscientes justement de tous ces systèmes de recommandation.

Je réalise, dans le cadre de mon mémoire, une étude pour comprendre dans quelle mesure les recommandations sont acceptées par les utilisateurs, par accepter j'entends l'achat quand il s'agit d'un produit ou d'un service et acceptation quand il s'agit d'une vidéo, d'un ami sur Facebook, etc.

Lorsque tu es face à des recommandations, quels sont les éléments que tu juges important ?

La diminution de prix par rapport à une offre de base, si par exemple, en prenant l'exemple du dépliant de Colruyt, s'ils font par exemple 30% sur les raclettes cette semaine, je vais peut-être acheter les raclettes alors que si je n'avais pas vu l'offre à -30% je ne l'aurais pas fait, la façon dont c'est personnalisé m'influence certainement aussi.

Qu'est-ce qui te donne envie d'acheter le produit ou d'accepter la recommandation ? La promotion du coup ?

La promotion, je pense que c'est la première chose qui me vient en tête... je réfléchis... L'image et le graphisme peut-être m'influencent également.

Ok. Si on reprend les exemples que je t'ai montrés de recommandations, qu'est-ce que tu peux me dire sur l'aspect de celles-ci ?

Excuse-moi ? Peux-tu répéter ?

Avec les exemples de recommandations que je t'ai montrés, qu'est-ce que tu peux me dire sur l'aspect de celles-ci ?

L'aspect de celles-ci ?

Est-ce que tu es attiré plus par une que par une autre plus au niveau du visuel ?

Je peux les revoir ?

Au niveau de l'aspect, je dirais celle qui attire le plus mon attention, c'est celle avec le cadre dans la vidéo sur YouTube, parce que ça va vraiment interrompre mon champ de vision sur mon contenu que je regarde de base et ça attire mon attention sur la publicité et aussi entre les

différentes offres qu'on retrouve sur internet donc par exemple Booking, quand c'est plus grand ça attire plus vite mon attention.

Et est-ce que l'endroit où c'est positionné sur le site...

Je pense que si la publicité est plus au niveau central, mon regard va plus vite être attiré que dans un petit cadre sur le côté.

Ok. Et est-ce que tu préfères les recommandations en ligne ou les recommandations papier ?

Je ne suis pas un grand acheteur en ligne donc j'utilise plus les recommandations papier mais elles sont beaucoup plus nombreuses en ligne. Est-ce que je préfère en ligne ou sur papier... dans tous les cas, mon achat se fera plus physiquement que via un site internet.

Ok.

Mais je peux être influencé par des offres en ligne qui vont me pousser à faire un achat physique si je peux appeler ça.

Ok. Les recommandations se font dans tous les domaines, donc comme on a vu réseaux sociaux, grande distribution, banques, voyages, etc. Dans quels domaines trouves-tu que les recommandations sont les plus utiles ?

L'utilité... je ne les trouve pas utiles dans un premier temps mais je dirais les achats de... lorsqu'on veut faire un achat, qu'on s'informe sur cet achat-là donc plus les biens de consommation qu'on réfléchit avant d'acheter par exemple. On va avoir une offre pour partir en vacances, on va avoir des offres sur des sites de réservation de vacances et ça va nous influencer... tu peux répéter la question ? Je pense que je me suis perdu dans ma réponse...

Oui, les recommandations se font dans tous les domaines donc comme on a vu réseaux sociaux, grande distribution, banques, voyages, etc. Dans quels domaines trouves-tu que les recommandations sont les plus utiles ?

Je pense le domaine du voyage, des achats de grande consommation...

Est-ce que « l'effort » a un impact sur l'acceptation d'une recommandation, par effort j'entends qu'accepter un ami sur Facebook est différent d'accepter une recommandation de prêt bancaire par exemple ?

Oui, c'est totalement différent... L'effort qu'on met... attends, tu peux répéter la question ?

Est-ce que l'effort à un impact ? L'effort c'est accepter un ami, ça n'a pas d'impact tandis qu'acheter une machine à laver par exemple...

Oui je pense que ça a une grande influence, accepter un ami je le ferais beaucoup plus rapidement qu'acheter une machine à laver, un emprunt etc.

Alors maintenant, je vais te demander quelle est ta définition de la confiance ?

La définition de la confiance... Pouvoir...

Qu'est-ce que c'est la confiance pour toi ?

Je n'arrive pas à bien trouver mes mots. Dans le cadre de... ?

La confiance de manière générale, c'est quoi juste pour toi la confiance ?

Pouvoir confier des informations à quelqu'un, des histoires à quelqu'un.

Pourquoi fais-tu confiance à certaines marques ou certaines entreprises ?

Par leur image de marque, leur notoriété et parfois par non-connaissance de... par mauvaise connaissance, à ma mauvaise connaissance donc je fais confiance sans m'en rendre compte.

Par ta mauvaise connaissance ?

Ils ont des informations sur moi et je leur fais confiance parce que je ne connais pas les limites de ces informations.

Ok et donc est-ce que tu ferais attention à des recommandations qui proviennent de marques ou entreprises envers lesquelles tu n'as pas forcément confiance ?

Ça pourrait me pousser à m'intéresser à cette entreprise et me renseigner sur leurs conditions de vente, de... d'exploitation de leurs ouvriers etc.

Alors tout à l'heure tu m'as dit que tu achetais souvent du Coca, quelle est ta réaction si les systèmes de recommandation te proposent une bouteille de Pepsi ?

Je suis attaché au Coca donc je ne pense pas que ça aura une influence sur moi parce que je préfère le goût du Coca au Pepsi.

Donc tu restes fidèle...

Fidèle à la marque.

Et les recommandations n'ont alors aucune influence sur toi ?

Pour cet exemple-là, non.

D'accord mais pour un autre exemple ?

Ça pourrait être le cas pour deux articles que j'utilise plus souvent, deux marques de biscuits, si je les utilise toutes les deux, si je vois la recommandation, par exemple sur le dépliant du Colruyt, je pourrais être poussé à acheter l'une par rapport à l'autre.

Oui mais si tu les utilises toutes les deux, c'est normal alors.

Oui.

Ok, donc on va reprendre l'exemple de la bouteille de Coca, si le système de recommandation te dit : « Cette bouteille de Coca vous a été proposée parce que nous avons identifié dans votre comportement d'achat que vous en achetiez chaque semaine ».

Qu'est-ce que tu en penses ?

Qu'ils ont déjà beaucoup d'informations sur moi.

Quelle est ta réaction quant à l'explication qui est donnée à côté en plus de la recommandation ?

L'explication ?

Parce que là il y a... imaginons, soit on te propose juste une bouteille de Coca ou alors il y a l'explication de pourquoi la bouteille de Coca t'est proposée.

Et la question de base est... ?

Qu'est-ce que tu en penses ?

Qu'en plus de savoir ce qu'on achète, ils savent dire à quelle fréquence on l'achète et analyser nos fréquences d'achat.

D'accord. Alors maintenant, est-ce que tu fais attention à la petite phrase sur les cookies qui apparaît en général sur tous les sites qu'on consulte à l'heure actuelle ?

Comme quand on doit accepter les cookies pour naviguer sur ce site ?

Oui la petite phrase sur les cookies. J'ai un exemple à te montrer si tu ne vois pas ce que c'est.

Oui je vois ce que c'est mais non je ne fais pas... enfin je clique dessus sans vraiment lire les informations.

Donc tu ne lis pas et tu ne cliques pas dessus ?

La plupart du temps, il faut accepter les cookies pour pouvoir aller sur le site donc j'accepte.

Mais tu as toujours la possibilité de cliquer dessus pour aller voir ce qui se cache derrière et voir comment tes données sont utilisées.

Je ne le fais jamais.

D'accord. J'ai un autre exemple ici, Facebook a sorti un spot pour expliquer en fait pourquoi certaines pubs sont proposées, comment les données personnelles sont utilisées etc. qu'est-ce que tu penses de ça ?

Je pense que c'est bien de la part de Facebook de le faire, après je pense que comme moi la plupart des gens ne prennent pas le temps de, d'analyser ces informations et de regarder comment les données sont utilisées. Peut-être à notre, à notre tort.

Ok. Alors maintenant si je te parle de diversité de produits, qu'est-ce que cela veut dire pour toi ?

Diversité de produits, ce sont des produits allant de la paire de chaussette jusqu'à la voiture ou le jet privé.

Est-ce que cette dimension est importante pour toi dans le cadre des systèmes de recommandation ?

Qu'il y ait une diversité de produits recommandés ?

Oui.

Non parce que je n'achète pas spécialement des produits totalement diversifiés, j'achète principalement des produits de première nécessité et pas des produits...

Donc tu préfères... quand le système de recommandation te propose quelque chose, tu préfères que ça reste toujours dans la même gamme plutôt qu'avoir de la diversité ?

Oui je préfère que ça soit dans mes habitudes d'achats...

La diversité est très subjective. Imaginons, ça peut être proposer un produit alimentaire mais sous différentes marques, ça peut être aussi Zalando qui propose par exemple pas uniquement des tee-shirt mais qui propose veste, tee-shirt, pantalon etc. Est-ce que c'est important pour toi ou est-ce que tu préfères rester...

Non je préfère rester dans les biens que je consomme régulièrement et avoir les publicités pour ces choses-là.

Ok. Alors j'ai encore un autre exemple : imaginons que tu viens de réserver un vol pour Dublin et que le système de recommandation te propose un hôtel à Paris : comment réagis-tu ?

Je pense qu'il s'est trompé, qu'il a mal analysé mes données.

Donc tu aurais préféré avoir une autre recommandation ?

Oui, une recommandation pour Dublin et non pour Paris. J'ai eu le cas quand j'ai acheté des billets d'avion sur le site de Ryanair, au lieu d'acheter directement Bruxelles-Glasgow, j'ai acheté des billets dans l'autre sens de Glasgow à Bruxelles en livres sterling et donc ça a mis beaucoup de recommandations pour des sites, des hôtels justement à Bruxelles alors que je faisais le voyage inverse, j'allais de Bruxelles à Glasgow et non de Glasgow à Bruxelles.

Ok et donc toi tu aurais préféré...

Dans mon cas ici j'aurais préféré avoir des recommandations pour des hôtels à Glasgow et non à Bruxelles.

Mais est-ce que la recommandation qui t'est donnée, donc Bruxelles ou Paris dans l'exemple que je viens de citer, ne te donne pas des idées pour un futur voyages par exemple ?

...

Ça peut être tout à fait un autre exemple, tu viens d'acheter des spaghettis, le système de recommandation te propose des gnocchis, tu aurais peut-être préféré avoir une sauce pour

aller avec tes spaghettis mais est-ce que les gnocchis ne te donnent pas des idées pour un futur repas ?

Ça peut influencer mais je pense que j'aurais préféré avoir une autre recommandation que des gnocchis dans le cadre de l'exemple, plus une sauce ou... et dans le cadre du voyage, plus un hôtel à Dublin et non à Paris.

Et donc est-ce que les recommandations t'ont déjà aidé à découvrir des choses par hasard, des choses auxquelles tu ne t'attendais pas du tout ?

Oui des publicités sur Facebook sur des articles dont je ne m'intéresserais pas forcément... des tee-shirts personnalisés, je pense à ça, la première idée qui me vient mais sur un thème bien spécifique ou des choses comme ça ou...

Ok donc quel était ton ressenti ? C'était plutôt positif ?

Plutôt positif et je m'intéresserais... par cette recommandation, je m'intéresserais plus à ce service, ce produit ou cette marque.

Ok. Alors, question suivante, tu as déjà un peu répondu mais est-ce que tu es sensible aux promotions de manière générale ?

Oui, je pense que ça influence, c'est ce qui influence le plus les recommandations, enfin c'est ce qui m'intéresse le plus dans les recommandations.

Est-ce que tu es plus sensible à un moment ou à un autre aux promotions ou plus dans un secteur que dans un autre ?

Peut-être dans le secteur de l'alimentation. Parce que c'est quelque chose qui m'intéresse fortement.

Et donc pour toi c'est un facteur qui est important dans les recommandations ?

Oui.

D'accord. Alors maintenant qu'est-ce que tu fais quand tu es face à ou que tu viens de cliquer sur une recommandation ?

Sur un site internet par exemple ? Quand je clique sur une publicité ?

Oui.

La plupart du temps, je la ferme parce que je n'ai pas envie de suivre ces recommandations-là et je continue ma navigation.

Mais si tu cliques dessus à la base, c'est que tu étais intéressé.

Ah oui, dans ce sens-là, ok. Je ne clique pas souvent dessus déjà mais lorsque je clique, je pense que si je vois une recommandation, je ne vais pas cliquer dessus directement, je vais plus me renseigner sur internet, je vais faire une recherche parallèle et je ne vais pas cliquer sur la recommandation.

Ok donc tu ne cliques jamais sur une recommandation ?

Non.

D'accord. Quand tu es sur internet et que tu as une recherche précise à faire, qu'est-ce que tu fais ? Est-ce que tu peux me décrire les étapes ?

J'ouvre mon navigateur, ma page d'accueil est Google et je tape les mots-clés qui me permettent dans Google, qui me permettent de trouver mon information. Par exemple je vais prendre un exemple, des hôtels à Paris, je vais taper « hôtel Paris » et je vais naviguer sur Google, je vais éliminer les trois premiers sites qui sont des sites d'annonces et je vais aller dans les deux trois premiers liens par la suite et naviguer de plus en plus bas pour trouver mon information.

Ok. Et est-ce que quand tu as une recherche précise à faire, tu vas droit au but ou tu as tendance à être facilement distrait par ces recommandations justement qui apparaissent un peu partout ?

Je pense que je vais plutôt droit au but.

D'accord. Imaginons maintenant que tu aies cliqué sur une recommandation et es prêt à l'accepter, acheter le produit s'il s'agit d'un produit, d'autres recommandations apparaissent sur ton écran : comment réagis-tu ?

Donc j'ai cliqué sur un produit, je suis prêt à l'acheter et on me propose d'autres articles ?

Oui.

Je regarde si ça peut m'intéresser, souvent ce sont des articles qui sont en lien avec le premier achat donc ça pourrait être, je vais acheter des chaussures, il va y avoir des chaussettes qui vont

aller avec, je pourrais être influencé d'acheter le second, les autres articles qui pourraient m'aider dans... qui pourraient, qui pourraient servir à compléter mon premier achat.

Donc pour compléter mais pas pour éliminer l'article sur lequel tu es ?

Ah par exemple si ce sont deux paires de chaussures ?

Par exemple.

Je pense que ce serait plus pour compléter mon achat que pour éliminer mon premier choix.

D'accord. As-tu quelque chose à ajouter ?

Non. Bon courage.

Ce questionnaire est maintenant terminé, merci pour ta collaboration et le temps que tu m'as consacré. Si tu le veux, je te transmettrai les résultats de ma recherche.

Interview 14

Bonjour, je m'appelle Marie-Charlotte Paindavoine et je suis étudiante en master 2 en ingénieur de gestion à l'UCLouvain FUCaM Mons. Dans le cadre de mon mémoire, je dois réaliser plusieurs interviews. Je te remercie pour le temps que tu me consacres. Ce questionnaire durera environ 30 minutes.

As-tu des questions ?

Non, on peut y aller.

Donc on va tout de suite passer à la première question : est-ce que tu peux te présenter brièvement ?

Je suis étudiant, j'ai 22 ans, j'habite à Leuze. Je ne sais pas si tu as besoin d'autre chose ?

Non c'est bien comme ça. Est-ce que tu peux me donner quelques achats que tu as l'habitude de faire ?

Sur internet ou globalement ?

Les deux.

Sur internet j'achète régulièrement du matériel informatique, genre sur Amazon ce genre de chose, voilà sinon comme tout le monde des courses, à manger, de la bière.

Ok dans quels magasins et quelles marques par exemple ?

Dans quels magasins... en général c'est plutôt Delhaize vu que c'est à côté de l'école sinon sur Amazon.

Y a-t-il des marques que tu achètes tout le temps par exemple ?

Pour la bière en général c'est soit de la Jupiler soit de de la Pêche Mel et sinon tout ce qui est matériel informatique, pour moi ça tourne toujours autour de MSI, Asus et voilà.

Ok. Est-ce que tu sais ce qui se cache derrière le concept de « Système de recommandation » ?

Plus ou moins, oui.

Donc ?

Par exemple je vais faire un achat et le système va me recommander un autre achat en rapport avec, qui a un intérêt, que d'autres utilisateurs ont fait et du coup qui pourrait moi m'intéresser. Du coup c'est me recommander d'autres achats en lien avec ce que j'ai fait.

De nombreuses entreprises, que ce soit en ligne ou hors ligne utilisent tes données personnelles et suivent ton comportement afin de te proposer des produits et/ou des services susceptibles de t'intéresser : connaissais-tu cette pratique ?

Oui.

Donc, je vais te montrer plusieurs exemples de recommandations : ici, dans la publicité Colruyt, en plus du feuillet publicitaire normal avec les dernières promotions et/ou nouveautés, c'est un feuillet avec la mention « sélection pour vous ». J'ai d'autres exemples en ligne : ici, pour Facebook, ce sont des recommandations d'amis par exemple. Là, sur YouTube, il y a une recommandation sur le côté de Booking. Là, c'est quand je jouais sur mon smartphone qu'une recommandation est apparue sous forme de pop-up. Là, c'est aussi sur YouTube mais cette fois la recommandation apparaît sur la vidéo. Ici, sur Messenger. Là, de nouveau des recommandations Booking et Axa qui apparaissent sur un site. Sur le côté d'une page Facebook. Là, toujours sur Facebook mais dans le fil d'actualité, « évènement recommandé » par exemple. Enfin, en général sur les sites ou les réseaux sociaux, il y a toujours une catégorie où il est marqué « pour vous » : ici, nous avons des titres recommandés sur Spotify ; ici, on a un exemple sur Instagram mais il y a aussi Zalando : « les meilleures offres pour vous » ; et ici, c'est le site de La Une : « notre sélection pour vous ».

Donc voilà, c'étaient des exemples. Par rapport à ces exemples, quelle est votre réaction face à ces recommandations et aux recommandations en général ?

En général, c'est intéressant, surtout... enfin moi... c'est surtout sur YouTube que je trouve ça intéressant parce que du coup il y a parfois des créateurs qu'on ne connaît pas et on se dit « ah bah c'est un sujet en rapport » du coup on se dit « ah bah pourquoi pas les regarder, voir si ça nous intéresse et parfois découvrir de nouvelles choses ». Et parfois c'est aussi intéressant sur Amazon où tu achètes un nouveau produit, genre un nouveau smartphone, et puis il va te dire « ah tu peux acheter une coque qui est adaptée pour ce téléphone » ou ce genre de chose ou ça fait gagner du temps et parfois c'est intéressant.

Donc pour toi c'est un avis positif ?

Oui, positif.

D'accord. Et donc qu'est-ce que tu penses de la personnalisation dans les recommandations ?

C'est obligatoire je pense, si ce n'est pas personnalisé à son propre profil... ça ne sera pas tout le temps pertinent et du coup la plupart du temps on passera à côté et on n'en tiendra pas compte. Après c'est vrai que ça peut être dangereux de se dire qu'il faut nos données pour pouvoir le faire et du coup... c'est quand même une sorte de... enfin ils savent des trucs sur nous et ça peut faire un peu peur mais non je trouve que ce n'est pas le plus gros... je trouve que ça a plus de bénéfices, pour moi en tout cas que d'inconvénients.

D'accord, donc pour toi la personnalisation dans les recommandations c'est obligatoire, sinon ça n'a pas d'intérêt ?

Tout à fait.

D'accord. Maintenant est-ce que tu penses que des individus peuvent être influencés par les systèmes de recommandation ?

Je pense que parfois on peut se dire... je regarde les vidéos sur YouTube, on a envie de regarder une vidéo en particulier et puis on se dit ouais bon je vais regarder un quart d'heure puis on voit une vidéo qui nous plaît à côté, qui pourrait nous intéresser puis on la regarde aussi donc clairement ça nous influence. Même chose si on reprend sur Amazon, idem, parfois tu veux t'acheter juste ton téléphone et puis « ah je m'achèterai bien une coque, je m'achèterais bien si et bien ça... ». Je pense ça t'influence, après tu restes quand même maître de toi-même, si tu n'as pas envie de le faire, tu n'as pas envie d'acheter, tu n'achètes pas, si tu n'as pas envie de regarder, tu ne regardes pas mais clairement je pense que ça influence un peu parce qu'on va vers des, soit des produits ou des vidéos qu'on n'aurait pas consommés normalement ou en tout cas qu'on n'aurait pas découvert de cette manière.

Donc pour toi, c'est plus découvrir de nouvelles choses grâce à ces recommandations ?

Oui, clairement.

Je réalise, dans le cadre de mon mémoire, une étude pour comprendre dans quelle mesure les recommandations sont acceptées par les utilisateurs, par accepter j'entends l'achat

quand il s'agit d'un produit ou d'un service et acceptation quand il s'agit d'une vidéo, d'un ami sur Facebook, etc.

Lorsque tu es face à des recommandations, quels sont les éléments que tu juges important ?

Comme je disais tout à l'heure, que ce soit pertinent donc que ça a quand même un lien avec ce qu'on fait parce que de temps en temps, sur les recommandations YouTube, surtout au début, on avait, on regardait je ne sais pas une vidéo sur la psychologie admettons et puis on tombe sur une vidéo sur les mathématiques : ça n'a rien avoir, on n'aura pas envie de regarder et on ne regardera plus les recommandations sur la droite de YouTube donc voilà. Idem si on voit des publicités comme sur plein de sites, en général, moi je ne les regarde pas parce que ça ne me concerne pas, je sais que c'est un achat que je ferai peut-être mais dans trois ans, quatre ans quand je vivrai tout seul mais pas maintenant...

Donc le maître mot si je peux résumer c'est la pertinence...

Ouais... que ce soit pertinent.

Ok. Si on reprend les exemples que je t'ai montrés de recommandations, qu'est-ce que tu peux me dire sur l'aspect de celles-ci ?

En fait quand c'est... en général j'aime bien quand c'est sur le côté, genre quand tu regardes les vidéos sur YouTube ou sur un site, si c'est sur une bannière sur le côté ou en dessous, je trouve que ça ne dérange pas, ce qui me dérange plus c'est quand ce sont des bannières, comme sur la vidéo que tu avais montré, où c'est sur la vidéo, je trouve que c'est dommage parce qu'en général tu as parfois des sous-titres ou parfois un élément... Du coup je trouve que ça nuit au visuel de la vidéo ou à la visualisation du site s'il y en a trop partout. Du coup tant qu'il y en a un petit peu en mode ouais regarde on peut faire ça mais tant que ce n'est pas en mode regarde-moi absolument ou quoi donc quand c'est fait de manière, on va dire subtile, et que ce n'est pas trop je ne sais pas comment on dit... qu'il y en a trop genre...

Intrusif ?

Voilà ce n'est pas trop intrusif c'est ça... Tant que ce n'est pas trop intrusif je trouve que ce n'est pas dérangeant, à partir du moment où ça le devient quand, ça pop-up sur ta vidéo ou quoi, là ça devient chiant.

Donc l'endroit où la recommandation apparaît, toi ça t'importe ?

Oui, moi ça m'importe.

Ok, et au niveau du visuel, ce qui a sur la recommandation, les informations etc. est-ce que ça t'importe ?

Je pense ça va dépendre du produit, faut que... je pense qu'il faut directement... enfin quand je vois la recommandation, je dois savoir « ah c'est tel produit », et si je sais que c'est tel produit, j'aurai envie de cliquer pour en savoir plus, si je ne suis même pas capable... si je vois le truc, c'est que c'est une marque ok mais si c'est une marque que je ne vois pas quel est le produit, je vais le passer dessus quoi, il faut qu'en un coup d'œil je puisse me dire « ah c'est un nouveau téléphone » donc faut pouvoir identifier... donc je pense que c'est important de pouvoir identifier le produit directement.

D'accord. Et est-ce que tu préfères les recommandations en ligne ou les recommandations papier ?

Je n'en ai jamais eu en ligne moi perso...

Les recommandations en ligne ?

Papier excuse-moi, j'ai inversé les mots. Je n'ai jamais eu de recommandations papier du coup pour moi c'est en ligne. Et en papier je pense que c'est un peu compliqué genre pour avoir ce genre de chose, il faut avoir une carte Xtra j'imagine pour le truc du Colruyt et tout ?

Oui.

Donc moi je n'en ai pas.

Ce sont souvent les cartes de fidélité qui permettent justement aux entreprises de suivre le comportement d'achat et qui permet d'avoir ça en fait.

Moi je préfère quand c'est en ligne ou via une application, je trouve ça toujours plus simple.

Ok.

Parce que du coup, on consulte aussi quand on a envie. Genre ça tu l'as le matin et si tu oublies, tu ne sauras pas que tu as les avantages quoi. Mais ici tu l'as sur ton téléphone, tu ouvres le truc, tu vois, tu dis « ah oui intéressant ».

D'accord. Les recommandations se font dans tous les domaines donc comme on a vu réseaux sociaux, grande distribution, banques, voyages, etc. Dans quels domaines trouves-tu que les recommandations sont les plus utiles ?

Ce que je parle depuis le début, pour moi c'est sur YouTube, c'est super chouette, et sur Amazon aussi donc dans le domaine des réseaux sociaux mais plutôt vidéo parce que du coup on a du nouveau contenu qu'on n'aurait pas été voir si on ne l'avait pas vu dans les recommandations et sur Amazon, c'est intéressant parce que ça fait gagner du temps.

Donc toi, c'est plus pour les loisirs ?

Plus pour les loisirs et aussi un peu pour... quand on achète un truc sur internet.

Ok. Est-ce que « l'effort » a un impact sur l'acceptation de la recommandation, accepter un ami sur Facebook ça n'a pas le même impact, qu'imaginons accepter un prêt bancaire sur base d'une recommandation.

Ah plus compliqué comme question. Je pense que l'ami sur Facebook dans tous les cas tu l'accepteras ou pas et c'est vrai que ça n'a aucun impact, enfin ce sera facile à faire on va dire. C'est vrai que pour le prêt, je ne serais pas prêt, justement à le faire... Sur internet je pense que oui, je pourrais le faire mais pas sans avoir plus de renseignements. Enfin là, je fouillerais vraiment et je ne le ferais pas uniquement sur base de la recommandation. La recommandation ça serait peut-être juste une opportunité mais je pense que pour le prêt, j'irais voir dans d'autres organismes bancaires, voir d'autres trucs, voir s'il y a d'autres moyens de le financer, ce genre de choses. Donc là, ce sera juste une idée mais je pense que là, pour transformer la recommandation en un achat, je pense que dans ce cas-là, c'est quand même beaucoup plus compliqué enfin pour moi en tout cas.

Ok. Alors maintenant, je vais te demander quelle est ta définition de la confiance ?

La confiance ? C'est quand on s'attend à quelque chose et qu'on se dit « ça va on sait qu'ils vont fournir le bon service » et voilà, donc on sait que voilà, j'ai besoin de telle chose, on sait que ce sera disponible et que ce sera comme on le veut si c'était ce à quoi on s'attendait quoi.

Ok, ça va. Pourquoi fais-tu confiance à certaines marques ou certaines entreprises alors ?

Il y a certaines entreprises, je sais qu'ils ne sont pas gage de qualité, du coup je n'ai pas... par exemple dans le domaine de l'informatique, j'ai pas du tout confiance en Acer parce qu'il y a eu un scandale il y a cinq, six ans où il y avait des problèmes vraiment parce qu'ils faisaient des produits de mauvaise qualité du coup je sais que je n'ai pas confiance. Je sais que par exemple, dans les téléphones, Wiko, je sais que ce n'est pas que je n'ai pas confiance, je sais ce qu'ils vont offrir, je sais que c'est qualité plus basse par rapport à d'autres acteurs, donc je sais que je n'aurai pas confiance en eux parce que je sais que ce n'est pas leur leitmotiv quoi, c'est pas ça qu'ils veulent faire par contre je sais qu'il y a des marques où on dit « eux, c'est la qualité », du coup j'irai plus facilement, plus facilement vers eux quoi.

Ok et donc est-ce que tu ferais attention à des recommandations qui proviennent de marques ou entreprises envers lesquelles tu n'as pas forcément confiance ?

Je ne pense pas.

Tu ne regardes pas du tout ?

Non, j'irais plus, si le produit m'intéresse, je vais peut-être cliquer en me disant « on va voir » mais je serais plutôt réticent.

D'accord. Alors maintenant, tu es fidèle à la bière Jupiler et les systèmes de recommandation te proposent une bière Maes, quelle est ta réaction ?

Vu que j'aime bien les deux, ça ne me posera pas de soucis.

On peut prendre un autre exemple, si tu es fidèle au Nutella et que le système de recommandation te propose un pot de Kwatta ou la marque Colruyt, quelle est ta réaction ?

Je pense que si c'est vraiment moins cher, je vais me dire « je vais le prendre une fois pour goûter », je vais tester et si jamais ça ne me plait pas, là c'est fini, je repasse au Nutella.

Alors maintenant encore avec l'exemple du bac de bières, si le système de recommandation te dit « Ce bac de bières vous a été proposé parce que nous avons identifié dans votre comportement d'achat que vous en achetiez chaque mois ». Qu'en penses-tu ?

Si ça me permet d'avoir des réductions ou ce genre de chose, pourquoi pas. Mais sinon, je trouverais ça pertinent, après si c'est un achat que je sais que je vais quand même faire et qu'ils me le recommandent, je ne sais pas si c'est super pertinent au final.

Ici, c'est plus savoir quelle est ta réaction quant à l'explication qui est donnée à côté de la recommandation ?

Ça je trouve ça tout à fait normal, dans ce sens-là oui.

L'explication ? Est-ce que tu préfères une recommandation sans explication mise comme ça ou est-ce que l'explication t'apportes quelque chose ?

Ah ok, je n'avais pas compris ça comme ça. Je ne sais pas trop... Disons que quand tu as des explications, parfois... parfois dans certains trucs c'est « parce qu'ils l'ont vu aussi » genre les gens... sur Netflix, tu as ça parfois, genre « parce que vous avez regardé cette série et les gens de cette série regardent aussi cette série-là ». Dans ce sens-là, je pense que ça pourrait peut-être m'attirer plus que s'il y avait juste dit « ah cette série est intéressante pour vous » mais sans rien et je me dirais mais pourquoi en fait ? Mais c'est vrai que si je vois que la série recommandée, c'est à partir d'une série science-fiction je vais me dire « ah oui c'est de la science-fiction, ça va m'intéresser ».

Donc l'explication qui est à côté, c'est plus positif pour toi ?

Je pense que ça peut attirer. Ça rajoute quelque chose, c'est sûr.

Ok. Alors maintenant, est-ce que tu fais attention à la petite phrase sur les cookies qui apparait en général sur tous les sites qu'on consulte à l'heure actuelle ?

Non, je ne fais pas attention, je fais « ok ».

Donc tu ne cliques pas dessus pour en savoir plus ?

Au début si, quand la législation avait changé et que tous les sites faisaient ça, je regardais vite fait ce qu'il y avait et puis donc dans tous les cas, au final la législation ne sert à rien parce que tu peux quand même naviguer sur le site et dans tous les cas que tu appuies sur la petite croix ou que tu fasses « ok », pour moi ça ne change rien.

Donc si tu cliques sur « en savoir plus », tu peux voir comment sont utilisées tes données. J'ai un autre exemple ici, Facebook a sorti un spot pour expliquer en fait pourquoi

certaines pubs sont proposées, comment les données personnelles sont utilisées etc., qu'est-ce que tu penses de ça ?

Je pense que c'est plutôt bon dans le sens où si jamais on a vraiment envie de savoir ce qu'ils font avec nos données, si on est vraiment soucieux de savoir exactement ce qu'il en advient, je pense que c'est primordial que les sites fassent ça. Après, en général, moi je suis plus dans la posture inverse de me dire qu'ils récoltent les données qu'ils veulent mais je mets le moins possible de données personnelles sur les sites et tout ça, quitte à même créer un faux nom ou ce genre de chose pour me dire que comme ça ils ont un faux nom, ils peuvent tracer s'ils veulent mais ça ne se relie pas directement à moi ou en tout cas éviter de mettre le numéro de téléphone, ce genre de chose.

Après ils n'ont pas que des données explicites, ils ont aussi des données implicites donc par exemple ton nombre de clics etc., tout ça tu ne sais pas contrôler ?

Non c'est vrai, ça, ça ne me dérange pas parce que je me dis que pour certains sites, c'est leur business et toi ça ne te coûte pas grand-chose et au final tu peux en tirer quelque chose si la recommandation derrière permet d'être meilleure, c'est tout bénéfique. À partir du moment où d'autres entreprises ne peuvent pas racheter des données et dire untel a consommé ça et savoir exactement ce qu'est son repas du midi, ça va, moi je ne suis pas trop craintif par rapport à ça.

Donc tant que ce n'est pas relié à ton nom, ils peuvent avoir un profil sur toi mais tant qu'ils ne savent pas que c'est toi, ça ne t'importe pas ?

Tant que c'est anonymisé, ça ne me dérange pas.

Alors maintenant si je te parle de diversité de produits, qu'est-ce que cela veut dire pour toi ?

Avoir beaucoup de choix.

As-tu un exemple ?

Quand on est devant le rayon de bières, justement on a de la Maes, de la Jupiler, de la Pêche Mel, plein de goûts différents.

Est-ce que c'est un facteur important pour toi dans le cadre des systèmes de recommandation ?

Dans quel sens ?

Le fait que les systèmes de recommandation ne te proposent...

Ah te permettent plus de choix ?

...pas toujours la même chose.

Je pense... si le système de recommandation proposait toujours la même chose, ça n'aurait aucun intérêt parce que du coup on connaîtrait le produit, on serait déjà, soit on l'achèterait déjà soit on serait déjà au courant qu'il existe. Du coup justement, pour moi le système de recommandation, ça sert à découvrir de nouvelles choses, pour moi c'est l'intérêt, s'il nous propose quelque chose qu'on achète déjà ça perd de son intérêt.

D'accord. Alors j'ai encore un autre exemple : imaginons que tu viens de réserver un vol pour Dublin et que le système de recommandation te propose un hôtel à Paris : comment réagis-tu ?

Je me dirais, c'est vraiment mal fait.

Donc tu aurais préféré avoir une autre recommandation ?

J'aurais préféré avoir une recommandation à Dublin du coup si je vais à Dublin... Si je commande le vol pour aller là-bas, en général il faut dormir ou visiter des trucs et du coup s'il me propose des trucs à visiter ou pour dormir à Paris, pour moi ce n'est pas pertinent et je me désintéresserait peut-être des recommandations sur ce site-là.

Et la recommandation qui est proposée, donc pour un hôtel à Paris, ça ne te donne pas des idées ?

Ça pourrait donner des idées mais dans... Alors je ferais des recherches sur Paris tu vois...

Donc pas dans l'immédiat ?

Je trouve que ce n'est pas pertinent et dans l'immédiat, peut-être que tu t'en souviendras six mois plus tard quand tu feras ton voyage à Paris mais pour le moment, ce n'est pas ce dont tu as besoin, ce à quoi tu t'attends.

D'accord. Est-ce que les recommandations t'ont déjà aidé à découvrir des choses par hasard, des choses auxquelles tu ne t'attendais pas du tout ?

Oui, comme je le disais pour... surtout dans les systèmes de recommandation YouTube, quand tu regardes une vidéo et puis que tu vois le titre d'une vidéo et tu te dis « ah ça paraît intéressant » et tu découvres un nouveau créateur... sans le vouloir vraiment, grâce aux systèmes de recommandation. Ou quand tu regardes une série et qu'il te dit « regarde cette série » et tu te dis qu'elle était trop bien, tu étais content qu'on te la recommande. Donc dans l'ensemble, je suis content, c'est utile.

Alors, question suivante, est-ce que tu es sensible aux promotions de manière générale ?

Si ça permet de gagner de l'argent oui.

Est-ce que tu es plus sensible à un moment ou à un autre aux promotions ou plus dans un secteur que dans un autre ?

Je regarde surtout sur internet quand il y a des offres pour tout ce qui est matériel informatique vu que j'aime bien ça. Sinon, les deux domaines qui me... c'est celui-là et tout ce qui concerne la bouffe, quand je ne sais pas quoi manger, je vais au Delhaize, je vois qu'il y a une réduction et je me dis que je vais manger ça parce qu'il y a une réduction et je n'y avais pas pensé à la base.

Et est-ce que c'est un facteur qui est important pour toi dans les recommandations ?

Du coup, oui je pense que c'est un plus, si on se dit... c'est les soldes ou une offre spéciale pour le lancement du produit, et se dire « ah il y a une réduction dessus », si le système de recommandation la met en avant, je pense que ça sera mieux.

D'accord. Alors maintenant qu'est-ce que tu fais quand tu es face à ou que tu viens de cliquer sur une recommandation ?

En général, on tombe sur le site et du coup, si c'est un nouveau produit, je vais regarder ce que c'est, si ça m'intéresse ou pas. De temps en temps, je le mettrai de côté en mode, la prochaine fois que j'achète un truc sur Amazon, je l'achèterai en plus ou ce genre de chose.

Ok. Quand tu es sur internet et que tu as une recherche précise à faire, qu'est-ce que tu fais ? Est-ce que tu peux me décrire les étapes ?

Je vais sur Google.be et après je tape ce que je veux et en général c'est plutôt quand on cherche un truc, soit je sais déjà sur quel site je pourrais aller voir et du coup en général je fais le tour de trois quatre sites pour voir les prix et comparer les trucs et parfois sur certains sites, les infos

sont pas complètes, quand tu regardes les caractéristiques d'un nouveau téléphone, tu te rends compte que sur un site il manque les trois quarts des infos, du coup, tu vas voir sur d'autres pour être sûr d'avoir tout du coup en général je compare les sites entre eux et si je ne sais pas où chercher l'info, je mets le nom de ce que je cherche et je fais la première page de recherche, je regarde un peu les informations.

Est-ce que quand tu as une recherche précise à faire, tu vas droit au but ou tu as tendance à être facilement distrait par ces recommandations justement qui apparaissent un peu partout ?

Si c'est en lien avec ma recherche, si je vois la recommandation et que je me dis que c'est pile ce que je recherche, je vais cliquer dessus. Donc si en général je vais regarder le site et si je vois la recommandation et je me dis « ah c'est le produit que je cherchais ou ce n'est pas loin du produit que je cherche », je vais cliquer dessus et me dire peut-être que je vais le trouver comme ça.

Mais si ça n'a rien avoir ?

Si ça n'a rien avoir en général non. Si ce n'est pas dans le cadre de ce que je fais... je vais, je suis en mode je fais mon truc, soit ça a un lien et c'est bon, soit ça n'a pas de lien, je pense que mon cerveau il ne calcule même pas, il passe au-dessus.

Imaginons maintenant que tu aies cliqué sur une recommandation et es prêt à l'accepter, acheter le produit s'il s'agit d'un produit, d'autres recommandations apparaissent sur ton écran : comment réagis-tu ?

Ça ne me dérangerait pas, je me dis il y a peut-être quelque chose d'autre qui va m'intéresser. Si j'ai une recommandation pour un smartphone puis pour une coque, je me dis, peut-être le combiner, acheter les deux. Ça ne me freinerait pas de voir une seconde recommandation après la première.

Donc c'est toujours si c'est un produit qui est plutôt complémentaire ? Tu ne vas pas supprimer entre guillemets la première recommandation pour aller sur une autre ?

Je ne pense pas que je ferais ça, tant que ça a un lien, je serais en mode ça peut être intéressant. Si ce n'est pas en lien, je pense que je ne regarderais même pas, ça m'ennuierait plus qu'autre chose je pense, si justement je commande un smartphone et puis qu'on me propose le voyage pour Dublin, je serais en mode, ce n'est pas ça que je cherche.

Ok, et si c'est le même produit mais par exemple d'une autre marque ?

Là je regarderais c'est sûr, je comparais les prix, voir quel produit est le meilleur.

Donc toujours si ça a un lien ?

Si ça a un lien, oui.

Ok. As-tu quelque chose à ajouter ?

Non, rien de spécial.

Ce questionnaire est maintenant terminé, merci pour ta collaboration et le temps que tu m'as consacré. Si tu le veux, je te transmettrai les résultats de ma recherche.

Interview 15

Bonjour, je m'appelle Marie-Charlotte Paindavoine et je suis étudiante en master 2 en ingénieur de gestion à l'UCLouvain FUCaM Mons. Dans le cadre de mon mémoire, je dois réaliser plusieurs interviews. Je te remercie pour le temps que tu me consacres. Ce questionnaire durera environ 30 minutes.

As-tu des questions ?

Non.

Donc on va tout de suite passer à la première question : est-ce que tu peux te présenter brièvement ?

J'ai 25 ans et je suis étudiante à la FUCaM en sciences de gestion.

D'accord, est-ce que tu peux me donner quelques achats que tu as l'habitude de faire ?

Oui, en général du maquillage ou des vêtements, des chaussures.

Quelle marque de maquillage par exemple ?

J'achète beaucoup chez Niks, Essence et tout.

Et par exemple, pour l'alimentaire, tu vas dans quels magasins, quelles marques achètes-tu tout le temps ?

En général, je vais avec ma mère, c'est Colruyt donc c'est Everyday ou au Carrefour, la marque Carrefour.

Ok. Est-ce que tu sais ce qui se cache derrière le concept de « Système de recommandation » ?

Oui ce sont les articles qui sont recommandés en fonction de ce qu'on achète ?

De nombreuses entreprises, que ce soit en ligne ou hors ligne utilisent tes données personnelles et suivent ton comportement afin de te proposer des produits et/ou des services susceptibles de t'intéresser : connaissais-tu cette pratique ?

Oui.

Donc, je vais te montrer plusieurs exemples de recommandations : ici, dans la publicité Colruyt, en plus du feuillet publicitaire normal avec les dernières promotions et/ou

nouveautés, c'est un feuillet avec la mention « sélection pour vous ». J'ai d'autres exemples en ligne : ici, pour Facebook, ce sont des recommandations d'amis par exemple. Là, sur YouTube, il y a une recommandation sur le côté de Booking. Là, c'est quand je jouais sur mon smartphone qu'une recommandation est apparue sous forme de pop-up. Là, c'est aussi sur YouTube mais cette fois la recommandation apparaît sur la vidéo. Ici, sur Messenger. Là, de nouveau des recommandations Booking et Axa qui apparaissent sur un site. Sur le côté d'une page Facebook. Là, toujours sur Facebook mais dans le fil d'actualité, « évènement recommandé » par exemple. Enfin, en général sur les sites ou les réseaux sociaux, il y a toujours une catégorie où il est marqué « pour vous » : ici, nous avons des titres recommandés sur Spotify ; ici, on a un exemple sur Instagram...

Ah je n'avais jamais vu ça...

Mais il y aussi Zalando : « les meilleures offres pour vous » ...

Oui, ça oui.

Et ici c'est le site de La Une : « notre sélection pour vous ».

Donc voilà, ça c'étaient des exemples. Donc par rapport à ces exemples, quelle est ta réaction face à ces recommandations et aux recommandations en général ?

Ma réaction... En général, ça me gonfle ce genre de pub mais oui et non en général ce ne sont pas forcément toujours des trucs qui m'intéressent en fait.

Donc c'est plus un aspect négatif ?

Ouais pour moi ouais, parfois c'est positif genre pour Zalando en général j'ai toujours tendance à cliquer dessus mais je crois que c'est un des seuls trucs sur lequel je clique.

Et donc pour l'aspect négatif ça serait plus, qu'est-ce qui pourrait te faire changer d'avis sur ça ? Te proposer...

Quelque chose de plus ciblé qui m'intéresserait peut-être plus encore.

Ok. Qu'est-ce que tu penses de la personnalisation dans les recommandations ?

Genre ça ici ?

Oui, par exemple « sélectionné pour vous », « recommandé pour vous ».

D'un côté je trouve que c'est bien parce que c'est souvent fait sur des articles qu'on achète mais d'un autre côté c'est pousser les gens à acheter donc un petit peu mitigée.

D'accord.

Disons que si les promotions sont bonnes ça va mais sinon...

Ok. Mais il n'y a pas que sur les produits, enfin qu'on peut acheter, il y a aussi les amis Facebook etc.

Les amis Facebook...

Ça peut être des films, des vidéos, etc.

Les amis Facebook je ne trouve pas ça top parce qu'en général, tu n'as peut-être pas envie d'être toi, dans les recommandations des gens pour qu'ils puissent te rajouter parce que tu n'as pas forcément envie.

Maintenant est-ce que tu penses que des individus peuvent être influencés par les systèmes de recommandation ?

Oui d'office, d'office des gens à mon avis qui cliquent sur tout ce qui passe.

Est-ce que tu as des exemples ?

Tout bête mais en général tout ce qui est Zalando et tout ça, je pense il y a beaucoup de gens qui ont tendance à cliquer quand ils voient la pub. Moi j'ai souvent des trucs de vacances genre Neckermann et des choses comme ça, en général tu as tendance à cliquer quand même, je pense qu'il y a quand même pas mal de gens qui doivent regarder.

Je réalise, dans le cadre de mon mémoire, une étude pour comprendre dans quelle mesure les recommandations sont acceptées par les utilisateurs, par accepter j'entends l'achat quand il s'agit d'un produit ou d'un service et acceptation quand il s'agit d'une vidéo, d'un ami sur Facebook, etc.

Lorsque tu es face à des recommandations, quels sont les éléments que tu juges important ?

Déjà, est-ce que c'est quelque chose qui est simulé vraiment pour moi, qui est susceptible de m'intéresser. Sinon la manière dont c'est proposé aussi, je veux dire quand c'est, comme tu as

montré tantôt le truc qui apparaît en plein milieu de l'écran, je trouve ça vachement intrusif, c'est déjà un truc qui m'énerve plus qu'autre chose, un peu la manière dans laquelle c'est apparu, par exemple sur YouTube, ça va c'est sur le côté, ça dérange pas. Maintenant dès que tu es sur un site et que tu as une fenêtre qui apparaît en bas, je trouve ça un peu lourd quoi.

Maintenant si on reprend les exemples que je t'ai montrés de recommandations ou les recommandations auxquelles tu fais face dans ta vie quotidienne, est-ce que tu es attirée plus par une que par une autre plus au niveau du visuel ?

J'aurais plus tendance à... ouais celles sur YouTube, oui je préfère celles sur YouTube que sur les sites internet, en général.

Comme tu l'as dit tantôt, l'endroit où la recommandation apparaît ça t'importe toi ?

Oui, oui, moi oui.

Si c'est vraiment...

Si c'est vraiment intrusif, si on va dire que tu es limite obligée de cliquer dessus pour t'en débarrasser.

Ok. Et est-ce que tu préfères les recommandations en ligne ou les recommandations papier ?

Disons que je suis plus souvent sur internet donc en ligne.

Les recommandations papier ça t'arrive de les regarder ?

Si mes parents les ont dans la boîte aux lettres et qu'ils les laissent sur la table, je vais la regarder mais sinon...

Ok. Les recommandations se font dans tous les domaines donc comme on a vu, réseaux sociaux, grande distribution, banques, voyages, etc. Dans quels domaines trouves-tu que les recommandations sont les plus utiles ?

Je dirais... ça c'est une bonne question ça... les plus utiles... alors là... je ne sais pas, je dirais peut-être plus tout ce qui est dans les achats les vêtements et tout ça...

Selon toi.

Je dirais ça ou peut-être les vidéos YouTube...

Pourquoi ?

Parce que je regarde des trucs de télé-réalité et en général, tu as des vidéos dont tu ne connais pas l'existence qui apparaissent sur le côté et du coup tu es tentée de regarder.

Et ça te permet de découvrir d'autres...

D'autres vidéos, auxquelles je n'aurais pas pensé.

Est-ce que « l'effort » a un impact sur le fait d'accepter une recommandation ? Accepter un ami sur Facebook est différent d'accepter d'acheter un ordinateur sur base d'une recommandation par exemple.

Répète la question parce que je ne l'ai pas comprise, j'ai compris l'effort mais...

Est-ce que l'effort a un impact sur l'acceptation de la recommandation ?

Oui d'office, c'est plus simple d'accepter un ami sur Facebook que d'aller sur un site, de commander, de payer, ...

Donc une fois qu'il y a de l'argent en jeu...

Oui c'est un frein je pense.

Alors maintenant, je vais te demander quelle est ta définition de la confiance de manière générale ?

La confiance, et bien, c'est... j'allais dire c'est faire confiance à quelqu'un mais c'est... je ne sais pas moi, c'est révéler des choses à quelqu'un en s'attendant à ce qu'il ne les divulgue pas à tout le monde.

Pourquoi fais-tu confiance à certaines marques ou certaines entreprises ?

Disons par habitude d'achat, je pense que c'est à force d'acheter qu'on sait si on est déçu ou non, en fonction des échos, de ce que les gens pensent, des avis qu'on peut trouver aussi.

Ok et donc est-ce que tu ferais attention à des recommandations qui proviennent de marques ou entreprises envers lesquelles tu n'as pas forcément confiance ?

Disons que si j'ai eu beaucoup d'échos négatifs non.

Donc tu la passes ?

Je n'y prêterai pas attention.

Alors maintenant, imaginons, tu es fidèle au Coca et les systèmes de recommandation te proposent une bouteille de Pepsi, quelle est ta réaction ?

Disons que si je suis quelqu'un qui ne boit que du Coca, ça ne va pas m'intéresser, je vais la supprimer. Maintenant si ça m'arrive d'en boire et que je vois qu'elle est moins chère je vais peut-être être intéressée par cliquer dessus.

Donc quand tu es vraiment fidèle à une marque tu restes quand même ou tu regardes plus les prix etc. ?

J'ai plus tendance à quand même regarder les prix, s'il y a vraiment une différence je peux faire, enfin changer pour une fois ou l'autre quoi.

Pour tester ?

Oui pour tester.

Alors maintenant encore avec l'exemple de la bouteille de Coca, si le système de recommandation te dit « Cette bouteille de Coca vous a été proposée parce que nous avons identifié dans votre comportement d'achat que vous en achetiez chaque semaine ». Qu'en penses-tu ?

J'en pense que c'est vachement intrusif dans notre vie privée entre guillemets, dans ce qu'on achète donc qu'est-ce que j'en pense : d'un côté c'est bien, voilà, ils savent ce que j'achète et ils me proposent des produits que j'ai réellement besoin mais d'un autre côté, je trouve ça vachement intrusif quand même de savoir à ce point-là que les gens achètent chaque semaine du Coca.

Ici, quelle est plus ta réaction quant à l'explication qui est donnée à côté de la recommandation ? Donc tu aurais pu avoir la recommandation de la bouteille de Coca seule et là tu as l'explication du pourquoi ça t'est proposé.

Disons que je pense aussi que ça dépend comment c'est formulé, ici c'est vraiment écrit tel quel « on sait que vous en achetez chaque semaine », je trouve ça un peu limite. Maintenant si c'était un truc du style « parce qu'on sait que vous aimez ça » ou un truc comme ça, je trouve que si c'est plus général, c'est peut-être mieux que de savoir que tu en achètes vraiment tout le temps.

Et est-ce que ça change vraiment quelque chose pour toi le fait d'avoir cette explication ?

Je pense que la manière dont l'explication est mise peut changer les choses, oui.

D'accord. Alors maintenant, est-ce que tu fais attention à la petite phrase sur les cookies qui apparaît en général sur tous les sites qu'on consulte à l'heure actuelle ?

En général, oui, enfin... disons que parfois c'est une phrase courte donc parfois je fais attention mais quand ça prend trois quatre lignes j'accepte et voilà.

Est-ce que tu cliques dessus pour en savoir plus ?

Non.

Quand tu cliques dessus, tu peux savoir comment tes données sont utilisées etc. J'ai un autre exemple ici, Facebook a sorti un spot pour expliquer en fait pourquoi certaines pubs sont proposées, comment les données personnelles sont utilisées. Qu'est-ce que tu penses de ça ?

Je trouve que c'est pas mal mais maintenant ils l'ont fait parce qu'ils ont été attaqués en justice pour des problèmes de données aussi. Je pense que c'est bien mais ça aurait peut-être dû être fait avant.

C'est quand même un point positif selon toi ?

Oui, je pense que c'est positif. Maintenant, est-ce que les gens prennent vraiment la peine de le lire, je ne sais pas mais je pense que pour les gens qui ont vraiment envie de savoir comment leurs données sont utilisées etc., je pense que c'est intéressant même si ça arrive un peu trop tard.

Alors maintenant si je te parle de diversité de produits, qu'est-ce que cela veut dire pour toi ?

Diversité de produits, c'est avoir le choix je dirais... Par exemple j'ai soif, je veux boire de l'eau, avoir le choix entre plusieurs marques d'eau.

Ok. Est-ce que c'est un facteur important pour toi dans le cadre des systèmes de recommandation, donc ne pas toujours avoir la même chose qui est proposé ?

Oui, moi je trouve ça intéressant de laisser le choix entre plusieurs trucs et pas de nous imposer juste une photo par exemple.

Oui ça peut être, comme tu l'as dit un produit avec plusieurs marques mais ça peut être aussi proposer une bouteille d'eau, une de jus d'orange, etc. Est-ce que, pour toi, c'est important que les systèmes de recommandation n'enferment pas l'utilisateur ?

Oui je trouve ça bien parce que je veux dire, ce n'est pas parce que j'achète toujours du Coca par exemple, que j'ai pas envie qu'on me propose du Fanta par exemple ou le nouveau Sprite ou quelque chose comme ça.

Ok. Alors j'ai encore un autre exemple : imaginons que tu viens de réserver un vol pour Dublin et que le système de recommandation te propose un hôtel à Paris : comment réagis-tu ?

Je ne comprends pas trop ce qui se passe à mon avis mais je ne regarde même pas du coup.

Donc tu aurais préféré avoir une autre recommandation ?

Disons qu'un hôtel pour Dublin aurait peut-être été plus intéressant.

Et la recommandation qui est proposée donc pour un hôtel à Paris, ça ne te donne pas des idées ?

Non.

C'est un exemple, ça pourrait être totalement autre chose, tu viens d'acheter un paquet de pâtes et le système de recommandation te propose un paquet de gnocchis, tu ne vas pas manger les deux en même temps, tu aurais peut-être préféré avoir un pot de sauce mais est-ce que ça ne te donne pas des idées pour un futur repas ?

Si, disons que dans l'alimentaire peut-être parce que le coût n'est déjà pas le même que pour un voyage du coup dans l'alimentaire pourquoi pas tu te diras « c'est vrai que j'ai prévu des pâtes aujourd'hui mais un autre jour je ferai peut-être des gnocchis pour changer ».

Ok et est-ce que les recommandations t'ont déjà aidé à découvrir des choses par hasard, des choses auxquelles tu ne t'attendais pas du tout ?

Comme ça je ne sais pas dire, je ne pense pas, enfin... là ça ne me dit rien... si, peut-être des vidéos, comme je disais tantôt sur YouTube mais en termes de produits réellement...

Ce n'est pas forcément en termes de produits, ça peut être des vidéos...

Oui les vidéos oui, surtout à ce niveau-là, en termes de produits ça ne me dit trop rien.

Quel était ton ressenti du coup ?

C'était positif.

Alors, est-ce que tu es sensible aux promotions de manière générale ?

Oui.

Plus dans un secteur que dans un autre ?

Disons dans le secteur... oui, qui me concernent. Donc du coup je ne fais pas spécialement les courses mais quand ma mère m'envoie faire les courses, je regarde un peu à ce que je prends, quand j'étais en kot aussi, je regardais aux prix. Maintenant je serais plus sensible aux promotions sur Zalando, je vais d'office voir ce qu'il y a dans la catégorie promotion avant d'acheter.

Est-ce que c'est plus à un moment particulier dans l'année ?

Oui quand j'ai moins d'argent, oui peut-être plus pour les fêtes de fin d'année, quand tu arrives à la fin de l'année et que tu as moins d'argent.

Et est-ce que c'est un facteur qui est important pour toi dans les recommandations ?

Oui je pense que ça attire plus les gens.

Donc ici par exemple, certains sont en promotion, d'autres pas, est-ce que tu es plus attirée par ceux-là ?

Disons, je pense que, tu vois « essai gratuit », tu te dis « pourquoi pas ? ». Je pense que tu es plus tentée à acheter un produit en promotion que prix plein, ce qui est normal.

Alors maintenant qu'est-ce que tu fais quand tu es face à ou que tu viens de cliquer sur une recommandation ?

Déjà, je regarde si ça correspond vraiment à ce qui était apparu sur l'écran d'avant, parce que parfois c'est pas toujours, tu n'arrives pas spécialement toujours sur ce que tu t'attendais. Du

coup si jamais c'est ce que je m'attendais, je regarde un peu ce que ça dit et en fonction de ce que c'est réellement j'achète ou non.

**Quand tu es sur internet et que tu as une recherche précise à faire, qu'est-ce que tu fais ?
Est-ce que tu peux me décrire les étapes ?**

J'ouvre Google, si je sais exactement ce que je cherche, je mets le terme complet de ce que je cherche et si je n'ai pas vraiment d'idées, je tape des mots-clés qui pourraient me diriger sur ce que je recherche.

Et après ?

Après, en général, je clique, enfin je regarde les trois quatre premiers liens. C'est rare quand je vais plus bas que la première page et je clique sur ce qui me paraît plus concret en fonction de ce que je recherche.

Et est-ce que quand tu as une recherche précise à faire, tu vas droit au but ou tu as tendance à être facilement distraite par ces recommandations justement qui apparaissent un peu partout ?

Non, si c'est vraiment une information que je dois savoir, je regarde ce que je dois savoir. Maintenant si c'est vraiment un truc super intéressant qui est apparu, peut-être pourquoi pas je regarderai après, si c'est quelque chose que je dois savoir, je reste focalisée dessus.

Que tu dois savoir ?

Sur ce que je recherche.

Donc si ça a un lien avec ta recherche ?

Oui voilà.

Imaginons maintenant que tu aies cliqué sur une recommandation et es prête à l'accepter, acheter le produit s'il s'agit d'un produit, d'autres recommandations apparaissent sur ton écran : comment réagis-tu ?

Donc attends, j'achète un produit que j'ai vu la recommandation, est-ce que...

Non, tu as cliqué sur une recommandation qui est apparue sur ton écran, tu es sur le produit ou la vidéo etc., et là, tu as d'autres recommandations qui apparaissent. Ça peut être des recommandations d'autres choses ou en lien...

La réaction est un peu la même que la première fois que je vois une recommandation, je regarde si ça pourrait m'intéresser ou non, maintenant si je viens déjà d'acheter...

Tu n'as pas encore acheté, tu viens de cliquer sur une recommandation.

Disons que si c'est deux trucs qui pourraient être semblables, je vais regarder, comparer ce qui m'intéresse le plus mais si c'est deux trucs différents, je vais d'abord, oui voir si ça m'intéresse ou pas tout simplement.

As-tu quelque chose à ajouter ?

Non.

Ce questionnaire est maintenant terminé, merci pour ta collaboration et le temps que tu m'as consacré. Si tu le veux, je te transmettrai les résultats de ma recherche.

Interview 16

Bonjour, je m'appelle Marie-Charlotte Paindavoine et je suis étudiante en master 2 en ingénieur de gestion à l'UCLouvain FUCaM Mons. Dans le cadre de mon mémoire, je dois réaliser plusieurs interviews. Je te remercie pour le temps que tu me consacres. Ce questionnaire durera environ 30 minutes.

As-tu des questions ?

Non.

Donc on va tout de suite passer à la première question : est-ce que tu peux te présenter brièvement ?

Moi je suis maman d'une petite fille de 8 ans, je travaille en tant que secrétaire médicale dans un hôpital psychiatrique, j'ai une vie plus ou moins, enfin fort active entre l'école, le boulot, les activités etc. Je fais une activité complémentaire pour joindre les deux bouts parce que même en travaillant voilà, il faut ce qu'il faut et je pense avoir fait le tour.

Est-ce que tu peux juste me donner ton âge si je peux me permettre ?

31 ans.

D'accord, est-ce que tu peux me donner quelques achats que tu as l'habitude de faire ?

Des vêtements parce que pour la petite, il faut toujours réassortir. La nourriture forcément parce qu'on ne peut pas faire sans. Tout ce qui est mazout parce que pour la voiture sans ça, on ne sait pas circuler. C'est les trois principales grosses dépenses pour moi.

Ok et dans l'alimentaire est-ce qu'il y a des marques que tu achètes vraiment tout le temps ?

Je n'achète pas de marque, sauf si c'est en réduction.

Ok. Est-ce que tu sais ce qui se cache derrière le concept de « Système de recommandation » ?

Je ne me suis pas vraiment posé la question.

De nombreuses entreprises, que ce soit en ligne ou hors ligne utilisent tes données personnelles et suivent ton comportement afin de te proposer des produits et/ou des services susceptibles de t'intéresser : connaissais-tu cette pratique ?

Oui, oui et c'est vrai que par exemple quand tu es sur Facebook, tu vas recevoir des pubs de choses, tu vas avoir une pub, tu as d'office, enfin... une pub qui va t'arriver sur... sur ton GSM parce que tu as consulté cette promotion-là et tout le temps. Enfin, je suis sur Zalando, systématiquement je vais recevoir des pubs sur mon Facebook de Zalando.

C'est ça en fait. Donc, je vais te montrer plusieurs exemples de recommandations : ici, dans la publicité Colruyt, en plus du feuillet publicitaire normal avec les dernières promotions et/ou nouveautés, c'est un feuillet avec la mention « sélection pour vous ». J'ai d'autres exemples en ligne : ici, pour Facebook, ce sont des recommandations d'amis par exemple. Là, sur YouTube, il y a une recommandation sur le côté de Booking. Là, c'est quand je jouais sur mon smartphone qu'une recommandation est apparue sous forme de pop-up. Là, c'est aussi sur YouTube mais cette fois la recommandation apparaît sur la vidéo. Ici, sur Messenger. Là, de nouveau des recommandations Booking et Axa qui apparaissent sur un site. Sur le côté d'une page Facebook. Là, toujours sur Facebook mais dans le fil d'actualité, « évènement recommandé » par exemple. Enfin, en général sur les sites ou les réseaux sociaux, il y a toujours une catégorie où il est marqué « pour vous » : ici, nous avons des titres recommandés sur Spotify ; ici, on a un exemple sur Instagram mais il y a aussi Zalando : « les meilleures offres pour vous » ; et ici, c'est le site de La Une : « notre sélection pour vous ».

Donc voilà, c'étaient des exemples. Par rapport à ces exemples, quelle est votre réaction face à ces recommandations et aux recommandations en général ?

Je pense qu'ils étudient un petit peu expressément pour essayer, comme ici avec Colruyt, quand t'as la « sélection pour vous », c'est par rapport avec ta carte de fidélité, ils voient bien ce que tu achètes et forcément, ils vont te faire une offre pour toi, pour te pousser encore plus à la consommation. Moi j'y prête attention sans y prêter attention parce que ce n'est pas ça qui me pousse à acheter forcément... J'y prête attention, oui, je regarde mais ce n'est pas parce que c'est une offre qui m'est attirée que je vais forcément acheter.

Donc c'est plus un point négatif parce que tu trouves que ça pousse à la consommation ?

Oui c'est ça, c'est ça parce que tu n'as pas envie d'acheter, tu n'as pas envie d'acheter enfin moi personnellement je n'achèterai pas parce que c'est en promotion, je vais l'acheter si j'en ai besoin déjà, c'est vrai que si c'est une grosse promotion je vais peut-être plus vite l'acheter mais pas si j'en n'ai pas besoin du tout quoi.

Ok. Et qu'est-ce que tu penses de la personnalisation dans les recommandations ? Donc après il y a les produits, tout ce qui est achat mais aussi les vidéos, les amis sur Facebook, etc.

Moi ça me saoule.

Justement le fait que ça soit personnalisé pour toi, ça ne change rien ?

Non, ça ne change rien, ça ne change rien du tout parce que je trouve que voilà, on ne peut plus rien consulter en ligne sans être surveillé entre guillemets, parce qu'automatiquement dès que tu vas regarder une pub, ça va directement être en relation avec ton Facebook, avec tout et tu vas avoir une offre qui va atterrir, donc... moi ça m'ennuie.

Est-ce que tu penses que des individus peuvent être influencés par les systèmes de recommandation ?

Ça bien sûr.

Pourquoi ? Est-ce que tu as un exemple ?

Parce que... Ça va d'office... déjà le titre « sélection pour vous », ça veut dire « j'ai travaillé pour vous, j'ai fait quelque chose pour vous donc vous êtes la seule à pouvoir en bénéficier » et ça pour moi ce n'est pas vrai. Enfin il y a peut-être une étude qui est retravaillée mais je suis certaine qu'on peut être deux, trois, même plus à recevoir cette même offre parce qu'on a consulté la même offre, la même promotion en même temps ou à des moments différents et je ne l'aurai pas moins chère parce que c'est pour moi.

Donc tu penses que le « sélection pour vous », « recommandé pour vous » ça a une influence ?

Oui, moi oui je pense, oui.

Ok. Je réalise, dans le cadre de mon mémoire, une étude pour comprendre dans quelle mesure les recommandations sont acceptées par les utilisateurs, par accepter j'entends l'achat quand il s'agit d'un produit ou d'un service et acceptation quand il s'agit d'une vidéo, d'un ami sur Facebook, etc.

Lorsque tu es face à des recommandations, quels sont les éléments que tu juges important ?

Déjà quand ce sont des invitations, je supprime automatiquement.

Des invitations ?

Si on va sur Facebook, par exemple, quand c'est « vous connaissez peut-être », je ne regarde même pas je supprime, quand il y a des pubs qui viennent se mettre dans ton Messenger, je ne regarde pas je supprime. Après, quand c'est sur des vidéos et tout ça, je ne regarde jamais en fait parce que déjà je n'ai pas envie d'être influencée, ça c'est un des plus gros points, parce que ce n'est pas forcément un budget dans lequel j'apporte plus d'importance, mais après, je... enfin...

Qu'est-ce qui devrait changer pour que ça t'attire un minimum ? Même si ce ne sont pas des achats, si ce sont plus des films ou...

Que ce soit peut-être présenté sous une autre forme, parce que là, tu joues à un jeu, ton jeu va être coupé pour toi avoir une pub et ce n'est peut-être pas le moment où tu as envie de voir cette pub, où tu as envie d'être interrompu, ça dépend... Si ça tombe à un bon moment, tu as peut-être envie d'aller voir cette pub et d'arrêter ton jeu, si ça ne tombe pas dans un bon moment, tu vas peut-être râler et ignorer cette pub. Mais je ne sais pas ce qui pourrait être fait exactement pour plus nous attirer mais je trouve qu'à un moment donné, trop c'est trop, partout où tu vas tu as de la pub qui t'interpelle, donc enfin... je ne sais pas, peut-être, nous devoir faire la démarche de s'enregistrer dans une base de données en disant « oui je veux recevoir ». Mais pas nous imposer comme ça systématiquement et peut-être choisir la catégorie des pubs dans laquelle on voudrait recevoir les promotions ou autre.

Et donc tu préfères aussi... j'avais une question, est-ce que l'endroit où la recommandation apparaît ça t'importe et donc tu préfères que ça soit en petit sur un côté et que tu puisses aller la voir si tu as envie d'aller la voir plutôt que ça apparaisse en plein milieu ?

C'est ça voilà. Plus en discret sur le côté et pas que ça arrête tout, que ça montre la pub, que tu es obligée de la regarder pendant quinze secondes avant de pouvoir l'ignorer ou la regarder tout simplement parce qu'il y en a que tu ne peux pas ignorer quoi.

Ok. Et est-ce que tu préfères les recommandations en ligne ou les recommandations papier ?

En ligne. Parce que le papier, il y a déjà trop de gaspillage je trouve.

Donc plus d'un point de vue éthique ?

Oui. C'est ça.

Ok. Les recommandations se font dans tous les domaines, donc comme on a vu, réseaux sociaux, grande distribution, banques, voyages, etc. Dans quels domaines trouves-tu que les recommandations sont les plus utiles ?

Dans la grande distribution, je trouve que c'est plus utile parce que ce sont quand même des choses que tu as besoin. Tu as besoin de savoir... la nourriture, enfin moi j'achète des marques quand il y a des grosses promotions ou alors je vais en France parce que c'est moins cher mais c'est vrai que c'est bien de savoir quand tu as des réductions avant d'aller au magasin. Mais encore une fois je trouve que, enfin c'est du gaspillage avec tout ce qu'on fait maintenant, on a des cartes où ils voient bien tout ce qu'on achète, tu n'as pas besoin de recevoir la promotion par papier, et par e-mail et encore les pubs enfin voilà. Mais je trouve que la grande distribution c'est le plus important, après les vêtements et tout ça, tu as envie d'un vêtement, tu vas au magasin ou tu vas toi-même consulter le site en ligne.

Donc, plus la grande distribution parce que c'est utile et tu peux voir éventuellement les promotions ?

Et parce que tu en as besoin, tu ne peux pas faire sans manger, sans boire.

Alors maintenant, je vais te demander quelle est ta définition de la confiance de manière générale ?

Ça c'est complexe. La confiance c'est... pouvoir garder des données confidentielles et ne pas les partager et je pense que... ce système de confiance sur internet il n'est pas respecté, pas du tout, parce que... comme je t'ai dit, tu vas sur Facebook, tu vas voir sur Zalando, d'office Zalando et Facebook sont ensemble et tu vas avoir des pubs de Zalando qui vont arriver sur Facebook. Donc pour moi, ça ce n'est pas de la confiance, parce que ton nom, ton prénom, ton sexe forcément, ton âge et ton adresse e-mail sont partagés automatiquement et déjà ça c'est déjà un manque de confiance.

Donc ma question suivante c'était pourquoi fais-tu confiance à certaines marques ou certaines entreprises par exemple mais donc...

Moi je ne fais pas vraiment confiance dans le sens où tout est partagé parce que même si tu signes, le registre de confidentialité etc., tout est partagé, à partir du moment où c'est sur internet, tout est partagé. À la limite quand ça reste version papier, tu peux encore je pense faire plus confiance que quand c'est en ligne.

Pourquoi ?

Parce que tu ne vas pas, enfin... en ligne tout est relié, comme je te dis, tu vas sur un site, automatiquement et même quand ils te demandent, enfin ils ne te proposent même pas de ne pas partager, ils te... directement c'est « veuillez signer la charte de confidentialité », tu es obligée d'appuyer sur ok pour pouvoir aller plus loin donc tu n'as pas le choix. Version papier, je me vois mal... par exemple, je vais encore reprendre cet exemple là mais Zalando envoyer tous les noms et numéros par papier à tous les grands distributeurs donc voilà...

Ok et donc ma troisième question liée avec la confiance c'est, est-ce que tu ferais attention à des recommandations qui proviennent de marques ou entreprises envers lesquelles tu n'as pas forcément confiance ?

Je ne sais pas, je pense que je chercherais d'abord à savoir si... c'est quoi comme entreprise, voir ce qu'ils me proposent, ce qu'ils veulent mais à première vue si ça ne m'intéresse pas j'ignore complètement.

Donc tu te renseignes... si ça t'intéresse, tu te renseignes ?

Voilà, si ça ne m'intéresse pas j'ignore. Si ça m'intéresse, je me renseigne quand même un minimum.

Ok. Est-ce que « l'effort » a un impact sur l'acceptation d'une recommandation ? Par effort, j'entends qu'accepter un ami sur Facebook est différent d'accepter une recommandation d'un smartphone par exemple.

Je ne sais pas trop parce que... si tu compares les autres, accepter un ami sur Facebook, si ça ne te convient pas, tu le vires, acheter un smartphone sur base d'une recommandation, tu dois quand même avoir confiance en la personne qui te le recommande. Parce qu'après si tu es déçue, c'est trop tard, tu restes avec ton smartphone.

Donc ce n'est pas la même chose.

Donc pour moi ce n'est pas la même chose, faut vraiment avoir confiance en la personne qui te le recommande et encore une fois si ce n'est pas une personne, si c'est un site, tu te renseignes, tu te renseignes, tu fais des recherches et tu essaies de savoir si d'autres personnes ont déjà acheté, enfin voilà tu mènes un petit peu en quelque sorte ta petite enquête, toi avant.

Alors je ne sais pas si par exemple l'eau que vous buvez, c'est toujours la même ou la même marque ?

Ça dépend...

Ou pour la lessive par exemple, il n'y a pas une marque que tu achètes tout le temps ?

La lessive, si, la lessive ce sera toujours Dash.

Ok, donc tu es fidèle à Dash et les systèmes de recommandation te proposent de la poudre à lessiver LeChat par exemple, quelle est ta réaction ?

Je regarderais à savoir, parce que quand j'utilise quelque chose, tant que je suis convaincue et satisfaite, je reste dedans.

Ok tu ne testes pas...

Non, pas forcément, si je reçois des échantillons tant mieux... Maintenant je partirais de Dash si je trouve un produit équivalent beaucoup moins cher. Voilà, après ça dépend aussi du prix, de la qualité et de tout ce qui va avec. Sauf si vraiment il y a une grosse promo pour un autre produit alors là, j'irais sur l'autre produit.

Ok, tester pour voir...

Oui voilà.

Alors maintenant, si les systèmes de recommandation te disent : « Cette poudre à lessiver vous a été proposée parce que nous avons identifié dans votre comportement d'achat que vous en achetiez chaque mois ». Qu'est-ce que tu en penses ?

Ça ne me va pas.

Pourquoi ?

Je ne vais pas dire que c'est une atteinte à l'intégrité personnelle mais presque parce qu'ils étudient mais faits et gestes et ça je n'aime pas.

Ici, quelle est ta réaction quant à l'explication qui est donnée à côté de la recommandation ? J'ai un autre exemple, on te propose un film tout seul et tu te demandes pourquoi on te propose ce film, ou alors on te dit « parce que vous avez regardé tel film, on vous propose celui-là ». Qu'est-ce que tu en penses ?

Je n'y tiens pas fort compte mais c'est vrai que par exemple, quand la petite elle regarde des tutos sur internet, si elle regarde comment faire de la pâte à modeler, automatiquement les vidéos qui vont suivre ça va être relié à la pâte à modeler. Et ça je trouve que c'est enfin moi je n'aime pas la façon dont c'est présenté parce que c'est vraiment, j'ai étudié ton comportement, tu regardes ça, tu aimes ça alors on t'oriente automatiquement vers ce que tu aimes et je trouve que c'est un peu mal fait parce qu'après, on pourrait très bien t'orienter vers autre chose, dans la même gamme, on ne va pas passer du coq à l'âne mais pour toi découvrir d'autres choses et je trouve que ce serait même plus intelligent de te faire découvrir autre chose pour toi élargir ton champ d'horizon que toujours le même.

Donc ma question d'après c'était, si je te parle de diversité de produits, qu'est-ce que cela veut dire pour toi ? Et donc est-ce que ce concept est important dans le cadre des systèmes de recommandation ? Donc tu as un peu répondu, tu préfères avoir plus de diversité pour découvrir de nouvelles choses en fait ?

Voilà, c'est ça.

Et donc est-ce que les recommandations t'ont déjà aidé à découvrir des choses par hasard, des choses auxquelles tu ne t'attendais pas du tout ?

Oui et non parce que, par exemple, enfin je commande beaucoup sur Zalando, ce n'est pas bien mais c'est vrai qu'avec Zalando, ce que j'aime et ce que je n'aime pas c'est que quand tu consultes, forcément ils retiennent ce que tu as vérifié et ça je n'aime pas trop parce qu'alors ils vont à chaque fois me proposer des choses dans la même gamme. Mais c'est vrai que quand il y a des grosses promotions, je suis bien contente qu'ils me le proposent parce qu'alors, de là je découvre d'autres choses beaucoup moins chères. Donc dans ce cas de figure-là, oui mais pour le reste, non pas vraiment.

Ok. Alors, est-ce que tu fais attention à la petite phrase sur les cookies qui apparaît en général sur tous les sites qu'on consulte à l'heure actuelle ?

Je l'ai lue les premières fois mais je ne saurais même plus te dire ce qu'ils disent.

Je vais te montrer.

Faut absolument accepter pour que les cookies soient...

Ça peut apparaître comme ça dans le bas...

Là je n'y prête pas attention.

Donc là tu peux continuer sur le site mais il est bien marqué que si tu continues sur le site, c'est que tu acceptes les cookies. Donc tu ne cliques pas dessus pour en savoir plus ?

Non.

Ça peut apparaître comme ça aussi.

Là quand c'est comme ça oui, là je prête attention parce qu'ils gâchent ton... tu ne sais pas accéder plus loin en fait.

Et est-ce que tu as déjà cliqué sur « en savoir plus » ?

Jamais.

Si tu cliques sur « en savoir plus », tu peux voir comment tes données sont utilisées etc. J'ai un autre exemple ici, Facebook a sorti un spot pour expliquer en fait pourquoi certaines pubs sont proposées, comment les données personnelles sont utilisées etc., qu'est-ce que tu penses de ça ?

Déjà je ne suis jamais allée voir sur « en savoir plus » mais d'après ce que tu me montres, je trouve ça long, ennuyeux et donc forcément tu vas à chaque fois passer la page sans forcément t'y intéresser vraiment, sans lire et tu vas dire « ok », donc je trouve que c'est mal fait.

Donc ça ne sert à rien, même s'ils le font, ça ne sert à rien ?

Oui, parce que sincèrement, moi la première, je n'y prête pas forcément attention et pourtant je devrais parce que quand je vois tout ce que tu reçois comme pub et comment c'est partagé etc. Mais c'est trop long et qui va prendre le temps de lire tout ça, c'est ennuyeux et voilà quoi, donc ça ne sert à rien.

Ok. Alors j'ai encore un autre exemple : imaginons que tu viens de réserver un vol pour Dublin et que le système de recommandation te propose un hôtel à Paris : comment réagis-tu ?

Je ne sais pas... je pense que si mon idée est d'aller à Dublin, j'irais à Dublin.

Tu viens de réserver le vol à Dublin, donc tu vas à Dublin.

Ah oui je vais à Dublin et ils ont déjà trouvé les hôtels à ma place ?

Oui mais pour Paris.

Pour Paris...

Comment tu réagis ?

Je ne regarde pas.

Ça ne t'intéresse pas ?

Non.

Tu aurais préféré avoir une autre recommandation ?

Oui en lien avec mon vol.

Et la recommandation qui est proposée, donc pour un hôtel à Paris, ça ne te donne pas des idées ?

Peut-être, peut-être mais si dans ma première idée c'est d'aller à Dublin, je ne regarderais pas, et je n'irais même pas voir non plus, j'irais voir au moment donné où j'ai envie d'aller à Paris.

Ok j'ai un autre exemple avec ça, tu viens d'acheter un paquet de pâtes et le système de recommandation te propose des gnocchis, tu ne vas pas manger les deux, tu aurais peut-être préféré avoir une recommandation de sauce mais est-ce que ça ne te donne pas des idées pour un futur repas ?

Non.

Non ?

Non, c'est... non pas pour moi.

Est-ce que tu es sensible aux promotions de manière générale ?

Sensible oui, maintenant faut vraiment que la promotion m'intéresse aussi.

Que tu aies besoin ?

Que j'ai besoin sauf si c'est vraiment une grosse grosse promotion, ça m'est déjà arrivé d'acheter en France 24 paquets de pâtes pour le prix de trois ici en Belgique donc tu vois faut vraiment que ce soit....

Est-ce que tu es plus sensible plus dans un secteur que dans un autre ?

L'alimentaire principalement et les vêtements.

Et est-ce que c'est plus à un moment dans l'année ?

Non, pas forcément, s'il y a vraiment une grosse pub qui est vraiment interpellante et qui va m'intéresser, non il ne faut pas de moment. Après faut que ce soit du non périssable aussi, enfin voilà.

Et est-ce que c'est un facteur qui est important pour toi dans les recommandations ? Donc si tu avais une recommandation sur lequel il y a une promotion, est-ce que tu y ferais plus attention ? Est-ce que ça te permettrait d'accepter plus facilement cette recommandation ?

Si c'est de l'alimentaire oui.

Ok. Alors maintenant qu'est-ce que tu fais quand tu es face à ou que tu viens de cliquer sur une recommandation ?

Quand je suis face à une recommandation, je vais la lire ou cliquer dessus, si elle m'intéresse, je vais en prendre note, si ça ne m'intéresse pas, je vais râler, je vais dire... encore des pubs.

Quand tu es sur internet et que tu as une recherche précise à faire, qu'est-ce que tu fais ? Est-ce que tu peux me décrire les étapes ?

Je vais aller sur Google, et je vais taper le mot-clé ou le mot précis pour ma recherche.

Et après ?

Après je suis dans le moteur de recherche, je vais regarder tous les liens qu'on me propose, je vais lire les premières lignes qu'ils me proposent pour voir lequel est le plus en détail. Si je ne trouve pas, je vais dans les images, je cherche l'image qui correspond à mon mot et je vais cliquer sur l'image et là, généralement j'arrive à trouver ce que je recherche.

Et est-ce que quand tu as une recherche précise à faire, tu vas droit au but ou tu as tendance à être facilement distraite par ces recommandations justement qui apparaissent un peu partout ?

Non je vais... quand je cherche quelque chose je vais droit au but de ma recherche.

Imaginons maintenant que tu aies cliqué sur une recommandation et es prête à l'accepter, acheter le produit s'il s'agit d'un produit, d'autres recommandations apparaissent sur ton écran : comment réagis-tu ?

Ça me saoule. Ça me saoule.

Ça peut être imaginons, tu as cliqué sur une recommandation de smartphone, soit tu as d'autres smartphones qui apparaissent, soit des produits complémentaires comme coques chargeurs etc. ou alors rien avoir des voyages etc.

Ou des trucs d'abonnements tout ça ?

Oui, voilà.

Non, ça me saoule.

Vraiment rien ? Tu en as une et tu te dis...

Oui parce que quand j'ai une idée, généralement c'est une idée fixe, après je peux parfois douter et me dire « oui pourquoi pas », mais non, parce que si tu commences à faire ça alors tu vas de liens en liens et tu es parti pendant des heures et des heures, non. Enfin j'essaye toujours de vraiment être fixe à mon idée, parce qu'on perd déjà assez de temps comme ça.

Ok, ça va as-tu quelque chose à ajouter ?

Non, j'espère avoir répondu à toutes tes questions.

Ce questionnaire est maintenant terminé, merci pour ta collaboration et le temps que tu m'as consacré. Si tu le veux, je te transmettrai les résultats de ma recherche.

Interview 17

Bonjour, je m'appelle Marie-Charlotte Paindavoine et je suis étudiante en master 2 en ingénieur de gestion à l'UCLouvain FUCaM Mons. Dans le cadre de mon mémoire, je dois réaliser plusieurs interviews. Je te remercie pour le temps que tu me consacres. Ce questionnaire durera environ 30 minutes.

As-tu des questions ?

Non.

Donc on va tout de suite passer à la première question : est-ce que tu peux te présenter brièvement ?

Donc je kotte ici à Mons mais j'habite à Pecq près de Tournai et j'ai 22 ans.

D'accord, est-ce que tu peux me donner quelques achats que tu as l'habitude de faire ?

Principalement donc des produits pour manger et pour boire comme je suis étudiant et c'est quand même plus rare que j'achète des produits de luxe ou quoi que ce soit d'autre. Forcément aussi tout ce qui est vêtements, à l'occasion des cadeaux, beaucoup de produits aussi pour cuisiner comme j'adore cuisiner.

As-tu certaines marques que tu achètes tout le temps ?

Forcément comme j'ai dit dans l'alimentaire, plus les produits Delhaize que j'achète régulièrement sinon au niveau vêtements, je ne me cantonne pas à une seule marque, je regarde plus la qualité du produit mais sinon non, je préfère en fait plus regarder au produit qu'à la marque.

Ok. Est-ce que tu sais ce qui se cache derrière le concept de « Système de recommandation » ?

Oui, donc c'est pour personnaliser un maximum les achats du clients, voir tout ce que le client a commandé, et ce qu'on pourrait lui recommander en fonction des comportements différents des autres personnes et des comportements de la personne en tant que telle.

Donc comme tu l'as dit. De nombreuses entreprises, que ce soit en ligne ou hors ligne utilisent tes données personnelles et suivent ton comportement afin de te proposer des produits et/ou des services susceptibles de t'intéresser : connaissais-tu cette pratique ?

Oui bien sûr, c'est quand même assez, assez connu, notamment via les cartes de fidélité.

Donc, je vais te montrer plusieurs exemples de recommandations : ici, dans la publicité Colruyt, en plus du feuillet publicitaire normal avec les dernières promotions et/ou nouveautés, c'est un feuillet avec la mention « sélection pour vous ». J'ai d'autres exemples en ligne : ici, pour Facebook, ce sont des recommandations d'amis par exemple. Là, sur YouTube, il y a une recommandation sur le côté de Booking. Là, c'est quand je jouais sur mon smartphone qu'une recommandation est apparue sous forme de pop-up. Là, c'est aussi sur YouTube mais cette fois la recommandation apparaît sur la vidéo. Ici, sur Messenger. Là, de nouveau des recommandations Booking et Axa qui apparaissent sur un site. Sur le côté d'une page Facebook. Là, toujours sur Facebook mais dans le fil d'actualité, « évènement recommandé » par exemple. Enfin, en général sur les sites ou les réseaux sociaux, il y a toujours une catégorie où il est marqué « pour vous » : ici, nous avons des titres recommandés sur Spotify ; ici, on a un exemple sur Instagram mais il y a aussi Zalando : « les meilleures offres pour vous » ; et ici, c'est le site de La Une : « notre sélection pour vous ».

Donc voilà, c'étaient des exemples. Par rapport à ces exemples, quelle est votre réaction face à ces recommandations et aux recommandations en général ?

Je pense que d'une part c'est quand même un outil qui est formidable pour pouvoir donc, justement personnaliser un maximum le produit et c'est vraiment très intéressant parce que ça nous permet justement de voir des choses auxquelles on ne pense pas mais qui nous plaisent donc alors qu'on n'y avait pas pensé comme j'ai dit à première vue. Maintenant, c'est quand même parfois un petit peu affolant donc ça va parfois un petit peu loin dans le sens où je vais prendre un exemple que j'ai vécu ici il n'y a pas longtemps : en parlant simplement avec une personne d'une autre personne sur Facebook, j'ai eu une recommandation d'ami pour cette personne que je ne connais ni d'Eve ni d'Adam donc juste via donc les données qu'ils utilisent, ne fusent que les données vocales quand on a le GSM près de soi, c'est quand même affolant de savoir qu'ils utilisent ça et que toutes les conversations peuvent être utilisées pour dire d'être recommandé.

En simplement parlant avec une personne ?

Parce que le GSM peut, le GSM peut accéder à tes données vocales et les utiliser pour les recommandations, notamment sur Facebook c'est fort utilisé.

La personne à laquelle tu as parlé, tu l'as eu comme recommandation sur Facebook ?

Non, la personne dont on parlait, donc on parlait d'une certaine personne en l'occurrence donc... une amie donc de mon interlocuteur et cette personne je ne la connaissais pas et je l'ai eue en recommandation d'amie le lendemain.

C'était sans doute aussi parce que tu as des amis en commun...

Trois... donc relativement peu.

Donc pour toi c'est plus un aspect positif parce que c'est quand même une question de facilité mais aussi un aspect négatif parce que les entreprises utilisent les données ?

Je pense que c'est comme à peu près toutes les technologies et tous les principes de maintenant, c'est vraiment bien dans le sens où c'est de mieux en mieux pour le consommateur mais c'est aussi à utiliser avec modération et ça va parfois un peu trop loin.

Ok. Et donc qu'est-ce que tu penses de la personnalisation dans les recommandations ?

Justement, comme je l'ai dit, la personnalisation c'est vraiment intéressant, je prends un simple exemple : on va sur Amazon, on commande quelque chose, on peut très bien avoir après quelque chose d'autre qui pourrait être intéressant ou qui pourrait être en rapport avec notre précédent achat ou avec tous nos précédents achats, qui nous intéresserait et qui nous permettrait de l'avoir maintenant et pas plus tard, avoir une illumination deux ans plus tard en mode ça, ça pourrait être bien d'avoir ça donc c'est vraiment intéressant. Mais maintenant encore une fois, c'est beaucoup pousser à l'achat donc il faut savoir aussi dire non à un moment et dire stop et arrêter de dire « oui, ça ça peut être génial, ça ça peut être génial » et au final on achète tout le temps et...

Et donc est-ce que tu penses que des individus peuvent être influencés par les systèmes de recommandation ?

Très probablement oui, comme je viens de le dire, forcément, quand on achète quelque chose, qu'après on voit autre chose qui nous intéresse, on va être tenté de l'acheter. Je vais prendre un simple exemple ici par exemple moi sur Amazon ici pour le Black Friday notamment, j'ai acheté mes cadeaux de Noël et en recommandation j'ai eu quelque chose donc, donc un ustensile de cuisine que je cherchais depuis un bout de temps mais auquel je ne pensais pas spécialement à l'acheter. Là, il y avait une énorme promotion dessus, je l'ai acheté. Alors qu'on se le dise, ce n'est pas non plus nécessaire mais c'est juste que le système de recommandation m'a entre guillemets influencé à l'acheter sinon je ne l'aurais jamais acheté.

D'accord. Je réalise, dans le cadre de mon mémoire, une étude pour comprendre dans quelle mesure les recommandations sont acceptées par les utilisateurs, par accepter j'entends l'achat quand il s'agit d'un produit ou d'un service et acceptation quand il s'agit d'une vidéo, d'un ami sur Facebook, etc.

Lorsque tu es face à des recommandations, quels sont les éléments que tu juges important ?

Tout d'abord forcément la pertinence de la recommandation dans le sens où si toutes les cinq minutes je vois une recommandation qui ne m'intéresse absolument pas, ça va m'ennuyer fortement. Donc, que ce soit quelque chose qui pourrait potentiellement m'intéresser même si sur le moment je vais me dire je n'ai pas envie de voir ça, je pourrais très bien me dire à un autre moment oui c'est intéressant. Donc, il faut que ce soit quelque chose qui soit en rapport avec mes habitudes, ce qui est donc le cas généralement pour les recommandations et donc oui, vraiment quelque chose en fait qui est, qui puisse potentiellement m'intéresser et pas juste la grosse offre du moment qui va entre guillemets révolutionner, révolutionner ma vie, non c'est juste des trucs que j'ai l'habitude d'acheter, « tiens j'ai déjà acheté ça, ça pourrait être pas mal d'acheter ça ». Par exemple, j'ai acheté un couteau de cuisine, pourquoi pas me faire acheter un robot de cuisine, enfin voilà bref.

D'accord. Si on reprend les exemples que je t'ai montrés de recommandations, qu'est-ce que tu peux me dire sur l'aspect de celles-ci ?

Je ne comprends pas bien la question.

Les exemples que je t'ai montrés mais aussi les recommandations auxquelles tu as pu faire face dans ta vie quotidienne, qu'est-ce que tu peux me dire sur leur aspect ?

Leur aspect, en général, ici de plus en plus, c'est toujours la personnalisation au maximum donc ici par exemple sur le feuillet Colruyt, forcément si ce sont des achats qui sont en rapport avec ce que j'ai déjà acheté c'est intéressant dans le sens où voilà ils envoient une pub, je vais la lire, je ne vais pas la lire, je vais voir qu'il y a une promo. Par exemple ici je vois qu'il y a une promo sur les chicons, je vais me dire tiens j'ai envie de faire des chicons gratins, enfin... un exemple donc c'est l'aspect, ici l'aspect papier est intéressant. Maintenant par exemple, sur Facebook par exemple, tout ce qui est recommandation sur le côté, je ne regarde jamais, tout ce qui est recommandation d'amis, j'utilise quand même parce que parfois « tiens ah lui je le connais bien, je ne l'ai toujours pas sur Facebook, je vais l'ajouter ». Par exemple, sur certains sites, les

recommandations de films, je vais prendre par exemple, c'est quand même super intéressant de voir des films... l'aspect en tant que tel, par exemple sur certains sites, ça vaut le coup mais sur d'autres sites, par exemple quand on a toujours des recommandations publicitaires sur le côté ou quoi, ça c'est vraiment ennuyant et je pense que ça doit vraiment être au moment où l'utilisateur a envie d'avoir une recommandation qu'il en ait une. Par exemple, c'est ce que je dis, je recherche un film, je recherche à avoir des recommandations sur mon film, maintenant c'est comme j'ai dit auparavant, de toute façon les systèmes de recommandation ont toujours existé, ils sont juste d'une différente manière aujourd'hui, on allait avant au magasin, on demandait conseil à la vendeuse, en fonction de nos goûts, c'est exactement la même chose, c'est juste d'une manière différente que c'est présenté donc, ça il y a toujours eu donc c'est vraiment quand on a besoin d'une recommandation que ça doit être là.

Est-ce que tu es attiré plus par une que par une autre plus au niveau du visuel ?

Ah au niveau du visuel, plus niveau papier ou sur ordinateur en fait ?

Ça c'est la question d'après, est-ce que tu préfères les recommandations en ligne ou les recommandations papier. Là, c'est plus au niveau du visuel, qu'est-ce qui doit, pour toi, figurer sur une recommandation pour qu'elle t'attire ou est-ce que l'endroit où la recommandation apparaît ça t'importe ?

C'est ce que je dis, l'endroit, si ce sont les pubs sur le côté sur Facebook je ne vais pas les regarder, dans le sens où je sais très bien que c'est des pubs et c'est très rarement intéressant. Si c'est en plein milieu de ton écran quand tu descends sur le fil d'actualité, tu vas de toute façon la regarder parce que si tu as envie de regarder, ça va passer sous tes yeux et s'il y a un mot qui accroche, tu vas regarder quand même. Donc ce qui est intéressant, c'est forcément comme je dis, s'il y a un mot qui accroche ou un titre accrocheur et très généralement l'image qui accroche beaucoup, par exemple, je vais reprendre l'exemple des films : je vais chercher un film, si je vois que le, l'image qui est mise avec le film a l'air intéressante donc c'est-à-dire l'affiche du film en fait, je vais regarder même si je ne connais pas le nom ou je vais au moins aller voir si ça vaut le coup d'aller le regarder. C'est pareil un peu quand je défile sur Facebook, sur Instagram surtout mais forcément Instagram, c'est des photos, sur un site on ne va pas avoir spécialement envie d'aller lire un petit titre comme ça sur le côté alors qu'il n'y a pas d'image avec parce qu'en général quand tu es sur un site, tu n'es pas là pour regarder les pubs etc.

Ok. Et est-ce que tu préfères les recommandations en ligne ou les recommandations papier du coup ?

Les recommandations en ligne tout de même parce que si toutes les sociétés commençaient à faire toutes leurs recommandations par papier, déjà on serait envahi de papiers dans la boîte aux lettres, en plus sur l'ordinateur, c'est quand même, c'est plus facile d'avoir les recommandations, je ne voudrais pas avoir mes recommandations de films sur papier. Netflix va pas m'envoyer tous les mois mes recommandations sur papier et puis aussi parce que bon ça fait du papier imprimé pour rien.

D'accord. Les recommandations se font dans tous les domaines, donc comme on a vu réseaux sociaux, grande distribution, banques, voyages, etc. Dans quels domaines trouves-tu que les recommandations sont les plus utiles ?

Dans quel domaine, les recommandations quand on dit en banque sont intéressantes mais c'est plus une recommandation faite par le banquier je dirais ?

Non par exemple, sur un site quelconque, des recommandations de BNP ou encore Belfius qui apparaissent sur le côté.

Dans ce cas-là, plus des choses de la vie de tous les jours, qu'on fait tout le temps. Une recommandation, c'est toujours bien d'avoir ou quelque chose qui demande entre guillemets un jugement de valeur, par exemple les films ça demande un jugement de valeur, « tiens est-ce qu'on trouve ce film bien ou pas », je vais avoir des films qui sont bien, je vais avoir tendance à plus le regarder, plus des choses qui sont personnelles parce que forcément aussi quand j'achète, c'est ce que je dis sur Amazon, quand je regarde un film, quand je suis sur Facebook et que je vois une pub intéressante, c'est toujours quelque chose par rapport à moi. Généralement, ce sont des choses, comme j'ai dit, j'adore la cuisine, j'ai tout le temps des recommandations de cuisine, c'est pareil sur les sites avec les recettes, si j'ai des recommandations de recettes, ça va m'intéresser, pourquoi parce que c'est des choses qui sont propres à moi, si je vais avoir des recommandations de chaussures, tout le monde met des chaussures, je ne suis pas spécialement intéressé par ça donc ça ne va pas m'intéresser donc c'est plus en fonction de mes goûts, les choses qui me tiennent à cœur.

Donc si je peux résumer, ce n'est pas dans un domaine particulier mais à chaque fois des choses qui sont pertinentes pour toi et qui t'attirent toi ?

Oui.

Est-ce que « l'effort » a un impact sur l'acceptation de la recommandation ? Accepter un ami sur Facebook est différent d'accepter une recommandation d'ordinateur par exemple.

Oui bien sûr, on va beaucoup plus vite cliquer si c'est juste une question d'ami sur Facebook ou je ne sais pas, par exemple une recette à faire plutôt que pour acheter comme tu dis un ordinateur donc oui tout à fait.

D'accord. Alors maintenant, je vais te demander quelle est ta définition de la confiance ?

Définition de la confiance... pour moi, la confiance en tant que telle ou plus la confiance dans le cadre...

Non confiance de manière générale.

Confiance de manière générale, c'est plus le fait qu'une personne ou qu'une entité ne fasse pas quelque chose, entre guillemets, qui soit au contraire de ce qu'on avait prévu de base donc du contrat établi entre la personne qui soit officiel ou officieux donc qui soit implicite ou explicite. Donc je vais prendre un simple exemple : quand on est ami avec quelqu'un, le contrat qui n'est pas dit donc au début de la relation, c'est l'un et l'autre on se soutient, on est là l'un pour l'autre j'ai envie de dire. Avec une société ça serait plus, moi je veux qu'une société me fournisse un tel produit, à partir du moment où ils ne font pas quelque chose derrière mon dos que je ne serais pas content, entre guillemets d'apprendre, qu'ils font ces choses, la confiance est présente quoi.

D'accord et donc est-ce que tu ferais attention à des recommandations qui proviennent de marques ou entreprises envers lesquelles tu n'as pas forcément confiance ?

Bonne question, de base j'ai envie de dire non. Mais ça m'est déjà arrivé de le faire une fois ou deux, maintenant par exemple il y a certains, certains sites par exemple sur lesquels je ne vais jamais aller parce que je n'ai pas confiance, par exemple sur Aliexpress, j'ai déjà entendu tellement de choses par rapport à cette marque que je sais très bien que je ne peux pas leur faire confiance dans le sens où il y a une chance, qu'entre guillemets, je sois déçu à la fin et que je n'ai pas ce que je souhaite.

Donc si une recommandation apparaît d'Aliexpress tu n'y feras pas attention ?

Non.

Alors maintenant, tu es fidèle au Coca-Cola et les systèmes de recommandation te proposent une bouteille de Pepsi, quelle est ta réaction ?

Pour moi, par exemple Coca-Cola et Pepsi, il y a tellement peu de différence que peu m'importe. Si par exemple, je vais au magasin et qu'on m'a recommandé, tiens j'ai vu justement une pub Pepsi qui était mise sur le feuillet Colruyt, et je vois tiens le Pepsi à -50% alors que le Coca est au prix plein, je vais acheter le Pepsi, je ne vais pas acheter le Coca, je ne vais pas faire attention à ça.

Donc si tu es fidèle à une marque, si tu as une recommandation d'un autre produit, tu vas potentiellement l'accepter ?

Tout dépend en fait surtout de la nature du produit parce que c'est un peu le même exemple que tout à l'heure avec le fait d'acheter un ordinateur ou d'accepter un ami sur Facebook, le fait d'acheter du Coca ou du Pepsi, le fait d'aller chez BNP plutôt que d'aller chez Belfius, il y a quand même une énorme différence donc si je vais voir une recommandation de BNP alors que je suis chez Belfius, même si c'est une offre intéressante, je ne vais pas bouger de banque tandis qu'acheter du Pepsi au lieu du Coca, ça, c'est pas dérangeant dans le sens où c'est un produit de la vie de tous les jours qui ne va pas faire une grande différence dans ma vie.

Alors maintenant, encore avec l'exemple de la bouteille de Coca, si les systèmes de recommandation te disent : « Cette bouteille de Coca vous a été proposée parce que nous avons identifié dans votre comportement d'achat que vous en achetiez chaque semaine ». Qu'en penses-tu ?

Je vais me dire que je dois arrêter de boire du Coca surtout mais sinon qu'est-ce que j'en pense, rien de spécial dans le sens où voilà ils me disent j'en achète toutes les semaines, ça ne me dérange pas qu'ils sachent que j'en achète toutes les semaines et voilà. De tout façon à partir du moment où j'en achète toutes les semaines, je pense que la recommandation n'est pas spécialement utile parce que c'est... le comportement est déjà là, ça ne sert à rien à commencer à m'inciter à prendre quelque chose que j'achète déjà, maintenant si on me dit tiens cette semaine, le Coca est à -50%, je vais être content mais de toute façon le Coca je l'aurais de toute façon acheté qu'il soit à -50% ou pas.

D'accord et ici ma question c'est de savoir, est-ce que tu es sensible à l'explication qui est à côté de la recommandation, donc on peut te mettre juste la bouteille ou la bouteille plus une petite phrase d'explication.

Moi je préfère sans rien dans le sens où je sais de toute façon pourquoi elle m'a été proposée, si je sais que j'achète du Coca toutes les semaines, ça ne va pas me choquer que j'ai une recommandation pour du Coca, maintenant c'est ce que je dis, s'il devait y avoir des explications sur les recommandations partout, ça fait beaucoup.

J'ai un autre exemple, on te propose un film sans rien et là tu te dis, mais tiens pourquoi on me propose ce film ou alors on te dit « ce film vous a été proposé parce que nous avons vu que vous aimiez un tel autre film », est-ce que ça change quelque chose pour toi ou rien du tout ?

Non pas vraiment, dans le sens où je n'ai pas spécialement envie de savoir pourquoi on me propose telle ou telle chose et très généralement, ça parle quand même de soi, dans le sens où je ne vais jamais avoir une recommandation sur un film d'amour. Si jamais un jour je tombe sur une recommandation sur un film d'amour alors que je n'en regarde jamais, je vais commencer à me demander pourquoi, c'est tout. Très généralement les recommandations sont, même tout le temps, à chaque fois que je regarde une recommandation je me dis oui c'est logique, c'est pour ça, c'est pour ça, c'est pour ça.

D'accord. Alors maintenant, est-ce que tu fais attention à la petite phrase sur les cookies qui apparaît en général sur tous les sites qu'on consulte à l'heure actuelle ?

C'est toujours le même donc non.

Tu fermes directement ou tu mets « ok », tu ne vas pas cliquer pour en savoir plus ?

Non.

Si tu cliques sur « en savoir plus », tu peux savoir comment tes données sont utilisées etc. J'ai un autre exemple ici, Facebook a sorti un spot pour expliquer en fait pourquoi certaines pubs sont proposées, comment les données personnelles sont utilisées etc. qu'est-ce que tu penses de ça ?

C'est bien qu'ils le fassent, après est-ce qu'ils ne sont pas un peu obligés de le faire aussi parce que dans tous les cas, avec le nouveau règlement, ils sont obligés de dire à l'utilisateur pourquoi

ils utilisent les données donc c'est bien qu'ils l'aient fait mais ils n'ont pas le choix donc c'est pas vraiment, il n'y a pas vraiment de jugement de valeur là-dessus, dans le sens où si par exemple pour l'université, si je suis obligé de rendre un travail, je vais rendre le travail, on ne va pas me dire c'est bien que tu aies rendu ton travail.

Donc ça ne change rien pour toi qu'il y ait cette explication même si elle est obligatoire ?

Ha, mon point de vue, est-ce que ça change quelque chose, personnellement pour moi non maintenant je sais très bien que pour certaines personnes c'est indispensable de voir ça parce qu'ils sont un peu plus méfiants. Moi, je sais en général enfin je sais en général pourquoi les données sont utilisées, j'ai quand même eu quelques cours là-dessus donc je fais entre guillemets confiance au site là donc à Facebook en l'occurrence donc je n'avais pas spécialement besoin de le savoir et je sais que c'est disponible mais je n'ai jamais été le voir.

Alors maintenant si je te parle de diversité de produits, qu'est-ce que cela veut dire pour toi ?

Diversité de produits, c'est la gamme donc la largeur de la gamme du produit mais aussi les différentes nature de produits, par exemple il y a une différence entre la diversité des produits au Carrefour ou au Delhaize dans les sens où au Delhaize, ils proposent uniquement plus tout ce qui est alimentaire etc. avec une ou deux exception tandis qu'au Carrefour c'est plus un grand magasin où il y a quand même de tout donc il y a quand même une différence de diversité du produit donc oui c'est plus les différentes gammes de produits et le nombre de produits proposé par l'entreprise.

Est-ce que cette dimension est importante pour toi dans le cadre des systèmes de recommandation ?

C'est quand même important, oui parce que, pourquoi par exemple je commande sur Amazon, parce qu'il y a vraiment tout, on peut tout trouver là-dessus et donc par question de facilité, si je pouvais ici faire 500 mètres et aller au Delhaize et trouver tout ce que j'ai besoin sur le moment dans le même magasin, c'est quand même beaucoup plus intéressant que si par exemple je dois aller au Delhaize puis après je dois aller au Carrefour puis après au Colruyt.

Et donc dans ce qui t'es proposé au niveau des recommandations ?

Dans ce cas-là, dans ce cas-là non dans le sens où s'ils doivent me faire des recommandations sur tout, ça peut être intéressant par moment dans le sens où je vais peut-être tomber sur un truc

une fois auquel je n'aurais pas pensé mais ça ne va pas spécialement être le but de ma visite. Si par exemple je vais sur un site pour voir des films, c'est fait pour voir des films donc c'est très intéressant qu'il y ait beaucoup de films différents mais je m'attends à ce qu'il n'y ait que des films et pas autre chose qui me soit proposé.

Par exemple pour des films, tu préfères par exemple... la diversité ça peut être un film d'amour, un film d'action etc. ou ça peut être tous des films d'amour mais de réalisateurs différents.

C'est bien qu'il y ait un peu de diversité mais pas de trop dans le sens où je vais être content si de temps en temps je vais avoir, tiens un autre film qu'un film d'action qui me sera proposé mais je ne m'attends pas à ce que dans mes recommandations, il y ait quasiment que des autres films que des films d'action quoi, donc c'est bien qu'il y en ait un petit peu mais pas de trop.

Ok. Alors j'ai encore un autre exemple : imaginons que tu viens de réserver un vol pour Dublin et que le système de recommandation te propose un hôtel à Paris : comment réagis-tu ?

Ça ne sert à rien quoi c'est totalement inutile dans le sens où si j'ai déjà pris le vol pour Dublin à moins qu'il y ait une assurance annulation, je ne vais pas m'amuser à annuler mon vol pour aller à Paris à la place.

Donc tu aurais préféré avoir une autre recommandation ?

Recommandation pour Dublin, oui.

Et la recommandation qui est proposée donc pour un hôtel à Paris, ça ne te donne pas des idées pour un futur voyage par exemple ?

Pas spécialement non dans le sens où je vais plus choisir l'endroit pour... l'endroit en tant que tel plutôt que l'hôtel.

J'ai un autre exemple avec ça, imaginons, tu viens d'acheter un paquet de pâtes et le système de recommandation te propose des gnocchis, tu ne vas pas manger les deux en même temps, tu aurais peut-être préféré avoir une sauce mais est-ce que ça ne te donne pas des idées ?

Ça pourrait, ça pourrait dans certains cas, maintenant je n'aurais pas spécialement envie de manger des gnocchis parce que je vois des gnocchis, tout comme je n'aurais pas envie

spécialement d'aller à Paris parce que je vois l'hôtel à Paris sauf si vraiment c'est quelque chose de fantastique et que je ne sais pas... mon inconscient avait envie de gnocchis depuis un mois mais je ne le savais pas, il y a très peu de chance tout de même que ce soit le cas. Maintenant, ça peut être intéressant mais faut faire attention à ce que l'information ne soit pas parasite justement et que je me dise mais pourquoi ils me proposent des gnocchis, je m'en fou des gnocchis.

Alors, est-ce que tu es sensible aux promotions de manière générale ?

Tout de même, en étant étudiant avec un budget réduit, c'est tout de même intéressant de pouvoir avoir des produits, qu'on ne peut pas manger tous les jours, qu'on ne peut pas consommer tous les jours, qu'on ne peut pas utiliser tous les jours parce que par exemple, je vais prendre un bête exemple, ici pour les cadeaux de Noël, j'ai un budget quand même relativement réduit mais j'ai essayé d'acheter des choses plus de qualité grâce aux promotions. Pareil si imaginons, si j'ai envie de me faire un repas un peu meilleur, je vais être content si je vois que le magret de canard est à -50%, en temps normal en étant étudiant je n'achèterais pas mais comme c'est à prix réduit et que je ne peux pas me permettre d'acheter des choses trop chères, je le fais, maintenant si jamais plus tard, j'avais un peu plus d'argent, j'y ferais toujours attention mais sûrement beaucoup moins.

Donc ce n'est pas forcément dans un secteur plus que dans un autre ?

Non, après principalement dans le secteur alimentaire quand même pas mal dans le sens où je vais très souvent au magasin, je vois en promotion donc je vais le prendre ça plutôt que de prendre quelque chose à prix plein. Maintenant j'ai envie de m'acheter un manteau que j'ai envie depuis trois ans d'avoir je ne vais peut-être pas spécialement attendre la promotion, je vais acheter celui qui me plaît plutôt que d'acheter une promotion. C'est plus les choses court terme entre guillemets, ce n'est pas grave de se dire, « je vais prendre ça plutôt que ça », tandis qu'un gros investissement, je vais faire moins attention à la promotion même si elle sera toujours intéressante.

Et est-ce que c'est un facteur qui est important pour toi dans les recommandations ?

Ça peut oui, c'est quand même vachement intéressant si par exemple, imaginons j'ai envie d'un nouvel ordinateur, il voit que je fais des recherches sur un ordinateur et je tombe tiens sur un ordinateur qui a vraiment tout ce que je recherche et qui est à je ne sais pas moi -25%, ça va vraiment être une bonne recommandation donc oui.

Alors maintenant qu'est-ce que tu fais quand tu es face à ou que tu viens de cliquer sur une recommandation ?

Je regarde de toute façon l'offre évidemment ou je lis attentivement, je regarde comment ça se passe... le prix forcément après.

Ok. Donc tu regardes les informations ?

Oui.

Quand tu es sur internet et que tu as une recherche précise à faire, qu'est-ce que tu fais ? Est-ce que tu peux me décrire les étapes ?

Je tape les mots-clés les plus importants donc si je cherche un ordinateur Acer, je vais taper ordinateur Acer... et éventuellement le site avec lequel j'ai envie de travailler. Par exemple, si j'ai envie d'aller sur MediaMarkt, je vais taper ordinateur Acer MediaMarkt, juste taper les mots-clés quoi.

Et après ?

Ah pour le site que je vais prendre ? Si je recherche quelque chose de précis je vais prendre tout simplement le site qui m'intéresse sinon je vais regarder le titre plus de chaque, je ne vais pas m'amuser à lire toutes les descriptions même si parfois il y a un mot qui va accrocher, je vais me dire « tiens je vais aller regarder ça, ça a l'air intéressant », tout dépend de la nature de la recherche, parfois aussi, ce que je dis, je recherche une recette, je vais regarder l'image parce que parfois il y a l'image donc ça dépend vraiment de ce que je cherche.

Et est-ce que quand tu as une recherche précise à faire, tu vas droit au but ou tu as tendance à être facilement distrait par ces recommandations justement qui apparaissent un peu partout ?

Généralement je reste fixé sur mon but, c'est quand même très rare que je vais être donc distrait par une publicité ou quoi sur le côté donc une recommandation sur le côté, maintenant si j'ai envie de regarder Harry Potter, je vais aller regarder Harry Potter, ce n'est pas parce qu'on me propose de regarder les animaux fantastiques que je vais regarder les animaux fantastiques à la place. Si j'ai envie de faire du canard à l'orange, je vais faire du canard à l'orange, je ne vais pas faire du poulet à la sauce tomate à la place.

Imaginons maintenant que tu aies cliqué sur une recommandation et es prêt à l'accepter, acheter le produit s'il s'agit d'un produit, d'autres recommandations apparaissent sur ton écran : comment réagis-tu ?

Si la recommandation est plus intéressante pourquoi pas, ça m'est déjà arrivé de voir une recommandation donc de cliquer sur l'offre et de tomber sur une offre après qui m'intéressait encore plus et donc de laisser tomber la recommandation précédente.

Maintenant pour revenir à la question d'avant, ce que je peux aussi ajouter c'est que là, dans ce cas-là, par exemple imaginons, je vois, j'ai envie de regarder Harry Potter, je vois les animaux fantastiques, je vais peut-être pas regarder les animaux fantastiques maintenant mais je vais peut-être le mettre dans ma liste de favoris, ce qui m'arrive très souvent quand je regarde des films, ce qui m'arrive très souvent quand je regarde des recettes, ce qui m'arrive aussi souvent quand je fais une recherche sur internet et que je me dis j'ai pas le temps maintenant. Je vais voir sur ce site-là mais je le mets dans mes favoris, ça peut être intéressant aussi donc c'est plus pour plus tard.

Ok et donc pour revenir à la question, quand d'autres recommandations apparaissent si tu as cliqué sur une première recommandation, si c'est en lien avec la première recommandation tu vas regarder mais si pas non ?

Ah si ça peut très bien, je me retrouve parfois avec dix onglets parce que de fil en aiguille je trouve de plus en plus de trucs intéressants et je me dis qu'après je ferai le tri.

D'accord. As-tu quelque chose à ajouter ?

Non.

Ce questionnaire est maintenant terminé, merci pour ta collaboration et le temps que tu m'as consacré. Si tu le veux, je te transmettrai les résultats de ma recherche.

Interview 18

Bonjour, je m'appelle Marie-Charlotte Paindavoine et je suis étudiante en master 2 en ingénieur de gestion à l'UCLouvain FUCaM Mons. Dans le cadre de mon mémoire, je dois réaliser plusieurs interviews. Je te remercie pour le temps que tu me consacres. Ce questionnaire durera environ 30 minutes.

As-tu des questions ?

Non j'attends de voir ce qu'il en est.

Donc on va tout de suite passer à la première question : est-ce que tu peux te présenter brièvement ?

Je suis assistante en pharmacie, j'ai 26 ans de carrière donc j'ai 47 ans, j'ai une deuxième occupation, j'aide mon compagnon en cuisine, je suis en salle, voilà... Je n'ai pas trop de temps libre à moi pour le moment vu que ça prend beaucoup de temps entre le boulot de la pharmacie et le boulot de la table d'hôtes.

D'accord, est-ce que tu peux me donner quelques achats que tu as l'habitude de faire ?

À propos...

Peu importe que ce soit l'alimentaire, des marques que tu achètes vraiment tout le temps...

Ah les courses, j'en fais assez bien vu que forcément il faut les basiques dans une table d'hôtes donc oui.

Est-ce qu'il y a des marques que tu achètes vraiment tout le temps ?

Non pas spécialement, je ne suis pas spécialement branchée marque, c'est selon les besoins du chef en cuisine, les recommandations, donc voilà les précisions, ça dépend ce qu'il veut, donc ses besoins, j'achète en fonction de...

D'accord. Est-ce que tu sais ce qui se cache derrière le concept de « Système de recommandation » ?

Non.

Pas du tout ?

Non.

De nombreuses entreprises, que ce soit en ligne ou hors ligne utilisent tes données personnelles et suivent ton comportement afin de te proposer des produits et/ou des services susceptibles de t'intéresser : connaissais-tu cette pratique ?

Ah j'avais déjà entendu qu'on utilisait les données personnelles mais bon je n'achète pas souvent en ligne donc forcément...

Mais même pas forcément en ligne, dans les magasins comme Colruyt...

Ah oui avec la carte de fidélité, oui.

Donc je vais te montrer plusieurs exemples de recommandation : donc par exemple ici la publicité Colruyt, en plus du feuillet publicitaire normal avec les dernières promotions et/ou nouveautés, c'est un feuillet où il est mentionné « sélection pour vous ».

Ah oui maintenant que tu en parles, ça dépend ce que tu achètes, et ils t'envoient les promotions pour t'attirer selon ce que toi tu achètes.

Oui c'est ça. Alors j'ai d'autres exemples en ligne : ici, c'est Facebook, donc des recommandations d'amis par exemple, là c'est sur YouTube, il y a une recommandation sur le côté de Booking, là aussi c'est quand je jouais sur mon téléphone, une recommandation qui apparaît sous forme de pop-up. Là c'est aussi sur YouTube mais cette fois la recommandation apparaît sur la vidéo, ici sur Messenger...

Mais si tu as un pare-feu qui bloque tous tes pop-up, tu n'as pas toutes ces publicités-là ? Parce que moi j'ai un truc, je n'ai plus de publicités qui s'affichent avec le, je ne sais plus ce que c'est mais j'ai un truc qui bloque tout et sur Facebook je ne suis pas une accro donc...

Là de nouveau des recommandations de Booking et Axa qui apparaissent sur un site, ici sur le côté sur Facebook, là toujours sur Facebook mais dans le fil d'actualité « événement recommandé » par exemple et alors en général sur les sites ou les réseaux sociaux, il y a toujours une catégorie où il est marqué « pour vous », ici nous avons des titres recommandés sur Spotify, ici on a un exemple sur Instagram mais il y aussi Zalando : « les meilleures offres pour vous », et ici c'est le site de La Une : « notre sélection pour vous ».

RTBF Auvio je vais de temps en temps mais je n'ai pas fait attention...

Donc voilà, ça c'étaient des exemples. Donc par rapport à ces exemples, quelle est ta réaction face à ces recommandations et aux recommandations en général ?

Mais comme je ne vais pas souvent sur les sites ou bien quoi, ça ne me...

Même les recommandations papier.

Je ne prends pas attention parce que je fais les courses en fonction de que j'ai besoin sauf si c'est si ce sont des choses que j'utilise et qu'on prend, oui je vois que c'est en promotion je dis « bah je peux en prendre cette semaine-ci », ou quand c'est en publicité, j'attends forcément. C'est plus intéressant d'acheter quand c'est en promotion surtout quand tu dois acheter des poudres à lessiver, des choses comme ça, tu attends quand même qu'ils fassent des ristournes quoi. Je ne suis pas accro spécialement aux marques mais bon voilà quoi mais tout ce qui est plats préparés et tout ça, je n'achète pas.

Il y a par exemple aussi en recommandation papier les cartes Yves Rocher, je ne sais pas si tu reçois parfois ?

En... dans le truc Colruyt ?

Non, Yves Rocher...

Je ne suis pas abonnée à Yves Rocher.

Ils envoient donc des cartons avec parfois un cadeau etc. Mais alors derrière il y a à chaque fois le produit que la personne a l'habitude d'acheter.

Ah non, je ne vais pas chez Yves Rocher donc, je ne...

Donc par rapport aux recommandations, tu es plus indifférente et c'est juste quand tu as besoin ?

Oui je ne vais pas...

**Ok. Et donc qu'est-ce que tu penses de la personnalisation dans les recommandations ?
Donc le fait que ce qui t'est proposé, ça ne soit pas la même chose que pour le voisin ?**

Moi je n'accorde pas une importance, je n'y prends pas attention donc forcément ça ne me touche pas quoi.

Ok et est-ce que tu penses que des individus peuvent être influencés par les systèmes de recommandation ?

Oui, je pense qu'il y a beaucoup mais pas spécialement dans l'alimentaire, je pense que dans tout ce qui est GSM, TV, tout ce qui est nouveauté high-tech et tout, ils font beaucoup de pubs pour ça et je crois que ça, ça endette beaucoup de monde, les gens regardent beaucoup et alors ils veulent le dernier cri, même si c'est un abonnement, ils disent ce n'est pas cher, ils s'engagent mais bon voilà quoi.

Donc ils ne se renseignent pas avant...

Non, il n'y en a qui... oui, je suis, ce n'est pas mon, oui, d'avoir la dernière cri... ça ne me...

Ok. Je réalise, dans le cadre de mon mémoire, une étude pour comprendre dans quelle mesure les recommandations sont acceptées par les utilisateurs, par accepter j'entends l'achat quand il s'agit d'un produit ou d'un service et acceptation quand il s'agit d'une vidéo, d'un ami sur Facebook, etc.

Je ne suis pas une accro d'internet et tout ça donc moi... mais bon allons-y.

Justement, j'ai besoin d'avoir un peu les gens, les avis...

De personnes différentes qui ne vont pas souvent sur internet et un peu plus sur internet...

Moi je rassemble plusieurs avis, même des gens qui ne vont pas forcément souvent sur internet, donc pour voir un peu.

Lorsque tu es face à des recommandations, quels sont les éléments que tu juges important ?

Pour moi choisir un produit, pour pouvoir acheter ou bien quoi, je regarde...

Qu'est-ce qui te donnerait envie d'acheter le produit ou d'accepter la recommandation ?

Je regarde les critères, je regarde si ça pourrait me convenir, si... ça dépend, ça dépend quoi je vais dire, aller ici dernièrement j'ai acheté un aspirateur, j'ai regardé les critères voilà j'ai voulu me faire plaisir, je n'ai pas trop regardé au niveau de la dépense. Mais j'avais envie de prendre quelque chose de correct et d'en être contente et en l'utilisant, j'en suis très contente, on ne va pas citer de marque mais bon voilà. Tu vois, j'ai réfléchi longtemps, longuement, j'ai pris les renseignements, j'ai entendu, un moment donné il diminuait de prix, je me suis dit aller voilà

quoi, pour se faciliter la vie quand même, faut de temps en temps, aussi non je pense que j'achète quand j'ai besoin, dans les technologies, forcément l'alimentaire, forcément il faut manger, forcément il faut acheter donc.

Ok. Si on reprend les exemples que je t'ai montrés de recommandations ou les recommandations auxquelles tu as déjà été confrontées dans ta vie quotidienne, qu'est-ce que tu peux me dire sur l'aspect de celles-ci ?

Ah quand tu regardes la photo et tout ça si ça t'inspire ou pas ?

Est-ce que tu es attirée plus par une que par une autre plus au niveau du visuel ?

Forcément, si tu regardes parfois un catalogue de, ne fuse que de vêtements ou bien quoi sur la photo, ça semble toujours bien joli, parfois ça peut te donner envie de l'avoir parce que tu dis « oh c'est joli », ça peut être sympa ou bien quoi, forcément ça t'attire mieux quand ça te plaît au visuel déjà. C'est comme quand tu vas en boutique, quand tu regardes les vêtements...

Donc plus le produit en lui-même qui doit, entre guillemets, te plaire ? ici je parle plus de la manière dont c'est présenté en fait ?

Ah plus sur folder tout ça sur catalogue et sur truc ainsi ?

En ligne ou les folder etc. qu'est-ce qui va t'attirer en fait ?

Ce qui m'attire c'est ce que j'utilise.

Donc ce qui est pertinent pour toi ?

Oui c'est ce qui est important.

Est-ce que l'endroit où apparait la recommandation apparait, toi ça t'importe ? Donc que ce soit tout petit dans le coin de ton écran...

Mais j'ai dit, moi j'ai un truc qui bloque vraiment beaucoup de choses donc je n'ai pas tout ce qui est pubs et tout ça je n'ai quasi pas et même quand je regarde, aller, même si je veux regarder un film parfois j'ai pas de publicités ou quoi qui bloquent donc voilà...

Ok. Ma prochaine question, c'était est-ce que tu préfères les recommandations en ligne ou les recommandations papier ?

Ça dépend, moi je regarde, je feuillette encore les publicités, j'aime bien regarder, je suis plus à la limite de regarder les publicités papier qu'aller voir sur le PC.

Mais en ligne du coup c'est toi qui as mis un pare-feu pour bloquer toutes ces publicités ?

Oui.

Et pourquoi du coup ?

Parce ça me dérangeait, parce que chaque fois que tu voulais regarder quelque chose, tu avais quelque chose qui venait, ça te dérange et puis c'est un peu agaçant, tu veux, même quand tu regardes un film, tu avais des publicités, ça m'énervait quoi.

Donc plus à cause du côté agaçant ?

Oui à tout bout de champs, tu avais une publicité qui intervient ou des choses comme ça, non, je ne suis pas...

D'accord. Les recommandations se font dans tous les domaines donc comme on a vu réseaux sociaux, grande distribution, banques, voyages, etc.

Sur la banque ? Sur le site de banque il y a ?

Non mais par exemple comme j'ai montré, il y a un site où on a vu des recommandations de BNP, Axa etc.

Ah oui.

Dans quels domaines trouves-tu que les recommandations sont les plus utiles ?

Dans quel domaine...

Ça peut être dans aucun domaine...

Non aucun domaine puisque je vais dire je ne... je ne... oui, non.

Tu ne prêtes pas attention ? Juste quand tu as besoin ?

Oui selon mes besoins.

Alors maintenant, je vais te demander quelle est ta définition de la confiance de manière générale ?

Confiance... confiance comment ? En personne ou ?

Confiance de manière générale, si tu peux me donner une petite définition de ce que c'est pour toi ?

Confiance c'est... faire confiance à quelqu'un, c'est croire en lui et pouvoir fermer les yeux et pas te trahir rien du tout, une personne de confiance c'est vraiment une définition quoi une personne de confiance, aller de laisser faire des tâches ou des choses comme ça, de confier, parfois des biens ou des choses comme ça à quelqu'un pour moi oui, faut vraiment avoir... oui faut vraiment, connaître une personne, on ne connaît jamais assez une personne parce que du jour au lendemain, on peut toujours avoir des surprises mais bon une personne de confiance, généralement tu n'en as pas beaucoup, généralement c'est la famille, ton compagnon.

Pourquoi fais-tu confiance à certaines marques ou certaines entreprises par exemple ?

De marque, on parle en nourriture ou ?

De manière générale, aux entreprises, ça peut être : tu peux avoir confiance en Facebook, en l'entreprise Colruyt ou en la marque Everyday... Pourquoi tu fais confiance à certaines... si tu achètes tout le temps un produit pourquoi tu fais confiance ?

Je suppose que je regarde à la qualité du produit, si le produit me paraît bon, forcément je ferai plus confiance à ce produit-là, si je n'ai jamais été déçue je continuerai, le jour où ça me déçoit je changerai.

Ok et donc est-ce que tu ferais attention à des recommandations qui proviennent de marques ou entreprises envers lesquelles tu n'as pas forcément confiance ?

Je serais peut-être méfiante quand même si je n'ai pas confiance.

Mais tu regarderais quand même ?

Jeter un œil oui, regarder peut-être bien mais peut-être pas aller vers ce produit-là ou cette chose-là donc oui.

Alors maintenant, tu es fidèle au Coca-Cola et les systèmes de recommandation te proposent une bouteille de Pepsi, quelle est ta réaction ?

Oui c'est vrai qu'on boit plus facilement le Coca, Coca zéro donc on est habitué, on préfère le goût, on a déjà goûté une autre marque mais bon on revient toujours au Coca zéro donc on

essaie quand même, ce n'est pas qu'on est fermé à d'autres produits, on essaie, on goûte. D'ailleurs parfois quand tu vas, quand tu sors en sortie ou bien quoi, ils n'ont pas spécialement la marque que tu veux donc tu t'adaptes, tu bois en fonction de ce qu'ils ont, tu ne fais pas quand même... donc tu essaies quand même, mais bon même si... soit peut-être que tu peux accrocher soit tu n'accroches pas.

Ok. Alors maintenant j'ai un autre exemple encore, si les systèmes de recommandation te disent : « Cette bouteille de Coca vous a été proposée parce que nous avons identifié dans votre comportement d'achat que vous en achetiez chaque semaine ». Qu'en penses-tu ?

Ça ne les regarde pas, c'est de la curiosité, même si on en achète ou pas, je pense que... toute personne doit être libre d'acheter ce qu'elle veut quand elle veut.

Ici, quelle est ta réaction quant à l'explication qui est proposée ? Donc tu peux avoir la bouteille de Coca seule et là, ils te proposent la bouteille et ils te disent pourquoi en fait ils te la proposent ?

Parce que j'en bois trop... Trop d'achat de Coca ou... ?

Non non, je veux dire, ici ma question c'est : quelle est ta réaction quant à l'explication à côté du produit, donc c'était un exemple mais c'est comme, te proposer un film sans rien ou alors te proposer le film et te dire : « on vous propose ce film parce qu'on a vu que vous avez aimé celui-là. »

Ah oui en fonction de... je pense que faut pas prendre les choses trop à cœur, forcément les gens qui sont fermés à tout sont fermés à tout, les gens qui sont un peu ouverts, écoutent, regardent, on chipote, on teste.

Est-ce que c'est positif l'explication qui est donnée ou pas ?

Positif...

Est-ce que ça change quelque chose pour toi en fait ?

Non mais bon c'est peut-être atteinte à la vie privée, ça ne les regarde pas si on en boit autant et voilà donc ça je pense qu'ils ne devraient pas se mêler de ça.

D'accord. Alors, est-ce que tu fais attention à la petite phrase sur les cookies qui apparait en général sur tous les sites qu'on consulte à l'heure actuelle ? Je ne sais pas si tu vois de quoi je parle...

Ah oui les trucs j'accepte ou bien quoi les petits trucs.

Oui c'est soit une petite phrase qui apparait dans le bas soit en plein milieu et tu es obligée de cliquer...

Cliquer dessus pour... oui ça je ne trouve pas ça toujours...

Tu cliques pour... j'ai un exemple ici, est-ce que tu cliques...

Je fais la croix en fait et je repars...

Ici c'est le site Marie-Claire par exemple et donc elle apparait en plein milieu mais donc il y a soit « accepter et fermer » ou « en savoir plus » ...

Moi je ferme...

Donc tu ne cliques pas sur « en savoir plus » ?

Non.

Si tu cliques sur « en savoir plus », tu peux voir comment tes données sont utilisées, voir leurs partenaires etc. Qu'est-ce que tu penses de ces explications que les sites donnent ?

J'évite d'aller déjà en général, je ne vais pas facilement, je fais la croix, je pars, je vais voir ailleurs parce que non, je ne suis pas pour le système d'accepter tous les cookies même si...

Tu fais la croix et tu continues sur le site ou ?

Non non je fais la croix et je ferme.

Ah tu ne continues même pas ?

Non.

J'ai un autre exemple ici, Facebook a sorti un spot pour expliquer en fait pourquoi certaines pubs sont proposées, comment les données personnelles sont utilisées etc. qu'est-ce que tu penses de ça ?

Figure-toi je n'ai même pas été voir les explications et je pense que j'ai bloqué, moi Facebook il y a beaucoup de choses qui sont bloquées donc...

Après même simplement le fait d'être sur Facebook, tu partages des données à toi.

Oui mais non parce qu'aller, je vais dire même les photos et tout tu n'es pas obligée de partager, tu peux fermer, tu peux choisir tes critères, juste tes amis à la limite mais pas les amis de tes amis, tu cibles.

Ça oui mais l'entreprise Facebook en elle-même elle a accès à tout ça.

Oui, il a accès, oui en effet mais bon j'alimente pas, j'alimente pas mon compte, moi je fais, je crois que mon compte Facebook c'est plus de la curiosité et pour me tenir un peu au courant des gens, des... des naissances, des anniversaires, oui c'est des rappels des choses comme ça mais bon je ne suis pas une accro, je suis de l'ancienne génération, non je crois, c'est vrai mais il y en a à mon avis, tu en as qui sont du matin au soir connectés, moi sur mon GSM, il n'est même pas, si de temps en temps mais il n'est pas, je ne suis pas connectée...

Et donc le fait que les sites disent comment, parce que même le fait de te faire un compte sur Facebook en fait, tu donnes quand même tes données et ils récoltent aussi des données implicites. Par exemple le nombre de clics que tu mets, même si tu n'es pas beaucoup active, ils réussissent toujours à récolter un minimum de... Donc voilà même si tu mets j'aime à un ou deux trucs, ils vont le récolter, donc justement ici ils sortent quelque chose pour expliquer à l'utilisateur.

Faudrait que j'aille voir parce que je ne suis pas au courant, je n'ai jamais été voir je crois que c'est bloqué aussi chez moi dans les trucs, paramètres.

Quelle est ta première réaction du coup quand je te dis ça, le fait qu'ils expliquent justement comment ils récoltent les données utilisateur ?

Peut-être que c'est bien de, de prévenir les gens maintenant je ne sais pas ce qu'ils disent et ce qu'ils font comme politique donc c'est tout à lire et à voir un petit peu en fonction de ce qu'ils disent et si c'est vraiment la vérité parce qu'ils peuvent aussi enrober le poisson, faire une belle panure...

Ok. Alors j'ai encore un autre exemple : imaginons que tu viens de réserver un vol pour Dublin et que le système de recommandation te propose un hôtel à Paris : comment réagis-tu ?

Par curiosité je peux aller voir pour voir un peu mais en général ce n'est pas...

Tu aurais préféré avoir une autre recommandation ?

Non... ah pour ne pas... ah plus pour la destination.

Et la recommandation qui est proposée donc pour un hôtel à Paris, ça ne te donne pas des idées pour un futur voyage ?

Non parce que pour l'instant si j'ai besoin, si on part à Dublin, je regarderai plus pour Dublin, Paris peut-être une autre fois...

J'ai un autre exemple avec ça, imaginons tu viens d'acheter un paquet de pâtes et le système de recommandation te propose des gnocchis, tu ne vas pas manger les deux en même temps, tu aurais peut-être préféré avoir une sauce mais est-ce que ça ne te donne pas des idées ?

Ça peut donner, des suggestions, oui pourquoi pas mais bon ce n'est pas moi qui fais à manger donc... ce n'est pas un truc...

C'est pour ça que je donne deux exemples, dans l'alimentaire, dans les voyages...

En général je fais les courses et c'est lui qui cuisine en fonction de ce qui a dans le frigo donc...

Est-ce que les recommandations t'ont déjà aidé à découvrir des choses par hasard, des choses auxquelles tu ne t'attendais pas du tout ? Même sur le feuillet Colruyt par exemple...

Les nouveautés, ça, ça tient quand même un peu au courant des nouveautés.

As-tu un exemple de ce que tu as déjà découvert par hasard ?

Comme ça de première vue... non.

Mais c'est plus positif parce que ça t'aide à découvrir des...

Oui ça peut t'ouvrir à faire des choix... oui à envisager de goûter, oui pourquoi pas plus de la curiosité, plus de la curiosité pour voir, c'est nouveau pourquoi pas. Parfois sur les flyers comme ça, c'est bien fait, ce n'est pas pour mon cas mais pour les gens qui ne savent pas trop quoi cuisiner, ils proposent des recettes faciles encore donc parfois ça peut, ça peut aider pour les familles, je préfère encore ce système-là de flyer, au moins ça peut te donner des choses mais bon, voilà.

Alors, est-ce que tu es sensible aux promotions de manière générale ?

Ça comme on en a parlé au début, oui forcément on regarde en fonction, tout le monde regarde à son portefeuille à l'heure actuelle, ce qu'on sait gagner un peu d'un côté, on essaie de le gagner donc oui.

Est-ce que tu es plus sensible à un moment ou à un autre ou plus dans un secteur que dans un autre ?

Je crois que comme toute femme on aime bien un peu faire les soldes, donc en janvier un peu en juillet mais bon pas... non et au niveau des promotions plus pour l'alimentaire oui ça je regarde quand même parce que quand c'est intéressant oui pourquoi pas pour des... aller des basiques du sucre, de la farine des choses comme ça, le Coca quand c'est en grande quantité parce que le prix à l'heure actuelle où est le Coca.

Et est-ce que c'est un facteur qui est important pour toi dans les recommandations ? Donc si tu avais une recommandation où il y a une promotion, est-ce que y ferais plus attention ? Est-ce que ça te permettrait d'accepter plus facilement cette recommandation ?

Si... non je serais quand même plus intéressée par les promotions, par les ristournes quand même et puis faut voir si c'est un produit qu'on utilise ou qu'on n'utilise pas aussi en fonction de ça, voir un peu ou parfois ici comme les publicités, c'est vrai qu'il peut y avoir des nouveautés qu'avant il n'y avait pas... parce que... je ne sais pas si on peut citer...

Oui tu peux.

Parce que chez Colruyt on ne trouve pas tout quoi, des ingrédients un peu plus particulier et tout ça, on ne trouve pas spécialement chez Colruyt, mais bon si maintenant il arrive chez Colruyt, ça m'évitera de faire cinquante magasins pour trouver les ingrédients quoi, ça facilite un peu la tâche de trouver... même si ce n'est pas en promotion et qu'on utilise.

Alors maintenant si je te parle de diversité de produits, qu'est-ce que cela veut dire pour toi ?

Un grand choix je suppose dans les produits.

Oui. Est-ce que c'est une dimension importante pour toi dans le cadre des systèmes de recommandation, donc ne pas toujours avoir la même chose qui est proposé ?

Non, pas spécialement, non...

Donc ça peut être par exemple un même produit sous plusieurs marques, ça peut être Zalando qui propose un pull, un manteau, une veste et pas uniquement des pulls...

Ah oui une association de choses comme ça...

Oui, est-ce que justement le fait d'avoir une diversité, c'est important pour toi ou est-ce que tu préfères rester dans ce que tu aimes, qu'ils te proposent...

Tu fais en fonction de ce que tu as besoin aussi, je vais dire, tu n'es pas obligée de, faut pas cliquer dans tout, faut être, avec l'âge on est un peu plus réfléchi, quand on est plus jeune, on s'en fou un peu, on va faire aller on va faire les magasins, on achète un peu des achats un peu compulsifs comme on disait, on achète ça ça et ça et puis après finalement on se dit on met pas, je dis pourquoi j'ai acheté ça, je l'ai mis une fois tandis qu'avec l'âge je vais dire, tu es plus... Puis tu as d'autres engagements je vais dire, tu achètes une maison, tu as des prêts, tu as des choses, faut penser, faut être réfléchi donc faut savoir gérer un peu son argent comme... surtout en Belgique, on est bien taxé...

Alors maintenant qu'est-ce que tu fais quand tu es face à ou que tu viens de cliquer sur une recommandation ? Est-ce que ça t'est déjà arrivé même avant que tu aies bloqué les pubs ou quoi de cliquer sur quelque chose qui apparaissait ?

Non je ne vois pas trop ce que tu... parce que ça n'apparaît pas si c'est bloqué...

Oui mais avant, tu as un pare-feu depuis toujours ?

Oui c'est vrai, c'est vrai... et c'est Adblock ou quelque chose comme ça et d'ailleurs parfois quand il me dit de, si je veux consulter qu'il faut le retirer, je ne le fais pas, je vais voir ailleurs.

Donc ça ne t'est jamais arrivé de cliquer sur une recommandation qui apparaissait ?

Non...

Même sur Facebook accepter un ami sur base d'une recommandation...

Non sûrement pas, si je ne connais pas je ne prends pas.

Ou un évènement... jamais ?

Non.

**Quand tu es sur internet et que tu as une recherche précise à faire, qu'est-ce que tu fais ?
Est-ce que tu peux me décrire les étapes ?**

Je clique dans mon moteur de recherche Google, je lis et je regarde un peu les adresses, et après je clique en fonction de et s'il me demande des cookies, je fais la croix, je sors.

Et est-ce que quand tu as une recherche précise à faire, tu vas droit au but ou tu as tendance à être facilement distraite par ces recommandations justement qui apparaissent un peu partout ?

Non, je vais là... où j'ai besoin des infos je regarde deux trois adresses différentes parce que si tu as besoin de consulter pour mettre à jour tes infos, une documentation sur un produit ou sur un médicament ou des trucs comme ça, tu regardes plusieurs adresses, tu compares par question de prix ou tu compares ce qu'ils disent, tu compares ce qu'ils disent un peu quoi.

Imaginons maintenant que tu aies cliqué sur une recommandation et es prête à l'accepter, acheter le produit s'il s'agit d'un produit, d'autres recommandations apparaissent...

C'est une chaine sans fin...

...sur ton écran : comment réagis-tu ?

Je pense qu'il y en a qui sont peut-être attiré à regarder l'un à l'autre mais bon quand tu n'as pas besoin, tu ne regardes pas ou juste par curiosité peut-être aller voir mais bon je ne suis pas... oui non.

As-tu quelque chose à ajouter ?

Non mais je suis, ah si j'ai quand même quelque chose à ajouter, je suis peut-être de l'ancienne école, je ne suis pas une accro je vais dire à tout ce qui est technologie, je m'intéresse un peu je regarde, je chipote mais bon je ne suis pas... je pense que les gens passent trop de temps sur le

PC que... qu'au contact de l'humain je vais dire et beaucoup d'achats se font par internet, c'est pas que... ça m'arrive d'acheter aussi de temps en temps mais pas, c'est rare quoi, je préfère aller au magasin trouver, essayer, encore, je trouve que c'est plus gaie, le contact passe mieux. Et parfois les vendeuses n'essaient pas de te vendre n'importe quoi.

Mais c'est vrai que certaines questions sont ciblées sur les recommandations en ligne mais bon il y a encore, une minorité c'est vrai, mais de recommandations qui se font en version papier donc par exemple Colruyt, il y a d'autres grandes enseignes qui le font mais c'est vrai que la majorité se fait maintenant en ligne.

Ah oui c'est d'office oui, oui faut être accro je vais dire, une personne qui est accro à un internet faut voir ce qu'elle dit mais bon peut-être que ça les intéresse, ils se disent, oui il y a ça là-bas, on va là-bas, on va revoir, c'est une chaîne sans fin quand tu es accro, moi je ne peux pas rester des heures à la limite quand je mets un film oui, je mets le film, je regarde mais c'est tout donc pour occuper aussi non je ne suis pas...

Oui mais ce n'est même pas forcément en étant accro, quelqu'un qui ouvre son PC et qui veut chercher quelque chose, il a des recommandations qui apparaissent et donc c'était pour voir...

Oui...

Ce questionnaire est maintenant terminé, merci pour ta collaboration et le temps que tu m'as consacré. Si tu le veux, je te transmettrai les résultats de ma recherche.

Interview 19

Bonjour, je m'appelle Marie-Charlotte Paindavoine et je suis étudiante en master 2 en ingénieur de gestion à l'UCLouvain FUCaM Mons. Dans le cadre de mon mémoire, je dois réaliser plusieurs interviews. Je te remercie pour le temps que tu me consacres. Ce questionnaire durera environ 30 minutes.

As-tu des questions ?

Non.

Donc on va tout de suite passer à la première question : est-ce que tu peux te présenter brièvement ?

Donc moi je suis à la fois horticulteur et cuisinier, nous avons un restaurant à titre complémentaire. Et puis à temps plein j'exerce une profession d'horticulteur.

Quel âge as-tu ?

J'ai 41 ans.

D'accord, est-ce que tu peux me donner quelques achats que tu as l'habitude de faire ?

Principalement des achats alimentaires, ustensiles de cuisine, des choses comme ça, tout ce qui touche à mon métier complémentaire, ce sont les principaux achats que j'effectue.

Dans l'alimentaire par exemple, est-ce que tu as des marques que tu achètes tout le temps ?

Pas vraiment, j'essaie de privilégier les circuits courts et de ne pas acheter dans les grandes surfaces donc je ne suis pas axé sur des marques proprement dites.

D'accord. Est-ce que tu sais ce qui se cache derrière le concept de « Système de recommandation » ?

Oui c'est via les réseaux sociaux, ou c'est par rapport à... à tes, tes centres d'intérêt, les réseaux sociaux, enfin principalement Facebook, t'envoie des publicités sur justement des domaines qui pourraient intéresser sur lequel tu as des centres d'intérêt.

C'est plus ou moins ça. De nombreuses entreprises, que ce soit en ligne ou hors ligne utilisent tes données personnelles et suivent ton comportement...

C'est ça oui...

...afin de te proposer des produits et/ou des services susceptibles de t'intéresser : connaissais-tu cette pratique ?

Oui oui parce qu'on en parle beaucoup dans les médias, justement les données personnelles sont maintenant protégées.

Donc, je vais te montrer plusieurs exemples de recommandations : ici, dans la publicité Colruyt, en plus du feuillet publicitaire normal avec les dernières promotions et/ou nouveautés, c'est un feuillet avec la mention « sélection pour vous ». J'ai d'autres exemples en ligne : ici, pour Facebook, ce sont des recommandations d'amis par exemple. Là, sur YouTube, il y a une recommandation sur le côté de Booking. Là, c'est quand je jouais sur mon smartphone qu'une recommandation est apparue sous forme de pop-up. Là, c'est aussi sur YouTube mais cette fois la recommandation apparaît sur la vidéo. Ici, sur Messenger. Là, de nouveau des recommandations Booking et Axa qui apparaissent sur un site. Sur le côté d'une page Facebook. Là, toujours sur Facebook mais dans le fil d'actualité, « évènement recommandé » par exemple. Enfin, en général sur les sites ou les réseaux sociaux, il y a toujours une catégorie où il est marqué « pour vous » : ici, nous avons des titres recommandés sur Spotify ; ici, on a un exemple sur Instagram mais il y a aussi Zalando : « les meilleures offres pour vous » ; et ici, c'est le site de La Une : « notre sélection pour vous ».

Donc voilà, c'étaient des exemples. Par rapport à ces exemples, quelle est votre réaction face à ces recommandations et aux recommandations en général ?

Je n'y prête pas attention.

Pas du tout ?

Pas du tout, j'avoue que maintenant c'est devenu... c'est devenu vraiment commun dans le fil d'actualité ou qu'on aille sur Instagram, Facebook et autres, autres réseaux sociaux même YouTube, je veux dire, je vois ça sur le côté et je n'y prête pas attention.

Jamais ?

Il n'y a rien qui m'attire non, du tout.

Et donc c'est plus une réaction négative ?

Non, pas spécialement, c'est un désintérêt je vais dire, ça fait partie du cadre, quand ça envahit le cadre un moment donné quand ça suit un petit peu la page déroulante, je clique sur la croix pour le... Je vais dire à un moment donné, oui c'est négatif parce que c'est vrai que quand on va par exemple sur, je ne sais pas moi, site de streaming ou quelque chose comme ça, c'est les premières choses qui apparaissent en masse et donc là il faut obligatoirement les éliminer parce qu'elles bouchent la vue et c'est vrai que ça, c'est assez dérangeant parce que c'est la première chose qui apparaît et ça apparaît souvent en nombre si on n'a pas un bon pare-feu ou un Adblock qui permet de filtrer ces publicités. C'est vrai que moi, je les vois en nombre restreint, parce que voilà j'ai mis des filtres mais celui qui n'a pas de filtre comme ça, un moment donné, ça sature l'écran donc ça pourrait devenir très vite très vite très dérangeant.

Et qu'est-ce qui pourrait te faire changer d'avis sur l'aspect négatif du coup ?

Pas vraiment parce que c'est pas des... pas vraiment, rien parce que je... je reste persuadé qu'avant il y avait ou non rien, rien parce que moi je l'utilise moi-même pour moi ma propre publicité pour mon entreprise donc c'est vrai que quelque part j'utilise des publicités payantes à un moment donné via les réseaux sociaux donc je ne vais pas dire que je n'utilise pas ce genre de chose-là mais je vais dire que j'y suis indifférent donc pour moi rien, que ça apparaisse ou que ça n'apparaisse pas, je n'y prête pas attention.

Ok. Et donc qu'est-ce que tu penses de la personnalisation dans les recommandations ?

La personnalisation c'est-à-dire ?

Que ça ne soit pas la même chose qui te soit proposée que chez le voisin donc comme par exemple ici le feuillet Colruyt, c'est en fonction de ta carte de fidélité par exemple donc qu'est-ce que tu penses de ces « sélection pour vous », « recommandé pour vous » ?

Là, je trouve que ça ce n'est pas une mauvaise idée, à partir du moment où ça reste comme ça en format papier, là je trouve que ce n'est pas une mauvaise idée parce que dans ce cas-là, c'est vrai que ça peut susciter l'achat vers des choses qu'on a l'habitude d'acheter. Se dire, « tiens il y a une réduction pour ça » et donc effectivement ça, ça vaut la peine donc oui. Et du coup, ça permettrait de diminuer peut-être la quantité de publicité qu'on reçoit en masse pour plein de choses différentes, trop trop trop c'est.. et donc, autant que ça soit ciblé, qu'on reçoive moins de publicité et qu'on y ait un intérêt direct plutôt qu'on reçoive comme on reçoit toutes les semaines publicités en masse, finalement on ne feuillete même plus.

C'est valable pour Colruyt par exemple mais aussi sur Netflix, sur YouTube, des vidéos, etc.

Oui oui, ça ça peut être bien aussi dans l'idée où on cherche un type de film, par exemple ou ce genre de chose. Au moins, on a déjà un filtre en moins à devoir effectuer et se dire, « c'est vrai que celui-là je ne l'ai pas encore vu ou cette série-là ça peut être sympa », oui pourquoi pas, ça je suis déjà un peu plus partant.

Ok. Est-ce que tu penses que des individus peuvent être influencés par les systèmes de recommandation ?

Très certainement...

Pourquoi ?

Parce que des gens qui sont peut-être plus influencés par ce genre de publicité et qui vont s'orienter plus facilement, moi qui me dis je suis indifférent, d'autres personnes sont peut-être un peu plus ouvertes aussi et donc vont peut-être craquer plus facilement sur certains achats ou certaines choses, oui pourquoi pas.

Je réalise, dans le cadre de mon mémoire, une étude pour comprendre dans quelle mesure les recommandations sont acceptées par les utilisateurs, par accepter j'entends l'achat quand il s'agit d'un produit ou d'un service et acceptation quand il s'agit d'une vidéo, d'un ami sur Facebook, etc.

Lorsque tu es face à des recommandations, quels sont les éléments que tu juges important ?

Le... je te dis comme j'y prête pas attention, c'est difficile d'être objectif par rapport à ça, si c'était quelque chose de local, comme je veux dire, enfin voilà quelqu'un qui va faire comme moi sa publicité payante sur Facebook, vu que moi c'est ce que j'utilise, je veux dire, je prêterai peut-être plus attention à une publicité payante par rapport à quelque chose qui est local, je veux dire si un resto du coin, si c'est, si c'est un petit magasin qui vient d'ouvrir dans le coin, là je vais peut-être y être plus sensible, quelque chose qui vient d'une grande enseigne, je n'y prête pas attention du tout.

Donc quelque chose où il est marqué sponsorisé...

Pas spécialement parce que c'est écrit « sponsorisé » mais à partir du moment où je me dis que voilà, c'est un resto du coin et là ça va susciter un peu mon intérêt parce que ça reste local mais pas pour des grandes enseignes.

Donc en fonction de ce que toi tu aimes justement.

Oui oui, parce que voilà, je suis peut-être plus attentif à ça, je veux dire tout ce qui apparaît de grandes chaînes, je ne regarde pas.

D'accord. Si on reprend les exemples que je t'ai montrés de recommandations ou les recommandations auxquelles tu as déjà fait face dans ta vie quotidienne, qu'est-ce que tu peux me dire sur l'aspect de celles-ci ?

Il y a des choses qui sont bien faites oui, il y a des choses qui sont bien faites où ça... ça attire l'œil, ça c'est sûr oui il y a des choses...

As-tu un exemple ?

Je n'ai pas d'exemple concret mais je veux dire si parfois voilà, la mise en page est bien faite, il y a une photo qui est un peu attirante, ça voilà ça je veux dire, je n'ai pas d'exemple concret, je n'ai pas d'exemple concret comme ça mais je sais que c'est peut-être le genre de chose sur lequel je vais peut-être être plus attiré. C'est si vraiment on a un contenu qui est directement, qui attire l'œil.

Est-ce que l'endroit où la recommandation apparaît, ça t'importe ou pas ?

Oui et non, oui parce que, oui forcément quand ça apparaît directement dans ta vue, là c'est sûr que tu vas y prêter plus attention que si c'est dans un coin comme sur les pages Facebook où c'est dans un coin et où ça ne dérange personne. Je veux dire, on n'y prête pas attention, maintenant quand tu as ça en face de ta vue, là et que tu es obligé de ne pas cliquer sur la croix pour l'éliminer, c'est sûr que là on y prête plus attention.

Donc tu la regardes avant de supprimer ?

Je ne regarde pas, je supprime directement parce que celles-là, ça me dérange. Par contre, parfois quand ça apparaît dans le fil d'actualité ou quand ça apparaît dans mon fil d'actualité, parfois quand il y a un truc, une publicité sponsorisée, comme moi je le fais sur Facebook, c'est vrai que quand ça apparaît dans mon fil d'actualité, j'aurais plus tendance à cliquer dessus et aller voir ce qu'il se passe.

Ok. Et est-ce que tu préfères les recommandations en ligne ou les recommandations papier ?

Les deux, je vais dire parce que les pubs Colruyt je les feuillète donc... oui les pubs Colruyt quand on les reçoit, je les feuillète donc c'est vrai que, après je fais le tri : je veux dire quand je reçois des publicités plus globales dans le pack de publicités qu'on reçoit toutes les semaines, je les regarde à peine mais c'est vrai que comme on va faire quelques achats chez Colruyt quand même, c'est vrai que quand j'ai une sélection, j'y jette un œil parce que comme c'est des produits qu'on a l'habitude d'acheter, quand il y a une réduction dessus, c'est vrai que là, ça nous intéresse mais les publicités globales, là, j'avoue ça part directement au bac.

Donc plus des publicités plus dans les magasins où tu as l'habitude d'aller ?

Oui c'est ça.

Ok et les recommandations en ligne... ?

Je dis... c'est vraiment comme voilà, c'est comme ça tombe et si c'est quelque chose qui, voilà qui est local, qui suscite mon intérêt, là oui mais sinon je n'ai pas de préférence là-dessus.

D'accord. Les recommandations se font dans tous les domaines, donc comme on a vu réseaux sociaux, grande distribution, banques, voyages, etc. Dans quels domaines trouves-tu que les recommandations sont les plus utiles ? Tu as déjà un peu répondu...

Je trouve, si je devais prendre ça globalement un peu comme tout le monde, je dirais peut-être les promotions pour les vacances où là, parfois c'est vrai qu'on se dit « tiens il y a une promotion pour ça, là ça vaut la peine peut-être d'aller voir »... Oui, des promotions sur les vacances, peut-être sur les vêtements.

Donc quand il y a des promotions ?

Quand il y a une promotion, oui quand il y a une promotion, là c'est vrai que c'est peut-être là que je vais aller voir plus directement parce que c'est se dire « ah oui là, ça vaut peut-être la peine de choisir cette destination-là parce qu'ils font un rabais de 50% » ou que sais-je moi. Oui, je crois que ce serait peut-être les deux secteurs où je vais vraiment être plus attiré plus facilement que le reste non ou des achats, des achats complètement idiots où ils mettent des choses parfois par rapport à un hobby qu'on a et là ils balancent des choses, là je vais dire ça

ne m'intéresse pas du tout c'est vraiment plus parce que cette opportunité-là s'est présentée quoi.

Il n'y a pas que les achats, comme j'ai dit les amis sur Facebook, les vidéos, etc.

Oui les recommandations d'amis je n'y prête déjà pas attention en temps normal, parfois il y a des demandes d'amis qu'on me fait, je me rends compte après, tiens oui j'ai une demande d'ami d'un tel mais donc du coup non. Et les recommandations par rapport à des séries, oui pourquoi pas, c'est vrai effectivement, oui pourquoi pas, c'est vrai que ça pourrait marcher aussi, de dire qu'il y a une nouvelle série dans le style de ce que je regarde qui est parue voilà quoi ou une promotion sur un concert ou des choses comme ça.

Est-ce que « l'effort » a un impact sur le fait que tu acceptes une recommandation ? L'effort j'entends, accepter un ami sur Facebook, ce n'est pas la même chose que par exemple décider d'acheter un paquet de chips ou encore un ordinateur sur base d'une recommandation. Il y a plusieurs niveau d'efforts, est-ce que pour toi, ça a un impact que ce soit l'un ou l'autre, est-ce que tu acceptes plus l'un que l'autre ?

Par rapport à un achat oui, par rapport à un achat oui, c'est plus l'idée d'aller voir, tu es obligé d'aller voir un peu ce qui, une acceptation d'ami, enfin je veux dire, ce n'est pas la même chose, je ne situe pas trop la question.

Est-ce que pour toi le fait qu'il y ait de l'argent en jeu ou pas ça change quelque chose ?

Par rapport à une recommandation ?

Il y a les recommandations avec tout ce qui est produit mais aussi tout ce qui est amis, vidéos etc.

Non, non c'est vrai que ça va te demander plus de recherche d'aller... par rapport à un produit qu'on va acheter parce que forcément, oui on va peut-être comparer, avoir des avis, une série je veux dire on va voir, si on n'accroche pas dans les cinq minutes, on abandonne, c'est forcément moins contraignant c'est sûr, enfin contraignant, je ne vais pas dire c'est contraignant, on y va plus volontiers.

Alors maintenant, je vais te demander quelle est ta définition de la confiance de manière générale ?

De manière générale, faire confiance c'est, enfin il faut... oui c'est difficile de définir ce que ça veut dire faire confiance, faire confiance c'est faire confiance...

Une petite phrase pour expliquer ce que c'est pour toi ?

Faut avoir fait ses preuves, enfin je veux dire voilà, ça ne s'accorde pas comme ça quoi.

Pourquoi fais-tu confiance à certaines marques ou certaines entreprises par exemple ?

Parce que je sais que j'ai été content de la qualité, si je sais que j'ai essayé une fois et que la qualité y était, je vais continuer, je ne suis pas du genre à aller voir gauche à droite, à partir du moment où j'ai testé quelque chose qui était valable, j'essaie de rester chez le même fournisseur entre guillemets tant que j'en suis content, le jour où ça se passe moins bien, je vais essayer autre chose.

Ok et donc est-ce que tu ferais attention à des recommandations qui proviennent de marques ou entreprises envers lesquelles tu n'as pas forcément confiance ?

Oui parce que ça se présente parfois avec des fournisseurs qui se présentent chez nous, des représentants qui se présentent chez nous et qui disent voilà on vous propose ça, après je veux dire, oui j'accepte la publicité ou de rencontrer le représentant mais en sachant très bien que je ne vais peut-être pas spécialement aller chez eux tant que je suis content de ce que j'ai sous la main. Après parfois en dépannage, ça peut arriver, mon fournisseur me dit voilà je n'ai pas ça, je vais peut-être aller voir chez cette personne-là parce que ce qu'ils avaient présenté en publicité avait l'air correct.

Alors maintenant, tu es fidèle au Coca-Cola et les systèmes de recommandation te proposent une bouteille de Pepsi, quelle est ta réaction ?

Peut-être que je testerais. Peut-être, peut-être, peut-être que je testerais, je ferais un test pour voir un peu si effectivement il a un goût différent, comme ça s'est fait avec le Coca zéro à un moment donné, ils sont arrivés avec ça, on a essayé bon c'est vrai qu'on a trouvé ça meilleur donc voilà, peut-être que je testerais.

Ok. Si les systèmes de recommandation te disent : « Cette bouteille de Coca vous a été proposée parce que nous avons identifié dans votre comportement d'achat que vous en achetiez chaque semaine ». Comment réagis-tu ? Donc il y a une explication sur le pourquoi la bouteille a été proposée. Est-ce que ça change quelque chose ?

Si ça ne m'intéresse pas je n'y prêterais pas attention, si je veux dire oui ou sur le coup si, si... si je ne suis pas dans l'optique d'achat au moment où je reçois la recommandation, ça va rester dans ma case mémoire à un moment et puis à un moment donné je crois que je vais rester sur le produit que j'ai l'habitude d'acheter. C'est vraiment si j'ai l'occasion d'acheter à ce moment-là, alors là, peut-être que je vais dire « oui tiens, c'est l'occasion de tester », ou si je me retrouve devant le produit en grande surface, je vais peut-être dire « ah bah oui j'ai vu ça, peut-être que » mais il se peut très bien que ça tombe, ça va passer à la trappe tu vois c'est pas... c'est pas parce que j'ai vu quelque chose de nouveau, qu'il faut absolument que j'essaie, ça non.

Ok ça va, ici quelle est ta réaction quant à l'explication qui est proposée ? Donc tu peux avoir la bouteille de Coca seule et là ils te proposent la bouteille et ils te disent pourquoi en fait ils te la proposent ? Est-ce que ça te change quelque chose ?

Non, rien du tout. Je ne vais pas plus loin, je ne vais pas plus loin, je ne commence pas à lire le détail, non.

D'accord. Alors maintenant, est-ce que tu fais attention à la petite phrase sur les cookies qui apparaît en général sur tous les sites qu'on consulte à l'heure actuelle ?

Non. Je... non.

Donc tu ne cliques pas dessus pour en savoir plus ?

Non non c'est, enfin si pour m'en débarrasser je veux dire parce que ça me gêne, ça gêne mon angle de vue et donc oui pour m'en débarrasser, oui.

Mais pas sur « en savoir plus » ?

Non.

Donc en fait si tu cliques...

C'est j'accepte...

Soit, tu ne fais rien mais en général il est marqué « si vous ne réagissez pas, c'est que vous acceptez l'utilisation de cookies », soit tu peux mettre « en savoir plus » et là tu vois comment le site utilise tes données etc. J'ai un autre exemple ici, Facebook a sorti un spot pour expliquer en fait pourquoi certaines pubs sont proposées, comment les données personnelles sont utilisées etc. qu'est-ce que tu penses de ça ?

En ce qui concerne Facebook, vu que j'utilise la publicité payante, c'est compliqué, c'est compliqué enfin je veux dire pour vraiment cibler par exemple une clientèle bien précise, je vais dire c'est trop compliqué, c'est trop compliqué à mettre en œuvre soi-même donc j'utilise un système de publicité où c'est où voilà on cible en fonction de l'âge, les intérêts parfois, la région, le périmètre dans lequel la publicité doit être envoyée, et puis c'est tout. Après, toutes les données un peu plus complexes de ciblage comme je lis parfois un petit peu parfois les explications, c'est un peu compliqué quoi.

En tant qu'utilisateur lambda sur Facebook je vais dire, qu'est-ce que tu penses de l'explication qu'ils donnent, parce que là c'est quelque chose que j'ai reçu, moi je n'ai jamais fait de pub sur Facebook...

Ah oui oui...

Donc qu'est-ce que tu penses du fait que l'utilisateur peut en fait voir, il y a un peu une transparence derrière.

Ah l'idée de la transparence, oui, c'est parce qu'ils ont été un peu obligé à un moment donné parce qu'ils se sont rendus compte qu'utiliser des données personnelles, ce n'était pas légal quelque part. Et donc, ils ont donné ces idées-là pour essayer d'être transparent mais bon voilà je veux dire le mal a été fait, je ne suis pas partisan qu'on utilise les... Après, par rapport aux achats je veux dire, aux achats réguliers dans le magasin, que le magasin envoie une pub ciblée, pourquoi pas, ça a une utilité, après aller rechercher dans les centres d'intérêt pour envoyer des publicités ciblées, je trouve que c'est un peu délicat, même si quelque part moi je l'utilise aussi je vais dire. Je ne cherche pas spécialement à aller chercher les... tous les gens qui ont un centre d'intérêt cuisine, par exemple, je veux dire c'est pas parce que des gens aiment bien la cuisine que je vais essayer de spécialement d'attirer ces gens-là, moi ce qui m'intéresse c'est de faire une publicité dans un périmètre mais j'aurais quand même un peu de mal que à un moment donné d'aller moi payer quelqu'un pour aller rechercher les centres d'intérêt des gens et aller envoyer spécifiquement une publicité à ces gens-là. C'est un peu inonder, un peu empiéter sur la vie privée des gens, ce n'est pas...

Ok. Alors maintenant si je te parle de diversité de produits, qu'est-ce que cela veut dire pour toi ?

Diversité de produits, ça veut bien dire ce que ça veut dire, c'est un peu tout ce qu'on peut proposer autant de ce qui est utile pas utile vacances, ...

Est-ce que c'est une dimension importante pour toi dans le cadre des systèmes de recommandation ?

Oui si c'est parce qu'il faut que oui il faut que ça soit ciblé je suppose...

La diversité c'est fort subjectif parce que ça peut être comme tu l'as dit avoir plein de recommandations de plein de domaines différents mais ça peut être aussi un même produit avec différentes marques ou Zalando qui propose des habits différents.

Oui si on veut inciter les gens à l'achat oui, c'est sûr que oui.

Mais pour toi ?

Moi, je te dis je n'y prête pas trop attention donc c'est difficile de pouvoir y répondre.

Ok. Alors j'ai encore un autre exemple : imaginons que tu viens de réserver un vol pour Dublin et que le système de recommandation te propose un hôtel à Paris : comment réagis-tu ?

Je me dis que c'est con, j'ai raté l'occasion de peut-être avoir un truc ailleurs et peut-être mieux et que c'est trop tard.

Donc tu n'aurais pas préféré avoir une autre recommandation donc par exemple un hôtel à Dublin ?

Ah si, si si ce n'est pas ciblé si oui si si, forcément d'avoir eu à ce moment-là peut-être, enfin oui d'avoir eu quelque chose qui aurait peut-être plus mieux m'attirer, oui si forcément, ça veut dire que c'est mal ciblé oui.

Et la recommandation qui est proposée donc pour un hôtel à Paris, ça ne te donne pas des idées pour des futures vacances par exemple ?

Oui, si c'est vrai, si si pourquoi pas, oui si c'est vrai, je dis je n'y prête pas trop attention donc c'est difficile d'être objectif mais oui c'est vrai que si j'y prête attention je vais me dire « ah tiens c'est vrai ça peut être sympa un autre week-end ailleurs », pourquoi pas.

J'ai un autre exemple avec ça, imaginons tu viens d'acheter un paquet de pâtes et le système de recommandation te propose des gnocchis, tu ne vas pas manger les deux en même temps...

Non mais peut-être qu'après je serais peut-être intéressé de dire pourquoi pas je vais un peu changer et aller ailleurs.

D'accord, alors est-ce que les recommandations t'ont déjà aidé à découvrir des choses par hasard, des choses auxquelles tu ne t'attendais pas du tout ?

Pas vraiment, je remets ça toujours par rapport à Facebook parce que c'est là que je veux dire, les publicités que tu as dans ton fil d'actualité, forcément tu as l'œil dessus, mais et donc là du coup c'est vrai que tu es obligé quelque part, tu ne regardes plus facilement pas le contenu mais je veux dire, tu l'as en face des yeux. Par rapport à ce qui a sur le côté ou ce qui apparaît dans ta vue et qui te gêne et que d'office tu l'exclus. Pas vraiment parce que je reçois parfois des publicités pour des trucs en Flandres, des restaurants qui font une publicité sponsorisée, et je sais que je n'irai jamais donc non pas vraiment jusque maintenant, même pour une série, non même pour une série je veux dire c'est plus parce que j'en ai entendu parler par quelqu'un qui a été voir telle série sur Netflix et que du coup je vais voir aussi mais non ça ne m'a jamais rien apporté jusqu'à présent.

Alors, question suivante, est-ce que tu es sensible aux promotions de manière générale ?

Les promotions papier oui, de ce genre-là oui.

Pas en ligne ?

Non.

Est-ce que tu es plus sensible à un moment ou à un autre aux promotions ou plus dans un secteur que dans un autre ?

Non c'est plus le quotidien, c'est plus le quotidien où je fais attention aux promotions, peut-être pendant les vacances aussi, on fait attention aux last minute, des choses comme ça ou des promotions sur certaines destinations, oui pour les vacances on va dire ça oui.

Et est-ce que c'est un facteur qui est important pour toi dans les recommandations ? Donc si tu avais une recommandation où il y a une promotion, est-ce que tu y ferais plus attention ? Est-ce que ça te permettrait d'accepter plus facilement cette recommandation ?

Pour autant que la destination soit peut-être celle que j'aurais voulu, vers laquelle aller.

Donc tant que ça reste pertinent ?

Oui c'est ça voilà.

Donc ici sur le feuillet, il y a certains articles qui sont en promotion d'autres pas.

Oui c'est ça, si c'est pour avoir une promotion sur je ne sais pas moi, sur un paquet de couches culotte, ça ne va pas m'intéresser quoi.

Alors maintenant, qu'est-ce que tu fais quand tu es face à ou que tu viens de cliquer sur une recommandation ?

Je vais voir un peu, je lis le contenu forcément et après j'en tire...

Tu te renseignes ?

Oui je me renseigne. À partir du moment où ça m'aurait intéressé, je vais me renseigner.

Quand tu es sur internet et que tu as une recherche précise à faire, qu'est-ce que tu fais ? Est-ce que tu peux me décrire les étapes ?

Souvent c'est sur Google, je tape le, un mot-clé ou l'autre et je vois ce que ce qui est référencé via Google, c'est très souvent Google, le moteur de recherche de Google qui fait que je vais rechercher quelque chose de précis.

Et donc après, tu cliques sur les premiers liens ?

Forcément c'est toujours ceux qui sont les mieux placés parce qu'à un moment donné on ne va pas aller voir jusqu'à la quinzième page pour trouver quelque chose. Ce n'est pas parce que forcément quelqu'un aura payer pour avoir un référencement plus haut qui va se retrouver en tête de page que je vais forcément aller sur celui-là d'office, déjà c'est parce que ça sera une enseigne en Belgique et peut-être pas en France, je vais quand même cibler malgré tout sur le lien sur lequel je vais cliquer quoi, ce n'est pas parce que c'est le premier qui apparaît que je vais d'office aller dessus.

Et est-ce que quand tu as une recherche précise à faire, tu vas droit au but ou tu as tendance à être facilement distrait par ces recommandations justement qui apparaissent un peu partout ?

Ah non non non non, je vais droit au but.

Imaginons maintenant que tu aies cliqué sur une recommandation et es prêt à l'accepter, acheter le produit s'il s'agit d'un produit, d'autres recommandations apparaissent sur ton écran : comment réagis-tu ?

Là je vais peut-être, je vais peut-être aller voir effectivement, tant que ça reste ciblé vers ce que je recherche, si je vois qu'il y a quelque chose qui me tape un peu à l'œil parce que la présentation, je me dis, oui finalement ça a l'air sympa, oui peut-être que je vais aller voir, oui.

Donc si c'est en lien avec ta première recherche ?

C'est ça oui, tant que ça reste en lien avec ce que je cherchais au départ.

As-tu quelque chose à ajouter ?

Oui, oui oui oui oui, dans l'idée où maintenant on est arrivé à trop de publicités où on balance tout et n'importe quoi et constamment ce n'est pas, ce n'est pas qu'à un moment donné, ça reste pertinent, c'est que c'est balancé dans tout ce qu'on va voir, que ça soit dans les réseaux sociaux, que ça soit des pubs, des films, sur des sites de streaming, sur YouTube. La publicité, elle apparaît partout et donc finalement on y prête même pas attention, je crois que ça devrait être un peu à un moment donné plus pertinent comme le format papier où je vais dire là, on le reçoit et on l'a en main, on décide de regarder et de l'ouvrir et de regarder parce que c'est dans un registre publicitaire, et ça reste dans un registre publicitaire et pas dans un registre quotidien je vais dire. Comme les pages de pubs qu'on a à la télé où c'est permanent, redondant, et finalement on n'y prête plus attention, même si ça peut être pertinent au niveau du contenu, on n'y prête pas attention.

En fait les systèmes de recommandations sont apparus parce que justement il y avait un trop plein d'informations dans tous les domaines et donc pour faire office de filtre pour les utilisateurs et pour justement leur cibler. Donc par exemple ici, normalement ce sont des achats qui sont censés m'intéresser ici vu que c'est mon feuillet donc c'est vraiment apparu comme un filtre. Donc voilà et il y a sur le feuillet des choses qu'on a l'habitude d'acheter mais aussi des choses qu'on n'a pas l'habitude d'acheter et qu'ils mettent en se disant...

Oui peut-être mais ça reste dans un contexte publicitaire et ça fait partie d'un package pub que tu reçois de manière hebdomadaire tandis que dans tout ce que tu as au quotidien, que ce soit les réseaux sociaux, YouTube, finalement tu restes quand même encore inondé même si c'est

des choses qui sont plus pertinentes, tu restes quand même encore inondé de publicités et je le dis, même si c'est quelque chose qui est censé m'intéresser, je ne vais pas regarder, je ne vais pas regarder enfin je vais dire, ça m'emmerde d'avoir ça dans ma vue et de même si c'est sur le côté, de toute façon tu ne vas pas le voir mais quand ça apparaît dans ta vue et que tu es obligé de cliquer dessus pour l'éliminer, ça m'emmerde plus qu'autre chose.

Et donc ça t'embête juste parce qu'il y en a vraiment partout ?

Voilà, parce qu'il y en a partout que ça soit recommandé ou pas recommandé il y en a partout, je préfère autant avoir à un moment donné une page pub, enfin maintenant sur le net c'est un peu compliqué mais je reste encore sur le format papier ou je veux dire, là tu le reçois et tu regardes parce que tu as envie de le regarder.

Tu peux choisir de le regarder ?

Ou que j'aie voir moi-même, si j'ai envie de partir en vacances quelque part, que j'utilise Google et là on me renvoie vers quelque chose qui est plus pertinent à ce moment-là où effectivement ça va me diminuer un peu ma charge de recherche parmi les 50000 pages qui vont se présenter. Et là peut-être que ça peut être peut-être plus intéressant, mais avoir ça de manière permanente comme les publicités à la télévision, à un moment donné ça tu satures quoi.

Donc plus les recommandations comme je montrais sur les sites, si tu as envie d'aller chercher quelque chose sur Zalando par exemple, tu vas dans la section « recommandé pour vous ».

Oui. Parce que ça va t'aider mais pas les recommandations qui apparaissent de manière permanentes, de manière générale sur YouTube et compagnie.

Ce questionnaire est maintenant terminé, merci pour ta collaboration et le temps que tu m'as consacré. Si tu le veux, je te transmettrai les résultats de ma recherche.

Interview 20

Bonjour, je m'appelle Marie-Charlotte Paindavoine et je suis étudiante en master 2 en ingénieur de gestion à l'UCLouvain FUCaM Mons. Dans le cadre de mon mémoire, je dois réaliser plusieurs interviews. Je te remercie pour le temps que tu me consacres. Ce questionnaire durera environ 30 minutes.

As-tu des questions ?

Oui, sur quel sujet ça va porter ?

Ça va venir.

Très bien.

Donc on va tout de suite passer à la première question : est-ce que tu peux te présenter brièvement

Bien sûr, donc j'ai 21 ans, je vis à Ath et je fais des études en assistante de direction. Je suis en troisième année à Tournai et en général j'aime beaucoup faire du tennis en général, c'est ma passion, je suis attirée aussi par les langues et d'ailleurs je vais aller en Angleterre pour approfondir ma passion pour l'anglais.

D'accord, est-ce que tu peux me donner quelques achats que tu as l'habitude de faire ?

Oui, qu'est-ce que j'aime bien, c'est parfois, enfin je ne fais pas trop les courses pour la maison donc ça peut être plus pour le sport parfois ou des vêtements sur internet, je dois avouer.

D'accord, et alors dans l'alimentaire, est-ce qu'il y a des marques que tu achètes tout le temps, ou alors que tu consommes tout le temps, dont tu ne voudrais pas te passer ?

Que je ne voudrais pas me passer... Il n'y a pas forcément des marques, après on fait attention à certaines habitudes alimentaires, genre on fait en sorte d'acheter des bouteilles en verre, mais ce ne sont pas forcément des marques mais on fait attention à ça, qui sont plus des habitudes. Ou alors on essaie d'aller dans des commerces locaux et forcément ce sont souvent ces mêmes marques-là mais je ne m'en rappelle plus, c'est plus ces habitudes alimentaires-là mais il n'y a pas forcément des marques, par contre Nutella on essaie de l'éviter parce que voilà de l'huile de palme.

Donc Nutella pas, par exemple Coca ou autre ?

Coca on n'en boit quasi pas, c'est plus des marques qu'on essaie d'éviter sinon on n'a pas forcément de marques, là comme ça, pour mes parents aussi il y a le vin mais je ne sais pas...

Ou par exemple marque d'eau que vous buvez ? Ou des biscuits que tu manges tout le temps ? Il n'y a vraiment pas une marque dans laquelle....

Si... C'est plus biscuits, pas forcément, pour l'eau ça dépend on essaie de mélanger, l'Hépar pour un peu de calcium sinon oui Chaudfontaine ça c'est souvent ou un peu de Spa mais surtout Chaudfontaine.

Ok. Est-ce que tu sais ce qui se cache derrière le concept de « Système de recommandation » ?

Tu peux répéter la question ?

Est-ce que tu sais ce qui se cache derrière le concept de « Système de recommandation » ?

Systèmes de recommandation... je ne vois pas trop ce que c'est non.

De nombreuses entreprises, que ce soit en ligne ou hors ligne utilisent tes données personnelles et suivent ton comportement afin de te proposer des produits et/ou des services susceptibles de t'intéresser : connaissais-tu cette pratique ?

Ah oui ! Oui Facebook, ils ont des algorithmes etc. et comme par hasard tu as des publicités sur tes dernières recherches, il n'y a pas que Facebook mais aussi des publicités sur le côté quand tu es sur internet oui.

C'est ça. Donc, je vais te montrer plusieurs exemples de recommandations : ici, dans la publicité Colruyt, en plus du feuillet publicitaire normal avec les dernières promotions et/ou nouveautés, c'est un feuillet avec la mention « sélection pour vous ». J'ai d'autres exemples en ligne : ici, pour Facebook, ce sont des recommandations d'amis par exemple. Là, sur YouTube, il y a une recommandation sur le côté de Booking. Là, c'est quand je jouais sur mon smartphone qu'une recommandation est apparue sous forme de pop-up. Là, c'est aussi sur YouTube mais cette fois la recommandation apparaît sur la vidéo. Ici, sur Messenger. Là, de nouveau des recommandations Booking et Axa qui apparaissent sur un site. Sur le côté d'une page Facebook. Là, toujours sur Facebook mais dans le fil d'actualité, « évènement recommandé » par exemple. Enfin, en général sur les sites ou les réseaux sociaux, il y a toujours une catégorie où il est marqué « pour vous » : ici, nous

avons des titres recommandés sur Spotify ; ici, on a un exemple sur Instagram mais il y aussi Zalando : « les meilleures offres pour vous » ...

Je n'avais pas fait attention...

Ici c'est le site de La Une : « notre sélection pour vous ».

Donc voilà, ça c'étaient des exemples. Donc par rapport à ces exemples, quelle est ta réaction face à ces recommandations et aux recommandations en général ?

Je ne m'en rendais pas compte qu'ils ciblaient, enfin qu'il y avait le mot « pour vous », c'est vrai que quand il y a ça on se sent un peu plus concerné mais je ne m'en rendais pas compte que c'était vraiment large. Que tu vois, il n'y ait pas forcément ça que sur Facebook, sur internet, c'est vrai que il y a ça aussi version papier mais oui je m'en rendais déjà compte, oui, ça va partout, classement tennis, c'est vrai j'ai l'habitude d'aller là-dessus aussi, oui j'étais étonnée la fois passée, j'étais un peu sur Zalando et j'étais restée quelques minutes sur une jupe et elle s'est retrouvée longtemps par après. Et oui c'est incroyable...

Donc c'est plus une réaction positive ou négative ?

Surprise, au début ça ne me choquait pas forcément et puis à force que ça reste, c'est plus... limite choquée.

Choquée ?

Oui, punaise on est traqué quoi!

Traqué ?

Oui.

Et donc qu'est-ce qui te ferait changer d'avis sur plus cet aspect négatif ?

En changeant mon comportement... ?

Non, toi tu me dis que tu es choquée par exemple, qu'est-ce qui te ferait changer d'avis et te dire, non moi je ne suis plus choquée par ça ?

À force, avoir l'habitude, ça ne me choquera plus, après maintenant, voilà j'ai l'habitude mais c'est plus au début quand je remarquais ça que voilà ça a tendance à me choquer. Après, encore récemment j'ai été sur tennis Warehouse, il y a le truc que je voulais éventuellement acheter

qui est réapparu et à chaque fois que je passe du temps sur quelque chose, ça revient à chaque fois, je suis un peu choquée comme ça mais qu'est-ce qui fera en sorte que je ne le serai plus... Me dire que c'est comme ça, qu'on est obligé de l'accepter finalement parce que, je ne sais rien faire pour que ça change et c'est comme ça. Après il faut faire attention à ne pas partager des informations trop personnelles genre les numéros de compte ou des choses ainsi, ça faut faire gaffe mais des autres trucs, je pense qu'il faut l'accepter, je pense qu'on n'a rien d'autre à faire, je crois.

Ok. Et donc qu'est-ce que tu penses de la personnalisation dans les recommandations ?

Je trouve ça pas dérangeant. En fait, ça ne me choque pas, pourquoi pas, par exemple sur Facebook, c'est vrai qu'il y a de plus en plus de suggestions de pages qui m'intéressent et c'est vrai que c'est un peu mieux qu'avant c'était plus général. Et maintenant, ça se concentre un peu plus maintenant sur Facebook sur ce que tu aimes et du coup ça nous amène à voir des pages qu'on n'avait pas forcément connues avant et que grâce à ça, on connaît finalement donc je trouve ça pas mal, les suggestions personnalisées je trouve ça pas mal.

D'accord. Est-ce que tu penses que des individus peuvent être influencés par les systèmes de recommandation ?

Oui, d'office, on peut être... oui d'office oui.

Pourquoi ?

Oui, donc c'était quoi le mot ?

Est-ce que tu penses que des individus peuvent être influencés par les systèmes de recommandation ?

Oui, influencé oui, parce que d'office les publicités vont être centrées sur tes... tes... ce que tu aimes bien et du coup, tu vas voir des publicités que tu n'aurais peut-être pas vues et du coup tu as envie. Genre moi, à un moment donné, j'ai vu des belles publicités pour des bracelets, j'ai commencé à regarder et puis j'ai vu que c'était un peu cher mais oui on peut être influencé, si moi déjà je le suis, je crois qu'il y en aurait d'autres qui le seraient.

Je réalise, dans le cadre de mon mémoire, une étude pour comprendre dans quelle mesure les recommandations sont acceptées par les utilisateurs, par accepter j'entends l'achat

quand il s'agit d'un produit ou d'un service et acceptation quand il s'agit d'une vidéo, d'un ami sur Facebook, etc.

Lorsque tu es face à des recommandations, quels sont les éléments que tu juges important ?

Quand je vois une recommandation ? Par exemple, sur internet ou quoi ?

Sur internet ou en version papier n'importe, qu'est-ce qui va te donner envie d'acheter ou d'accepter la recommandation qui t'est faite en fait ?

Par version papier je n'ai pas vraiment d'idées parce que ce n'est pas forcément personnalisé tandis que sur internet c'est vraiment en fonction de ce que tu aimes. Déjà si le produit m'intéresse moi, ça va déjà... d'office ça va un peu plus m'attirer puisque c'est en fonction de ce que j'aime donc... aussi que le prix soit bon marché, ça, ça va jouer beaucoup.

Et si maintenant ce sont des vidéos, des films, des titres, etc. où il n'y a pas vraiment de prix en jeu ?

Oui je vais peut-être être attirée, peux-tu répéter la question ?

Lorsque tu es face à des recommandations, quels sont les éléments que tu juges important ?

Que ça me plaise, déjà enfin si ça me touche déjà je vais être attirée par le machin. Après, c'est vrai qu'il y a parfois, comme tu disais sur YouTube des recommandations de films ou quoi, ce que je juge important... je ne sais pas... que le produit en lui-même me plaise et après je vais m'intéresser plus, je ne sais pas si c'est pertinent ce que je dis, parce que d'office les recommandations sur internet, c'est d'office ce que tu aimes bien donc d'office il va peut-être avoir quelque chose qui t'intéresse.

D'accord. Si on reprend les exemples que je t'ai montrés de recommandations ou celles auxquelles tu fais face dans ta vie quotidienne, qu'est-ce que tu peux me dire sur l'aspect de celles-ci ? Est-ce que tu es attirée plus par une que par une autre plus au niveau du visuel ?

Ah oui, moi quand il y a de la couleur d'office, ça attire et puis sur internet, quand les images sont un peu plus dynamiques, pas juste une image fixe mais déjà quand il y a plus de couleurs, qu'il n'y ai pas trop d'informations, on est plus attiré par ça.

D'accord et alors là, je parle plus pour les recommandations en ligne mais est-ce que, pour toi, l'endroit où la recommandation apparaît ça a une importance ?

L'endroit... c'est-à-dire ?

On a vu sur YouTube par exemple, à un moment elle était sur le côté, ou alors dans le bas de la vidéo ou alors sur Facebook dans le fil d'actualité ou alors sur le côté, est-ce que pour toi ça a une importance ?

Ah oui ça ok. Du moment que ce n'est pas sur, par exemple, l'endroit que je regarde genre ça peut arriver sur YouTube, boum, tu as un machin en plein milieu de ton écran et tu es obligé de la regarder quoi et même si c'est quelque chose qui va m'intéresser, ça va me frustrer qu'elle soit arrivée dans mon champs de vision alors que je ne souhaitais pas. Donc pourquoi pas qu'elle vienne mais pas là où j'étais en train de regarder donc sur le côté je préférerais qu'en plein texte ou alors parfois tu es obligé de lire puis boum tu as un cookie qui arrive avec ta publicité et tu es obligée de cliquer sur la croix pour qu'elle parte et même si ça m'intéresse, ça m'aura un peu énervé du coup je ne vais même pas continuer à regarder le machin.

Ok. Et est-ce que tu préfères les recommandations en ligne ou les recommandations papier ?

Papier je n'en ai jamais vraiment eue...

Papier il n'y a pas que Colruyt, j'ai aussi l'exemple de Yves Rocher, donc ils envoient la petite carte et derrière il y a en général un produit « recommandé pour vous ».

Oui ça, ça ne me dérange pas, c'est quoi encore la question ?

Est-ce que tu préfères les recommandations en ligne ou les recommandations papier ?

Ah oui. Papier je trouve ça un peu plus légal entre guillemets, plus professionnel, je ne sais pas si tu vois ce que je veux dire ou si tu veux que je développe ?

Tu peux expliquer un peu.

Je trouve que par papier c'est encore acceptable tandis que sur internet je trouve que c'est parfois un peu de trop tu vois, ça va être tout le temps, là la recommandation, peu importe le site que tu vas aller, il y aura toujours une recommandation, un truc, tandis que là, par papier on te l'envoie comme ça mais c'est pas tout le temps, tu vois ce que je veux dire ?

Oui je vois.

Donc j'aurais tendance à dire papier, après internet ça ne me dérange pas mais c'est vrai que c'est tout le temps-là, après c'est devenu normal on va dire, je n'en prends plus compte mais ça me touche un peu plus quand c'est version papier.

Donc parce que tu peux la regarder quand tu veux ?

Oui et parce qu'on me l'envoie, commercialement parlant, enfin je veux dire, sans que... on me l'envoie...

Tu ne l'as pas toutes les deux heures dans ta boîte aux lettres c'est ça que tu veux dire ?

Voilà. De temps en temps, c'est gentil et alors je me sens un peu plus touchée, ah oui c'est vrai j'aime bien et voilà tandis que c'est toujours des trucs qui te concerne tout le temps, toutes les heures, ça me touche moins.

D'accord. Les recommandations se font dans tous les domaines donc comme on a vu réseaux sociaux, grande distribution, banques, voyages, etc. Dans quels domaines trouves-tu que les recommandations sont les plus utiles ?

J'aurais tendance à dire, la nourriture c'est tout le temps et ça ne touche pas et je ne trouve pas que c'est... enfin ce serait plus utile pour la sensibilisation je trouverais, pourquoi pas le milieu de la santé, nous influencer sur la manière de se comporter autrement, plus pour nous sensibiliser, des actions de sensibilisation que de la consommation de masse ou des choses ainsi.

Est-ce que « l'effort » a un impact sur le fait que tu acceptes une recommandation ? L'effort j'entends, accepter un ami sur Facebook, ce n'est pas la même chose que par exemple décider d'acheter un ordinateur sur base d'une recommandation.

C'est sûr.

Est-ce que tu es d'accord avec ça ?

Oui ce sont des choses différentes, l'ami sur Facebook, tu l'acceptes ou tu ne l'acceptes pas, moi je l'accepte en fonction de si je le connais ou pas. Et l'autre exemple c'était quoi ?

Acheter un ordinateur ou un smartphone ou un paquet de chips sur base d'une recommandation.

Oui, dans les deux cas, il y a un point commun, c'est toi qui dois décider de ton besoin enfin moi je verrais ça comme ça, l'ordinateur c'est si j'en ai besoin et puis l'ami Facebook c'est si je m'entends bien avec la personne, enfin ça sera en fonction de ma volonté.

Ok et est-ce qu'il y a une différence entre les deux exemples ou pour toi c'est la même chose ?

Oui et non, disons que pour Facebook, c'est vrai que maintenant on a tendance, enfin je vais parler en mon nom parce qu'on me le demande, sur Facebook c'est vrai que je peux, oui avoir tendance à accepter plus facilement même si je ne connais pas vraiment la personne tandis qu'acheter un ordinateur, c'est quelque chose de plus important que d'accepter quelqu'un ou pas sur Facebook. Dans les deux cas il y a un lien parce que c'est toi qui décides de faire l'action mais d'un côté, il y a plus d'impact d'acheter un ordinateur que d'accepter quelqu'un sur Facebook.

Alors maintenant, je vais te demander quelle est ta définition de la confiance de manière générale ?

La confiance... de manière générale, bonne question. La confiance... en général elle vient quand tu as confiance en.... Quand déjà quelque soit la chose ou la personne, tu retrouves des valeurs qui te touchent et si elles te sont fidèles tu vas avoir tendance à faire confiance à l'affaire ou à la personne donc c'est en fonction de tes valeurs qui restent dans le temps et après la confiance vient.

D'accord. Pourquoi fais-tu confiance à certaines marques ou certaines entreprises par exemple ?

D'accord... certaines marques, parce que j'ai déjà utilisé plusieurs fois et que j'en suis contente et après certaines entreprises je n'ai pas... ou par exemple des commerces comme ça ?

Certaines entreprises ou groupes comme Facebook, YouTube etc. pourquoi tu fais confiance ?

Pourquoi je fais confiance...

Tu as déjà un peu répondu, parce que tu as déjà testé et je suppose que tu es satisfaite du coup...

Oui, oui c'est vrai et par exemple Nutella, tout le monde aime bien dont moi et je n'avais pas forcément lu les ingrédients et c'est vrai que je suis sensible à tout ce qui est environnement etc. et je ne leur fais plus confiance dans le sens où... ils ne m'ont jamais trahi, c'est à moi à lire l'étiquette mais... oui on va dire que c'est en fonction d'avoir testé et que du coup tu fais confiance.

D'accord et donc est-ce que tu ferais attention à des recommandations qui proviennent de marques ou entreprises envers lesquelles tu n'as pas forcément confiance ?

Est-ce que je ferais attention ?

Est-ce que tu ferais attention à la recommandation ?

Oui surtout si... ça dépend quoi... oui je vais être plus attentive que si je connaissais.

Imaginons, tu as un produit, là qui est mis ou sur ton écran un produit apparaît et tu ne connais pas forcément l'entreprise ou la marque en question, donc tu n'as pas forcément confiance, est-ce que tu vas y faire attention ou est-ce que tu vas te dire non je la laisse sur le côté ?

Oui je vais y faire attention, j'ai un petit exemple : je voulais absolument un kimono cet été et j'en ai trouvé que sur un site mais vraiment pas connu que j'ai cherché, déjà j'étais à la quatrième page sur Google et tu vois comme c'est délicat, tout ce qui est... comment on dit ça en français, je l'ai vu en anglais aujourd'hui c'est pour ça, toutes les conditions de livraison, de paiement, tout ça c'est important de faire attention, du coup je me suis plus renseignée que sur Zalando, pour lequel je n'avais pas de problème. Donc oui je fais attention.

Ok. Alors maintenant, tu es fidèle à l'eau Chaudfontaine et le système de recommandation te propose une bouteille d'Evian par exemple, quelle est ta réaction ?

Je ne regarde pas forcément, je me dis « ah tiens, ce n'est pas l'eau que j'ai l'habitude de boire » mais je ne vais pas prêter plus attention. En effet sur internet, on fait de moins en moins attention mais je me dirais quand même « tiens, c'est une eau que je n'ai pas l'habitude de boire ».

Tu vas quand même rester sur la Chaudfontaine et tu ne vas pas regarder ?

Après si Evian propose un truc, une promotion ou un truc un peu plus différent je me dis « ah, je vais peut-être tester une fois » : oui s'ils proposent un petit truc différent pourquoi pas, oui je vais tester.

Alors maintenant encore avec l'exemple de la bouteille d'eau, si les systèmes de recommandation te disent : « Ce pack d'eau vous a été proposé parce que nous avons identifié dans votre comportement d'achat que vous en achetiez chaque semaine ». Qu'est-ce que tu en penses ?

Je serais un peu étonnée qu'on me dise qu'on a regardé à mon comportement et tout mais j'identifierai l'offre, j'y réfléchirais puis pourquoi pas si elle est intéressante.

Ok et ici ma question c'est de savoir, est-ce que tu es sensible à l'explication qui est à côté donc on peut te mettre juste la bouteille ou la bouteille plus une petite phrase d'explication. J'ai un autre exemple, on te propose un film sans rien et là tu te dis : « mais tiens pourquoi on me propose ce film ? » ou alors on te dit : « ce film vous a été proposé parce que nous avons vu que vous aimiez un tel autre film », qu'est-ce que tu penses de l'explication qui est donnée ?

Ça attire un peu plus genre quand c'est YouTube et que je vois « recommandé pour vous », c'est vrai que maintenant que tu insistes sur le mot « pour vous », je n'avais jamais fait attention... très pertinent, enfin soit, sur YouTube quand je vois « recommandé pour vous », ça m'attire un peu plus que les vidéos qui ne seraient pas forcément écrit et c'est vrai qu'en général quand il est écrit ça, à force de voir « recommandé pour vous » et qu'en général ça m'intéresse vraiment du coup je regarde mais c'est vrai quand il y a une petite explication, ça m'incite un peu plus.

Donc ça t'incite encore plus à aller voir ?

Oui.

D'accord. Alors maintenant, est-ce que tu fais attention à la petite phrase sur les cookies qui apparaît en général sur tous les sites qu'on consulte à l'heure actuelle ?

Oui enfin genre quoi ?

Je vais te montrer...

Parce que je ne vois pas...

Donc là c'est sur un site quelconque, il y a la petite phrase en dessous.

Oui je regarde, ça m'énerve un peu parce que, enfin je ne sais plus trop ce que ça veut dire mais je sais que si tu acceptes je crois qu'ils ont plus d'informations sur toi, que si tu n'acceptes pas ces cookies-là, ils ne vont pas regarder forcément, à analyser justement ce que tu fais je crois que c'est ça.

Donc soit ça apparait dans le dessous, soit en plein milieu de ta page donc tu es obligée de cliquer dessus pour voir ta page mais quand c'est dans le dessous, il est bien marqué que si tu ne fais rien, c'est que tu acceptes les cookies. Est-ce que tu as déjà cliqué sur « en savoir plus » ?

« En savoir plus » je n'ai jamais cliqué, par contre j'ai déjà cliqué sur « non je n'accepte pas les cookies » et finalement je n'ai pas droit à voir le site. Après ça dépend, je dois avouer que ça dépend du site, sur Facebook il y a toujours des petits articles comme ça et tu cliques et ce n'est pas toujours forcément des liens sécurisés mais le thème m'intéresse fortement et je vois que c'est une histoire de cookies et je dois avouer que ça m'est déjà arrivé de cliquer sur « ok » et comme ça j'ai accès au machin. Cela m'est déjà arrivé, oui, mais si le sujet ne m'intéresse pas plus que ça, ça m'est déjà arrivé de, je n'ai pas droit au site, tant pis je vais aller voir ailleurs mais je n'avais pas fait attention forcément que si tu laissais ça comme ça, ça veut dire qu'on acceptait, je pensais que tant qu'on n'appuyait sur rien, c'est comme si il n'y avait rien mais je ne savais pas du coup.

Donc tu ne cliques pas dessus pour en savoir plus ?

Non, je n'ai jamais appuyé dessus.

Donc en fait si tu mets « en savoir plus », tu peux voir comment tes données sont utilisées, pourquoi tu vois certaines pubs etc. J'ai un autre exemple ici, Facebook a sorti un spot pour expliquer en fait pourquoi certaines pubs sont proposées, comment les données personnelles sont utilisées etc. qu'est-ce que tu penses de ça ?

Je trouve ça bien qu'ils font ça parce que... après c'est, c'est pas assez je vais dire ludique que pour... c'est pas assez évident que pour le consommateur se dise « tiens je vais appuyer dessus » ... qu'est-ce qu'on peut savoir qu'en appuyant sur ce machin, puis on voit une phrase apparaître, ça... on a plus tendance à refouler le machin que de s'intéresser à ça. Après, c'est une sensibilisation que chacun doit se faire mais c'est bien quelque part que ça existe, c'est bien de savoir que ça existe et voilà, c'est bien qu'ils expliquent en quoi... mais je trouve qu'ils devraient mettre ça plus apparent pour que le consommateur ou peu importe l'utilisateur sache

qu'on peut... genre sur Google ou même parfois Facebook ou avant Skyblog, quand ils faisaient des configurations ou quoi, tu étais obligée d'appuyer sur un bouton pour voir ça et tu ne savais pas continuer l'utilisation normale si tu ne lisais pas donc peut-être utiliser plus ça que...

Alors maintenant si je te parle de diversité de produits, qu'est-ce que cela veut dire pour toi ?

Diversité de produit, par exemple un même produit peut proposer différentes... différents... par exemple un shampoing, il y a différentes diversité quoi... il y a un shampoing pour les cheveux gras etc. tu vois, un même produit qui a le même effet peut proposer différents effets...

J'ai compris, ne t'inquiète pas. Est-ce que c'est une dimension importante pour toi dans le cadre des systèmes de recommandation ?

La diversité de produit ?

Oui.

Oui parce que si on propose toujours le même produit c'est chiant quoi, à un moment donné c'est redondant, c'est plus énervant qu'autre chose.

Donc la diversité c'est subjectif, ça peut être comme tu l'as dit un même shampoing pour tout type de cheveux, ça peut être des yaourts mais différentes marques...

Oui ça aussi...

Ça peut être Zalando qui propose un pantalon, une chemise, une veste ou alors toutes des vestes mais plusieurs couleurs, enfin voilà donc pour toi c'est important ?

Ah oui quand même, oui.

Ok. Alors j'ai encore un autre exemple donc tu m'as dit que tu partais en Erasmus, je ne sais pas si tu as déjà réservé ton vol ?

Mon train.

Ton train, c'est où que tu vas ?

Brighton.

Imaginons que tu viens de réserver donc ton train pour Brighton et là le système de recommandation te propose un hôtel à Paris, comme tu réagis ?

Je vais me dire, je vais plus le prendre dans le sens humoristique en me disant, « tiens c'est rigolo je viens de réserver pour Brighton, on me parle de Paris », après ça m'est déjà arrivé parfois sur Booking, réserver un truc sur Paris ou n'importe où et puis on te propose des activités par rapport à la ville même et si c'est par rapport à la ville même ça ne me dérange pas forcément, mais si c'est sur une autre ville, je vais trouver ça un peu plus rigolo qu'autre chose.

Donc cette recommandation ne te donne-t-elle pas des idées, tu ne vas pas te dire « ah tiens l'année prochaine j'irai peut-être à Paris » ?

Ça dépend de l'impact de la publicité, s'il y a un truc que j'ai vraiment envie de faire à Paris, par exemple Roland Garros et il me parle hôtel situé près de Roland Garros etc., ça va me donner l'idée peut-être par après, ça dépend si ça me touche ou pas, si ça ne me touche pas...

Donc si c'est dans tes intérêts, si c'est en lien avec ce que tu as envie de faire ?

Oui ça, ça ne me dérange pas.

Et donc est-ce que les recommandations t'ont déjà aidé à découvrir des choses par hasard, des choses auxquelles tu ne t'attendais pas du tout ?

Oui. Oui.

Tu peux m'expliquer ?

Oui, bien sûr, c'était surtout toujours dans mes valeurs on va dire mais genre récemment, c'était la semaine passée, je regardais un peu les profils des acteurs des Frères Scott et alors le jour d'après sur Facebook j'ai eu des suggestions de page avec les fans ou sur Instagram, ça va très vite. Tu passes beaucoup de temps ou ne fuse qu'un abonnement en rapport à ce thème-là, après tu as des suggestions de pages énorme et du coup j'ai commencé à regarder et j'ai commencé à m'abonner à certaines pages et j'étais contente. Bon ça c'est un petit détail mais sinon, j'ai regardé pour certains trucs bio etc. et puis le jour d'après, j'ai vu des suggestions de page mais avec des produits super intéressants, j'ai commencé à suivre la marque par après.

Mais c'étaient toujours des choses qui étaient en lien avec tes premières recherches ?

Oui.

Jamais tu as découvert quelque chose pas du tout en lien mais que tu t'es dit, « je suis arrivée là par hasard, je ne sais pas comment mais ça m'intéresse » ?

De mémoire comme ça là non.

D'accord. Alors, est-ce que tu es sensible aux promotions de manière générale ?

Est-ce que je suis sensible aux promotions... oui ça fait toujours plaisir, ça m'arrive de regarder aux courses, en général quand on voit 2+1 gratuits on est tout de suite plus attentif à ça et ça peut faire du bien au portefeuille.

Est-ce que tu es plus sensible aux promotions dans un secteur que dans un autre ?

C'est surtout dans les grandes surfaces, parce que je n'ai pas forcément d'exemples...

Pour les vêtements ou...

Ah oui oui, si les promotions, si si maintenant que tu le dis les vêtements, quand je suis chez Camaïeu, parfois en général ils disent tu peux acheter deux tops plus un, je dois avouer parfois ça m'énerve parce que ça t'incite à la consommation du coup. Ils disent « aller juste pour cinq euros », et je me suis fait avoir en allant chez Pimkie aux soldes il y avait des pantalons que j'aimais beaucoup et ils m'ont dit « aller si tu achètes un en plus, ce sera un peu moins cher » et alors je n'ai pas réfléchi, il m'allait bien, je l'ai acheté et après je me suis rendue compte que j'ai quand même dû payé quinze euros plus cher tandis que si je ne l'avais pas acheté voilà et je n'en avais pas forcément besoin de ce pantalon-là, donc ça m'énerve parce que ça t'incite à la consommation. Mais après dans tout ce qui est alimentaire, quand c'est juste écrit là comme ça 2+1 gratuit, ok pourquoi pas.

Donc ce n'est pas vraiment plus dans un secteur, de manière générale tu es attirée par les promotions ?

Oui oui c'est bien, après quand c'est de vive voix comme à Camaïeu, « aller 2+1 gratuit » et qu'ils en rajoutent tu vois, là ça m'énerve mais quand on te prévient juste comme ça, je me dis juste que c'est sympa de me l'avoir dit.

Est-ce que c'est plus à un moment dans l'année ou est-ce que tu fais attention tout le temps aux promotions ?

Non, tout le temps. Après c'est vrai que quand c'est les soldes, oui on fait plus attention s'il y a des petites offres inattendues.

Et est-ce que c'est un facteur qui est important pour toi dans les recommandations ? Donc si tu avais une recommandation où il y a une promotion, est-ce que tu y ferais plus attention ? Est-ce que ça te permettrait d'accepter plus facilement cette recommandation ?

Oui c'est comme ça que je me suis déjà retrouvée à acheter un machin.

D'accord. Alors maintenant qu'est-ce que tu fais quand tu es face à ou que tu viens de cliquer sur une recommandation ?

Qu'est-ce que je fais quand j'appuie sur une recommandation ?

Oui, donc tu as une recommandation qui est apparue, peu importe le type, qu'est-ce que tu fais après ?

Je l'analyse, je regarde si ça m'intéresse et puis si ça m'intéresse je continue.

D'accord. Quand tu es sur internet et que tu as une recherche précise à faire, qu'est-ce que tu fais ? Est-ce que tu peux me décrire les étapes ?

D'accord, une recherche précise...

Une recherche sur internet.

Genre là pour mon TFE qui serait intéressant que je commence d'ailleurs, et bien j'essaie que ma recherche soit, que mes mots-clés soient le plus précis possible déjà parce que voilà... Je ne sais pas trop quoi répondre mais oui quelque soit ta recherche, il faut que tu aies une idée précise de ce dont tu veux chercher.

Donc tu mets dans ton moteur de recherche les mots-clés et après tu regardes les liens ?

Oui et après si je me rends compte que ce n'est pas assez précis, j'essaie d'affiner quoi.

Et est-ce que quand tu as une recherche précise à faire, tu vas droit au but ou tu as tendance à être facilement distraite par ces recommandations justement qui apparaissent un peu partout ?

Ça c'est plus par rapport à ma personnalité, je suis quelqu'un qui va essayer d'aller droit au but mais c'est vrai que parfois j'ai tendance à ce que mon attention puisse partir vite. Mais non en général, quand ça concerne l'école, c'est vrai je regarde à aller droit au but, après si ça s'approche du moment où j'allais faire ma pause, si c'est par exemple un peu plus tôt que ce que j'avais prévu mais que ça s'approche de ma pause, là oui je vais être plus distraite mais en général droit au but.

Imaginons maintenant que tu aies cliqué sur une recommandation et es prête à l'accepter, acheter le produit s'il s'agit d'un produit, d'autres recommandations apparaissent sur ton écran : comment réagis-tu ?

Encore d'autres ? C'est ce que je me dis, encore d'autres ? Mais après comme je t'ai déjà dit il y en a tout le temps, au début quand j'apprenais qu'il y avait tout le temps des recommandations ça m'emmerdait, mais maintenant je sais que c'est comme ça, c'est à tout le monde donc je l'accepte mais si je viens, si je me mets en situation que je viens de faire un... d'acheter un produit d'une recommandation et que j'en ai encore...

Là tu ne l'as pas acheté, tu as cliqué dessus.

Ah ok.

Donc tu l'as sur une page, donc normalement tu as cliqué dessus, tu arrives sur le site web et là tu en as encore d'autres. Donc ça peut être imaginons tu as cliqué sur un smartphone et là tu as d'autres recommandations de smartphones qui apparaissent ou alors ça peut être des coques, chargeurs, des produits complémentaires ou encore rien avoir des voyages etc. etc.

Ça va... tout le temps tout le temps ça va un peu me tiquer quoi, je ne fais pas trop attention mais c'est vrai que quand il y en a quasi tout le temps, ça a tendance à m'énerver quand même.

Mais donc tu ne vas jamais cliquer dessus même si c'est en lien avec la première recommandation sur laquelle tu as cliqué ?

Si ça m'intéresse oui.

Donc toujours si ça t'intéresse ?

Oui, toujours.

As-tu quelque chose à ajouter ?

Non mais merci, j'ai appris des belles choses. C'est vrai que j'ai déjà dit mais, « pour vous », c'est vrai que plus on en parle, c'est vrai que je n'avais pas fait attention et oui... non c'est à nous consommateurs à faire plus attention, plus à nous sensibiliser mais après on ne sait rien faire par rapport aux pubs, par rapport aux cookies, ça arrive, ça arrive quoi.

Ce questionnaire est maintenant terminé, merci pour ta collaboration et le temps que tu m'as consacré. Si tu le veux, je te transmettrai les résultats de ma recherche.

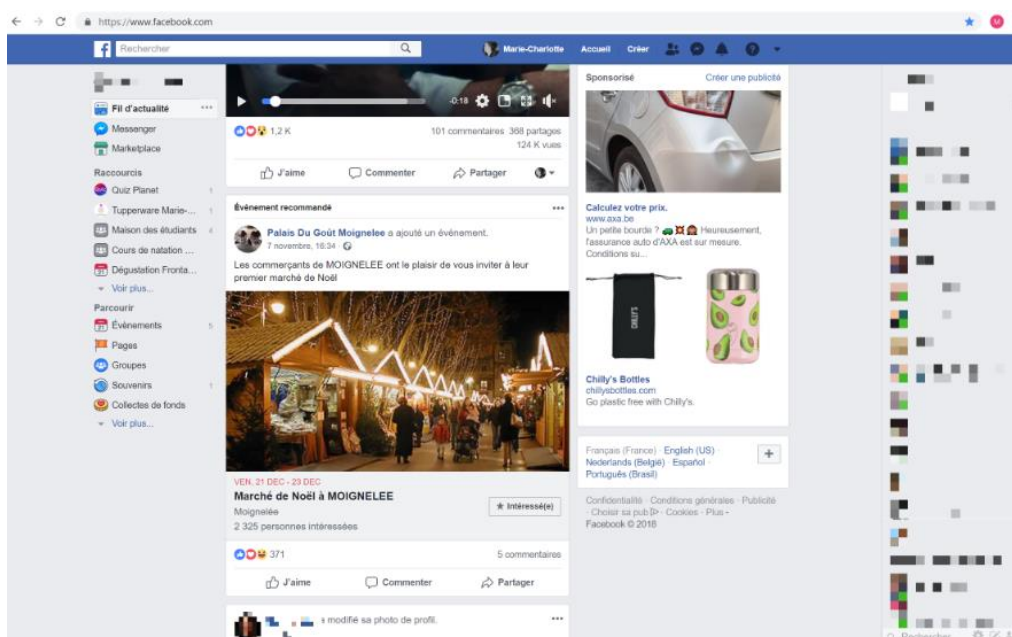
Annexe 5 : Questionnaire quantitatif

Bonjour, je m'appelle Marie-Charlotte Paindavoine et je suis étudiante en master 2 en ingénieur de gestion à l'UCLouvain FUCaM Mons. Dans le cadre de mon mémoire, je réalise une enquête sur les systèmes de recommandation. Je tiens à vous remercier pour votre collaboration et je vous demanderai de répondre aux questions avec la plus grande précision. Je tiens à vous informer que vos réponses resteront anonymes. Il n'y a ni bonne, ni mauvaise réponse. Remplir ce questionnaire vous prendra entre 8 et 10 minutes, merci d'avance pour le temps que vous y consacrerez.

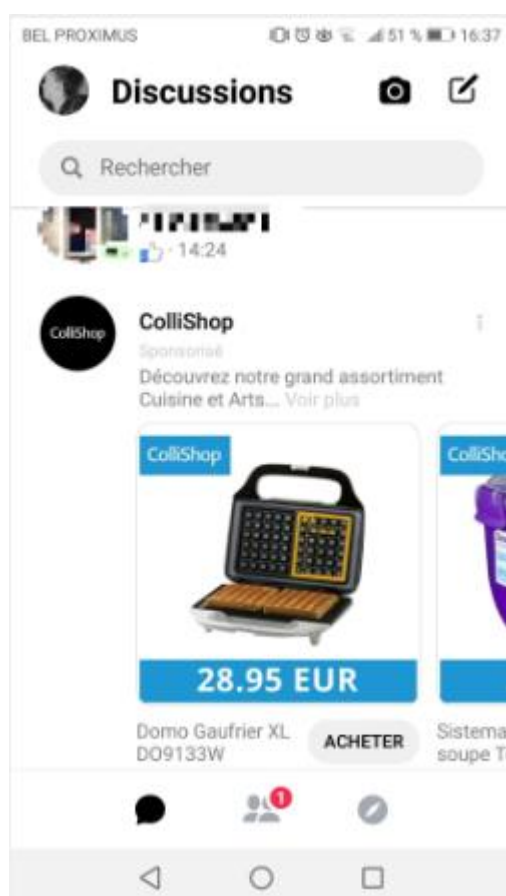
Questions générales sur les systèmes de recommandation

À l'aide de systèmes de recommandation, de nombreuses entreprises, que ce soit en ligne ou hors ligne utilisent vos données personnelles et suivent votre comportement afin de vous proposer des produits, des services, susceptibles de vous intéresser. Voici quelques exemples de recommandations faites à un utilisateur :

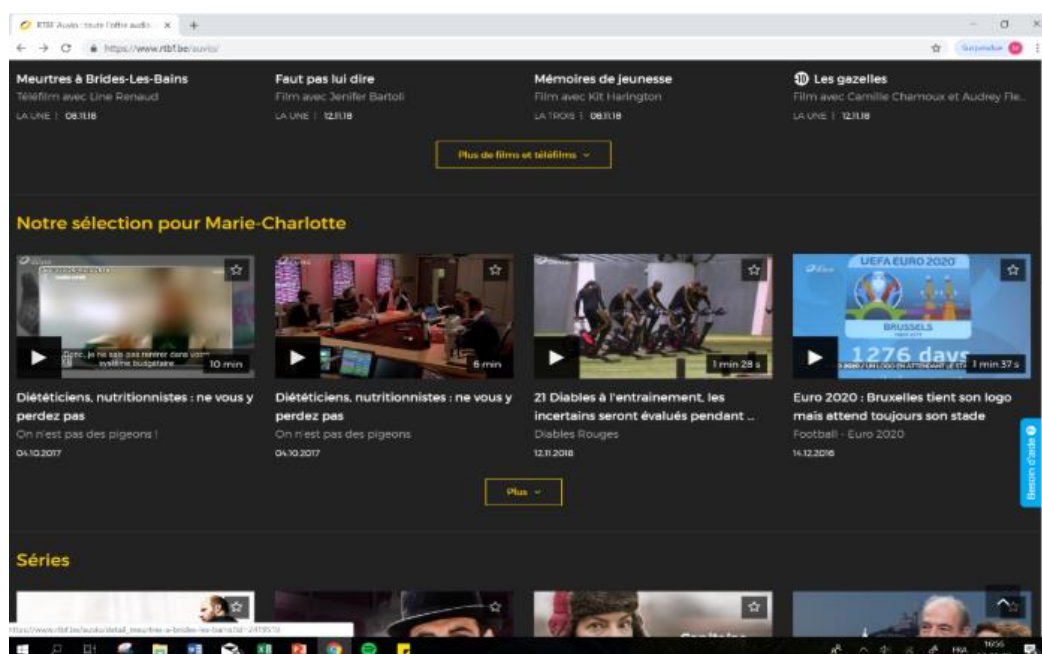
1. Événement recommandé sur le fil d'actualité Facebook et recommandations diverses sur le côté



2. Recommandation de ColliShop sur Messenger



3. Vidéos recommandées sur RTBF Auvio



4. Produits recommandés de Colruyt (version papier)



1) [Connaissance] Connaissez-vous cette pratique ?

- ☐ Oui
- ☐ Non

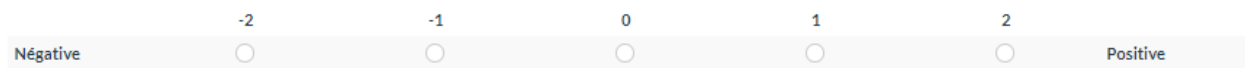
2) [Confrontation] Avez-vous déjà été confronté(e) à des recommandations ?

- ☐ Oui
- ☐ Non

3) [AcceptationFréquence] À quelle fréquence suivez-vous les recommandations ?

	Jamais	Rarement	Souvent	Toujours
Fréquence	☐	☐	☐	☐

4) [Réaction] Quelle est votre réaction face aux recommandations ?



Choisissez la réponse appropriée pour chaque élément :

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans opinion	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
Les recommandations me permettent de gagner du temps	☐	☐	☐	☐	☐
Les recommandations me permettent de découvrir de nouvelles choses	☐	☐	☐	☐	☐
Les recommandations sont trop envahissantes	☐	☐	☐	☐	☐
Les recommandations demandent l'utilisation de mes données personnelles	☐	☐	☐	☐	☐
Les recommandations poussent à la consommation	☐	☐	☐	☐	☐
Les recommandations sont utiles	☐	☐	☐	☐	☐
Les recommandations sont tellement nombreuses que je n'y fais plus attention	☐	☐	☐	☐	☐

5) [Influence] Pensez-vous que des utilisateurs peuvent être influencés, changer leur comportement face à des recommandations ?

- ☐ Oui
- ☐ Non

6) [Secteur] J'apprécie avoir des recommandations dans le secteur...

- ☐ Alimentaire
- ☐ De la mode
- ☐ Du voyage
- ☐ Bancaire
- ☐ Du sport
- ☐ De la presse
- ☐ Des réseaux sociaux (exemples : amis recommandés sur Facebook, contenu recommandé sur Instagram, etc.)
- ☐ Culturel (exemples : événements, concerts, musiques, etc.)
- ☐ De la détente (exemple : films, vidéos, etc.)
- ☐ De mes nouveaux intérêts (exemples : cela peut être l'écologie, les nouvelles technologies, la couture, etc.)
- ☐ Peu importe

▫ Autre

Les deux types de recommandation

Il existe deux types de recommandation :

- Les recommandations qui engendrent un coût si vous décidez d'accepter celles-ci. Ce sont par exemple des recommandations de produits alimentaires, de vêtements, de voyages etc. (si vous décidez de suivre la recommandation d'un pot de Nutella, vous devrez payer le pot de Nutella). Nous les appellerons « type A ».
- Les recommandations qui sont gratuites si vous décidez d'accepter celles-ci. Ce sont par exemple des recommandations de films sur Netflix, de vidéos sur YouTube, d'amis sur Facebook, etc. (si vous décidez de suivre la recommandation d'une vidéo sur YouTube, vous ne devrez pas payer pour visualiser la vidéo). Nous les appellerons « type B ». La suite du questionnaire sera divisée en deux parties faisant chacune référence à un type de recommandation.

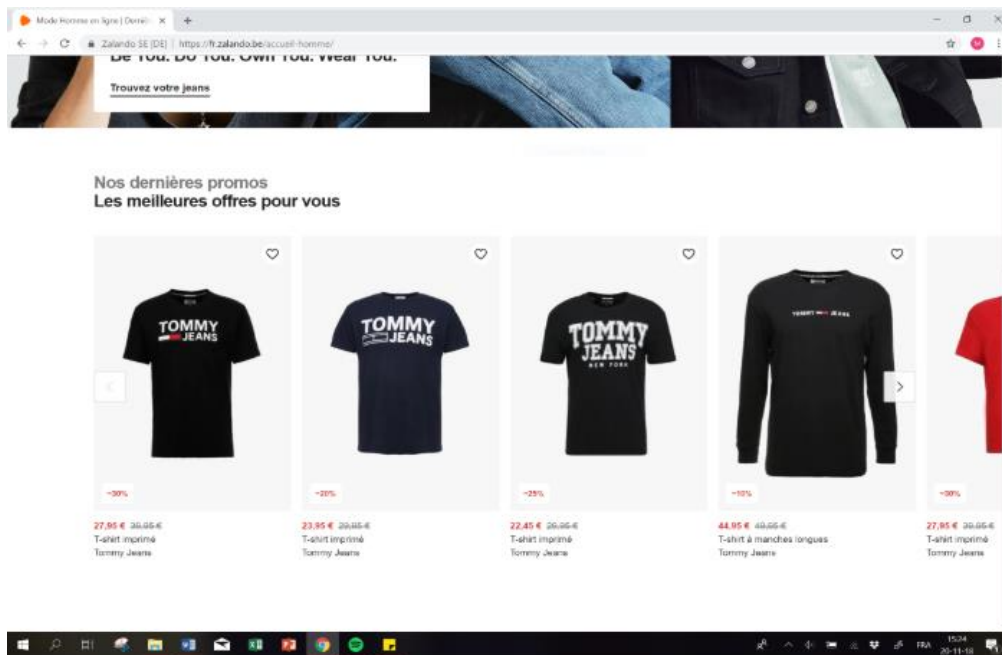
7) Avez-vous compris la différence entre les deux types de recommandation ?

- ☐ Oui
- ☐ Non

Les recommandations de type A

Voici quelques exemples de recommandations de type A (= celles qui engendrent un coût si vous les acceptez) :

1. Recommandations de vêtements sur Zalando



2. Recommandations de Booking et Axa sur un site quelconque



8) [ContexteA] Je suis plus attentif(ve) aux recommandations que l'on me propose...

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans opinion	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
Lorsque je recherche une information et que la recommandation répond directement à ma demande	☐	☐	☐	☐	☐
Lorsque je recherche une information et que la recommandation ne répond pas directement à ma demande mais y est liée	☐	☐	☐	☐	☐
Lorsque je ne fais pas de recherche précise	☐	☐	☐	☐	☐
Lorsque je fais la démarche de la regarder au moment qui m'est opportun (exemple : choisir de consulter une recommandation papier, choisir de consulter la section "recommandé pour vous" sur un site)	☐	☐	☐	☐	☐

9) [PresentationA] À quel point jugez-vous la présentation de la recommandation importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans opinion	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
La recommandation m'attire en fonction de sa présentation (caractéristiques/couleurs/design/écrits/dynamisme)	☐	☐	☐	☐	☐
La recommandation m'attire quand elle ne gêne pas le contenu principal	☐	☐	☐	☐	☐
La recommandation m'attire quand elle interfère avec le contenu principal et que je suis donc obligé(e) de la regarder	☐	☐	☐	☐	☐

10) [PertinenceA] Vous venez de réserver un vol pour Dublin et vous sont proposées des recommandations pour des activités à Paris. Comment réagissez-vous ?

	-2	-1	0	1	2
Je nie la recommandation	☐	☐	☐	☐	☐
J'analyse la recommandation					

11) [PersonnalisationA] À quel point jugez-vous la personnalisation importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans opinion	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
Les recommandations devraient donner l'impression qu'elles s'adressent à moi de manière personnelle	☐	☐	☐	☐	☐
Il est important pour moi que les recommandations me fassent me sentir dans mon élément	☐	☐	☐	☐	☐
J'aime que les recommandations soient customisées selon mes goûts	☐	☐	☐	☐	☐
J'aime quand les recommandations m'aident à déterminer des offres qui correspondent à mes besoins et envies	☐	☐	☐	☐	☐
Les mots « Sélectionné pour vous », « Recommandé pour vous » m'attirent avant le contenu de la recommandation	☐	☐	☐	☐	☐

12) [HabitueA] À quel point jugez-vous l'habitude importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans opinion	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
Si je suis fidèle au Coca-Cola par exemple, une recommandation proposant du Pepsi n'attirera pas mon regard	☐	☐	☐	☐	☐
Je ne regarde les recommandations que s'il s'agit de nouveautés (et non s'il s'agit de substituer ce que j'ai l'habitude d'utiliser)	☐	☐	☐	☐	☐

13) [RedondanceA] À quel point jugez-vous la redondance importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

	-2	-1	0	1	2	
Une recommandation qui apparaît plusieurs fois finit par m'énervier	☐	☐	☐	☐	☐	Une recommandation qui apparaît plusieurs fois finit par me faire céder

14) [SupportA] À quel point jugez-vous le support important dans les recommandations qui vous sont proposées ?

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans opinion	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
Je suis plus facilement des recommandations qui me sont proposées en version papier	☐	☐	☐	☐	☐
Je suis plus facilement des recommandations qui me sont proposées en ligne	☐	☐	☐	☐	☐

15) [DiversiteA] À quel point jugez-vous la diversité importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans opinion	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
J'aime qu'on me propose des recommandations de toutes sortes	☐	☐	☐	☐	☐
Si je souhaite acheter des yaourts, j'aime qu'on me propose des recommandations de yaourts de différentes marques	☐	☐	☐	☐	☐
Si je souhaite acheter des yaourts, j'aime qu'on me propose des recommandations de yaourts de différents goûts	☐	☐	☐	☐	☐
Si je souhaite acheter des yaourts, j'aime qu'on me propose des recommandations de différents types de yaourts (yaourt à boire, yaourt mélangé avec des céréales, etc.)	☐	☐	☐	☐	☐

16) [TransparenceA] Je suis plus facilement une recommandation qui m'est proposée si ce type d'explication est fourni :

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans opinion	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
« Nous vous proposons ces biscuits car nous avons identifié dans votre comportement d'achat que vous en achetiez chaque semaine » (à côté de la recommandation)	☐	☐	☐	☐	☐
« Parce que vous aimez Coca-Cola, vous pourriez aimer Fanta » (à côté de la recommandation)	☐	☐	☐	☐	☐
« Nous vous montrons le fonctionnement du système de recommandation, comment vos données sont récoltées et utilisées afin de vous proposer des recommandations adaptées à vous » (sur le site d'où provient la recommandation)	☐	☐	☐	☐	☐

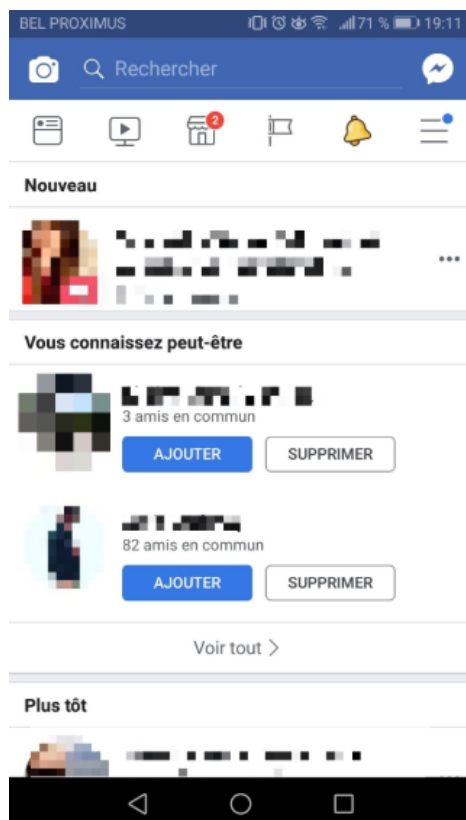
17) [GenerationA] Vous venez de cliquer sur une recommandation de smartphone. Si une autre recommandation apparaît sur votre écran, vous vous dirigez vers celle-ci en délaissant la première recommandation de smartphone s'il s'agit...

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans opinion	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
D'une recommandation proposant un autre smartphone.	☐	☐	☐	☐	☐
D'une recommandation proposant un accessoire de smartphone (coque, écouteurs, chargeur, etc.).	☐	☐	☐	☐	☐
D'une recommandation proposant une chose totalement différente (voyage, vêtement, etc.).	☐	☐	☐	☐	☐

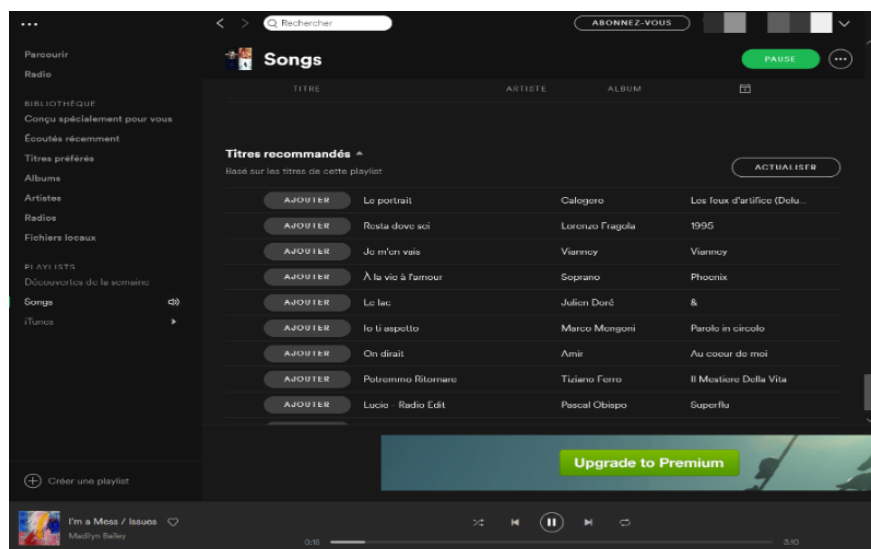
Les recommandations de type B

Voici quelques exemples de recommandations de type B (= celles qui n'engendrent pas de coût si vous les acceptez) :

1. Recommandations d'amis sur Facebook



2. Musique recommandée sur Spotify



18) [ContexteB] Je suis plus attentif(ve) aux recommandations que l'on me propose...

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans opinion	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
Lorsque je recherche une information et que la recommandation répond directement à ma demande	☐	☐	☐	☐	☐
Lorsque je recherche une information et que la recommandation ne répond pas directement à ma demande mais y est liée	☐	☐	☐	☐	☐
Lorsque je ne fais pas de recherche précise	☐	☐	☐	☐	☐
Lorsque je fais la démarche de la regarder au moment qui m'est opportun (exemple : choisir de consulter une recommandation papier, choisir de consulter la section "recommandé pour vous" sur un site)	☐	☐	☐	☐	☐

19) [PresentationB] À quel point jugez-vous la présentation de la recommandation importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans opinion	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
La recommandation m'attire en fonction de sa présentation (caractéristiques/couleurs/design/écrits/dynamisme)	☐	☐	☐	☐	☐
La recommandation m'attire quand elle ne gêne pas le contenu principal	☐	☐	☐	☐	☐
La recommandation m'attire quand elle interfère avec le contenu principal et que je suis donc obligé(e) de la regarder	☐	☐	☐	☐	☐

20) [PertinenceB] Vous écoutez très souvent du jazz et vous sont proposées des recommandations de métal. Comment réagissez-vous ?

	-2	-1	0	1	2	
Je nie la recommandation	☐	☐	☐	☐	☐	J'analyse la recommandation

21) [PersonnalisationB] À quel point jugez-vous la personnalisation importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans opinion	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
Les recommandations devraient donner l'impression qu'elles s'adressent à moi de manière personnelle	☐	☐	☐	☐	☐
Il est important pour moi que les recommandations me fassent me sentir dans mon élément	☐	☐	☐	☐	☐
J'aime que les recommandations soient customisées selon mes goûts	☐	☐	☐	☐	☐
J'aime quand les recommandations m'aident à déterminer des offres qui correspondent à mes besoins et envies	☐	☐	☐	☐	☐
Les mots « Sélectionné pour vous », « Recommandé pour vous » m'attirent avant le contenu de la recommandation	☐	☐	☐	☐	☐

22) [HabitudeB] À quel point jugez-vous l'habitude importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans opinion	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
Si je suis habitué(e) à regarder une série en particulier, une recommandation proposant une autre série n'attirera pas mon regard	☐	☐	☐	☐	☐
Je ne regarde les recommandations que s'il s'agit de nouveautés (et non s'il s'agit de substituer ce que j'ai l'habitude d'utiliser)	☐	☐	☐	☐	☐

23) [RedondanceB] À quel point jugez-vous la redondance importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

-2	-1	0	1	2	
☐	☐	☐	☐	☐	Une recommandation qui apparaît plusieurs fois finit par m'énervner
					Une recommandation qui apparaît plusieurs fois finit par me faire céder

24) [SupportB] À quel point jugez-vous le support important dans les recommandations qui vous sont proposées ?

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans opinion	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
Je suis plus facilement des recommandations qui me sont proposées en version papier	☐	☐	☐	☐	☐
Je suis plus facilement des recommandations qui me sont proposées en ligne	☐	☐	☐	☐	☐

25) [DiversiteB] À quel point jugez-vous la diversité importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans opinion	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
J'aime qu'on me propose des recommandations de toutes sortes	☐	☐	☐	☐	☐
Si je souhaite regarder un film, j'aime qu'on me propose des recommandations de films de différents genres	☐	☐	☐	☐	☐
Si je souhaite regarder un film, j'aime qu'on me propose des recommandations de films de différents réalisateurs	☐	☐	☐	☐	☐
Si je souhaite regarder un film, j'aime qu'on me propose des recommandations de différents types (série, film, courte vidéo, etc.)	☐	☐	☐	☐	☐

26) [TransparenceB] Je suis plus facilement une recommandation qui m'est proposée si ce type d'explication est fourni :

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans opinion	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
« Nous vous proposons ce film-là car nous avons identifié dans votre comportement que vous regardiez souvent ce type de film » (à côté de la recommandation)	☐	☐	☐	☐	☐
« Parce que vous aimez Harry Potter, vous pourriez aimer Star Wars » (à côté de la recommandation)	☐	☐	☐	☐	☐
« Nous vous montrons le fonctionnement du système de recommandation, comment vos données sont récoltées et utilisées afin de vous proposer des recommandations adaptées à vous » (sur le site d'où provient la recommandation)	☐	☐	☐	☐	☐

27) [GenerationB] Vous venez de cliquer sur une recommandation de film. Si une autre recommandation apparaît sur votre écran, vous vous dirigez vers celle-ci en délaissant la première recommandation de film s'il s'agit...

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Sans opinion	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
D'une recommandation proposant un autre film	☐	☐	☐	☐	☐
D'une recommandation proposant le deuxième volet du film	☐	☐	☐	☐	☐
D'une recommandation proposant une chose totalement différente	☐	☐	☐	☐	☐

Informations personnelles

Ces questions visent à obtenir des informations sur votre profil.

28) [Sexe] Quel est votre sexe ?

- ☐ Féminin
- ☐ Masculin

29) [Âge] Quel est votre âge ?

- ☐ <18 ans
- ☐ 18-24 ans
- ☐ 25-30 ans
- ☐ 31-40 ans

- 41-50 ans
 - 51-60 ans
 - >60 ans
- 30) [Occupation] Quel est votre occupation ?
- Étudiant
 - Employé
 - Ouvrier
 - Indépendant
 - Sans emploi
 - Retraité
 - Autre

Ce questionnaire est maintenant terminé. Je vous remercie d'avoir consacré votre temps afin de m'aider à mener à bien mon mémoire.

Annexe 6 : Codification des résultats quantitatifs

Étiquette de la variable	Codification	Nom de la variable	Correspondance questionnaire
Numéro du participant	1 à 150	ID	Automatique
Connaissance	Oui (1) Non (2)	Connaissance	Question 1
Confrontation	Oui (1) Non (2)	Confrontation	Question 2
Fréquence d'acceptation	Jamais (1) Rarement (2) Souvent (3) Toujours (4)	Acceptation_Frequence	Question 3
Réaction	-2 à 2	Réaction	Question 4
Gagner du temps	1 à 5	Réaction1	Question 4
Découvrir de nouvelles choses	1 à 5	Réaction2	Question 4
Trop envahissantes	1 à 5	Réaction3	Question 4
Utilisation des données personnelles	1 à 5	Réaction4	Question 4
Pousser à la consommation	1 à 5	Réaction5	Question 4
Utiles	1 à 5	Réaction6	Question 4
Trop nombreuses	1 à 5	Réaction7	Question 4
Influence	Oui (1) Non (2) Je ne sais pas (3)	Influence	Question 5
Alimentaire	Oui (1) Non (2)	Secteur1	Question 6
De la mode	Oui (1) Non (2)	Secteur2	Question 6
Du voyage	Oui (1) Non (2)	Secteur3	Question 6
Bancaire	Oui (1) Non (2)	Secteur4	Question 6
Du sport	Oui (1) Non (2)	Secteur5	Question 6
De la presse	Oui (1) Non (2)	Secteur6	Question 6
Des réseaux sociaux	Oui (1) Non (2)	Secteur7	Question 6
Culturel	Oui (1) Non (2)	Secteur8	Question 6
De la détente	Oui (1) Non (2)	Secteur9	Question 6
De mes nouveaux intérêts	Oui (1) Non (2)	Secteur10	Question 6
Peu importe	Oui (1) Non (2)	Secteur11	Question 6

R répond directement à la recherche	1 à 5	ContexteA1	Question 8
R répond indirectement à la recherche	1 à 5	ContexteA2	Question 8
Pas de recherche précise	1 à 5	ContexteA3	Question 8
Démarche	1 à 5	ContexteA4	Question 8
Visuel	1 à 5	PrésentationA1	Question 9
Ne gêne pas	1 à 5	PrésentationA2	Question 9
Interfère	1 à 5	PrésentationA3	Question 9
Pertinence	-2 à 2	PertinenceA	Question 10
Impression qu'elles s'adressent à moi	1 à 5	PersonnalisationA1	Question 11
Me sentir dans mon élément	1 à 5	PersonnalisationA2	Question 11
Customisées selon mes goûts	1 à 5	PersonnalisationA3	Question 11
Déterminer ce qui me correspond	1 à 5	PersonnalisationA4	Question 11
Attrait pour "Sélectionné pour vous"	1 à 5	PersonnalisationA5	Question 11
Fidèle, ne regarde pas autre chose	1 à 5	HabitudeA1	Question 12
Attrait pour les R qui proposent des nouveautés	1 à 5	HabitudeA2	Question 12
Redondance	-2 à 2	RedondanceA	Question 13
Papier	1 à 5	SupportA1	Question 14
En ligne	1 à 5	SupportA2	Question 14
Toutes sortes	1 à 5	DiversitéA1	Question 15
Yaourts différentes marques	1 à 5	DiversitéA2	Question 15
Yaourts différents goûts	1 à 5	DiversitéA3	Question 15
Yaourt différents types	1 à 5	DiversitéA4	Question 15
Explication explicite	1 à 5	TransparenceA1	Question 16
Explication non explicite	1 à 5	TransparenceA2	Question 16
Explication gestion des données	1 à 5	TransparenceA3	Question 16
Item subsitut	1 à 5	GénérationA1	Question 17
Item complémentaire	1 à 5	GénérationA2	Question 17
Item différent	1 à 5	GénérationA3	Question 17
R répond directement à la recherche	1 à 5	ContexteB1	Question 18
R répond indirectement à la recherche	1 à 5	ContexteB2	Question 18
Pas de recherche précise	1 à 5	ContexteB3	Question 18
Démarche	1 à 5	ContexteB4	Question 18

Visuel	1 à 5	PrésentationB1	Question 19
Ne gêne pas	1 à 5	PrésentationB2	Question 19
Interfère	1 à 5	PrésentationB3	Question 19
Pertinence	-2 à 2	PertinenceB	Question 20
Impression qu'elles s'adressent à moi	1 à 5	PersonnalisationB1	Question 21
Me sentir dans mon élément	1 à 5	PersonnalisationB2	Question 21
Customisées selon mes goûts	1 à 5	PersonnalisationB3	Question 21
Déterminer ce qui me correspond	1 à 5	PersonnalisationB4	Question 21
Attrait pour "Sélectionné pour vous"	1 à 5	PersonnalisationB5	Question 21
Fidèle, ne regarde pas autre chose	1 à 5	HabitudeB1	Question 22
Attrait pour les R qui proposent des nouveautés	1 à 5	HabitudeB2	Question 22
Redondance	-2 à 2	RedondanceB	Question 23
Papier	1 à 5	SupportB1	Question 24
En ligne	1 à 5	SupportB2	Question 24
Toutes sortes	1 à 5	DiversitéB1	Question 25
Films de différents genres	1 à 5	DiversitéB2	Question 25
Films de différents réalisateurs	1 à 5	DiversitéB3	Question 25
Films de différents types	1 à 5	DiversitéB4	Question 25
Explication explicite	1 à 5	TransparenceB1	Question 26
Explication non explicite	1 à 5	TransparenceB2	Question 26
Explication gestion des données	1 à 5	TransparenceB3	Question 26
Item substitut	1 à 5	GénérationB1	Question 27
Item complémentaire	1 à 5	GénérationB2	Question 27
Item différent	1 à 5	GénérationB3	Question 27
Sexe	Féminin (1) Masculin (2)	Sexe	Question 28
Âge	<18 ans (1) 18-24 ans (2) 25-30 ans (3) 31-40 ans (4) 41-50 ans (5) 51-60 ans (6) >60 ans (7)	Âge	Question 29

Occupation	Étudiant (1) Employé (2) Ouvrier (3) Indépendant (4) Sans emploi (5) Retraité (6) Autre (7)	Occupation	Question 30
------------	---	------------	-------------

Annexe 7 : Résultats quantitatifs bruts

Nombre d'enregistrements : 150

Pourcentage du total : 100%

Connaissez-vous la pratique des systèmes de recommandation ?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui (Y)	148	98,67%
Non (N)	2	1,33%
Sans réponse	0	0,00%

Avez-vous déjà été confronté(e) à des recommandations ?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui (Y)	148	98,67%
Non (N)	2	1,33%
Sans réponse	0	0,00%

À quelle fréquence suivez-vous les recommandations qui vous sont proposées ?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Jamais (A1)	20	13,33%
Rarement (A2)	100	66,66%
Souvent (A3)	20	13,33%
Toujours (A4)	8	5,35%
Sans réponse	2	1,33%

Quelle est votre réaction face aux recommandations ? [Négative|Positive]

Réponse	Décompte	Pourcentage
-2 (A1)	20	13,33%
-1 (A2)	49	32,67%
0 (A3)	46	30,67%
1 (A4)	30	20,00%
2 (A5)	5	3,33%
Sans réponse	0	0,00%

Les recommandations me permettent de gagner du temps

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	31	20,67%
Pas d'accord (A2)	60	40,00%
Sans opinion (A3)	28	18,67%
Plutôt d'accord (A4)	29	19,33%
Tout à fait d'accord (A5)	2	1,33%
Sans réponse	0	0,00%

Les recommandations me permettent de découvrir de nouvelles choses

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	16	10,67%
Pas d'accord (A2)	20	13,33%
Sans opinion (A3)	24	16,00%
Plutôt d'accord (A4)	80	53,33%
Tout à fait d'accord (A5)	10	6,67%
Sans réponse	0	0,00%

Les recommandations sont trop envahissantes

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	0	0,00%
Pas d'accord (A2)	13	8,67%
Sans opinion (A3)	11	7,33%
Plutôt d'accord (A4)	67	44,67%
Tout à fait d'accord (A5)	59	39,33%
Sans réponse	0	0,00%

Les recommandations demandent l'utilisation de mes données personnelles

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	2	1,33%
Pas d'accord (A2)	15	10,00%
Sans opinion (A3)	24	16,00%
Plutôt d'accord (A4)	34	22,67%
Tout à fait d'accord (A5)	75	50,00%
Sans réponse	0	0,00%

Les recommandations poussent à la consommation

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	0	0,00%
Pas d'accord (A2)	17	11,33%
Sans opinion (A3)	10	6,67%
Plutôt d'accord (A4)	66	44,00%
Tout à fait d'accord (A5)	57	38,00%
Sans réponse	0	0,00%

Les recommandations sont utiles

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	16	10,67%
Pas d'accord (A2)	51	34,00%
Sans opinion (A3)	42	28,00%
Plutôt d'accord (A4)	37	24,67%
Tout à fait d'accord (A5)	4	2,67%
Sans réponse	0	0,00%

Les recommandations sont tellement nombreuses que je n'y fais plus attention

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	2	1,33%
Pas d'accord (A2)	19	12,67%
Sans opinion (A3)	10	6,67%
Plutôt d'accord (A4)	74	49,33%
Tout à fait d'accord (A5)	45	30,00%
Sans réponse	0	0,00%

Pensez-vous que des utilisateurs peuvent être influencés, changer leur comportement face à des recommandations ?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui (A1)	138	92,00%
Non (A2)	6	4,00%
Je ne sais pas (A3)	6	4,00%
Sans réponse	0	0,00%

J'apprécie avoir des recommandations dans le secteur...

Réponse	Décompte	Pourcentage
Alimentaire (SQ001)	34	22,67%
De la mode (SQ002)	31	20,67%
Du voyage (SQ003)	57	38,00%
Bancaire (SQ004)	4	2,67%
Du sport (SQ005)	28	18,67%
De la presse (SQ006)	17	11,33%
Des réseaux sociaux (exemples : amis recommandés sur Facebook, contenu recommandé sur Instagram, etc.) (SQ007)	31	20,67%
Culturel (exemples : événements, concerts, musiques, etc.) (SQ008)	76	50,67%
De la détente (exemples : films, vidéos, etc.) (SQ009)	51	34,00%
De mes nouveaux intérêts (exemples : cela peut être l'écologie, les nouvelles technologies, la couture, etc.) (SQ011)	35	23,33%
Peu importe (SQ010)	19	12,67%
Autre	8	5,33%

Avez-vous compris la différence entre les deux types de recommandation ?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui (Y)	150	100,00%
Non (N)	0	0,00%
Sans réponse	0	0,00%

Je suis plus attentif(ve) aux recommandations que l'on me propose...

Lorsque je recherche une information et que la recommandation répond directement à ma demande

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	6	4,00%
Pas d'accord (A2)	8	5,33%
Sans opinion (A3)	13	8,67%
Plutôt d'accord (A4)	89	59,33%
Tout à fait d'accord (A5)	34	22,67%
Sans réponse	0	0,00%

Je suis plus attentif(ve) aux recommandations que l'on me propose...

Lorsque je recherche une information et que la recommandation ne répond pas directement à ma demande mais y est liée

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	19	12,67%
Pas d'accord (A2)	53	35,33%
Sans opinion (A3)	34	22,67%
Plutôt d'accord (A4)	43	28,67%
Tout à fait d'accord (A5)	1	0,67%
Sans réponse	0	0,00%

Je suis plus attentif(ve) aux recommandations que l'on me propose...

Lorsque je ne fais pas de recherche précise

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	40	26,67%
Pas d'accord (A2)	43	28,67%
Sans opinion (A3)	32	21,33%
Plutôt d'accord (A4)	28	18,67%
Tout à fait d'accord (A5)	7	4,67%
Sans réponse	0	0,00%

Je suis plus attentif(ve) aux recommandations que l'on me propose...

Lorsque je fais la démarche de la regarder au moment qui m'est opportun (exemple : choisir de consulter une recommandation papier, choisir de consulter la section "recommandé pour vous" sur un site)

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	13	8,67%
Pas d'accord (A2)	16	10,67%
Sans opinion (A3)	36	24,00%
Plutôt d'accord (A4)	70	46,67%
Tout à fait d'accord (A5)	15	10,00%
Sans réponse	0	0,00%

À quel point jugez-vous la présentation de la recommandation importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

La recommandation m'attire en fonction de sa présentation (caractéristiques/couleurs/design/écrits/dynamisme)

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	9	6,00%
Pas d'accord (A2)	17	11,33%
Sans opinion (A3)	17	11,33%
Plutôt d'accord (A4)	85	56,67%
Tout à fait d'accord (A5)	22	14,67%
Sans réponse	0	0,00%

À quel point jugez-vous la présentation de la recommandation importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

La recommandation m'attire quand elle ne gêne pas le contenu principal

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	8	5,33%
Pas d'accord (A2)	16	10,67%
Sans opinion (A3)	23	15,33%
Plutôt d'accord (A4)	73	48,67%
Tout à fait d'accord (A5)	30	20,00%
Sans réponse	0	0,00%

À quel point jugez-vous la présentation de la recommandation importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

La recommandation m'attire quand elle interfère avec le contenu principal et que je suis donc obligé(e) de la regarder

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	64	42,67%
Pas d'accord (A2)	46	30,67%
Sans opinion (A3)	12	8,00%
Plutôt d'accord (A4)	24	16,00%
Tout à fait d'accord (A5)	4	2,67%
Sans réponse	0	0,00%

Vous venez de réserver un vol pour Dublin et vous sont proposées des recommandations pour des activités à Paris. Comment réagissez-vous ? [Je nie la recommandation | J'analyse la recommandation]

Réponse	Décompte	Pourcentage
-2 (A1)	105	70,00%
-1 (A2)	29	19,33%
0 (A3)	9	6,00%
1 (A4)	4	2,67%
2 (A5)	3	2,00%
Sans réponse	0	0,00%

À quel point jugez-vous la personnalisation importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

Les recommandations devraient donner l'impression qu'elles s'adressent à moi de manière personnelle

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	20	13,33%
Pas d'accord (A2)	33	22,00%
Sans opinion (A3)	25	16,67%
Plutôt d'accord (A4)	55	36,67%
Tout à fait d'accord (A5)	17	11,33%
Sans réponse	0	0,00%

À quel point jugez-vous la personnalisation importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

Il est important pour moi que les recommandations me fassent me sentir dans mon élément

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	17	11,33%
Pas d'accord (A2)	23	15,33%
Sans opinion (A3)	36	24,00%
Plutôt d'accord (A4)	60	40,00%
Tout à fait d'accord (A5)	14	9,33%
Sans réponse	0	0,00%

À quel point jugez-vous la personnalisation importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

J'aime que les recommandations soient customisées selon mes goûts

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	19	12,67%
Pas d'accord (A2)	23	15,33%
Sans opinion (A3)	38	25,33%
Plutôt d'accord (A4)	59	39,33%
Tout à fait d'accord (A5)	11	7,33%
Sans réponse	0	0,00%

À quel point jugez-vous la personnalisation importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

J'aime quand les recommandations m'aident à déterminer des offres qui correspondent à mes besoins et envies

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	14	9,33%
Pas d'accord (A2)	14	9,33%
Sans opinion (A3)	28	18,67%
Plutôt d'accord (A4)	71	47,33%
Tout à fait d'accord (A5)	23	15,33%
Sans réponse	0	0,00%

À quel point jugez-vous la personnalisation importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

Les mots « Sélectionné pour vous », « Recommandé pour vous » m'attirent avant le contenu de la recommandation

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	35	23,33%
Pas d'accord (A2)	54	36,00%
Sans opinion (A3)	24	16,00%
Plutôt d'accord (A4)	35	23,33%
Tout à fait d'accord (A5)	2	1,33%
Sans réponse	0	0,00%

À quel point jugez-vous l'habitude importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

Si je suis fidèle au Coca-Cola par exemple, une recommandation proposant du Pepsi n'attirera pas mon regard

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	22	14,67%
Pas d'accord (A2)	46	30,67%
Sans opinion (A3)	20	13,33%
Plutôt d'accord (A4)	35	23,33%
Tout à fait d'accord (A5)	27	18,00%
Sans réponse	0	0,00%

À quel point jugez-vous l'habitude importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

Je ne regarde les recommandations que s'il s'agit de nouveautés (et non s'il s'agit de substituer ce que j'ai l'habitude d'utiliser)

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	15	10,00%
Pas d'accord (A2)	45	30,00%
Sans opinion (A3)	33	22,00%
Plutôt d'accord (A4)	53	35,33%
Tout à fait d'accord (A5)	4	2,67%
Sans réponse	0	0,00%

À quel point jugez-vous la redondance importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

Une recommandation qui apparaît plusieurs fois fini par m'énervier|Une recommandation qui apparaît plusieurs fois fini par me faire céder

Réponse	Décompte	Pourcentage
-2 (A1)	98	65,33%
-1 (A2)	26	17,33%
0 (A3)	10	6,67%
1 (A4)	8	5,33%
2 (A5)	8	5,33%
Sans réponse	0	0,00%

À quel point jugez-vous le support important dans les recommandations qui vous sont proposées ?

Je suis plus facilement des recommandations qui me sont proposées en version papier

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	47	31,33%
Pas d'accord (A2)	48	32,00%
Sans opinion (A3)	28	18,67%
Plutôt d'accord (A4)	24	16,00%
Tout à fait d'accord (A5)	3	2,00%
Sans réponse	0	0,00%

À quel point jugez-vous le support important dans les recommandations qui vous sont proposées ?

Je suis plus facilement des recommandations qui me sont proposées en ligne

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	12	8,00%
Pas d'accord (A2)	31	20,67%
Sans opinion (A3)	39	26,00%
Plutôt d'accord (A4)	53	35,33%
Tout à fait d'accord (A5)	15	10,00%
Sans réponse	0	0,00%

À quel point jugez-vous la diversité importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

J'aime qu'on me propose des recommandations de toutes sortes

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	23	15,33%
Pas d'accord (A2)	39	26,00%
Sans opinion (A3)	29	19,33%
Plutôt d'accord (A4)	50	33,33%
Tout à fait d'accord (A5)	9	6,00%
Sans réponse	0	0,00%

À quel point jugez-vous la diversité importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

Si je souhaite acheter des yaourts, j'aime qu'on me propose des recommandations de yaourts de différentes marques

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	12	8,00%
Pas d'accord (A2)	26	17,33%
Sans opinion (A3)	28	18,67%
Plutôt d'accord (A4)	69	46,00%
Tout à fait d'accord (A5)	15	10,00%
Sans réponse	0	0,00%

À quel point jugez-vous la diversité importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

Si je souhaite acheter des yaourts, j'aime qu'on me propose des recommandations de yaourts de différents goûts

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	12	8,00%
Pas d'accord (A2)	18	12,00%
Sans opinion (A3)	26	17,33%
Plutôt d'accord (A4)	79	52,67%
Tout à fait d'accord (A5)	15	10,00%
Sans réponse	0	0,00%

À quel point jugez-vous la diversité importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

Si je souhaite acheter des yaourts, j'aime qu'on me propose des recommandations de différents types de yaourts (yaourt à boire, yaourt mélangé avec des céréales, etc.)

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	15	10,00%
Pas d'accord (A2)	29	19,33%
Sans opinion (A3)	30	20,00%
Plutôt d'accord (A4)	62	41,33%
Tout à fait d'accord (A5)	14	9,33%
Sans réponse	0	0,00%

Je suis plus facilement une recommandation qui m'est proposée si ce type d'explication est fourni :

« Nous vous proposons ces biscuits car nous avons identifié dans votre comportement d'achat que vous en achetiez chaque semaine » (à côté de la recommandation)

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	38	25,33%
Pas d'accord (A2)	36	24,00%
Sans opinion (A3)	20	13,33%
Plutôt d'accord (A4)	50	33,33%
Tout à fait d'accord (A5)	6	4,00%
Sans réponse	0	0,00%

Je suis plus facilement une recommandation qui m'est proposée si ce type d'explication est fourni :

« Parce que vous aimez Coca-Cola, vous pourriez aimer Fanta » (à côté de la recommandation)

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	24	16,00%
Pas d'accord (A2)	39	26,00%
Sans opinion (A3)	22	14,67%
Plutôt d'accord (A4)	58	38,67%
Tout à fait d'accord (A5)	7	4,67%
Sans réponse	0	0,00%

Je suis plus facilement une recommandation qui m'est proposée si ce type d'explication est fourni :

« Nous vous montrons le fonctionnement du système de recommandation, comment vos données sont récoltées et utilisées afin de vous proposer des recommandations adaptées à vous » (sur le site d'où provient la recommandation)

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	18	12,00%
Pas d'accord (A2)	29	19,33%
Sans opinion (A3)	32	21,33%
Plutôt d'accord (A4)	52	34,67%
Tout à fait d'accord (A5)	19	12,67%
Sans réponse	0	0,00%

Vous venez de cliquer sur une recommandation de smartphone. Si une autre recommandation apparaît sur votre écran, vous vous dirigez vers celle-ci en délaissant la première recommandation de smartphone s'il s'agit...

D'une recommandation proposant un autre smartphone.

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	30	20,00%
Pas d'accord (A2)	34	22,67%
Sans opinion (A3)	34	22,67%
Plutôt d'accord (A4)	49	32,67%
Tout à fait d'accord (A5)	3	2,00%
Sans réponse	0	0,00%

Vous venez de cliquer sur une recommandation de smartphone. Si une autre recommandation apparaît sur votre écran, vous vous dirigez vers celle-ci en délaissant la première recommandation de smartphone s'il s'agit...

D'une recommandation proposant un accessoire de smartphone (coque, écouteurs, chargeur, etc.).

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	32	21,33%
Pas d'accord (A2)	54	36,00%
Sans opinion (A3)	24	16,00%
Plutôt d'accord (A4)	39	26,00%
Tout à fait d'accord (A5)	1	0,67%
Sans réponse	0	0,00%

Vous venez de cliquer sur une recommandation de smartphone. Si une autre recommandation apparaît sur votre écran, vous vous dirigez vers celle-ci en délaissant la première recommandation de smartphone s'il s'agit...

D'une recommandation proposant une chose totalement différente (voyage, vêtement, etc.).

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	69	46,00%
Pas d'accord (A2)	53	35,33%
Sans opinion (A3)	16	10,67%
Plutôt d'accord (A4)	12	8,00%
Tout à fait d'accord (A5)	0	0,00%
Sans réponse	0	0,00%

Je suis plus attentif(ve) aux recommandations que l'on me propose...

Lorsque je recherche une information et que la recommandation répond directement à ma demande

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	4	2,67%
Pas d'accord (A2)	8	5,33%
Sans opinion (A3)	10	6,67%
Plutôt d'accord (A4)	81	54,00%
Tout à fait d'accord (A5)	47	31,33%
Sans réponse	0	0,00%

Je suis plus attentif(ve) aux recommandations que l'on me propose...

Lorsque je recherche une information et que la recommandation ne répond pas directement à ma demande mais y est liée

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	16	10,67%
Pas d'accord (A2)	40	26,67%
Sans opinion (A3)	33	22,00%
Plutôt d'accord (A4)	56	37,33%
Tout à fait d'accord (A5)	5	3,33%
Sans réponse	0	0,00%

Je suis plus attentif(ve) aux recommandations que l'on me propose...

Lorsque je ne fais pas de recherche précise

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	27	18,00%
Pas d'accord (A2)	34	22,67%
Sans opinion (A3)	38	25,33%
Plutôt d'accord (A4)	45	30,00%
Tout à fait d'accord (A5)	6	4,00%
Sans réponse	0	0,00%

Je suis plus attentif(ve) aux recommandations que l'on me propose...

Lorsque je fais la démarche de la regarder au moment qui m'est opportun (exemple : choisir de consulter une recommandation papier, choisir de consulter la section "recommandé pour vous" sur un site)

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	10	6,67%
Pas d'accord (A2)	15	10,00%
Sans opinion (A3)	31	20,67%
Plutôt d'accord (A4)	71	47,33%
Tout à fait d'accord (A5)	23	15,33%
Sans réponse	0	0,00%

À quel point jugez-vous la présentation de la recommandation importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

La recommandation m'attire en fonction de sa présentation (caractéristiques/couleurs/design/écrits/dynamisme)

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	9	6,00%
Pas d'accord (A2)	13	8,67%
Sans opinion (A3)	36	24,00%
Plutôt d'accord (A4)	66	44,00%
Tout à fait d'accord (A5)	26	17,33%
Sans réponse	0	0,00%

À quel point jugez-vous la présentation de la recommandation importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

La recommandation m'attire quand elle ne gêne pas le contenu principal

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	7	4,67%
Pas d'accord (A2)	2	1,33%
Sans opinion (A3)	23	15,33%
Plutôt d'accord (A4)	78	52,00%
Tout à fait d'accord (A5)	40	26,67%
Sans réponse	0	0,00%

À quel point jugez-vous la présentation de la recommandation importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

La recommandation m'attire quand elle interfère avec le contenu principal et que je suis donc obligé(e) de la regarder

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	68	45,33%
Pas d'accord (A2)	38	25,33%
Sans opinion (A3)	16	10,67%
Plutôt d'accord (A4)	21	14,00%
Tout à fait d'accord (A5)	7	4,67%
Sans réponse	0	0,00%

Vous écoutez très souvent du jazz et vous sont proposées des recommandations de métal. Comment réagissez-vous ? [Je nie la recommandation | J'analyse la recommandation]

Réponse	Décompte	Pourcentage
-2 (A1)	97	64,67%
-1 (A2)	22	14,67%
0 (A3)	9	6,00%
1 (A4)	17	11,33%
2 (A5)	5	3,33%
Sans réponse	0	0,00%

À quel point jugez-vous la personnalisation importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

Les recommandations devraient donner l'impression qu'elles s'adressent à moi de manière personnelle

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	18	12,00%
Pas d'accord (A2)	28	18,67%
Sans opinion (A3)	22	14,67%
Plutôt d'accord (A4)	58	38,67%
Tout à fait d'accord (A5)	24	16,00%
Sans réponse	0	0,00%

À quel point jugez-vous la personnalisation importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

Il est important pour moi que les recommandations me fassent me sentir dans mon élément

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	14	9,33%
Pas d'accord (A2)	15	10,00%
Sans opinion (A3)	30	20,00%
Plutôt d'accord (A4)	71	47,33%
Tout à fait d'accord (A5)	20	13,33%
Sans réponse	0	0,00%

À quel point jugez-vous la personnalisation importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

J'aime que les recommandations soient customisées selon mes goûts

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	15	10,00%
Pas d'accord (A2)	14	9,33%
Sans opinion (A3)	35	23,33%
Plutôt d'accord (A4)	59	39,33%
Tout à fait d'accord (A5)	27	18,00%
Sans réponse	0	0,00%

À quel point jugez-vous la personnalisation importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

J'aime quand les recommandations m'aident à déterminer des offres qui correspondent à mes besoins et envies

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	9	6,00%
Pas d'accord (A2)	10	6,67%
Sans opinion (A3)	23	15,33%
Plutôt d'accord (A4)	85	56,67%
Tout à fait d'accord (A5)	23	15,33%
Sans réponse	0	0,00%

À quel point jugez-vous la personnalisation importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

Les mots « Sélectionné pour vous », « Recommandé pour vous » m'attirent avant le contenu de la recommandation

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	24	16,00%
Pas d'accord (A2)	43	28,67%
Sans opinion (A3)	34	22,67%
Plutôt d'accord (A4)	36	24,00%
Tout à fait d'accord (A5)	13	8,67%
Sans réponse	0	0,00%

À quel point jugez-vous l'habitude importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

Si je suis habitué(e) à regarder une série en particulier, une recommandation proposant une autre série n'attirera pas mon regard

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	20	13,33%
Pas d'accord (A2)	75	50,00%
Sans opinion (A3)	20	13,33%
Plutôt d'accord (A4)	31	20,67%
Tout à fait d'accord (A5)	4	2,67%
Sans réponse	0	0,00%

À quel point jugez-vous l'habitude importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

Je ne regarde les recommandations que s'il s'agit de nouveautés (et non s'il s'agit de substituer ce que j'ai l'habitude d'utiliser)

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	12	8,00%
Pas d'accord (A2)	54	36,00%
Sans opinion (A3)	25	16,67%
Plutôt d'accord (A4)	53	35,33%
Tout à fait d'accord (A5)	6	4,00%
Sans réponse	0	0,00%

À quel point jugez-vous la redondance importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

Une recommandation qui apparaît plusieurs fois fini par m'énervier|Une recommandation qui apparaît plusieurs fois fini par me faire céder

Réponse	Décompte	Pourcentage
-2 (A1)	89	59,33%
-1 (A2)	31	20,67%
0 (A3)	13	8,67%
1 (A4)	14	9,33%
2 (A5)	3	2,00%
Sans réponse	0	0,00%

À quel point jugez-vous le support important dans les recommandations qui vous sont proposées ?

Je suis plus facilement des recommandations qui me sont proposées en version papier

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	50	33,33%
Pas d'accord (A2)	42	28,00%
Sans opinion (A3)	37	24,67%
Plutôt d'accord (A4)	19	12,67%
Tout à fait d'accord (A5)	2	1,33%
Sans réponse	0	0,00%

À quel point jugez-vous le support important dans les recommandations qui vous sont proposées ?

Je suis plus facilement des recommandations qui me sont proposées en ligne

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	8	5,33%
Pas d'accord (A2)	21	14,00%
Sans opinion (A3)	32	21,33%
Plutôt d'accord (A4)	59	39,33%
Tout à fait d'accord (A5)	30	20,00%
Sans réponse	0	0,00%

À quel point jugez-vous la diversité importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

J'aime qu'on me propose des recommandations de toutes sortes

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	20	13,33%
Pas d'accord (A2)	34	22,67%
Sans opinion (A3)	26	17,33%
Plutôt d'accord (A4)	53	35,33%
Tout à fait d'accord (A5)	17	11,33%
Sans réponse	0	0,00%

À quel point jugez-vous la diversité importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

Si je souhaite regarder un film, j'aime qu'on me propose des recommandations de films de différents genres

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	8	5,33%
Pas d'accord (A2)	27	18,00%
Sans opinion (A3)	16	10,67%
Plutôt d'accord (A4)	82	54,67%
Tout à fait d'accord (A5)	17	11,33%
Sans réponse	0	0,00%

À quel point jugez-vous la diversité importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

Si je souhaite regarder un film, j'aime qu'on me propose des recommandations de films de différents réalisateurs

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	8	5,33%
Pas d'accord (A2)	25	16,67%
Sans opinion (A3)	30	20,00%
Plutôt d'accord (A4)	69	46,00%
Tout à fait d'accord (A5)	18	12,00%
Sans réponse	0	0,00%

À quel point jugez-vous la diversité importante dans les recommandations qui vous sont proposées ?

Si je souhaite regarder un film, j'aime qu'on me propose des recommandations de différents types (série, film, courte vidéo., etc.)

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	10	6,67%
Pas d'accord (A2)	48	32,00%
Sans opinion (A3)	15	10,00%
Plutôt d'accord (A4)	63	42,00%
Tout à fait d'accord (A5)	14	9,33%
Sans réponse	0	0,00%

Je suis plus facilement une recommandation qui m'est proposée si ce type d'explication est fourni :

« Nous vous proposons ce film-là car nous avons identifié dans votre comportement que vous regardiez souvent ce type de film » (à côté de la recommandation)

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	23	15,33%
Pas d'accord (A2)	25	16,67%
Sans opinion (A3)	25	16,67%
Plutôt d'accord (A4)	60	40,00%
Tout à fait d'accord (A5)	17	11,33%
Sans réponse	0	0,00%

Je suis plus facilement une recommandation qui m'est proposée si ce type d'explication est fourni :

« Parce que vous aimez Harry Potter, vous pourriez aimer Star Wars » (à côté de la recommandation)

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	19	12,67%
Pas d'accord (A2)	26	17,33%
Sans opinion (A3)	27	18,00%
Plutôt d'accord (A4)	65	43,33%
Tout à fait d'accord (A5)	13	8,67%
Sans réponse	0	0,00%

Je suis plus facilement une recommandation qui m'est proposée si ce type d'explication est fourni :

« Nous vous montrons le fonctionnement du système de recommandation, comment vos données sont récoltées et utilisées afin de vous proposer des recommandations adaptées à vous » (sur le site d'où provient la recommandation)

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	20	13,33%
Pas d'accord (A2)	26	17,33%
Sans opinion (A3)	33	22,00%
Plutôt d'accord (A4)	59	39,33%
Tout à fait d'accord (A5)	12	8,00%
Sans réponse	0	0,00%

Vous venez de cliquer sur une recommandation de film. Si une autre recommandation apparaît sur votre écran, vous vous dirigez vers celle-ci en délaissant la première recommandation de film s'il s'agit...

D'une recommandation proposant un autre film

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	23	15,33%
Pas d'accord (A2)	38	25,33%
Sans opinion (A3)	26	17,33%
Plutôt d'accord (A4)	61	40,67%
Tout à fait d'accord (A5)	2	1,33%
Sans réponse	0	0,00%

Vous venez de cliquer sur une recommandation de film. Si une autre recommandation apparaît sur votre écran, vous vous dirigez vers celle-ci en délaissant la première recommandation de film s'il s'agit...

D'une recommandation proposant le deuxième volet du film

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	15	10,00%
Pas d'accord (A2)	31	20,67%
Sans opinion (A3)	16	10,67%
Plutôt d'accord (A4)	70	46,67%
Tout à fait d'accord (A5)	18	12,00%
Sans réponse	0	0,00%

Vous venez de cliquer sur une recommandation de film. Si une autre recommandation apparaît sur votre écran, vous vous dirigez vers celle-ci en délaissant la première recommandation de film s'il s'agit...

D'une recommandation proposant une chose totalement différente

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pas du tout d'accord (A1)	42	28,00%
Pas d'accord (A2)	55	36,67%
Sans opinion (A3)	37	24,67%
Plutôt d'accord (A4)	16	10,67%
Tout à fait d'accord (A5)	0	0,00%
Sans réponse	0	0,00%

Quel est votre sexe ?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Féminin (F)	82	54,67%
Masculin (M)	68	45,33%
Sans réponse	0	0,00%

Quel est votre âge ?

Réponse	Décompte	Pourcentage
<18 ans (A1)	1	0,67%
18-24 ans (A2)	60	40,00%
25-30 ans (A3)	34	22,67%
31-40 ans (A4)	15	10,00%
41-50 ans (A5)	22	14,67%
51-60 ans (A6)	13	8,67%
>60 ans (A7)	5	3,33%
Sans réponse	0	0,00%

Quelle est votre occupation ?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Étudiant (A1)	52	34,67%
Employé (A2)	78	52,00%
Ouvrier (A3)	4	2,67%
Indépendant (A4)	2	1,33%
Sans emploi (A5)	2	1,33%
Retraité (A6)	5	3,33%
Autre	7	4,67%
Sans réponse	0	0,00%

Annexe 8 : One Sample T-Test réalisés sur les différentes variables réaction

Tableau 1 : One Sample T-Test avec les variables réaction et une moyenne de 3

→ T-Test

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Gagner du temps	150	2,41	1,062	,087
Découvrir de nouvelles choses	150	3,32	1,125	,092
Envahissantes	150	4,15	,893	,073
Utilisation des données personnelles	150	4,10	1,085	,089
Pousser à la consommation	150	4,09	,948	,077
Utiles	150	2,75	1,031	,084
Trop nombreuses	150	3,94	,998	,082

One-Sample Test

Test Value = 3

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Gagner du temps	-6,840	149	,000	-,593	-,76	-,42
Découvrir de nouvelles choses	3,483	149	,001	,320	,14	,50
Envahissantes	15,730	149	,000	1,147	1,00	1,29
Utilisation des données personnelles	12,413	149	,000	1,100	,92	1,28
Pousser à la consommation	14,041	149	,000	1,087	,93	1,24
Utiles	-3,009	149	,003	-,253	-,42	-,09
Trop nombreuses	11,534	149	,000	,940	,78	1,10

Annexe 9 : Tests réalisés afin d'observer les différences d'influence en fonction du type de recommandation

Tableau 2 : Paired Samples T-Test avec les variables du contexte

T-Test

Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	ContexteA1	3,91	150	,941	,077
	ContexteB1	4,06	150	,914	,075
Pair 2	ContexteA2	2,69	150	1,042	,085
	ContexteB2	2,96	150	1,098	,090
Pair 3	ContexteA3	2,46	150	1,202	,098
	ContexteB3	2,79	150	1,172	,096
Pair 4	ContexteA4	3,39	150	1,086	,089
	ContexteB4	3,55	150	1,078	,088

Paired Samples Correlations

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	ContexteA1 & ContexteB1	150	,435	,000
Pair 2	ContexteA2 & ContexteB2	150	,376	,000
Pair 3	ContexteA3 & ContexteB3	150	,411	,000
Pair 4	ContexteA4 & ContexteB4	150	,432	,000

Paired Samples Test

				Paired Differences		95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean		Lower	Upper			
Pair 1	ContexteA1 - ContexteB1	-,147	,986	,080		-,306	,012	-1,822	149	,070
Pair 2	ContexteA2 - ContexteB2	-,267	1,197	,098		-,460	-,074	-2,729	149	,007
Pair 3	ContexteA3 - ContexteB3	-,333	1,288	,105		-,541	-,125	-3,169	149	,002
Pair 4	ContexteA4 - ContexteB4	-,160	1,153	,094		-,346	,026	-1,699	149	,091

Tableau 3 : Paired Samples T-Test avec les variables de la pertinence

➔ **T-Test**

Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	PertinenceA	-1,53	150	,880	,072
	PertinenceB	-1,26	150	1,184	,097

Paired Samples Correlations

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	PertinenceA & PertinenceB	150	,138	,092

Paired Samples Test

		Paired Differences							
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
					Lower	Upper			
Pair 1	PertinenceA - PertinenceB	-,267	1,374	,112	-,488	-,045	-2,377	149	,019

Tableau 4 : Paired Samples T-Test avec les variables de la transparence

➔ **T-Test**

Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	TransparenceA1	2,67	150	1,283	,105
	TransparenceB1	3,15	150	1,273	,104
Pair 2	TransparenceA2	2,90	150	1,214	,099
	TransparenceB2	3,18	150	1,199	,098
Pair 3	TransparenceA3	3,17	150	1,228	,100
	TransparenceB3	3,11	150	1,190	,097

Paired Samples Correlations

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	TransparenceA1 & TransparenceB1	150	,574	,000
Pair 2	TransparenceA2 & TransparenceB2	150	,497	,000
Pair 3	TransparenceA3 & TransparenceB3	150	,699	,000

Paired Samples Test

		Paired Differences							
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
					Lower	Upper			
Pair 1	TransparenceA1 - TransparenceB1	-,487	1,180	,096	-,677	-,296	-5,051	149	,000
Pair 2	TransparenceA2 - TransparenceB2	-,280	1,210	,099	-,475	-,085	-2,834	149	,005
Pair 3	TransparenceA3 - TransparenceB3	,053	,940	,077	-,098	,205	,695	149	,488

Tableau 5 : Paired Samples T-Test avec les variables de l'habitude

➔ **T-Test**

Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	HabitudeA1	2,99	150	1,363	,111
	HabitudeB1	2,49	150	1,048	,086
Pair 2	HabitudeA2	2,91	150	1,077	,088
	HabitudeB2	2,91	150	1,093	,089

Paired Samples Correlations

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	HabitudeA1 & HabitudeB1	150	,176	,031
Pair 2	HabitudeA2 & HabitudeB2	150	,489	,000

Paired Samples Test

		Paired Differences						
				Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference			
		Mean	Std. Deviation		Lower	Upper	t	df
Pair 1	HabitudeA1 - HabitudeB1	,500	1,566	,128	,247	,753	3,910	149
Pair 2	HabitudeA2 - HabitudeB2	-,007	1,096	,089	-,184	,170	-,074	149

Tableau 6 : Paired Samples T-Test avec les variables de la personnalisation

➔ **T-Test**

Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	PersonnalisationA1	3,11	150	1,254	,102
	PersonnalisationB1	3,28	150	1,275	,104
Pair 2	PersonnalisationA2	3,21	150	1,160	,095
	PersonnalisationB2	3,45	150	1,133	,092
Pair 3	PersonnalisationA3	3,13	150	1,157	,094
	PersonnalisationB3	3,46	150	1,185	,097
Pair 4	PersonnalisationA4	3,50	150	1,145	,094
	PersonnalisationB4	3,69	150	1,011	,083
Pair 5	PersonnalisationA5	2,43	150	1,126	,092
	PersonnalisationB5	2,81	150	1,219	,100

Paired Samples Correlations

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	PersonnalisationA1 & PersonnalisationB1	150	,623	,000
Pair 2	PersonnalisationA2 & PersonnalisationB2	150	,572	,000
Pair 3	PersonnalisationA3 & PersonnalisationB3	150	,611	,000
Pair 4	PersonnalisationA4 & PersonnalisationB4	150	,571	,000
Pair 5	PersonnalisationA5 & PersonnalisationB5	150	,453	,000

Paired Samples Test

		Paired Differences							
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
					Lower	Upper			
Pair 1	PersonnalisationA1 - PersonnalisationB1	-,173	1,098	,090	-,350	,004	-1,934	149	,055
Pair 2	PersonnalisationA2 - PersonnalisationB2	-,247	1,061	,087	-,418	-,075	-2,846	149	,005
Pair 3	PersonnalisationA3 - PersonnalisationB3	-,327	1,033	,084	-,493	-,160	-3,873	149	,000
Pair 4	PersonnalisationA4 - PersonnalisationB4	-,187	1,006	,082	-,349	-,024	-2,273	149	,024
Pair 5	PersonnalisationA5 - PersonnalisationB5	-,373	1,229	,100	-,572	-,175	-3,720	149	,000

Tableau 7 : Paired Samples T-Test avec les variables de la diversité

→ T-Test

Paired Samples Statistics					
		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	DiversitéA1	2,89	150	1,201	,098
	DiversitéB1	3,09	150	1,253	,102
Pair 2	DiversitéA2	3,33	150	1,120	,091
	DiversitéB2	3,49	150	1,079	,088
Pair 3	DiversitéA3	3,45	150	1,084	,089
	DiversitéB3	3,43	150	1,070	,087
Pair 4	DiversitéA4	3,21	150	1,160	,095
	DiversitéB4	3,15	150	1,169	,095

Paired Samples Correlations				
		N	Correlation	Sig.
Pair 1	DiversitéA1 & DiversitéB1	150	,568	,000
Pair 2	DiversitéA2 & DiversitéB2	150	,367	,000
Pair 3	DiversitéA3 & DiversitéB3	150	,407	,000
Pair 4	DiversitéA4 & DiversitéB4	150	,343	,000

Paired Samples Test									
		Paired Differences							
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
					Lower	Upper			
Pair 1	DiversitéA1 - DiversitéB1	-,200	1,141	,093	-,384	-,016	-2,147	149	,033
Pair 2	DiversitéA2 - DiversitéB2	-,160	1,237	,101	-,360	,040	-1,584	149	,115
Pair 3	DiversitéA3 - DiversitéB3	,020	1,173	,096	-,169	,209	,209	149	,835
Pair 4	DiversitéA4 - DiversitéB4	,053	1,335	,109	-,162	,269	,489	149	,625

Tableau 8 : Paired Samples T-Test avec les variables de la présentation

→ T-Test

Paired Samples Statistics					
		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	PrésentationA1	3,63	150	1,059	,086
	PrésentationB1	3,58	150	1,064	,087
Pair 2	PrésentationA2	3,67	150	1,078	,088
	PrésentationB2	3,95	150	,947	,077
Pair 3	PrésentationA3	2,05	150	1,180	,096
	PrésentationB3	2,07	150	1,243	,101

Paired Samples Correlations				
		N	Correlation	Sig.
Pair 1	PrésentationA1 & PrésentationB1	150	,611	,000
Pair 2	PrésentationA2 & PrésentationB2	150	,424	,000
Pair 3	PrésentationA3 & PrésentationB3	150	,427	,000

Paired Samples Test									
		Paired Differences							
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
					Lower	Upper			
Pair 1	PrésentationA1 - PrésentationB1	,047	,936	,076	-,104	,198	,610	149	,543
Pair 2	PrésentationA2 - PrésentationB2	-,273	1,092	,089	-,450	-,097	-3,065	149	,003
Pair 3	PrésentationA3 - PrésentationB3	-,020	1,298	,106	-,229	,189	-,189	149	,851

Tableau 9 : Paired Samples T-Test avec les variables de la redondance

➔ **T-Test**

Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	RedondanceA	-1,32	150	1,149	,094
	RedondanceB	-1,26	150	1,083	,088

Paired Samples Correlations

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	RedondanceA & RedondanceB	150	,396	,000

Paired Samples Test

		Paired Differences							
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
					Lower	Upper			
Pair 1	RedondanceA - RedondanceB	-,060	1,227	,100	-,258	,138	-,599	149	,550

Tableau 10 : Paired Samples T-Test avec les variables de la génération d'autres recommandations

➔ **T-Test**

Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	GénérationA1	2,74	150	1,173	,096
	GénérationB1	2,87	150	1,149	,094
Pair 2	GénérationA2	2,49	150	1,116	,091
	GénérationB2	3,30	150	1,214	,099
Pair 3	GénérationA3	1,81	150	,925	,075
	GénérationB3	2,18	150	,963	,079

Paired Samples Correlations

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	GénérationA1 & GénérationB1	150	,289	,000
Pair 2	GénérationA2 & GénérationB2	150	,134	,101
Pair 3	GénérationA3 & GénérationB3	150	,130	,113

Paired Samples Test

		Paired Differences							
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
					Lower	Upper			
Pair 1	GénérationA1 - GénérationB1	-,133	1,384	,113	-,357	,090	-1,180	149	,240
Pair 2	GénérationA2 - GénérationB2	-,813	1,534	,125	-1,061	-,566	-6,492	149	,000
Pair 3	GénérationA3 - GénérationB3	-,373	1,245	,102	-,574	-,172	-3,671	149	,000

Tableau 11 : Paired Samples T-Test avec les variables du support

➔ **T-Test**

Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	SupportA1	2,25	150	1,124	,092
	SupportB1	2,21	150	1,082	,088
Pair 2	SupportA2	3,19	150	1,120	,091
	SupportB2	3,55	150	1,121	,092

Paired Samples Correlations

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	SupportA1 & SupportB1	150	,745	,000
Pair 2	SupportA2 & SupportB2	150	,565	,000

Paired Samples Test

		Paired Differences							
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
					Lower	Upper			
Pair 1	SupportA1 - SupportB1	,047	,789	,064	-,081	,174	,725	149	,470
Pair 2	SupportA2 - SupportB2	-,360	1,045	,085	-,529	-,191	-4,221	149	,000

Annexe 10 : Tests réalisés afin d'observer les différences d'influence en fonction du sexe

Tableau 12 : Independent Samples T-Test avec les variables du contexte pour les recommandations payantes

➔ **T-Test**

Group Statistics					
	Sexe	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ContexteA1	Femme	82	3,89	,903	,100
	Homme	68	3,94	,991	,120
ContexteA2	Femme	82	2,65	1,023	,113
	Homme	68	2,75	1,070	,130
ContexteA3	Femme	82	2,60	1,285	,142
	Homme	68	2,29	1,080	,131
ContexteA4	Femme	82	3,40	1,052	,116
	Homme	68	3,37	1,132	,137

Independent Samples Test										
Levene's Test for Equality of Variances				t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
ContexteA1	Equal variances assumed	,004	,951	-,329	148	,743	-,051	,155	-,357	,255
	Equal variances not assumed			-,326	137,217	,745	-,051	,156	-,360	,258
ContexteA2	Equal variances assumed	,064	,800	-,605	148	,546	-,104	,171	-,442	,235
	Equal variances not assumed			-,602	140,336	,548	-,104	,172	-,444	,237
ContexteA3	Equal variances assumed	4,755	,031	1,546	148	,124	,303	,196	-,084	,691
	Equal variances not assumed			1,572	147,969	,118	,303	,193	-,078	,685
ContexteA4	Equal variances assumed	,280	,597	,195	148	,846	,035	,179	-,318	,388
	Equal variances not assumed			,193	138,598	,847	,035	,180	-,321	,390

Tableau 13 : Independent Samples T-Test avec les variables du contexte pour les recommandations non payantes

➔ **T-Test**

Group Statistics					
	Sexe	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ContexteB1	Femme	82	4,16	,745	,082
	Homme	68	3,94	1,077	,131
ContexteB2	Femme	82	2,95	1,076	,119
	Homme	68	2,97	1,133	,137
ContexteB3	Femme	82	2,74	1,174	,130
	Homme	68	2,85	1,175	,143
ContexteB4	Femme	82	3,50	1,045	,115
	Homme	68	3,60	1,122	,136

Independent Samples Test										
Levene's Test for Equality of Variances				t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
ContexteB1	Equal variances assumed	4,457	,036	1,455	148	,148	,217	,149	-,078	,512
	Equal variances not assumed			1,408	115,617	,162	,217	,154	-,088	,523
ContexteB2	Equal variances assumed	,132	,717	-,107	148	,915	-,019	,181	-,377	,338
	Equal variances not assumed			-,107	139,979	,915	-,019	,182	-,378	,340
ContexteB3	Equal variances assumed	,032	,859	-,566	148	,572	-,109	,193	-,490	,272
	Equal variances not assumed			-,566	142,851	,572	-,109	,193	-,490	,272
ContexteB4	Equal variances assumed	,033	,856	-,581	148	,562	-,103	,177	-,453	,247
	Equal variances not assumed			-,577	138,740	,565	-,103	,178	-,456	,250

Tableau 14 : Independent Samples T-Test avec les variables de la diversité pour les recommandations payantes

➔ T-Test

Group Statistics					
	Sexe	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
DiversitéA1	Femme	82	2,94	1,190	,131
	Homme	68	2,82	1,221	,148
DiversitéA2	Femme	82	3,33	1,166	,129
	Homme	68	3,32	1,071	,130
DiversitéA3	Femme	82	3,39	1,108	,122
	Homme	68	3,51	1,058	,128
DiversitéA4	Femme	82	3,22	1,155	,128
	Homme	68	3,19	1,175	,142

Independent Samples Test										
Levene's Test for Equality of Variances					t-test for Equality of Means					
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
DiversitéA1	Equal variances assumed	,026	,871	,585	148	,560	,115	,197	-,275	,506
	Equal variances not assumed			,583	141,500	,561	,115	,198	-,276	,507
DiversitéA2	Equal variances assumed	,956	,330	,031	148	,975	,006	,184	-,359	,370
	Equal variances not assumed			,031	146,418	,975	,006	,183	-,356	,367
DiversitéA3	Equal variances assumed	,991	,321	-,699	148	,486	-,124	,178	-,476	,227
	Equal variances not assumed			-,702	145,067	,484	-,124	,177	-,475	,226
DiversitéA4	Equal variances assumed	,009	,925	,148	148	,882	,028	,191	-,349	,406
	Equal variances not assumed			,148	141,978	,882	,028	,191	-,350	,406

Tableau 15 : Independent Samples T-Test avec les variables de la diversité pour les recommandations non payantes

➔ T-Test

Group Statistics					
	Sexe	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
DiversitéB1	Femme	82	3,09	1,279	,141
	Homme	68	3,09	1,231	,149
DiversitéB2	Femme	82	3,50	1,114	,123
	Homme	68	3,47	1,043	,127
DiversitéB3	Femme	82	3,43	1,144	,126
	Homme	68	3,43	,982	,119
DiversitéB4	Femme	82	3,18	1,218	,135
	Homme	68	3,12	1,113	,135

Independent Samples Test										
Levene's Test for Equality of Variances					t-test for Equality of Means					
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
DiversitéB1	Equal variances assumed	,618	,433	-,014	148	,989	-,003	,206	-,410	,405
	Equal variances not assumed			-,014	144,715	,989	-,003	,205	-,409	,403
DiversitéB2	Equal variances assumed	,286	,594	,166	148	,869	,029	,178	-,321	,380
	Equal variances not assumed			,167	145,781	,868	,029	,176	-,319	,378
DiversitéB3	Equal variances assumed	3,013	,085	,002	148	,998	,000	,176	-,348	,348
	Equal variances not assumed			,002	147,812	,998	,000	,174	-,343	,344
DiversitéB4	Equal variances assumed	2,931	,089	,340	148	,735	,065	,192	-,315	,445
	Equal variances not assumed			,342	146,578	,732	,065	,191	-,311	,442

Tableau 16 : Independent Samples T-Test avec les variables de la génération d'autres recommandations pour les recommandations payantes

→ **T-Test**

Group Statistics					
	Sexe	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
GénérationA1	Femme	82	2,67	1,218	,134
	Homme	68	2,82	1,119	,136
GénérationA2	Femme	82	2,49	1,125	,124
	Homme	68	2,49	1,113	,135
GénérationA3	Femme	82	1,93	,979	,108
	Homme	68	1,66	,840	,102

Independent Samples Test										
Levene's Test for Equality of Variances				t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
GénérationA1	Equal variances assumed	2,577	,111	-,794	148	,429	-,153	,193	-,533	,228
	Equal variances not assumed			-,800	146,415	,425	-,153	,191	-,530	,225
GénérationA2	Equal variances assumed	,134	,715	,014	148	,989	,003	,184	-,360	,365
	Equal variances not assumed			,014	143,447	,989	,003	,183	-,360	,365
GénérationA3	Equal variances assumed	,247	,620	1,760	148	,080	,265	,151	-,033	,563
	Equal variances not assumed			1,785	147,817	,076	,265	,148	-,028	,558

Tableau 17 : Independent Samples T-Test avec les variables de la génération d'autres recommandations pour les recommandations non payantes

→ **T-Test**

Group Statistics

	Sexe	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
GénérationB1	Femme	82	2,90	1,151	,127
	Homme	68	2,84	1,154	,140
GénérationB2	Femme	82	3,44	1,228	,136
	Homme	68	3,13	1,183	,143
GénérationB3	Femme	82	2,21	,978	,108
	Homme	68	2,15	,950	,115

Independent Samples Test

Levene's Test for Equality of Variances				t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
GénérationB1	Equal variances assumed	,004	,952	,340	148	,735	,064	,189	-,309	,438
	Equal variances not assumed			,340	142,751	,735	,064	,189	-,309	,438
GénérationB2	Equal variances assumed	,016	,900	1,548	148	,124	,307	,198	-,085	,698
	Equal variances not assumed			1,553	144,678	,123	,307	,197	-,084	,697
GénérationB3	Equal variances assumed	,467	,496	,380	148	,704	,060	,158	-,253	,373
	Equal variances not assumed			,381	144,293	,703	,060	,158	-,252	,372

Tableau 18 : Independent Samples T-Test avec les variables de l'habitude pour les recommandations payantes

→ **T-Test**

Group Statistics					
	Sexe	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
HabitudeA1	Femme	82	3,18	1,353	,149
	Homme	68	2,76	1,351	,164
HabitudeA2	Femme	82	2,90	1,140	,126
	Homme	68	2,91	1,004	,122

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
HabitudeA1	Equal variances assumed	,002	,966	1,886	148	,061	,418	,222	Lower	Upper
	Equal variances not assumed			1,886	142,991	,061	,418	,222	Lower	Upper
HabitudeA2	Equal variances assumed	4,968	,027	-,053	148	,958	-,009	,177	Lower	Upper
	Equal variances not assumed			-,053	147,448	,958	-,009	,175	Lower	Upper

Tableau 19 : Independent Samples T-Test avec les variables de l'habitude pour les recommandations non payantes

→ **T-Test**

Group Statistics					
	Sexe	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
HabitudeB1	Femme	82	2,44	1,043	,115
	Homme	68	2,56	1,056	,128
HabitudeB2	Femme	82	2,80	1,127	,124
	Homme	68	3,04	1,043	,126

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
HabitudeB1	Equal variances assumed	,181	,671	-,696	148	,487	-,120	,172	Lower	Upper
	Equal variances not assumed			-,695	142,254	,488	-,120	,172	Lower	Upper
HabitudeB2	Equal variances assumed	2,981	,086	-1,339	148	,183	-,239	,179	Lower	Upper
	Equal variances not assumed			-1,348	146,195	,180	-,239	,177	Lower	Upper

Tableau 20 : Independent Samples T-Test avec les variables de la personnalisation pour les recommandations payantes

♥ T-Test

Group Statistics					
	Sexe	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PersonnalisationA1	Femme	82	2,99	1,281	,142
	Homme	68	3,25	1,214	,147
PersonnalisationA2	Femme	82	3,11	1,207	,133
	Homme	68	3,32	1,099	,133
PersonnalisationA3	Femme	82	2,95	1,164	,129
	Homme	68	3,35	1,117	,135
PersonnalisationA4	Femme	82	3,56	1,134	,125
	Homme	68	3,43	1,163	,141
PersonnalisationA5	Femme	82	2,52	1,114	,123
	Homme	68	2,32	1,139	,138

Independent Samples Test										
Levene's Test for Equality of Variances				t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
PersonnalisationA1	Equal variances assumed	,546	,461	-1,278	148	,203	-,262	,205	-,668	,143
	Equal variances not assumed			-1,284	145,358	,201	-,262	,204	-,666	,141
PersonnalisationA2	Equal variances assumed	1,247	,266	-1,124	148	,263	-,214	,190	-,590	,162
	Equal variances not assumed			-1,134	146,687	,259	-,214	,188	-,586	,159
PersonnalisationA3	Equal variances assumed	,049	,826	-2,143	148	,034	-,402	,187	-,772	-,031
	Equal variances not assumed			-2,151	144,872	,033	-,402	,187	-,771	-,033
PersonnalisationA4	Equal variances assumed	,433	,512	,715	148	,476	,135	,188	-,237	,506
	Equal variances not assumed			,713	141,533	,477	,135	,189	-,238	,507
PersonnalisationA5	Equal variances assumed	,014	,907	1,089	148	,278	,201	,185	-,164	,566
	Equal variances not assumed			1,086	141,695	,279	,201	,185	-,165	,566

Tableau 21 : Independent Samples T-Test avec les variables de la personnalisation pour les recommandations non payantes

♥ T-Test

Group Statistics					
	Sexe	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PersonnalisationB1	Femme	82	3,12	1,280	,141
	Homme	68	3,47	1,252	,152
PersonnalisationB2	Femme	82	3,41	1,196	,132
	Homme	68	3,50	1,058	,128
PersonnalisationB3	Femme	82	3,34	1,219	,135
	Homme	68	3,60	1,135	,138
PersonnalisationB4	Femme	82	3,68	1,053	,116
	Homme	68	3,69	,966	,117
PersonnalisationB5	Femme	82	2,89	1,197	,132
	Homme	68	2,71	1,247	,151

Independent Samples Test										
Levene's Test for Equality of Variances				t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
PersonnalisationB1	Equal variances assumed	,109	,742	-1,677	148	,096	-,349	,208	-,759	,062
	Equal variances not assumed			-1,681	144,028	,095	-,349	,207	-,759	,061
PersonnalisationB2	Equal variances assumed	1,760	,187	-,458	148	,647	-,085	,186	-,453	,283
	Equal variances not assumed			-,464	147,363	,644	-,085	,184	-,449	,279
PersonnalisationB3	Equal variances assumed	1,172	,281	-1,349	148	,179	-,261	,194	-,645	,122
	Equal variances not assumed			-1,358	146,007	,177	-,261	,193	-,642	,119
PersonnalisationB4	Equal variances assumed	,647	,423	-,050	148	,961	-,008	,166	-,337	,321
	Equal variances not assumed			-,050	146,456	,960	-,008	,165	-,334	,318
PersonnalisationB5	Equal variances assumed	,489	,485	,922	148	,358	,184	,200	-,211	,580
	Equal variances not assumed			,918	140,612	,360	,184	,201	-,213	,581

Tableau 22 : Independent Samples T-Test avec les variables de la pertinence pour les recommandations payantes

➔ **T-Test**

Group Statistics					
	Sexe	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PertinenceA	Femme	82	-1,45	,983	,109
	Homme	68	-1,62	,734	,089

Independent Samples Test									
Levene's Test for Equality of Variances					t-test for Equality of Means				
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference Lower Upper
PertinenceA	Equal variances assumed	3,435	,066	1,154	148	,250	,166	,144	-,118 ,451
	Equal variances not assumed			1,186	146,461	,238	,166	,140	-,111 ,444

Tableau 23 : Independent Samples T-Test avec les variables de la pertinence pour les recommandations non payantes

➔ **T-Test**

Group Statistics					
	Sexe	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PertinenceB	Femme	82	-1,37	1,117	,123
	Homme	68	-1,13	1,257	,152

Independent Samples Test									
Levene's Test for Equality of Variances					t-test for Equality of Means				
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference Lower Upper
PertinenceB	Equal variances assumed	3,877	,051	-1,204	148	,230	-,234	,194	-,617 ,150
	Equal variances not assumed			-1,191	135,444	,236	-,234	,196	-,621 ,154

Tableau 24 : Independent Samples T-Test avec les variables de la présentation pour les recommandations payantes

➔ **T-Test**

Group Statistics					
	Sexe	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PrésentationA1	Femme	82	3,74	,979	,108
	Homme	68	3,49	1,139	,138
PrésentationA2	Femme	82	3,63	1,083	,120
	Homme	68	3,72	1,077	,131
PrésentationA3	Femme	82	2,22	1,197	,132
	Homme	68	1,85	1,136	,138

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						95% Confidence Interval of the Difference
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
PrésentationA1	Equal variances assumed	5,439	,021	1,495	148	,137	,259	,173	-,083	,600
	Equal variances not assumed			1,474	132,928	,143	,259	,175	-,088	,606
PrésentationA2	Equal variances assumed	,000	,989	-,488	148	,626	-,086	,177	-,437	,264
	Equal variances not assumed			-,488	143,205	,626	-,086	,177	-,436	,264
PrésentationA3	Equal variances assumed	1,369	,244	1,910	148	,058	,367	,192	-,013	,746
	Equal variances not assumed			1,920	145,277	,057	,367	,191	-,011	,744

Tableau 25 : Independent Samples T-Test avec les variables de la présentation pour les recommandations non payantes

➔ **T-Test**

Group Statistics					
	Sexe	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PrésentationB1	Femme	82	3,67	,917	,101
	Homme	68	3,47	1,215	,147
PrésentationB2	Femme	82	3,95	,967	,107
	Homme	68	3,94	,929	,113
PrésentationB3	Femme	82	2,27	1,306	,144
	Homme	68	1,84	1,128	,137

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						95% Confidence Interval of the Difference
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
PrésentationB1	Equal variances assumed	9,191	,003	1,149	148	,253	,200	,174	-,144	,544
	Equal variances not assumed			1,119	122,601	,265	,200	,179	-,154	,554
PrésentationB2	Equal variances assumed	,138	,711	,064	148	,949	,010	,156	-,298	,318
	Equal variances not assumed			,065	144,836	,948	,010	,155	-,297	,317
PrésentationB3	Equal variances assumed	4,483	,036	2,135	148	,034	,430	,201	,032	,828
	Equal variances not assumed			2,164	147,740	,032	,430	,199	,037	,823

Tableau 26 : Independent Samples T-Test avec les variables de la redondance pour les recommandations payantes

→ **T-Test**

Group Statistics					
	Sexe	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
RedondanceA	Femme	82	-1,23	1,250	,138
	Homme	68	-1,43	1,012	,123

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
RedondanceA	Equal variances assumed	2,835	,094	1,034	148	,303	,195	,188	-,177	,567
	Equal variances not assumed			1,054	147,924	,293	,195	,185	-,170	,560

Tableau 27 : Independent Samples T-Test avec les variables de la redondance pour les recommandations non payantes

→ **T-Test**

Group Statistics					
	Sexe	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
RedondanceB	Femme	82	-1,20	1,138	,126
	Homme	68	-1,34	1,016	,123

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
RedondanceB	Equal variances assumed	1,034	,311	,805	148	,422	,143	,178	-,208	,495
	Equal variances not assumed			,813	147,157	,418	,143	,176	-,205	,491

Tableau 28 : Independent Samples T-Test avec les variables du support pour les recommandations payantes

→ **T-Test**

Group Statistics					
	Sexe	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
SupportA1	Femme	82	2,38	1,118	,123
	Homme	68	2,10	1,122	,136
SupportA2	Femme	82	3,10	1,129	,125
	Homme	68	3,29	1,107	,134

Independent Samples Test									
Levene's Test for Equality of Variances				t-test for Equality of Means					
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference Lower Upper
SupportA1	Equal variances assumed	,789	,376	1,498	148	,136	,275	,184	-,088 ,638
	Equal variances not assumed			1,498	142,751	,136	,275	,184	-,088 ,638
SupportA2	Equal variances assumed	,048	,827	-1,071	148	,286	-,197	,184	-,559 ,166
	Equal variances not assumed			-1,073	143,874	,285	-,197	,183	-,559 ,166

Tableau 29 : Independent Samples T-Test avec les variables du support pour les recommandations non payantes

→ **T-Test**

Group Statistics					
	Sexe	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
SupportB1	Femme	82	2,24	1,139	,126
	Homme	68	2,16	1,016	,123
SupportB2	Femme	82	3,48	1,178	,130
	Homme	68	3,63	1,050	,127

Independent Samples Test									
Levene's Test for Equality of Variances				t-test for Equality of Means					
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference Lower Upper
SupportB1	Equal variances assumed	1,758	,187	,461	148	,645	,082	,178	-,270 ,434
	Equal variances not assumed			,466	147,183	,642	,082	,176	-,266 ,430
SupportB2	Equal variances assumed	1,584	,210	-,852	148	,396	-,157	,184	-,520 ,207
	Equal variances not assumed			-,861	147,218	,391	-,157	,182	-,516 ,203

Tableau 30 : Independent Samples T-Test avec les variables de la transparence pour les recommandations payantes

→ T-Test

Group Statistics					
	Sexe	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
TransparenceA1	Femme	82	2,44	1,268	,140
	Homme	68	2,94	1,256	,152
TransparenceA2	Femme	82	2,78	1,217	,134
	Homme	68	3,04	1,202	,146
TransparenceA3	Femme	82	3,05	1,175	,130
	Homme	68	3,31	1,284	,156

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
TransparenceA1	Equal variances assumed	,159	,691	-2,425	148	,017	-,502	,207	-,911	-,093
	Equal variances not assumed			-2,427	143,367	,016	-,502	,207	-,911	-,093
TransparenceA2	Equal variances assumed	,001	,982	-1,328	148	,186	-,264	,199	-,656	,129
	Equal variances not assumed			-1,329	143,533	,186	-,264	,198	-,656	,128
TransparenceA3	Equal variances assumed	1,828	,178	-1,294	148	,198	-,260	,201	-,657	,137
	Equal variances not assumed			-1,283	137,488	,202	-,260	,203	-,661	,141

Tableau 31 : Independent Samples T-Test avec les variables de la transparence pour les recommandations non payantes

→ T-Test

Group Statistics					
	Sexe	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
TransparenceB1	Femme	82	2,98	1,314	,145
	Homme	68	3,37	1,196	,145
TransparenceB2	Femme	82	2,93	1,303	,144
	Homme	68	3,49	,985	,119
TransparenceB3	Femme	82	2,99	1,160	,128
	Homme	68	3,26	1,217	,148

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
TransparenceB1	Equal variances assumed	2,360	,127	-1,894	148	,060	-,392	,207	-,801	,017
	Equal variances not assumed			-1,911	146,703	,058	-,392	,205	-,798	,013
TransparenceB2	Equal variances assumed	14,835	,000	-2,911	148	,004	-,558	,192	-,938	-,179
	Equal variances not assumed			-2,986	146,807	,003	-,558	,187	-,928	-,189
TransparenceB3	Equal variances assumed	,196	,659	-1,423	148	,157	-,277	,195	-,661	,108
	Equal variances not assumed			-1,417	140,171	,159	-,277	,195	-,663	,109

Tableau 32 : One Sample T-Test sur l'échantillon composé uniquement de femmes sur différentes variables et une moyenne de 3

One-Sample Statistics						
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean		
PrésentationB3	82	2,27	1,306	,144		
PersonnalisationA3	82	2,95	1,164	,129		
TransparenceA1	82	2,44	1,268	,140		
TransparenceB2	82	2,93	1,303	,144		

One-Sample Test						
Test Value = 3						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
PrésentationB3	-5,075	81	,000	-,732	-1,02	-,44
PersonnalisationA3	-,379	81	,705	-,049	-,30	,21
TransparenceA1	-4,007	81	,000	-,561	-,84	-,28
TransparenceB2	-,508	81	,613	-,073	-,36	,21

Tableau 33 : One Sample T-Test sur l'échantillon composé uniquement d'hommes sur différentes variables et une moyenne de 3

One-Sample Statistics				
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PrésentationB3	68	1,84	1,128	,137
PersonnalisationA3	68	3,35	1,117	,135
TransparenceA1	68	2,94	1,256	,152
TransparenceB2	68	3,49	,985	,119

One-Sample Test						
Test Value = 3						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
PrésentationB3	-8,494	67	,000	-1,162	-1,43	-,89
PersonnalisationA3	2,607	67	,011	,353	,08	,62
TransparenceA1	-,386	67	,701	-,059	-,36	,25
TransparenceB2	4,063	67	,000	,485	,25	,72

Annexe 11 : Tests réalisés afin d'observer les différences d'influence en fonction des âges

Tableau 34 : Independent Samples T-Test avec les variables du contexte pour les recommandations payantes

➔ **T-Test**

Group Statistics					
	Âge	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ContexteA1	>= 4	56	3,73	1,036	,138
	< 4	94	4,02	,867	,089
ContexteA2	>= 4	56	2,66	1,032	,138
	< 4	94	2,71	1,054	,109
ContexteA3	>= 4	56	2,45	1,190	,159
	< 4	94	2,47	1,216	,125
ContexteA4	>= 4	56	3,21	1,246	,167
	< 4	94	3,49	,970	,100

Independent Samples Test										
Levene's Test for Equality of Variances				t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ContexteA1	Equal variances assumed	4,765	,031	-1,835	148	,069	-,289	,158	-,600	,022
	Equal variances not assumed			-1,755	100,221	,082	-,289	,165	-,616	,038
ContexteA2	Equal variances assumed	,021	,886	-,295	148	,768	-,052	,176	-,401	,297
	Equal variances not assumed			-,296	117,698	,767	-,052	,176	-,400	,296
ContexteA3	Equal variances assumed	,208	,649	-,106	148	,915	-,022	,204	-,424	,381
	Equal variances not assumed			-,107	117,751	,915	-,022	,202	-,423	,379
ContexteA4	Equal variances assumed	8,035	,005	-1,508	148	,134	-,275	,182	-,636	,085
	Equal variances not assumed			-1,416	94,569	,160	-,275	,194	-,661	,111

Tableau 35 : Independent Samples T-Test avec les variables du contexte pour les recommandations non payantes

→ T-Test

Group Statistics					
	Âge	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ContexteB1	>= 4	56	3,88	1,028	,137
	< 4	94	4,17	,825	,085
ContexteB2	>= 4	56	2,71	1,091	,146
	< 4	94	3,11	1,082	,112
ContexteB3	>= 4	56	2,54	1,159	,155
	< 4	94	2,95	1,158	,119
ContexteB4	>= 4	56	3,46	1,095	,146
	< 4	94	3,60	1,071	,110

Independent Samples Test									
Levene's Test for Equality of Variances				t-test for Equality of Means					
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference Lower Upper
ContexteB1	Equal variances assumed	,035	,852	-1,931	148	,055	-,295	,153	-,597 ,007
	Equal variances not assumed			-1,827	96,855	,071	-,295	,162	-,616 ,025
ContexteB2	Equal variances assumed	,151	,698	-2,140	148	,034	-,392	,183	-,754 -,030
	Equal variances not assumed			-2,136	115,041	,035	-,392	,184	-,756 -,028
ContexteB3	Equal variances assumed	,000	,985	-2,102	148	,037	-,411	,196	-,798 -,025
	Equal variances not assumed			-2,101	115,655	,038	-,411	,196	-,799 -,024
ContexteB4	Equal variances assumed	,023	,879	-,721	148	,472	-,131	,182	-,492 ,229
	Equal variances not assumed			-,717	113,709	,475	-,131	,183	-,495 ,232

Tableau 36 : Independent Samples T-Test avec les variables de la diversité pour les recommandations payantes

→ T-Test

Group Statistics					
	Âge	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
DiversitéA1	>= 4	56	2,59	1,218	,163
	< 4	94	3,06	1,162	,120
DiversitéA2	>= 4	56	3,09	1,164	,156
	< 4	94	3,47	1,075	,111
DiversitéA3	>= 4	56	3,23	1,128	,151
	< 4	94	3,57	1,042	,107
DiversitéA4	>= 4	56	2,96	1,206	,161
	< 4	94	3,35	1,114	,115

Independent Samples Test									
Levene's Test for Equality of Variances				t-test for Equality of Means					
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference Lower Upper
DiversitéA1	Equal variances assumed	1,108	,294	-2,376	148	,019	-,475	,200	-,869 -,080
	Equal variances not assumed			-2,348	111,477	,021	-,475	,202	-,875 -,074
DiversitéA2	Equal variances assumed	,281	,597	-2,024	148	,045	-,379	,187	-,749 -,009
	Equal variances not assumed			-1,983	108,475	,050	-,379	,191	-,757 ,000
DiversitéA3	Equal variances assumed	1,195	,276	-1,887	148	,061	-,342	,181	-,701 ,016
	Equal variances not assumed			-1,849	108,545	,067	-,342	,185	-,709 ,025
DiversitéA4	Equal variances assumed	,395	,531	-1,994	148	,048	-,387	,194	-,770 -,004
	Equal variances not assumed			-1,955	108,578	,053	-,387	,198	-,779 ,005

Tableau 37 : Independent Samples T-Test avec les variables de la diversité pour les recommandations non payantes

→ T-Test

Group Statistics										
	Âge	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean					
DiversitéB1	≥ 4	56	2,70	1,292	,173					
	< 4	94	3,32	1,175	,121					
DiversitéB2	≥ 4	56	3,14	1,242	,166					
	< 4	94	3,69	,916	,094					
DiversitéB3	≥ 4	56	3,11	1,246	,166					
	< 4	94	3,62	,905	,093					
DiversitéB4	≥ 4	56	3,02	1,243	,166					
	< 4	94	3,23	1,121	,116					

Independent Samples Test										
Levene's Test for Equality of Variances				t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
DiversitéB1	Equal variances assumed	1,309	,254	-3,024	148	,003	-,623	,206	-1,030	-,216
	Equal variances not assumed			-2,952	107,162	,004	-,623	,211	-1,041	-,205
DiversitéB2	Equal variances assumed	13,628	,000	-3,098	148	,002	-,549	,177	-,899	-,199
	Equal variances not assumed			-2,872	90,786	,005	-,549	,191	-,928	-,169
DiversitéB3	Equal variances assumed	10,095	,002	-2,891	148	,004	-,510	,176	-,858	-,161
	Equal variances not assumed			-2,671	89,791	,009	-,510	,191	-,889	-,131
DiversitéB4	Equal variances assumed	,649	,422	-1,097	148	,275	-,216	,197	-,606	,173
	Equal variances not assumed			-1,068	106,426	,288	-,216	,202	-,617	,185

Tableau 38 : Independent Samples T-Test avec les variables de la génération d'autres recommandations pour les recommandations payantes

→ T-Test

Group Statistics										
	Âge	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean					
GénérationA1	≥ 4	56	2,59	1,172	,157					
	< 4	94	2,83	1,170	,121					
GénérationA2	≥ 4	56	2,34	1,014	,136					
	< 4	94	2,57	1,168	,121					
GénérationA3	≥ 4	56	1,86	,923	,123					
	< 4	94	1,78	,929	,096					

Independent Samples Test										
Levene's Test for Equality of Variances				t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
GénérationA1	Equal variances assumed	,148	,701	-1,217	148	,226	-,241	,198	-,631	,150
	Equal variances not assumed			-1,216	115,582	,226	-,241	,198	-,632	,151
GénérationA2	Equal variances assumed	4,868	,029	-1,251	148	,213	-,235	,188	-,607	,136
	Equal variances not assumed			-1,297	128,777	,197	-,235	,181	-,594	,124
GénérationA3	Equal variances assumed	,361	,549	,515	148	,607	,081	,156	-,229	,390
	Equal variances not assumed			,516	116,381	,607	,081	,156	-,229	,390

Tableau 39 : Independent Samples T-Test avec les variables de la génération d'autres recommandations pour les recommandations non payantes

→ **T-Test**

Group Statistics					
	Âge	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
GénérationB1	>= 4	56	2,55	1,143	,153
	< 4	94	3,06	1,115	,115
GénérationB2	>= 4	56	3,04	1,206	,161
	< 4	94	3,46	1,197	,123
GénérationB3	>= 4	56	2,16	,968	,129
	< 4	94	2,19	,965	,100

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
GénérationB1	Equal variances assumed	,202	,654	-2,686	148	,008	-,510	,190	-,886	-,135
	Equal variances not assumed			-2,669	113,479	,009	-,510	,191	-,889	-,132
GénérationB2	Equal variances assumed	,018	,894	-2,081	148	,039	-,422	,203	-,822	-,021
	Equal variances not assumed			-2,078	115,128	,040	-,422	,203	-,824	-,020
GénérationB3	Equal variances assumed	,444	,506	-,189	148	,851	-,031	,163	-,353	,291
	Equal variances not assumed			-,189	115,426	,851	-,031	,163	-,354	,293

Tableau 40 : Independent Samples T-Test avec les variables de l'habitude pour les recommandations payantes

→ **T-Test**

Group Statistics					
	Âge	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
HabitudeA1	>= 4	56	3,16	1,332	,178
	< 4	94	2,89	1,379	,142
HabitudeA2	>= 4	56	3,04	1,095	,146
	< 4	94	2,83	1,064	,110

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
HabitudeA1	Equal variances assumed	,162	,688	1,162	148	,247	,267	,230	-,187	,721
	Equal variances not assumed			1,172	119,011	,243	,267	,228	-,184	,718
HabitudeA2	Equal variances assumed	,029	,864	1,134	148	,259	,206	,182	-,153	,565
	Equal variances not assumed			1,126	113,120	,263	,206	,183	-,156	,568

Tableau 41 : Independent Samples T-Test avec les variables de l'habitude pour les recommandations non payantes

➔ **T-Test**

Group Statistics

	Âge	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
HabitudeB1	>= 4	56	2,88	1,046	,140
	< 4	94	2,27	,986	,102
HabitudeB2	>= 4	56	3,07	1,093	,146
	< 4	94	2,82	1,087	,112

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
HabitudeB1	Equal variances assumed	2,181	,142	3,578	148	,000	,609	,170	,273	,945
	Equal variances not assumed			3,525	110,361	,001	,609	,173	,267	,951
HabitudeB2	Equal variances assumed	,159	,691	1,372	148	,172	,252	,184	-,111	,616
	Equal variances not assumed			1,370	115,257	,173	,252	,184	-,112	,617

Tableau 42 : Independent Samples T-Test avec les variables de la personnalisation pour les recommandations payantes

► **T-Test**

Group Statistics					
	Age	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PersonnalisationA1	>= 4	56	2,80	1,242	,166
	< 4	94	3,29	1,232	,127
PersonnalisationA2	>= 4	56	2,91	1,210	,162
	< 4	94	3,38	1,098	,113
PersonnalisationA3	>= 4	56	2,73	1,152	,154
	< 4	94	3,37	1,097	,113
PersonnalisationA4	>= 4	56	3,38	1,169	,156
	< 4	94	3,57	1,131	,117
PersonnalisationA5	>= 4	56	2,25	1,066	,142
	< 4	94	2,54	1,152	,119

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
PersonnalisationA1	Equal variances assumed	,011	,918	-2,318	148	,022	-,484	,209	-,896	-,071
	Equal variances not assumed			-2,314	115,038	,022	-,484	,209	-,898	-,070
PersonnalisationA2	Equal variances assumed	,814	,368	-2,451	148	,015	-,472	,193	-,853	-,092
	Equal variances not assumed			-2,392	106,994	,019	-,472	,197	-,864	-,081
PersonnalisationA3	Equal variances assumed	,295	,588	-3,393	148	,001	-,640	,189	-1,013	-,267
	Equal variances not assumed			-3,351	111,297	,001	-,640	,191	-1,019	-,262
PersonnalisationA4	Equal variances assumed	,109	,742	-1,032	148	,304	-,199	,193	-,581	,183
	Equal variances not assumed			-1,023	112,743	,308	-,199	,195	-,586	,187
PersonnalisationA5	Equal variances assumed	1,421	,235	-1,547	148	,124	-,293	,189	-,666	,081
	Equal variances not assumed			-1,577	122,922	,117	-,293	,185	-,660	,075

Tableau 43 : Independent Samples T-Test avec les variables de la personnalisation pour les recommandations non payantes

→ **T-Test**

Group Statistics					
	Âge	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PersonnalisationB1	≥ 4	56	3,05	1,242	,166
	< 4	94	3,41	1,282	,132
PersonnalisationB2	≥ 4	56	3,34	1,133	,151
	< 4	94	3,52	1,133	,117
PersonnalisationB3	≥ 4	56	3,23	1,206	,161
	< 4	94	3,60	1,158	,119
PersonnalisationB4	≥ 4	56	3,64	,999	,133
	< 4	94	3,71	1,023	,105
PersonnalisationB5	≥ 4	56	2,57	1,158	,155
	< 4	94	2,95	1,239	,128

Independent Samples Test										
Levene's Test for Equality of Variances				t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
PersonnalisationB1	Equal variances assumed	,678	,411	-1,689	148	,093	-,361	,214	-,784	,061
	Equal variances not assumed			-1,703	118,690	,091	-,361	,212	-,781	,059
PersonnalisationB2	Equal variances assumed	,001	,978	-,951	148	,343	-,182	,191	-,560	,196
	Equal variances not assumed			-,952	115,817	,343	-,182	,191	-,561	,197
PersonnalisationB3	Equal variances assumed	,252	,616	-1,832	148	,069	-,364	,198	-,756	,029
	Equal variances not assumed			-1,813	112,006	,073	-,364	,201	-,761	,034
PersonnalisationB4	Equal variances assumed	,091	,764	-,409	148	,683	-,070	,171	-,408	,268
	Equal variances not assumed			-,411	117,946	,682	-,070	,170	-,407	,267
PersonnalisationB5	Equal variances assumed	,607	,437	-1,839	148	,068	-,375	,204	-,779	,028
	Equal variances not assumed			-1,871	122,048	,064	-,375	,201	-,773	,022

Tableau 44 : Independent Samples T-Test avec les variables de la pertinence pour les recommandations payantes

→ **T-Test**

Group Statistics					
	Âge	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PertinenceA	≥ 4	56	-1,43	,931	,124
	< 4	94	-1,59	,848	,087

Independent Samples Test										
Levene's Test for Equality of Variances				t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
PertinenceA	Equal variances assumed	1,657	,200	1,054	148	,294	,157	,148	-,137	,450
	Equal variances not assumed			1,029	107,225	,306	,157	,152	-,145	,458

Tableau 45 : Independent Samples T-Test avec les variables de la pertinence pour les recommandations non payantes

→ **T-Test**

Group Statistics					
	Âge	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PertinenceB	>= 4	56	-1,52	,953	,127
	< 4	94	-1,11	1,282	,132

Independent Samples Test									
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference Lower Upper
PertinenceB	Equal variances assumed	9,766	,002	-2,082	148	,039	-,411	,198	-,802 -,021
	Equal variances not assumed			-2,241	140,759	,027	-,411	,184	-,775 -,048

Tableau 46 : Independent Samples T-Test avec les variables de la présentation pour les recommandations payantes

→ **T-Test**

Group Statistics					
	Âge	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PrésentationA1	>= 4	56	3,50	1,191	,159
	< 4	94	3,70	,971	,100
PrésentationA2	>= 4	56	3,45	1,008	,135
	< 4	94	3,81	1,100	,113
PrésentationA3	>= 4	56	2,21	1,275	,170
	< 4	94	1,96	1,116	,115

Independent Samples Test									
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference Lower Upper
PrésentationA1	Equal variances assumed	5,935	,016	-1,132	148	,260	-,202	,179	-,555 ,151
	Equal variances not assumed			-1,075	98,084	,285	-,202	,188	-,575 ,171
PrésentationA2	Equal variances assumed	,015	,903	-2,011	148	,046	-,362	,180	-,718 -,006
	Equal variances not assumed			-2,056	123,901	,042	-,362	,176	-,711 -,014
PrésentationA3	Equal variances assumed	6,942	,009	1,292	148	,198	,257	,199	-,136 ,650
	Equal variances not assumed			1,249	103,859	,214	,257	,206	-,151 ,665

Tableau 47 : Independent Samples T-Test avec les variables de la présentation pour les recommandations non payantes

→ **T-Test**

Group Statistics										
	Âge	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean					
PrésentationB1	>= 4	56	3,54	1,044	,139					
	< 4	94	3,61	1,080	,111					
PrésentationB2	>= 4	56	3,86	,999	,133					
	< 4	94	4,00	,916	,094					
PrésentationB3	>= 4	56	2,11	1,246	,166					
	< 4	94	2,05	1,248	,129					

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances				t-test for Equality of Means				
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
PrésentationB1	Equal variances assumed	,433	,512	-,393	148	,695	-,071	,180	-,426	,285
	Equal variances not assumed			-,396	118,900	,693	-,071	,178	-,424	,283
PrésentationB2	Equal variances assumed	,226	,635	-,893	148	,373	-,143	,160	-,459	,173
	Equal variances not assumed			-,874	107,895	,384	-,143	,164	-,467	,181
PrésentationB3	Equal variances assumed	,002	,963	,256	148	,798	,054	,210	-,362	,470
	Equal variances not assumed			,256	115,885	,798	,054	,210	-,363	,471

Tableau 48 : Independent Samples T-Test avec les variables de la redondance pour les recommandations payantes

→ **T-Test**

Group Statistics										
	Âge	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean					
RedondanceA	>= 4	56	-1,41	1,092	,146					
	< 4	94	-1,27	1,184	,122					

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances				t-test for Equality of Means				
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
RedondanceA	Equal variances assumed	,672	,414	-,745	148	,457	-,145	,194	-,529	,239
	Equal variances not assumed			-,761	123,276	,448	-,145	,190	-,521	,232

Tableau 49 : Independent Samples T-Test avec les variables de la redondance pour les recommandations non payantes

→ **T-Test**

Group Statistics

	Âge	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
RedondanceB	>= 4	56	-1,46	,914	,122
	< 4	94	-1,14	1,160	,120

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
RedondanceB	Equal variances assumed	7,450	,007	-1,796	148	,075	-,326	,182	-,685	,033
	Equal variances not assumed			-1,907	136,770	,059	-,326	,171	-,664	,012

Tableau 50 : Independent Samples T-Test avec les variables du support pour les recommandations payantes

→ **T-Test**

Group Statistics

	Âge	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
SupportA1	>= 4	56	2,27	1,168	,156
	< 4	94	2,24	1,104	,114
SupportA2	>= 4	56	2,95	1,052	,141
	< 4	94	3,33	1,140	,118

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
SupportA1	Equal variances assumed	,795	,374	,122	148	,903	,023	,190	-,353	,399
	Equal variances not assumed			,120	110,638	,905	,023	,193	-,360	,406
SupportA2	Equal variances assumed	2,446	,120	-2,050	148	,042	-,383	,187	-,753	-,014
	Equal variances not assumed			-2,092	123,199	,038	-,383	,183	-,746	-,021

Tableau 51 : Independent Samples T-Test avec les variables du support pour les recommandations non payantes

➔ T-Test

Group Statistics					
	Âge	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
SupportB1	>= 4	56	2,30	1,094	,146
	< 4	94	2,15	1,077	,111
SupportB2	>= 4	56	3,32	1,081	,144
	< 4	94	3,68	1,128	,116

Independent Samples Test									
Levene's Test for Equality of Variances				t-test for Equality of Means					
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference Lower Upper
SupportB1	Equal variances assumed	,875	,351	,845	148	,399	,155	,183	-,207 ,516
	Equal variances not assumed			,842	114,318	,401	,155	,184	-,209 ,518
SupportB2	Equal variances assumed	,092	,762	-1,917	148	,057	-,359	,188	-,730 ,011
	Equal variances not assumed			-1,938	119,786	,055	-,359	,185	-,727 ,008

Tableau 52 : Independent Samples T-Test avec les variables de la transparence pour les recommandations payantes

➔ T-Test

Group Statistics					
	Âge	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
TransparenceA1	>= 4	56	2,54	1,279	,171
	< 4	94	2,74	1,286	,133
TransparenceA2	>= 4	56	2,66	1,180	,158
	< 4	94	3,04	1,217	,126
TransparenceA3	>= 4	56	2,86	1,086	,145
	< 4	94	3,35	1,276	,132

Independent Samples Test									
Levene's Test for Equality of Variances				t-test for Equality of Means					
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference Lower Upper
TransparenceA1	Equal variances assumed	,015	,902	-,965	148	,336	-,209	,217	-,637 ,219
	Equal variances not assumed			-,966	116,304	,336	-,209	,216	-,637 ,219
TransparenceA2	Equal variances assumed	,224	,637	-1,879	148	,062	-,382	,203	-,783 ,020
	Equal variances not assumed			-1,895	118,668	,061	-,382	,202	-,781 ,017
TransparenceA3	Equal variances assumed	5,366	,022	-2,420	148	,017	-,494	,204	-,897 -,091
	Equal variances not assumed			-2,521	130,481	,013	-,494	,196	-,881 -,106

Tableau 53 : Independent Samples T-Test avec les variables de la transparence pour les recommandations non payantes

➔ **T-Test**

Group Statistics					
	Âge	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
TransparenceB1	>= 4	56	2,86	1,257	,168
	< 4	94	3,33	1,256	,130
TransparenceB2	>= 4	56	2,88	1,237	,165
	< 4	94	3,36	1,144	,118
TransparenceB3	>= 4	56	2,66	1,164	,156
	< 4	94	3,38	1,127	,116

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
TransparenceB1	Equal variances assumed	,015	,904	-2,228	148	,027	-,473	,212	-,892	-,054
	Equal variances not assumed			-2,228	115,727	,028	-,473	,212	-,893	-,053
TransparenceB2	Equal variances assumed	1,288	,258	-2,445	148	,016	-,487	,199	-,880	-,093
	Equal variances not assumed			-2,397	108,661	,018	-,487	,203	-,889	-,084
TransparenceB3	Equal variances assumed	,269	,605	-3,749	148	,000	-,722	,193	-1,103	-,342
	Equal variances not assumed			-3,718	112,797	,000	-,722	,194	-1,107	-,337

Tableau 54 : One Sample T-Test sur l'échantillon composé uniquement des moins de 31 ans sur différentes variables et une moyenne de 3

→ **T-Test**

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ContexteB2	94	3,11	1,082	,112
ContexteB3	94	2,95	1,158	,119
PrésentationA2	94	3,81	1,100	,113
PersonnalisationA1	94	3,29	1,232	,127
PersonnalisationA2	94	3,38	1,098	,113
PersonnalisationA3	94	3,37	1,097	,113
HabitudeB1	94	2,27	,986	,102
SupportA2	94	3,33	1,140	,118
DiversitéA1	94	3,06	1,162	,120
DiversitéA2	94	3,47	1,075	,111
DiversitéA4	94	3,35	1,114	,115
DiversitéB1	94	3,32	1,175	,121
DiversitéB2	94	3,69	,916	,094
DiversitéB3	94	3,62	,905	,093
TransparenceA3	94	3,35	1,276	,132
TransparenceB1	94	3,33	1,256	,130
TransparenceB2	94	3,36	1,144	,118
TransparenceB3	94	3,38	1,127	,116
GénérationB1	94	3,06	1,115	,115
GénérationB2	94	3,46	1,197	,123

One-Sample Test

Test Value = 3

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
ContexteB2	,953	93	,343	,106	-,12	,33
ContexteB3	-,445	93	,657	-,053	-,29	,18
PrésentationA2	7,125	93	,000	,809	,58	1,03
PersonnalisationA1	2,260	93	,026	,287	,03	,54
PersonnalisationA2	3,380	93	,001	,383	,16	,61
PersonnalisationA3	3,290	93	,001	,372	,15	,60
HabitudeB1	-7,220	93	,000	-,734	-,94	-,53
SupportA2	2,806	93	,006	,330	,10	,56
DiversitéA1	,532	93	,596	,064	-,17	,30
DiversitéA2	4,223	93	,000	,468	,25	,69
DiversitéA4	3,055	93	,003	,351	,12	,58
DiversitéB1	2,633	93	,010	,319	,08	,56
DiversitéB2	7,318	93	,000	,691	,50	,88
DiversitéB3	6,608	93	,000	,617	,43	,80
TransparenceA3	2,668	93	,009	,351	,09	,61
TransparenceB1	2,545	93	,013	,330	,07	,59
TransparenceB2	3,066	93	,003	,362	,13	,60
TransparenceB3	3,293	93	,001	,383	,15	,61
GénérationB1	,555	93	,580	,064	-,16	,29
GénérationB2	3,704	93	,000	,457	,21	,70

Tableau 55 : One Sample T-Test sur l'échantillon composé uniquement des moins de 31 ans sur la variable pertinenceB et une moyenne de 0

➔ **T-Test**

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PertinenceB	94	-1,11	1,282	,132

One-Sample Test

Test Value = 0

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
PertinenceB	-8,365	93	,000	-1,106	-1,37	-,84

Tableau 56 : One Sample T-Test sur l'échantillon composé uniquement des plus de 30 ans sur différentes variables et une moyenne de 3

→ **T-Test**

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ContexteB2	56	2,71	1,091	,146
ContexteB3	56	2,54	1,159	,155
PrésentationA2	56	3,45	1,008	,135
PersonnalisationA1	56	2,80	1,242	,166
PersonnalisationA2	56	2,91	1,210	,162
PersonnalisationA3	56	2,73	1,152	,154
HabitudeB1	56	2,88	1,046	,140
SupportA2	56	2,95	1,052	,141
DiversitéA1	56	2,59	1,218	,163
DiversitéA2	56	3,09	1,164	,156
DiversitéA4	56	2,96	1,206	,161
DiversitéB1	56	2,70	1,292	,173
DiversitéB2	56	3,14	1,242	,166
DiversitéB3	56	3,11	1,246	,166
TransparenceA3	56	2,86	1,086	,145
TransparenceB1	56	2,86	1,257	,168
TransparenceB2	56	2,88	1,237	,165
TransparenceB3	56	2,66	1,164	,156
GénérationB1	56	2,55	1,143	,153
GénérationB2	56	3,04	1,206	,161

One-Sample Test

Test Value = 3

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
ContexteB2	-1,960	55	,055	-,286	-,58	,01
ContexteB3	-2,997	55	,004	-,464	-,77	-,15
PrésentationA2	3,316	55	,002	,446	,18	,72
PersonnalisationA1	-1,184	55	,242	-,196	-,53	,14
PersonnalisationA2	-,552	55	,583	-,089	-,41	,23
PersonnalisationA3	-1,740	55	,087	-,268	-,58	,04
HabitudeB1	-,895	55	,375	-,125	-,41	,16
SupportA2	-,381	55	,705	-,054	-,34	,23
DiversitéA1	-2,524	55	,015	-,411	-,74	-,08
DiversitéA2	,574	55	,568	,089	-,22	,40
DiversitéA4	-,222	55	,825	-,036	-,36	,29
DiversitéB1	-1,758	55	,084	-,304	-,65	,04
DiversitéB2	,861	55	,393	,143	-,19	,48
DiversitéB3	,644	55	,523	,107	-,23	,44
TransparenceA3	-,984	55	,329	-,143	-,43	,15
TransparenceB1	-,851	55	,399	-,143	-,48	,19
TransparenceB2	-,756	55	,453	-,125	-,46	,21
TransparenceB3	-2,181	55	,033	-,339	-,65	-,03
GénérationB1	-2,923	55	,005	-,446	-,75	-,14
GénérationB2	,222	55	,825	,036	-,29	,36

Tableau 57 : One Sample T-Test sur l'échantillon composé uniquement des plus de 30 ans sur la variable pertinenceB et une moyenne de 0

➔ **T-Test**

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PertinenceB	56	-1,52	,953	,127

One-Sample Test

Test Value = 0

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
PertinenceB	-11,915	55	,000	-1,518	-1,77	-1,26