

More sustainable, resilient, and competitive food systems through the development of intermediate food value chains



RÉSUMÉ PRATIQUE N°:25

Des « focus groups » consommateurs à un stade précoce, pour économiser du temps et de l'argent lors du lancement d'un nouveau produit

Le « focus group » est une méthodologie qualitative largement utilisée qui permet de comprendre les perceptions des consommateurs sur un sujet spécifique. Il consiste en une discussion avec des groupes de 5 à 7 consommateurs/utilisateurs qui sont recrutés selon des critères spécifiques (préalablement définis en fonction du sujet).

Pour assurer la dynamique du groupe, une attention particulière doit être portée à la constitution de groupes, en évitant des écarts importants en termes d'âge ou de catégories socio-professionnelles par exemple. Un minimum de deux focus groups par strate significative est nécessaire pour valider les informations.

Cette méthode peut fournir les résultats suivants :

- identifier les perceptions des consommateurs/utilisateurs vis-à-vis d'un produit ou service.
- comprendre les attentes, les motivations et les obstacles à la consommation et/ou à l'utilisation d'un produit ou d'un service
- identifier les recommandations pour développer ou améliorer un produit ou un service (par exemple en termes d'ingrédients, de caractéristiques sensorielles, de prix, d'emballage, de distribution...).

Inclure les consommateurs ou les utilisateurs à un stade précoce du développement du produit/service peut faciliter son adoption ou son utilisation future par les consommateurs/utilisateurs en prenant en compte leur point de vue. Cela peut également permettre d'économiser du temps et de l'argent en hiérarchisant et en évaluant les options dès le début du processus de développement.

Auteurs

Elodie Lerolle-Rio
Odile Parizel

Affiliation

Actalia-Actia

Contacter

e.lerolle-rio@actalia.eu

o.parizel@actalia.eu

Utilisateurs finaux

agriculteur & coopérative,
industrie & vente au détail,
fournisseur de technologie,

Pays

Mondial



FAIRCHAIN project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No. 101000723.

More sustainable, resilient, and competitive food systems through the development of intermediate food value chains



RÉSUMÉ PRATIQUE N°:25

Informations complémentaires/Liens

 [FairchainEU](#)
 [FAIRCHAIN EU](#)
 www.fairchain-h2020.eu

Tous les résumés de pratique préparé par FAIRCHAIN peut être trouvé [ici!](#)

SUR FAIRCHAIN

Le projet FAIRCHAIN lancé en 2020 et coordonné par INRAE, développe les filières alimentaires intermédiaires dans les filières fruits et légumes et produits laitiers. Grâce à des innovations technologiques, organisationnelles et sociales et en développant des modèles commerciaux, FAIRCHAIN permettra aux petites et moyennes entreprises de se développer pour fournir des produits alimentaires frais, durables et de haute qualité aux consommateurs au niveau régional.

FAIRCHAIN PARTNAIRES



CLAUSE DE NON-RESPONSABILITÉ

Ce résumé de pratique reflète uniquement le point de vue de l'auteur. Le projet FAIRCHAIN n'est pas responsable de l'usage qui pourrait être fait des informations qu'il contient. Licence : [CC BY 4.0 DEED](#)



FAIRCHAIN project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No. 101000723.