



UNIVERSITÉ DE FRIBOURG
UNIVERSITÄT FREIBURG

Université de Fribourg
Faculté des Sciences Economiques et
Sociales et du Management
Département des Sciences du Management
Études : Bachelor of Arts en Économie
Politique

Travail de Bachelor

**Quelles sont les caractéristiques
clés des chaussures de course à pied
motivant la décision d'achat des
coureurs, selon des segments
identifiés sur la base de leur
motivation à faire de la course à
pied ?**

Déposé par

Judith Bürli

Date de naissance: 16.12.2004

Numéro d'étudiant: 23-205-701

E-mail: judith.buerli@unifr.ch

Superviseur

Prof. Dr. Olivier Furrer

Période de travail

Octobre 2025 – Mai 2026

Lieu, année d'impression

Fribourg, 2026

REMERCIEMENTS

Je tiens tout d'abord à remercier mon professeur de Marketing, Prof. Dr. Olivier Furrer, ainsi que Mme Chloé Baillod, assistante auprès de la Chaire de Marketing pour leurs précieux conseils et commentaires apportés tout au long de l'élaboration de ce travail de Bachelor.

Je suis également très reconnaissante envers Adrien, Hélène, Laura, Luca, Léo, Hélène, François-Xavier et Frédéric pour avoir pris le temps de participer aux Focus Groups et de m'avoir apporté de nouveaux éléments.

Je remercie également Hideo Kubota, coach athlétisme Morges, d'avoir pris le temps de répondre aux questions spécifiques sur la performance et de m'avoir appris des détails techniques sur le sujet.

Finalement, je tiens à remercier chaleureusement Laurence Bürli qui a pris le temps de relire et corriger mon travail.

RÉSUMÉ

Ces dernières années, on assiste à un engouement important pour la course à pied ; par conséquent, la demande pour les chaussures de running ne cesse de croître. Cet emballement crée de nouvelles opportunités pour les fabricants de chaussures de sport ; ils peuvent réaffirmer ou bien définir leur positionnement selon un ou plusieurs segments de coureurs, selon leur stratégie d'entreprise, et créer des chaussures de course à pied qui leur conviennent spécifiquement. Les chaussures de running sont composées d'attributs plus ou moins importants en fonction des segments et ils permettent de créer des chaussures différentes pour les besoins des consommateurs.

Ce travail a pour objectif de comprendre quelles sont les caractéristiques essentielles à une chaussure selon le segment auquel elle s'adresse. Cela permettra ensuite à des marques de créer et produire des chaussures en vue du segment ciblé. Les attributs qui ont été identifiés lors des Focus Groups sont le prix, le confort, le design et la performance de la chaussure. Les niveaux des caractéristiques sont, pour le prix, 80 CHF/€, 150 CHF/€ et 250 CHF/€, pour le confort, moyen ou maximum, pour le design, couleur sobre ou couleur flashy, et enfin pour la performance, chaussure polyvalente ou chaussure optimisée pour la performance. Ces éléments ont ensuite été évalués dans une analyse conjointe (par segment), afin de déterminer pour chaque segment leur degré d'importance. Les motivations identifiées grâce aux Focus Groups et qui ont permis de créer les segments sont, la santé physique, la santé mentale, la recherche de performance, la facilité à mettre en place ce sport, le fait de suivre cette tendance à faire de la course à pied et finalement, le fait de sociabiliser grâce à ce sport. Ces différentes motivations ont créé plusieurs segments, caractérisés par le biais d'une analyse cluster. Ceci a permis de déterminer le niveau d'importance des attributs et de leurs niveaux par groupe.

Grâce aux résultats de l'étude, il est possible de faire des recommandations aux managers, qui pourront se focaliser, prioritairement sur les prix de leurs produits et dans un second temps, accorder de l'importance à la conception du design de la chaussure. Tout ceci permet aux managers de créer des chaussures répondant aux besoins des clients ciblés.

Table des matières

Remerciements.....	1
Résumé	2
Liste des tableaux	5
Listes des figures.....	7
Listes des graphiques.....	8
I. Introduction.....	9
II. Revue de la littérature	12
2.1. Les caractéristiques clés des chaussures de course à pied	12
2.2. Les profils des coureurs	14
III. Méthodologie de recherche	19
3.1 Méthodologie Rédaction Guide d’entretien Focus Groups	19
3.2 Méthodologie Rédaction Questionnaire Quantitatif	20
3.3 Collecte de données et échantillon.....	22
3.4 Méthodologie : Analyse Typologique	25
3.5 Méthodologie : Analyse Conjointe.....	26
IV. Résultats	29
4.1 Résultats des Focus Groups	29
4.2 Résultats de l’Analyse Conjointe Générale	32
4.3 Résultats de l’Analyse Typologique (Cluster)	38
4.4 Résultats de l’Analyse Conjointe par cluster.....	43
4.4.1 Résultats de l’Analyse Conjointe Segment 1 « Coureurs pressés ».....	44
4.4.2 Résultats de l’Analyse Conjointe Segment 2 « Coureurs sans motivation distincte »	47

4.4.3	Résultats de l'Analyse Conjointe Segment 3 « Coureurs priorisant leur santé »	50
4.4.4	Résultats de l'Analyse Conjointe Segment 4 « Coureurs influencés par la société »	53
V.	Discussion	56
VI.	Conclusion.....	63
	Références	65
	Annexes	72
	Annexe 1 : Guide des Focus Groups.....	72
	Annexe 2 : Focus Groups 1 - Retranscription.....	75
	Annexe 3 : Focus Groups 2 - Retranscription.....	120
	Annexe 4 : Interview - Retranscription	140
	Annexe 5 : Questionnaire sur les motivations et attributs des chaussures	143

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Les 24 combinaisons présentées	21
Tableau 2 : 12 combinaisons présentées dans le questionnaire	21
Tableau 3 : Combinaisons codées de manière synthétique.....	27
Tableau 4 : Combinaisons présentées codées avec les préférences moyennes par combinaison	32
Tableau 5 : Récapitulatif des modèles pour l'échantillon	33
Tableau 6 : ANOVA pour l'échantillon	33
Tableau 7 : Coefficients pour l'échantillon	34
Tableau 8 : Utilité pour chaque niveau	36
Tableau 9 : Importance relative des attributs.....	37
Tableau 10 : Récapitulatif de l'utilité de chaque combinaison d'attributs et des parts de marché acquises	37
Tableau 11 : Nombre d'individus par segment	40
Tableau 12 : Centre des clusters finaux pour l'échantillon	40
Tableau 13 : ANOVA de l'échantillon	42
Tableau 14 : Combinaisons présentées codées avec les préférences moyennes par combinaison par segment.....	44
Tableau 15 : Récapitulatif des modèles du segment 1	44
Tableau 16 : ANOVA segment 1	44
Tableau 17 : Coefficients segment 1	45
Tableau 18 : Utilité par niveau segment 1	45
Tableau 19 : Importance relative des attributs segment 1	46
Tableau 20 : Récapitulatif de l'utilité de chaque combinaison d'attributs et des parts de marché acquises segment 1.....	46

Tableau 21 : Récapitulatif des modèles segment 2	47
Tableau 22 : ANOVA segment 2	47
Tableau 23 : Coefficients segment 2	48
Tableau 24 : Utilité par niveau segment 2	48
Tableau 25 : Importance relative des attributs segment 2	49
Tableau 26 : Récapitulatif de l'utilité de chaque combinaison d'attributs et des parts de marché acquises segment 2	49
Tableau 27 : Récapitulatif des modèles segment 3	50
Tableau 28 : ANOVA segment 3	50
Tableau 29 : Coefficients segment 3	51
Tableau 30 : Utilité par niveau segment 3	51
Tableau 31: Importance relative des attributs segment 3	52
Tableau 32 : Récapitulatif de l'utilité de chaque combinaison d'attributs et des parts de marché acquises segment 3	52
Tableau 33 : Récapitulatif des modèles segment 4	53
Tableau 34 : ANOVA segment 4	53
Tableau 35 : Coefficients segment 4	53
Tableau 36 : Utilité par niveau segment 4	54
Tableau 37 : Importance relative des attributs segment 4	55
Tableau 38 : Récapitulatif de l'utilité de chaque combinaison d'attributs et des parts de marché acquises segment 4	55

LISTES DES FIGURES

Figure 1: Évolution du nombre de pratiquants de running/trail en France (en millions et en %)	9
Figure 3 : Illustration Segments et Motivations	30
Figure 4 : Système d'équations attribut design	34
Figure 5 : Système d'équations attribut confort	35
Figure 6 : Système d'équations attribut performance	35
Figure 7 : Système d'équation attribut prix	35
Figure 8 : Dendrogramme de l'analyse hiérarchique	39
Figure 9 : Système d'équations par attribut segment 1	45
Figure 10 : Systèmes d'équations des attributs segment 2	48
Figure 11 : Systèmes d'équations par attribut segment 3	51
Figure 12 : Systèmes d'équations par attributs segment 4	54

LISTES DES GRAPHIQUES

Graphique 1 : Répartition des années de naissance.....	22
Graphique 2 : Situation professionnelle de l'échantillon.....	23
Graphique 3 : Lieu de résidence de l'échantillon.....	23
Graphique 4 : Répartition du nombre d'entraînement de course à pied de l'échantillon.....	24
Graphique 5 : Répartition du nombre de paires de chaussures par coureur de l'échantillon	24
Graphique 6 : Régression linéaire entre le nombre d'entraînements et le nombre de paires de chaussures	25

I. INTRODUCTION

Le thème de ce travail de Bachelor porte sur la course à pied, plus précisément sur les chaussures de course à pied. La course à pied est une activité qui aujourd'hui devient une mode. Par le passé, c'était un sport pratiqué depuis de nombreuses années par une partie de la population, et récemment on constate une recrudescence marquée de nombreux nouveaux adeptes (Sorbonne Université, 2024). On peut l'observer sur le graphique ci-dessous avec un pic pendant le Covid et depuis, une certaine stabilité s'est établie (Figure 1). Aujourd'hui en France, il y a plus de 12 millions de coureurs (25 % de la population) (Union des entreprises sport & cycles 2025 ; Petit, 2025) et en Suisse, c'est environ 27% de la population qui court (Bürgi et al. 2021).

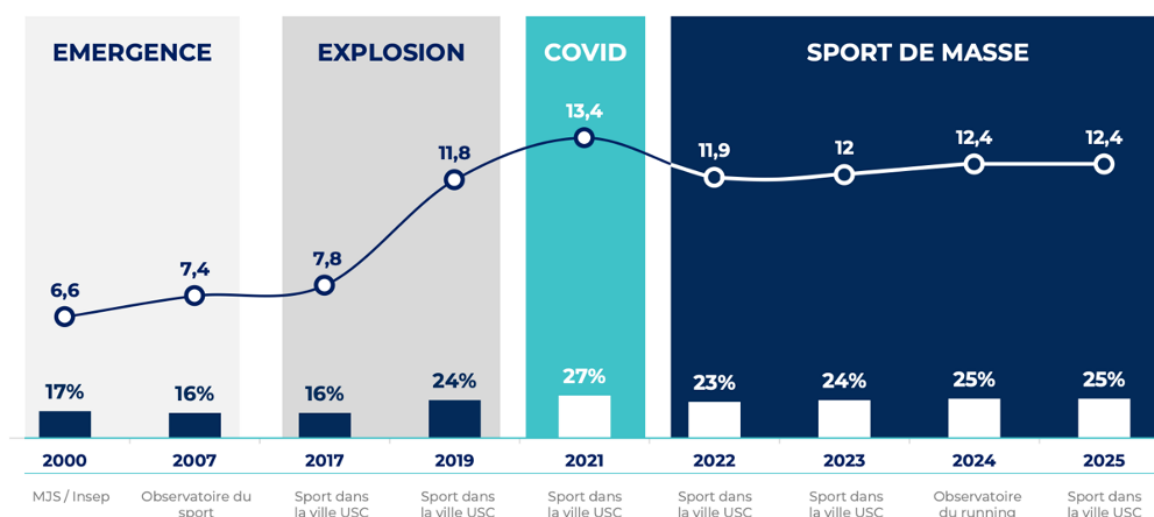


Figure 1: Évolution du nombre de pratiquants de running/trail en France (en millions et en %)

Source : Union des entreprises sport & cycles (2025)

Aujourd'hui, de plus en plus de coureurs prennent les lignes de départ des courses (Le Borgne, 2025). Il y a un tel engouement qu'en Suisse, des courses commencent, à limiter le nombre de places pour assurer les bonnes conditions des événements (20 KM de Lausanne, 2025) et en France, c'est le cas depuis quelques années déjà.

Cet enthousiasme pour la course à pied développe le marché et accroît la concurrence entre les fabricants de baskets de sport. Cela montre le potentiel de vente que les marques peuvent réaliser grâce aux nouveaux clients, mais aussi aux anciens. En France, ce n'est pas moins de

9 millions de paires de chaussures qui ont été vendues en 2024 (Union des entreprises sport & cycles, 2025). De plus, aujourd'hui, les consommateurs de chaussures de running ont accès à une grande diversité de marques de sport, Adidas, Asics, Nike, On, Puma, etc. Il est donc essentiel pour celles-ci de se différencier, par le biais de caractéristiques différentes (semelle, matériau, design, couleur, prix, etc.), et de cerner au mieux ce que les consommateurs désirent, afin de leur proposer des produits qui leur correspondent. Tous les adeptes de course à pied ne sont pas identiques, ils choisissent leurs chaussures de running, selon des caractéristiques basées sur leurs préférences et centres d'intérêts variés. Les marques peuvent donc créer des modèles à caractéristiques différentes dans le but d'attirer un plus grand nombre de clients ou alors décider de se focaliser sur certaines caractéristiques et ne vendre qu'à des adeptes de celles-ci.

Ce travail vise à comprendre quels sont ces attributs qui incitent le consommateur à l'achat et à évaluer leur importance pour le client. La question de recherche à laquelle ce travail de Bachelor essaiera de répondre, est la suivante :

Quelles sont les caractéristiques clés des chaussures de course à pied motivant la décision d'achat des coureurs, selon des segments identifiés sur la base de leur motivation à faire de la course à pied ?

La première étape de ce travail a consisté en une revue de la littérature existante concernant les motivations pour la course à pied et les attributs essentiels des coureurs. Afin de compléter la littérature académique, deux Focus Groups ont permis d'identifier plus précisément les motivations et attributs utilisés dans les analyses cluster et conjointes.

Dans un deuxième temps, l'analyse de cluster a déterminé des segments de coureurs fondés sur leurs motivations à courir. Puis, l'analyse conjointe a évalué l'importance accordée par chaque segment aux différentes combinaisons de caractéristiques du questionnaire, afin de comprendre quels sont les attributs les plus importants pour les consommateurs.

L'objectif final de ce travail est d'apporter aux managers des combinaisons d'attributs par segment leur permettant de maximiser leurs ventes, en décidant de prioriser certains types de clientèle. Cela vient du fait qu'il est trop coûteux de faire du marketing pour chaque produit mis en vente. Ainsi, selon l'image de marque que veut renvoyer l'entreprise, ou le

positionnement qu'elle veut avoir, elle ciblera les segments sur lesquels elle va se concentrer, afin d'optimiser ses dépenses de marketing.

II. REVUE DE LA LITTÉRATURE

Dans cette partie, on va s'intéresser à la littérature académique concernant les caractéristiques d'une chaussure de course à pied et les motivations des coureurs. Cela permet de connaître l'état actuel des études produites sur le sujet et par conséquent d'en déduire les informations manquantes qui feront l'objet d'une recherche lors des Focus Groups.

2.1. Les caractéristiques clés des chaussures de course à pied

Les attributs des chaussures de running peuvent influencer le choix de chaussures du consommateur. Il existe plusieurs points sur lesquels le client peut avoir un avis et qui l'incite à acheter une paire, ou non.

Certaines études ont cherché à comprendre les choix que le consommateur faisait lorsqu'il achetait une nouvelle chaussure de running. C'est ce qu'ont fait plusieurs chercheurs (Fife et al., 2023 et 2024) à deux reprises et qui a été repris et expliqué par Forestier (2025). Pour faire ces analyses, ils ont pris trois catégories d'attributs, facteurs subjectifs (confort et fit), facteurs techniques (stabilité et amorti) et finalement, des aspects liés au marketing comme le prix, le style et l'influence des marques. D'après les analyses qui ont été menées, les caractéristiques citées ci-dessus sont les plus importantes. Un autre point que mentionne l'étude est l'importance des vendeurs et des personnes qui conseillent (Fife et al., 2024). L'étude montre que les facteurs subjectifs sont importants dans la décision des clients et sont parfois associés à des fonctions qui n'ont pas été prouvées, comme par exemple, qu'un bon confort permettrait de diminuer le risque de blessure (Forestier, 2025).

Un des premiers points que l'on retrouve dans la littérature, concerne les aspects techniques de la chaussure (Perrier, 2012 ; Tedeschi, 2023). Ce sont des revues médicales qui analysent les semelles des chaussures et le besoin du pied en termes de semelle, pour minimiser les risques de blessures (Scohier & Voogd, 2020). La semelle est un élément principal dans la tenue du pied et du maintien, elle permet d'adopter la bonne démarche en marchant ou en courant. Toutefois peu d'études menées apportent des résultats significatifs, il est donc difficile de généraliser et de faire des recommandations précises.

Le poids d'une chaussure est pris en compte dans les caractéristiques techniques et peut affecter la performance du coureur. Les études montrent qu'augmenter de 100 grammes le poids d'une chaussure aura un impact sur l'énergie que le coureur devra mettre pour transporter cette masse supplémentaire et donc cela aura un impact négatif sur sa performance (Rodrigo-Carranza et al., 2020 ; Xu et al., 2025). Une chaussure plus légère est souvent minimaliste et est caractérisée par plus de légèreté, plus de flexibilité. Ces caractéristiques sont souvent aussi associées à une paire confortable et donc préférée par les clients. Cependant, d'autres études tendent à montrer que la chaussure minimaliste, donc légère, est certes plus performante mais augmente le risque d'entraîner des blessures étant donné sa simplicité (Hébert-Losier et al., 2025). Du fait de ces contradictions entre les études, on constate que le poids est souvent cité comme observé lors du choix de l'achat d'une chaussure, mais il n'est pas décisif et moins cité que d'autres critères comme le confort (Fife et al., 2024).

Le prix est un attribut autour duquel le client est forcément confronté à un moment lors de son choix. Plusieurs médecins et spécialistes s'alignent pour dire qu'une chaussure pas assez chère ne sera pas forcément très performante (Arrondo, et al., 2018). Elle pourrait entraîner des douleurs dues à un manque d'amorti si le coureur est régulier et dépasse un certain volume d'entraînements (Castan, 2020). Cependant, ils reconnaissent aussi qu'à partir d'un certain montant, « on tombe dans des critères d'esthétique », le confort ressenti n'est pas relié au coût réel de la chaussure (Castan, 2020 ; Clinghan et al., 2008) car ce sont majoritairement des chaussures dotées d'innovations qui ne servent qu'aux coureurs expérimentés, allant à une certaine vitesse et ayant besoin de ces innovations pour être plus performants (Kurtzemann, 2025). Les études révèlent aussi que le prix a un poids non négligeable dans la perception du produit pour le consommateur (Levrini et Jeffman dos Santos, 2021). Il a une tendance à apporter de la valeur au produit et à garantir une certaine qualité, ce qui rend le client plus amène à acheter ce produit plutôt qu'un autre (Furrer, 2024 ; Arrondo, et al., 2018).

La marque est devenue un attribut incontournable lorsque l'on entre dans un magasin pour choisir une nouvelle paire et aujourd'hui, une partie des consommateurs de chaussures reconnaît prendre toujours la même (Ramsey et al., 2022). La marque apporte surtout une image à laquelle le client veut s'identifier et elle lui assure une certaine confiance sur la qualité

du produit (Yusoff, M., & Pa, W. 2024). Il n'en reste pas moins que les études montrent que les marques préférées des coureurs sont Asics et Adidas (Burillo, P., et Pérez González, B. (2016). Cependant, d'autres études montrent que la marque ne constitue pas un critère essentiel sur lequel se base le consommateur pour faire son choix (F. 2025). Le modèle de la chaussure influence davantage le consommateur, cela peut même entraîner de la frustration lorsque le modèle de chaussures auquel il est habitué change et qu'il n'a pas fait de stock (Ramsey et al., 2022).

Le coloris de la chaussure reste secondaire dans le processus de décision d'une nouvelle paire selon les études (Ramsey et al., 2022). D'après des études sur la couleur et des préférences liées à celles-ci, les couleurs préférées sont différentes d'un endroit à un autre en fonction du pays (Shieh, M.-D. et Yeh, Y.-E. 2015 ; Zhang et al., 2025). Cependant, quelques études montrent que les individus ont une préférence pour les couleurs vives et le multicolore plutôt que pour une seule couleur sur leur chaussure (Shieh, M.-D. et Yeh, Y.-E. 2015).

Le confort est souvent parmi les caractéristiques les plus importantes lors du choix d'une nouvelle paire. Cependant, il reste très subjectif (Fife et al., 2024) et multifactoriel ; il comprend le maintien, l'amorti et la stabilité ressentie (Bishop et al., 2020). Les coureurs ne peuvent pas percevoir tous les impacts que peuvent apporter les innovations de la chaussure (Malisoux et al., 2025), seul l'amorti peut vraiment être perçu par le client. Il est souvent associé à une réduction des risques pour la santé. Le contexte d'usage de la chaussure impactera aussi l'impression de confort ; une séance de footing ne nécessite pas de chaussures qui renvoient l'énergie, comparée à une séance de vitesse (Agresta et al., 2020 ; Kurtzemann, 2025). Il y a donc une forte persuasion venant du marketing comme le prix, la marque, etc. Cela pousse le client à trouver la paire plus ou moins confortable, selon s'il est réceptif au message transmis par les marques et aux autres facteurs pouvant l'influencer. Une paire qu'il trouvera confortable augmentera la probabilité d'achat du client (Salzano et al., 2022).

2.2. Les profils des coureurs

Les études décrivent des segments selon différentes raisons car lorsque l'on parle de profils de coureurs, plusieurs manières viennent en tête sur la façon dont on pourrait segmenter cette population. On peut le faire en regardant des aspects sociodémographiques comme l'âge, le genre, etc. Il y aurait aussi comme option de segmenter sur le motif de leur motivation

à faire de la course à pied, ou encore sur leur performance et volume d'entraînement. On pourrait aussi grouper selon leur expérience, ou bien sur le type de course pratiqué, par exemple, petite distance (100 mètres à 800 mètres), moyenne distance (1000 mètres à 5000 mètres), longue distance (10km à marathon) et l'ultra (plus de 50km). De manière générale, les études catégorisent plusieurs aspects comme ceux mentionnés ci-dessus, et pour expliquer les différents segments, elles utilisent d'autres facteurs avec lesquels on pourrait répartir la population pour avoir les groupes. C'est pourquoi dans les explications des études déjà menées, les résultats peuvent se recouper.

En matière de segmentation selon les caractéristiques sociodémographiques, les études montrent que quelle que soit le type de pratique, c'est-à-dire course sur route, trail, ultra, il s'agit majoritairement d'hommes entre 20 et 45 ans, ayant un niveau universitaire (Latorre Román et al., 2024). Cependant, il existe quelques différences entre les types de course. Lorsque l'on passe sur des courses comme le trail, l'écart augmente davantage entre le nombre d'hommes et de femmes. Les participants sont aussi un peu plus jeunes. Et lorsque cela devient des ultra-trails alors il y a une nette différence de participation entre les hommes et les femmes, que l'on ne voit presque pas sur les sentiers d'ultra-trails (Hoffman, M. D., et Fogard, K. 2012). On constate donc que le profil sociodémographique reste homogène malgré quelques différences en fonction du type de course.

Les segments créés sur la base de la motivation peuvent prendre plusieurs formes. Dans un premier temps, certaines études montrent que l'on peut segmenter en regardant la motivation autonome (Skejø et al., 2024). L'étude identifie quatre segments qui dépendent de l'autonomie des répondants à aller s'entraîner. Le premier segment se sent facilement motivé et fait ses entraînements pour le plaisir. Le deuxième segment est moins enthousiaste, mais reste très discipliné et pratique régulièrement. Le troisième groupe doit être motivé par des pressions externes et internes qui lui font éprouver un sentiment de culpabilité, et il a donc quand même une motivation assez forte. Et enfin, le dernier segment n'est pas trop motivé de manière générale. L'étude montre que le volume d'entraînement et les kilomètres parcourus vont dépendre de la motivation autonome des participants. D'autres études montrent que l'on peut segmenter sur les motifs de participation (Parra-Camacho et al., 2019). Ces études identifient quatre motifs essentiels « psychologique et physique », « sociaux et événements », « occupation et reconnaissance » et pour finir « compétitifs et matériels ». Ces

caractéristiques permettent de créer trois groupes. Le premier est centré sur le bien-être personnel, la forme et le plaisir. Il n'attache que peu d'importance à la reconnaissance que peut lui procurer la compétition, il fait de la course à pied pour lui. Pour le deuxième groupe, tout est important ! À la fois la santé, comme la performance, le social, le plaisir, etc. Et enfin, le troisième segment attache beaucoup d'importance aux attributs sociaux, comme l'ambiance et le groupe, et aux raisons personnelles. Finalement en mettant bout à bout les différentes études sur le sujet, on peut voir que les profils dominants sont créés sur la base de la santé et du bien-être, de la performance réalisée (Thuany et al., 2021), d'un caractère social et de celui qui court par pur plaisir (Parra-Camacho et al., 2019). Le fait que ce soit un sport relativement peu coûteux (Westerbeek et al., 2025), et facile à mettre en place comparé à d'autres, est un avantage. Le coût n'est pas perçu comme une motivation mais plutôt comme une barrière à l'entrée de sports pour les individus ayant un revenu faible et donc ils ont une tendance à se tourner vers ceux les moins chers (Steenhuis et al., 2009). Dans ce contexte-ci, la course à pied présente un avantage sur les sports plus onéreux.

Une autre façon de segmenter se fait selon le type de course pour lequel le coureur s'entraîne. En termes de distance, les études révèlent que la segmentation se fait certes sur la distance, 10 kilomètres, semi-marathon, marathon et ultra, mais aussi par le fait que la distance impose plus ou moins de séances et de volume d'entraînements (Thuany et al., 2024). De manière générale, il y a moins besoin de s'entraîner et moins longtemps pour faire un 10 kilomètres que pour faire un marathon ou un ultra. Les études montrent que faire de la longue distance, comme un marathon (42,195km) ou un ultra, est surtout un objectif de défi personnel et d'estime de soi (Partyka, A. et Waśkiewicz, Z. 2024). Plus la distance est longue et donc le volume d'entraînement conséquent, plus le coureur est motivé et déterminé. Cela s'ajoute au fait que plus la distance est importante, plus la santé devient importante pour atteindre l'objectif. Cela l'incite à chercher des niveaux de performance et surtout de persévérance, élevés. Le semi-marathon est évalué comme étant la distance intermédiaire apportant un compromis entre des volumes modérés et une santé optimale (Thuany et al., 2021). Les études montrent qu'il n'y a pas de différences significatives pour faire une segmentation entre la course sur route et le trail. La principale différence relevée entre ces deux domaines est la vitesse moyenne durant la course, ce qui paraît évident dû au dénivelé lors des courses de trail.

Plusieurs travaux décrivent des profils de coureurs en se basant sur leurs années d'expérience et leur volume d'entraînements. Quatre segments peuvent être identifiés sur cette base (Besomi et al., 2018) ; les débutants sont des individus qui pratiquent ce sport depuis moins d'un an. Ce sont majoritairement des jeunes et des femmes et leur volume d'entraînements est d'environ 18km par semaine. Le deuxième groupe se compose de coureurs faisant du running depuis 1 à 3 ans, ils ont un volume modéré mais qui reste proche de celui des débutants. La troisième catégorie concerne les « moyens » et comprend ceux qui courent depuis 3 à 7 ans. Ces individus ont une tendance à augmenter leur volume d'entraînements selon un objectif défini et un plan établi. Finalement, le dernier segment concerne ceux qui courent depuis plus de 7 ans et qui ont un volume d'entraînements d'une quarantaine de kilomètres par semaine minimum. Cette catégorie est essentiellement composée de personnes plus âgées et d'hommes. Plus le coureur est expérimenté, plus il est équipé au niveau technologique pour suivre son évolution et améliorer sa performance. Les études constatent que les blessures et la santé sont impactées si le coureur avec peu d'expérience augmente trop vite le volume d'activité ou s'il part trop rapidement sur des sorties trop longues (Abrahamson et al., 2025). Cependant, en matière de blessure, la qualité de l'entraînement prime sur le nombre d'années d'expérience de ce sport, il est donc essentiel de les considérer ensemble pour identifier des catégories de coureurs.

Certaines études distinguent les coureurs selon leur niveau compétitif à partir de leur performance lors d'une course. Trois catégories ressortent de ces analyses, les « professionnels », les « amateurs » et les « récréatifs ». Le point qui les départage est essentiellement leur vitesse de course. En effet les répartir en fonction de leur volume d'entraînements n'est pas pertinent car certains coureurs s'entraînent beaucoup, parfois tout simplement pour le plaisir, et ne performant pas pour autant le jour de la course (Thuany et al., 2021). Un coureur amateur est un coureur qui est engagé dans son sport et cherche dans une certaine mesure la performance. Il a un volume conséquent de séances afin de se préparer au mieux, sans pour autant être un professionnel. Un coureur récréatif est surtout motivé par le plaisir et par sa santé. Le professionnel est un individu qui court vite, qui a des objectifs clairement définis et qui a un gros volume d'entraînements (Haugen et al., 2022). Un sportif d'élite a souvent plus naturellement la motivation d'aller s'entraîner. Lors d'une course, il est

aussi plus régulier dans sa gestion de la course comparé aux coureurs récréatifs (Clermont et al., 2019).

III. MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE

3.1 Méthodologie Rédaction Guide d'entretien Focus Groups

Le but des Focus Groups est de compléter et actualiser les informations de la littérature académique, au travers de discussions de groupe autour du sujet étudié.

Le guide d'entretien est essentiel et a pour but de maintenir un fil rouge dans la discussion lors des Focus Groups, afin d'éviter que les répondants ne se perdent dans des sujets qui n'intéressent pas directement l'étude. Ce guide a été séparé en deux parties (Annexe 1), afin d'avoir une partie sur les motivations des coureurs pour faire de la course à pied et une partie sur les attributs des chaussures de running. Ces deux parties correspondent aux deux analyses réalisées au cours de ce travail, l'analyse typologique et l'analyse conjointe.

Dans chaque partie, il y a des sous-thèmes qui regroupent un certain nombre de questions portant sur une thématique précise. Chaque sous-catégorie de questions est faite pour apporter des réponses détaillées des participants dans le but d'effectuer une analyse claire des réponses données.

Chaque question est posée de manière à ce que les participants développent leur réponse tout en argumentant leur point de vue par rapport à celui des autres. L'objectif est de créer une discussion, afin d'obtenir un maximum d'éléments pertinents.

La première partie du guide sur la motivation des coureurs est composée de trois sections. La première est très générale, afin d'engager le Focus Groups facilement et de mettre les répondants à l'aise pour pouvoir développer les questions suivantes. La deuxième section est très centrée sur les questions de motivation et c'est celle qui approfondit le plus les différentes motivations existantes. C'est principalement à partir de cette section que seront déterminées les motivations les plus courantes permettant de segmenter. Et la troisième section permet d'approfondir les motivations concernant la performance, surtout si elle est importante dans le groupe de répondants.

La deuxième partie du guide concernant les attributs des chaussures de running est composée de quatre sections, dont trois essentielles pour déterminer les caractéristiques et niveaux qui seront utilisés dans le questionnaire quantitatif, puis dans l'analyse conjointe. La première

section est centrée sur le besoin de changer de chaussures, les raisons qui poussent changement. La deuxième concerne la fidélité à certaines marques, ainsi que le choix d'une nouvelle paire. La troisième est la plus essentielle, car on se concentre sur les caractéristiques de la chaussure et donc les attributs les plus importants dans le processus de décision d'achat d'une nouvelle paire. Puis, sur les attributs mentionnés les plus importants, les répondants doivent déterminer des niveaux, qui permettront de créer des combinaisons différentes de chaussures, évaluées lors du questionnaire quantitatif. La dernière section concerne des questions d'arbitrage, afin de voir quels attributs ont plus de poids vis-à-vis des autres. C'est questions ne seront posées quand cas de besoins, si l'arbitrage n'est pas fait spontanément.

3.2 Méthodologie Rédaction Questionnaire Quantitatif

Le questionnaire quantitatif est composé de quatre parties (Annexe 5) permettant de récolter les données nécessaires aux analyses effectuées dans ce travail.

Dans la première partie, les questions d'introduction montrent aux répondants le sujet général du questionnaire. Elles ont des réponses assez variables qui donnent plus d'informations sur le type de coureurs qu'est le répondant. Ces données permettent de, décrire le segment autrement que juste par la motivation et, observer si la motivation est plus ou moins en lien avec les réponses à ces questions.

La deuxième partie concerne la motivation et permettra de faire l'analyse typologique, c'est-à-dire de segmenter la population en différentes catégories de coureurs selon les raisons personnelles qui les poussent à courir. Ces affirmations mesurent, pour chacune des motivations, l'importance qu'elle a auprès du répondant. Ils doivent l'évaluer sur une échelle de Likert entre 1 et 7, où 1 correspond au fait qu'ils ne sont pas du tout d'accord avec cette affirmation, ça ne leur correspond pas du tout comme motivation et 7, c'est qu'ils sont complètement d'accord avec cette affirmation et donc ils courent pour cette raison. Il y a un nombre impair de réponses, afin que le répondant soit libre de ne pas avoir d'avis sur l'affirmation et qu'il puisse avoir le choix d'une réponse neutre.

La troisième partie porte sur les attributs et leurs niveaux. Le questionnaire va leur présenter aléatoirement une série de douze images qui correspondent à 12 combinaisons de chaussures de course à pied. Chacune des images est différente et représente une combinaison, où

chaque attribut est représenté une fois avec un de ces niveaux. Il y a vingt-quatre combinaisons possibles lorsque l'on combine les trois attributs à deux niveaux avec le quatrième attribut à trois niveaux (Tableau 1). Pour effectuer l'analyse conjointe, seules douze combinaisons, où chaque niveau est représenté de manière équitable (Tableau 2), sont nécessaires. Cela permettra d'éviter des problèmes lorsque l'on calculera, l'utilité des combinaisons non présentées. C'est ce que l'on appelle un plan fractionnel (Furrer, 2025). L'objectif étant d'éviter de lasser le répondant en lui montrant trop de combinaisons (Tableau 1) et ainsi éviter les réponses hasardeuses. Les répondants devront mesurer leur intention d'achat de la paire montrée sur une échelle de Likert allant de 1 à 7, où 1 correspond au fait qu'ils n'achèteront pas du tout cette paire et 7, qu'ils achèteront définitivement ces chaussures. Il y a un nombre impair de réponses, afin que le répondant soit libre de ne pas avoir d'avis sur la question et qu'il puisse avoir le choix d'une réponse neutre.

Attributs Niveaux	Design		Confort		Performance		Prix		
	Sobre	Flashy	Moyen/Neutre	Maximum	Polyvalente	Optimiser performance	80	150	250
1	1	0	1	0	1	0	1	0	0
2	1	0	1	0	1	0	0	1	0
3	1	0	1	0	1	0	0	0	1
4	1	0	1	0	0	1	1	0	0
5	1	0	1	0	0	1	0	1	0
6	1	0	1	0	0	1	0	0	1
7	1	0	0	1	1	0	1	0	0
8	1	0	0	1	1	0	0	1	0
9	1	0	0	1	1	0	0	0	1
10	1	0	0	1	0	1	1	0	0
11	1	0	0	1	0	1	0	1	0
12	1	0	0	1	0	1	0	0	1
13	0	1	1	0	1	0	1	0	0
14	0	1	1	0	1	0	0	1	0
15	0	1	1	0	1	0	0	0	1
16	0	1	1	0	0	1	1	0	0
17	0	1	1	0	0	1	0	1	0
18	0	1	1	0	0	1	0	0	1
19	0	1	0	1	1	0	1	0	0
20	0	1	0	1	1	0	0	1	0
21	0	1	0	1	1	0	0	0	1
22	0	1	0	1	0	1	1	0	0
23	0	1	0	1	0	1	0	1	0
24	0	1	0	1	0	1	0	0	1

Tableau 1 : Les 24 combinaisons présentées

Combinaisons utilisées pour le questionnaire									
nb de répétition des niveaux	Sobre	Flashy	Moyen/Neutre	Maximum	Polyvalente	Optimiser performance	80	150	250
	1	0	1	0	1	0	1	0	0
	1	0	0	1	1	0	0	1	0
	1	0	0	1	0	1	0	0	1
	0	1	1	0	1	0	0	0	1
	0	1	0	1	0	1	0	1	0
	0	1	0	1	1	0	1	0	0
	0	1	0	1	0	1	1	0	0
	0	1	1	0	0	1	0	1	0
	1	0	1	0	0	1	0	0	1
	1	0	1	0	1	0	0	0	1
	1	0	0	1	0	1	1	0	0
	0	1	1	0	1	0	0	1	0
Total	6	6	6	6	6	6	4	4	4

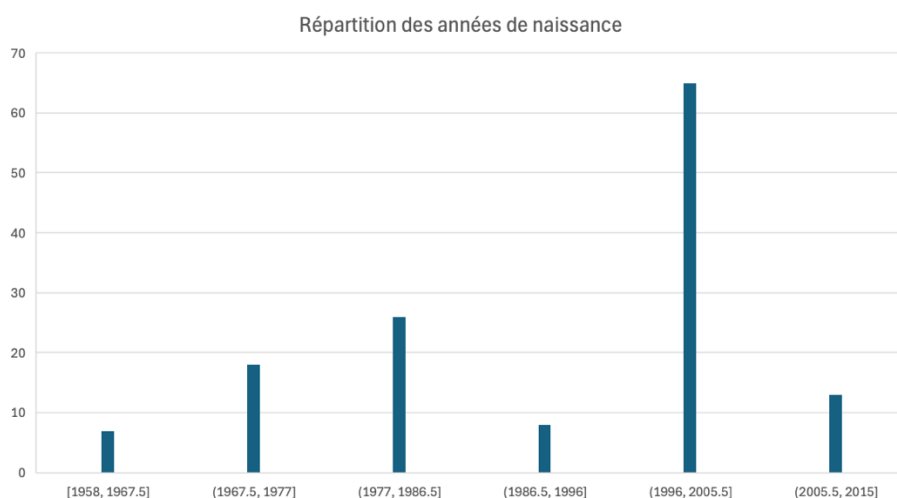
Tableau 2 : 12 combinaisons présentées dans le questionnaire

Et enfin, la quatrième partie porte sur les questions sociodémographiques qui servent à récolter les données sur les répondants, tel que le genre, l'âge, l'origine. Cela permet d'identifier le profil des individus et d'affiner les interprétations des données. Ces informations compléteront la description des profils pour la segmentation.

3.3 Collecte de données et échantillon

L'analyse a été réalisée à partir des résultats du questionnaire, auquel 137 participants ont répondu complètement. Le questionnaire a été transmis par voie électronique via les réseaux sociaux comme Instagram pour des clubs de running et via WhatsApp, et la transmission s'est faite aussi avec le « bouche-à-oreille. » Cette manière de procéder permet d'obtenir des profils différents de répondants en termes d'âge, de situation professionnelle, etc. Ainsi l'échantillon est composé d'individus hétérogènes, ayant tous en commun, comme sport, la course à pied. Cette méthode a permis de récolter un nombre suffisant de données dans un court intervalle de temps. Le transmettre par voie électronique permet aussi d'avoir des répondants plus impliqués dans leurs réponses car ils peuvent y répondre au moment le plus opportun pour eux.

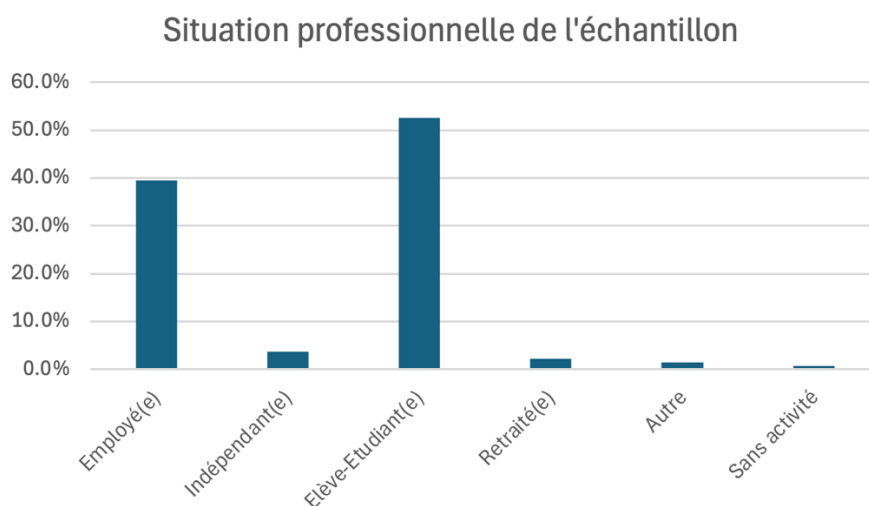
Voici quelques informations descriptives de l'échantillon permettant de donner une vision de la composition de celui-ci. Sur les 137 répondants, il est composé de 55,5% d'hommes et de 45,5% de femmes. Le plus jeune répondant a 15 ans et le plus âgé en a 68. La moyenne d'âge de l'échantillon est de 33 ans ; cela peut être justifié par le fait de transmettre le questionnaire par voie électronique.



Graphique 1 : Répartition des années de naissance

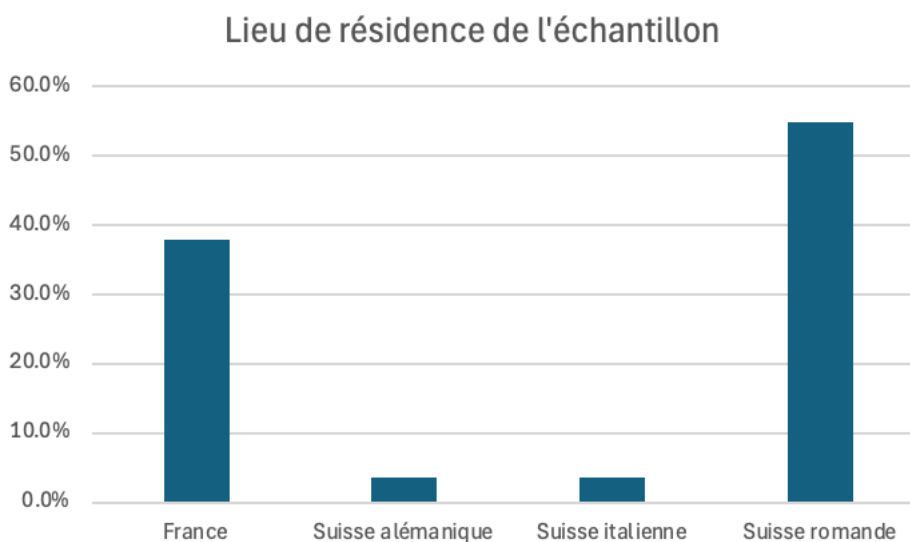
On constate que la majorité des répondants se trouve autour des années 2000. Cela indique que les répondants de cet échantillon sont relativement jeunes.

En ce qui concerne la situation professionnelle des répondants, on observe que la plupart d'entre eux sont, soit des employés (39,4%), soit des élèves-étudiants (52,6%).



Graphique 2 : Situation professionnelle de l'échantillon

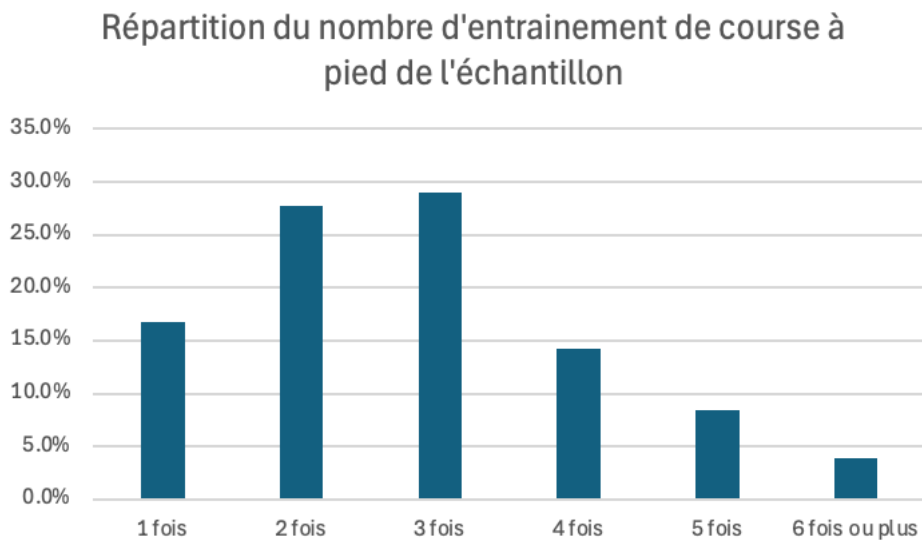
La plupart des répondants vivent en Suisse romande (54,7%) et en France (38,0%). Cela peut être expliqué par le fait que le questionnaire ait été distribué exclusivement en français.



Graphique 3 : Lieu de résidence de l'échantillon

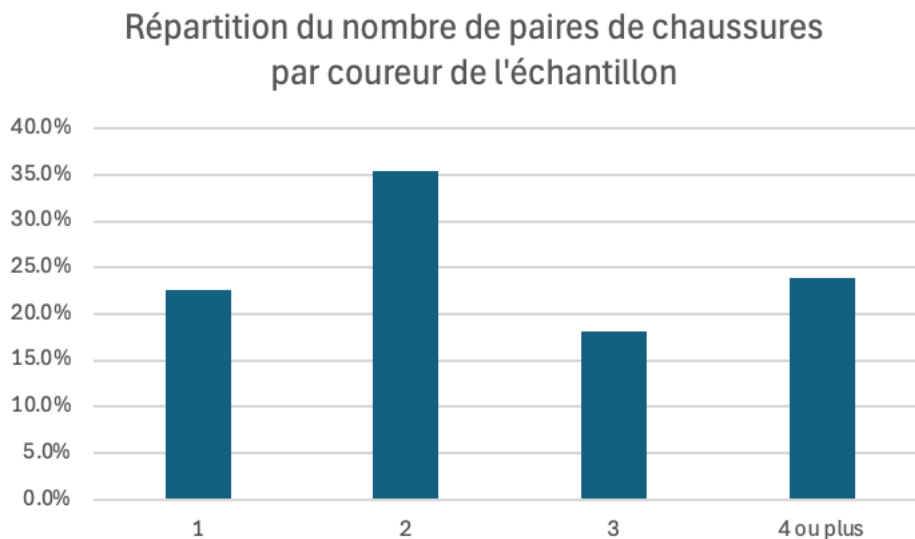
Une importante majorité des répondants courent 2 (27,7%) ou 3 fois (29,0%) par semaine comme indiqué sur le graphique suivant. Pour ceux courant 2 fois par semaine, cela

représente un volume moyen d'environ 16 kilomètres par semaine et pour ceux courant 3 fois par semaine, on arrive à une moyenne de 29 kilomètres par semaine.



Graphique 4 : Répartition du nombre d'entraînement de course à pied de l'échantillon

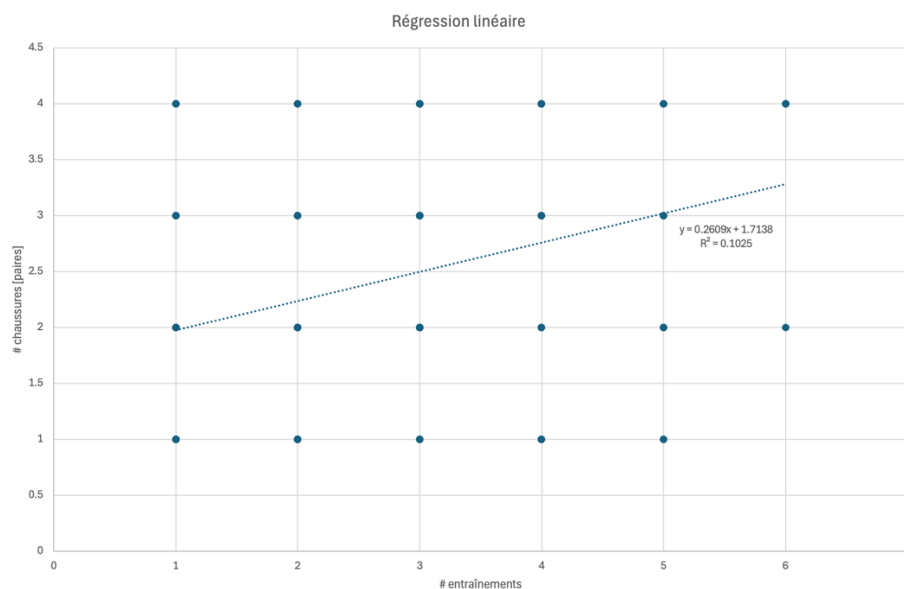
Il est aussi intéressant de regarder le nombre de paires de chaussures que possède chaque répondant. On peut voir sur le graphique qu'une majorité en possède 2 (35,5%) et que la répartition entre les autres choix reste plutôt équitable.



Graphique 5 : Répartition du nombre de paires de chaussures par coureur de l'échantillon

Les données sur le nombre de paires de chaussures par coureur et le nombre d'entraînements dans la semaine montrent un lien assez faible entre les deux. La variable explicative est « nombre d'entraînements » et celle qui est dépendante est « nombre de paires de chaussure ». Le R carré est faible, cela sous-entend que la variable explicative explique peu la

variable dépendante. A l'aide d'un calcul de régression, on obtient une R carré, ainsi qu'une corrélation entre les deux variables. Dans ce cas d'analyse, la corrélation est relativement basse (.3202). On s'attendait à un lien plus élevé, cependant la mesure des variables discrètes n'est pas idéale pour calculer une régression, cela justifie la valeur faible du R carré. Il est utile de préciser que la question dans le questionnaire (Annexe 5) concernant, le nombre de paires de chaussures prêtait à confusion. Cela était dû à une mention du nombre de paires de chaussure de sport et non de course à pied.



Graphique 6 : Régression linéaire entre le nombre d'entraînements et le nombre de paires de chaussures

3.4 Méthodologie : Analyse Typologique

L'analyse typologique est une méthode qui permet d'identifier dans la masse des répondants au questionnaire des groupes d'individus partageant des caractéristiques ou des motivations communes (Furrer, 2025). Dans ce travail, c'est la motivation qui va permettre de créer ces segments. Les répondants ont dû évaluer leur degré d'accord de motivation pour la course à pied (Annexe 5) sur une échelle de Likert allant de 1 à 7 (1 = pas du tout d'accord et 7 = tout à fait d'accord).

Cette analyse typologique se décompose en deux parties. Elle est réalisée avec l'outil statistique « Statistical Package for the Social Sciences », SPSS ; il faut dans un premier temps identifier le nombre de segments optimal pour l'échantillon. Pour ce faire, on effectue une analyse typologique hiérarchique en appliquant la méthode de Ward qui produira un dendrogramme. Ce diagramme définit le nombre idéal de groupes.

Une fois le nombre de segments défini, on réalise une analyse non-hiérarchique (K-means) qui affectera les répondants aux segments adaptés à leurs réponses au questionnaire. Cette analyse permet aussi de vérifier que la taille des différents groupes est à peu près homogène. Si ce n'est pas le cas, il faut changer le nombre de segments pour tester une autre répartition qui rendrait les groupes plus homogènes. Dans l'hypothèse d'une répartition non équitable, il faut alors ne pas tenir compte des quelques individus n'appartenant à aucun groupe et étant trop peu nombreux pour en constituer un eux-mêmes.

3.5 Méthodologie : Analyse Conjointe

L'analyse conjointe est une méthode qui permet de calculer l'utilité des attributs et leurs niveaux. Elle est nécessaire pour déterminer le(s) produit(s) garantissant les meilleures ventes, et donc adapter la production selon l'intérêt porté au produit, en fonction de ces caractéristiques.

Pour ce faire, les répondants ont été questionnés sur leur intention d'achat de différentes combinaisons d'attributs selon une échelle de Likert allant de 1 à 7, où 1 = je n'achèterai pas du tout cette chaussure et 7 = j'achèterai définitivement cette chaussure (Annexe 5).

Il faut dans un premier temps coder les données obtenues grâce au questionnaire, afin d'effectuer l'analyse. Dans ce but, il faut exprimer toutes les combinaisons en 0 et 1. Où 1 signifie que la chaussure possède le niveau et 0 signifie qu'il ne le possède pas (Tableau 2). Afin d'alléger et faciliter la lecture du tableau, on peut n'indiquer qu'un seul des niveaux pour les attributs qui en ont deux et deux niveaux pour ceux qui en ont trois (Tableau 3). C'est possible car on arrive à exprimer le niveau manquant en mettant 0 aux autres niveaux d'une même catégorie.

	Sobre	Moyen/Neutre	Polyvalente	80	150
	X1	X3	X5	X7	X8
1	1	1	1	1	0
2	1	1	1	0	1
3	1	1	1	0	0
4	1	1	0	1	0
5	1	1	0	0	1
6	1	1	0	0	0
7	1	0	1	1	0
8	1	0	1	0	1
9	1	0	1	0	0
10	1	0	0	1	0
11	1	0	0	0	1
12	1	0	0	0	0
13	0	1	1	1	0
14	0	1	1	0	1
15	0	1	1	0	0
16	0	1	0	1	0
17	0	1	0	0	1
18	0	1	0	0	0
19	0	0	1	1	0
20	0	0	1	0	1
21	0	0	1	0	0
22	0	0	0	1	0
23	0	0	0	0	1
24	0	0	0	0	0

Tableau 3 : Combinaisons codées de manière synthétique

Ensuite, il faut calculer la moyenne des préférences pour chaque combinaison présentée. Cela permet de les comparer et d'évaluer lesquelles sont préférées.

Dans un deuxième temps, il faut exporter toutes ces données vers SPSS, afin d'effectuer une analyse de régression linéaire. On a comme variable dépendante la préférence associée à chaque combinaison et comme variables indépendantes les attributs, c'est-à-dire le design, le confort, la performance et le prix.

Les bêtas obtenus sont considérés comme une combinaison des utilités des niveaux qu'ils représentent par attribut (Exemple : Figure 4). À partir de ces bêtas, on retrouve les utilités des attributs qui ne sont pas présentés. Une fois l'utilité associée à chaque niveau obtenue, on détermine l'utilité procurée par combinaison d'attributs. Ensuite, on peut aussi calculer ce que la combinaison apporterait en termes de part de marché et en faire un classement. On verra plus précisément ces calculs dans la partie consacrée aux résultats.

Une autre information qu'il est important de calculer est l'importance relative des attributs. Celle-ci permet de d'affirmer qu'un attribut a plus de poids que d'autres dans la décision d'achat. Elle est calculée à partir des utilités des niveaux des attributs.

L'analyse de régression pour l'analyse conjointe est produite sur SPSS pour établir les statistiques et sur Excel pour le traitement des données produites par SPSS.

IV. RÉSULTATS

4.1 Résultats des Focus Groups

Deux Focus Groups ont été menés (Annexe 2 ; Annexe 3). Dans le premier, les quatre répondants avaient 17, 42, 49 et 52 ans et dans le deuxième, ils avaient 20, 22, 22 et 23 ans. Au total, 3 femmes et 5 hommes, répartis dans les différents groupes, y ont participé. Pour les deux Focus Groups, il y avait des niveaux d'intensité de course à pied différents avec des objectifs différents.

La première partie des Focus Groups était axée sur les motivations existantes chez les différents coureurs et avait pour but de les identifier. Les Focus Groups ont révélé six motivations chez les répondants (Figure 2). On constate qu'elles ont plus ou moins d'importance en fonction du nombre de répondants d'accord avec cette motivation et du nombre de fois qu'elles ont été citées lors des Focus Groups (Annexe 2 ; Annexe 3 ; Figure 2, voir les numéros attribués à chaque motivation qui sont classés dans l'ordre croissant, où 1 correspond à la première place et la plus importante, et 6 à la dernière place).

Dans chaque motivation, on identifie plusieurs raisons propres à chaque répondant qui constituent une seule et même motivation générale. Par exemple, la motivation de s'entretenir physiquement et d'avoir une bonne santé physique peut, pour des femmes, être importante pour maintenir leur ligne (Annexe 2) et contrôler leur poids, tandis que pour des hommes, elle aura plus pour objectif de leur faire gagner du muscle (Annexe 2). Dans l'ensemble, les deux amènent à la même motivation, celle de s'entretenir et d'avoir une bonne santé physique, mais elles n'ont pas le même objectif de départ. Ces différentes sous-motivations dans les catégories qui ont été évoquées lors des Focus Groups sont représentées par les fines flèches (Figure 2).

Ces six motivations, englobant différentes sous-motivations, sont la base pour segmenter les différents répondants lors de l'analyse typologique à l'aide des données collectées lors du questionnaire quantitatif.

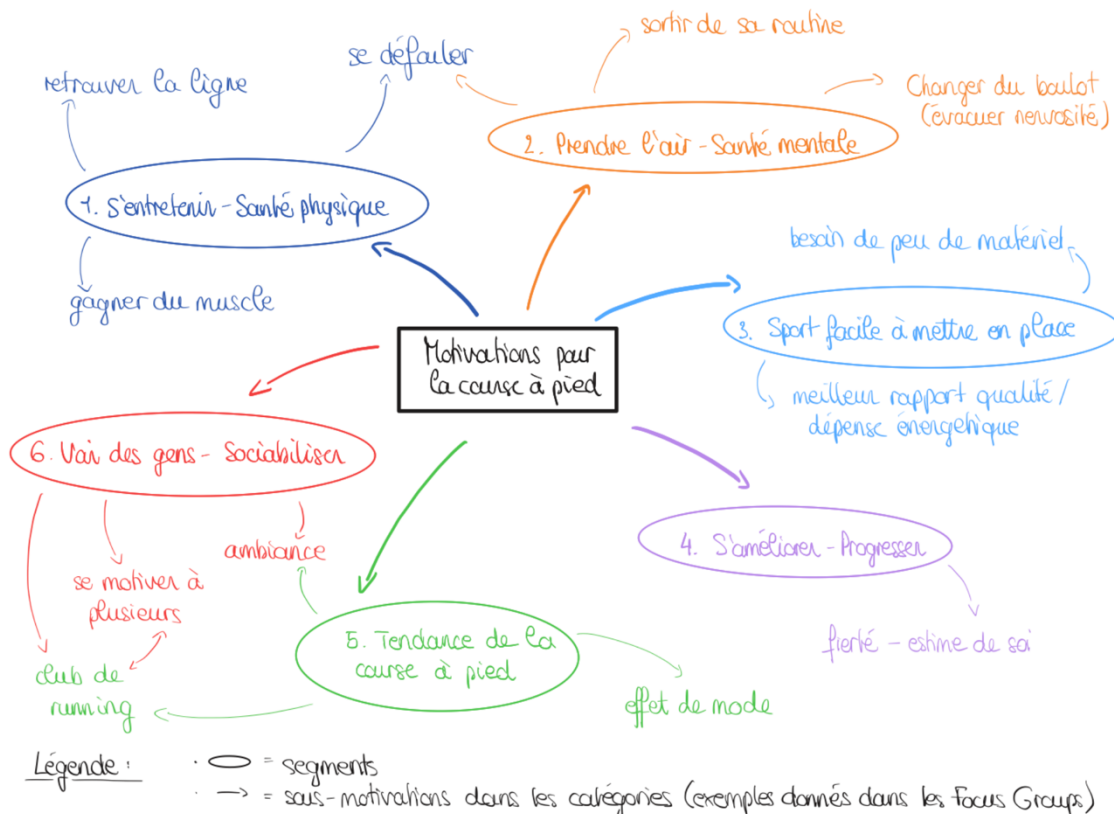


Figure 2 : Illustration Segments et Motivations

La deuxième partie concernait l'identification des attributs et de leurs niveaux. De manière générale, dans les deux Focus Groups, plusieurs attributs ressortaient, comme le confort, la performance et le prix. Cependant, dans le premier Focus Group, un des attributs qui est aussi ressorti est la santé (Annexe 2) ; cela peut se comprendre par le fait que les répondants étaient plus âgés et donc plus susceptibles de se blesser en pratiquant du sport tandis que des jeunes y font peut-être moins attention. Dans le deuxième Focus Group, un des attributs qui est ressorti comme étant important était le design (Annexe 3). Cette caractéristique est aussi ressortie chez le jeune du Focus Group 1 (Annexe 2) ; on peut donc supposer que de manière générale, les jeunes sont sensibles au design des chaussures.

D'après les échanges lors des Focus Groups, les attributs qui ont été retenus pour l'analyse sont donc le confort, la performance, le prix et le design. Le design a été préféré à la santé car dans une certaine mesure ce critère pouvait être mis en lien avec le confort et la caractéristique du design était un point essentiel pour les jeunes. Sachant qu'aujourd'hui, la course à pied attire de plus en plus d'adeptes, les nouveaux pratiquants de ce sport sont

principalement des jeunes, car les plus âgés en faisaient déjà pour une bonne partie (Union des entreprises sport & cycles, 2025).

Concernant les niveaux de nos quatre attributs, il a fallu faire un choix afin de ne pas avoir trop de niveaux qui feraient augmenter le nombre de combinaisons de manière exponentielle. Il est aussi important de garder à l'esprit que les répondants ne s'y connaissent pas forcément très bien dans les particularités que peut avoir une chaussure de running. Cela a pu être constaté dans les Focus Groups ; il est donc essentiel d'avoir des niveaux compréhensibles afin que les participants puissent répondre.

Parmi les quatre caractéristiques retenues, établir les niveaux pour le prix est le plus simple et les deux groupes se rejoignent dans les différentes catégories de prix qu'on trouve sur le marché. Les trois niveaux pour cet attribut sont donc 80 CHF/€, 150 CHF/€ et 250 CHF/€.

Concernant le design, la couleur de la chaussure est ce que les répondants décrivent en premier en regardant une chaussure. Pour cette caractéristique, on a donc deux niveaux, les chaussures sobres et celles flashy. Ce que les répondants entendent par sobre, c'est le fait que la chaussure est passe-partout et qu'elle est discrète au pied. On n'y fait pas trop attention lorsque l'on voit un coureur avec, à l'inverse de la chaussure flashy.

La performance ayant été beaucoup mentionnée dans les Focus Groups, elle est une caractéristique importante pour les coureurs. Cependant, c'est un attribut très technique à identifier pour le coureur, il faut savoir qu'une chaussure considérée comme performante est une chaussure qui pèse moins de 190 grammes et qui a une épaisseur de mousse à tout juste 40 mm (Annexe 4). C'est pourquoi pour simplifier cet attribut, les deux niveaux choisis sont le fait d'avoir une chaussure polyvalente et une chaussure optimisée pour la performance.

Le dernier attribut est celui qui est le plus mentionné, le confort est essentiel et prime sur les autres attributs car sans lui, il est très désagréable de courir. Il est évident que personne ne court avec des chaussures inconfortables. Les deux niveaux retenus sont donc un confort moyen et un confort maximum, car il est possible de courir avec une chaussure moyennement confortable, si elle apporte d'autres satisfactions comme une performance élevée ou encore un prix bas.

4.2 Résultats de l'Analyse Conjointe Générale

Avant de procéder à l'analyse conjointe, il a fallu coder les données pour les douze combinaisons présentées aux répondants dans le questionnaire et calculer les préférences moyennes par combinaison (Tableau 4). La préférence est calculée en faisant une moyenne des réponses obtenues pour une combinaison avec des nombres allant de 1 à 7, l'échelle de Likert utilisée dans ce questionnaire.

	 Sobre	 Moyen	 Polyvalent	 Prix1	 Prix2	 Préférence
1	1	1	1	1	0	1,949
2	1	0	1	0	1	4,051
3	1	0	0	0	0	4,153
4	0	1	1	0	0	4,562
5	0	0	0	0	1	2,854
6	0	0	1	1	0	3,080
7	0	0	0	1	0	3,168
8	0	1	0	0	1	3,737
9	1	1	0	0	0	3,036
10	1	1	1	0	0	2,226
11	1	0	0	1	0	2,088
12	0	1	1	0	1	4,482

Tableau 4 : Combinaisons présentées codées avec les préférences moyennes par combinaison

Pour faire une analyse conjointe, on doit dans un premier temps faire une analyse de régression qui permet d'estimer les coefficients bêtas pour chaque niveau. Pour faire la régression, on a utilisé la préférence comme variable dépendante et « sobre », « moyen », « polyvalent », « prix 1 » (80 CHF/€) et « prix 2 » (150 CHF/€) comme variables indépendantes. Afin d'éviter la multicolinéarité, on ne représente pas tous les niveaux. En effet pour l'attribut à trois niveaux, le troisième niveau est décrit lorsque l'on n'a pas les deux autres, c'est-à-dire lorsque « prix 1 » et « prix 2 » sont à zéro (par exemple dans la combinaison n°3). De la même manière lorsque l'on n'a que deux niveaux, l'absence d'un niveau veut dire que c'est l'autre qui est représenté. Il n'est donc pas nécessaire de tenir compte de tous les niveaux.

Le premier tableau donné par SPSS est le tableau « Récapitulatif des modèles ».

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,756 ^a	,572	,215	,812643

a. Prédicteurs : (Constante), Prix2 150, Polyvalent, Moyen, Sobre, Prix1 80

Tableau 5 : Récapitulatif des modèles pour l'échantillon

Le R-deux (R carré) est moyennement élevé (.572). Cela indique que les variables indépendantes n'expliquent que partiellement la variable dépendante (la préférence).

On peut aussi regarder la p-value dans le tableau de l'ANOVA. La p-value est plus grande que 0,05 (.290), ce qui veut dire que cela n'est pas significatif. Le fait que le questionnaire ne présente que douze combinaisons à la place des vingt-quatre combinaisons réalisables peut expliquer ce phénomène.

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	5,288	5	1,058	1,602	,290 ^b
	de Student	3,962	6	,660		
	Total	9,251	11			

a. Variable dépendante : Préférence

b. Prédicteurs : (Constante), Prix2 150, Polyvalent, Moyen, Sobre, Prix1 80

Tableau 6 : ANOVA pour l'échantillon

Finalement, on obtient le tableau des coefficients donnant les bêtas des variables indépendantes. On utilise les bêtas standardisés pour l'analyse. Ces coefficients sont utiles pour ensuite déterminer les valeurs des utilités de chaque niveau des attributs.

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	4,273	,709		6,029	<,001
	Sobre	-,810	,517	-,461	-1,566	,168
	Moyen	-,482	,555	-,275	-,869	,418
	Polyvalent	,380	,504	,216	,753	,480
	Prix1 80	-1,367	,657	-,734	-2,080	,083
	Prix2 150	-,239	,651	-,128	-,367	,727

a. Variable dépendante : Préférence

Tableau 7 : Coefficients pour l'échantillon

La dernière colonne du tableau permet de constater qu'aucune des variables n'est significative. En effet toutes les valeurs de la colonne sont supérieures à 0,05. Cela montre que ces variables n'influencent pas significativement la variable dépendante, c'est-à-dire la préférence.

Une fois les bêtas déterminés, on passe aux calculs des utilités de chaque niveau. Avoir ces utilités permettra de calculer l'importance relative des attributs par rapport aux autres et de connaître pour chaque attribut, le niveau qui procure la plus grande utilité aux consommateurs. Pour calculer les utilités, il faut résoudre des systèmes d'équations par attribut. Pour les trois attributs à deux niveaux, « Confort », « Design » et « Performance », on établit deux équations et pour l'attribut à trois niveaux, « Prix », on établit trois équations.

$$\left\{ \begin{array}{l} \beta_s = U_s - U_f \\ 0 = U_s + U_f \end{array} \right.$$

$$\left\{ \begin{array}{l} -0,461 = U_s - U_f \\ 0 = U_s + U_f \end{array} \right.$$

Figure 3 : Système d'équations attribut design

U_s = Utilité de « sobre »

U_f = Utilité de « flashy »

$$\left\{ \begin{array}{l} \beta_{mo} = U_{mo} - U_{ma} \\ 0 = U_{mo} - U_{ma} \end{array} \right.$$

$$\left\{ \begin{array}{l} -0,275 = U_{mo} - U_{ma} \\ 0 = U_{mo} - U_{ma} \end{array} \right.$$

Figure 4 : Système d'équations attribut confort

U_{mo} = Utilité de « moyen »

U_{ma} = Utilité de « maximum »

$$\left\{ \begin{array}{l} \beta_{po} = U_{po} - U_{pe} \\ 0 = U_{po} - U_{pe} \end{array} \right.$$

$$\left\{ \begin{array}{l} 0,216 = U_{po} - U_{pe} \\ 0 = U_{po} - U_{pe} \end{array} \right.$$

Figure 5 : Système d'équations attribut performance

U_{po} = Utilité de « polyvalent »

U_{pe} = Utilité de « performance »

$$\left\{ \begin{array}{l} \beta_{p1} = U_{p1} - U_{p3} \\ \beta_{p2} = U_{p2} - U_{p3} \\ 0 = U_{p1} + U_{p2} + U_{p3} \end{array} \right.$$

$$\left\{ \begin{array}{l} -0,734 = U_{p1} - U_{p3} \\ -0,128 = U_{p2} - U_{p3} \\ 0 = U_{p1} + U_{p2} + U_{p3} \end{array} \right.$$

Figure 6 : Système d'équation attribut prix

U_{p1} = Utilité de « Prix 1 » soit 80 CHF/€

Up2 = Utilité de « Prix 2 » soit 150 CHF/€

Up3 = Utilité de « Prix 3 » soit 250 CHF/€

Dans le tableau suivant, les utilités sont obtenues en résolvant les différents systèmes d'équations.

utilité des niveaux	
Us	-0.2305
Uf	0.2305
Umo	-0.1375
Uma	0.1375
Upo	0.108
Upe	-0.108
Up1	0.1593
Up2	-0.4467
Up3	0.2873

Tableau 8 : Utilité pour chaque niveau

On constate que les niveaux « flashy », « maximum », « polyvalent », « prix 1 » et « prix 3 » sont positifs. Cela veut dire qu'ils ont un effet positif sur l'utilité, avoir un de ces niveaux dans une des combinaisons permet d'augmenter la satisfaction que procurera la paire de chaussures. A l'inverse, les quatre autres niveaux, « sobre », « moyen », optimisée performance » et « prix 2 » sont négatifs, ils vont alors réduire l'utilité que procurera une paire de running possédant un ou plusieurs de ces attributs. Pour l'attribut à trois niveaux, le prix, « prix 1 » et « prix 3 » sont positifs les deux mais on observe que « prix 3 » (.2873) est supérieur à « prix 1 » (.1593), cela sous-entend que l'utilité associée au prix de 250 CHF/€ impacte d'avantage l'utilité globale du consommateur que celle associée au prix de 80 CHF/€. Pour les attributs à deux niveaux, il est parfaitement logique qu'au sein d'un attribut, les deux niveaux soient opposés en termes d'utilité. Cela vient du fait que les niveaux sont binaires et donc, soit on a le niveau et cela apporte de l'utilité, soit on ne l'a pas et cela diminue notre utilité vis-à-vis du produit.

Une fois les utilités déterminées pour chaque niveau, on peut calculer les importances relatives des quatre attributs.

Somme des étendues	1.686
Importance relative du design	0.27342823
Importance relative du confort	0.16310795
Importance relative de la performance	0.12811388
Importance relative des prix	0.43534994
somme des importances	1

Tableau 9 : Importance relative des attributs

D'après les résultats obtenus, on considère que l'attribut qui impacte le plus la préférence des consommateurs est le prix (.4353) et le deuxième plus important est le design (.2734). Le confort et la performance jouent un rôle mineur dans l'utilité procurée au client.

Pour clore cette partie sur les résultats de l'analyse conjointe, on peut déduire les valeurs des utilités de chacune des vingt-quatre combinaisons, prenant en compte tous les attributs et leurs niveaux. Sur cette base, la valeur des Parts De Marché (PDM) de chaque combinaison est calculée, et pour terminer, on établit un classement, afin de visualiser directement les combinaisons les plus intéressantes.

		Sobre	Moyen/Neutre	Polyvalente	80	150	predicted utility	e*u	PDM	CLASSEMENT
		X1	X3	X5	X7	X8				
BETA		-0.461	-0.275	0.216	-0.734	-0.128				
	1	1	1	1	1	0	-1.254	0.2854	0.0201	23
	2	1	1	1	0	1	-0.648	0.5231	0.0369	15
	3	1	1	1	0	0	-0.52	0.5945	0.0419	13
	4	1	1	0	1	0	-1.47	0.2299	0.0162	24
	5	1	1	0	0	1	-0.864	0.4215	0.0297	19
	6	1	1	0	0	0	-0.736	0.4790	0.0338	17
	7	1	0	1	1	0	-0.979	0.3757	0.0265	20
	8	1	0	1	0	1	-0.373	0.6887	0.0486	9
	9	1	0	1	0	0	-0.245	0.7827	0.0552	7
	10	1	0	0	0	1	-1.195	0.3027	0.0214	22
	11	1	0	0	0	1	-0.589	0.5549	0.0391	14
	12	1	0	0	0	0	-0.461	0.6307	0.0445	11
	13	0	1	1	1	0	-0.793	0.4525	0.0319	18
	14	0	1	1	0	1	-0.187	0.8294	0.0585	6
	15	0	1	1	0	0	-0.059	0.9427	0.0665	4
	16	0	1	0	1	0	-1.009	0.3646	0.0257	21
	17	0	1	0	0	1	-0.403	0.6683	0.0471	10
	18	0	1	0	0	0	-0.275	0.7596	0.0536	8
	19	0	0	1	1	0	-0.518	0.5957	0.0420	12
	20	0	0	1	0	1	0.088	1.0920	0.0770	2
	21	0	0	1	0	0	0.216	1.2411	0.0876	1
	22	0	0	0	1	0	-0.734	0.4800	0.0339	16
	23	0	0	0	0	1	-0.128	0.8799	0.0621	5
	24	0	0	0	0	0	0	1	0.0705	3
SOMME							-13.136	14.17443518	1	

Tableau 10 : Récapitulatif de l'utilité de chaque combinaison d'attributs et des parts de marché acquises

Le classement se lit dans l'ordre croissant, c'est-à-dire que la combinaison apportant le plus de satisfaction et de parts de marché est la combinaison 21 qui est classée au premier rang, elle est la préférée. Elle est suivie des combinaisons n°20 et n°24 qui sont au deuxième et troisième rang dans le classement. Hormis ces trois premières combinaisons, dont l'utilité est entre 0 et 0,216, les utilités des autres combinaisons sont négatives. En moyenne, au niveau

du classement, les combinaisons avec le niveau « sobre » (16.67) sont moins bien classées que celles avec le niveau « flashy » (8.33). Cela vient des utilités qui sont très éloignées pour ces deux niveaux (Tableau 8). On observe le même phénomène entre le niveau « moyen » (14.83) et le niveau « maximum » (10.17). Cependant, la différence est moins marquée car l'écart est moins important entre les deux niveaux (Tableau 8).

Jusqu'à présent, on est parti du principe que tous les répondants constituaient un marché homogène. Cependant, ce n'est pas le cas, les coureurs impactent leur jugement quant au choix d'une nouvelle paire de running, pour différentes raisons. Ainsi, il est intéressant de refaire l'analyse conjointe en tenant compte, cette fois-ci, du segment auquel appartiennent les répondants. Pour l'établir, il faut, dans un premier temps, grouper les individus selon une certaine variable. Dans cette analyse, on segmentera les répondants selon leurs réponses au questionnaire concernant leur motivation à faire de la course à pied.

4.3 Résultats de l'Analyse Typologique (Cluster)

Pour commencer, on effectue l'analyse cluster hiérarchique car c'est elle qui permet de déterminer le nombre de segments optimaux nécessaire. Le critère de répartir les répondants est celui de la motivation à faire du running, les différentes motivations évoquées dans le questionnaire seront les variables indépendantes de l'analyse. Utiliser ce critère est pertinent, car en fonction des raisons qui poussent à pratiquer la course à pied, le choix des chaussures sera différent. Le coureur mettra plus de poids sur d'autres attributs que s'il courait pour une motivation tout à fait différente. Par exemple, un individu qui fait de la course à pied pour se balader ne regardera pas forcément les mêmes points que celui qui fait de la course à pied dans un but de performer et d'améliorer ses records.

Pour déterminer le nombre optimal de segments, il faut analyser le dendrogramme (Figure 7), une figure qui peut être obtenue en ajoutant une option lors de l'analyse hiérarchique.

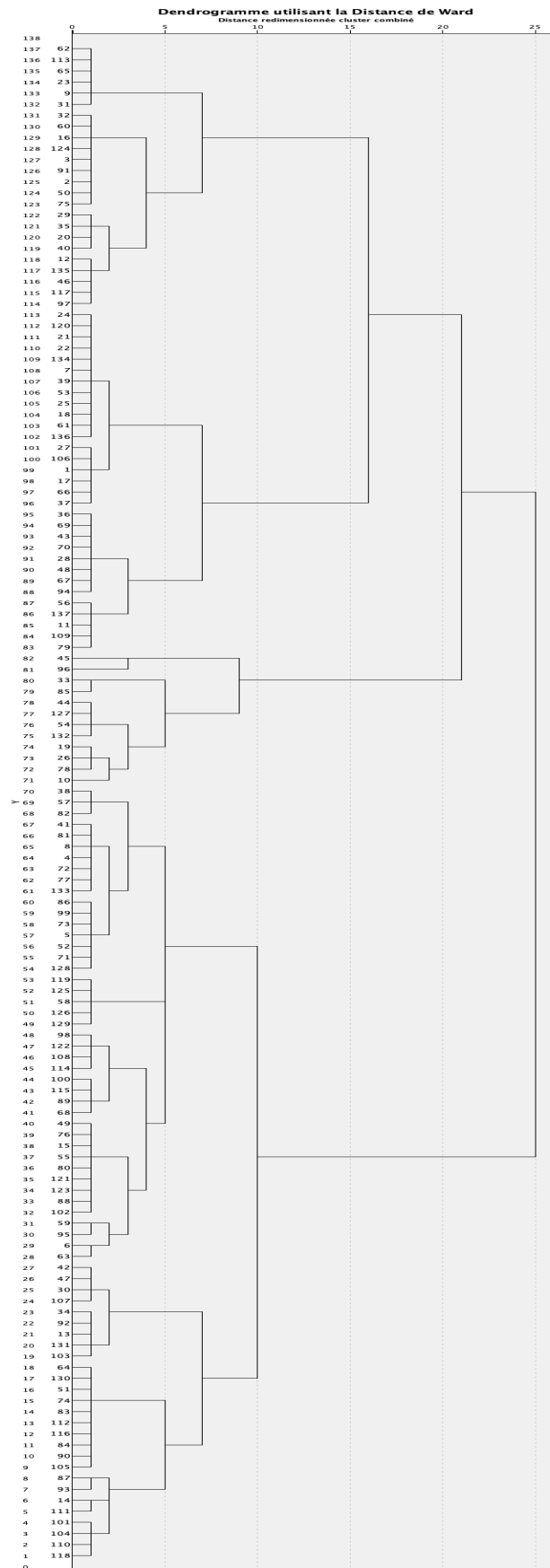


Figure 7 : Dendrogramme de l'analyse hiérarchique

Pour déterminer le nombre de segments d'après ce dendrogramme, il faut « couper » les branches à partir du moment où elles s'allongent. Dans la figure 7, scinder le graphique à douze (distance redimensionnée cluster combiné) permet d'obtenir quatre segments.

Une fois l'analyse hiérarchique effectuée, on réalise l'analyse K-means. Celle-ci va permettre d'affecter les répondants aux segments selon un trait commun très prononcé entre eux, et ainsi déterminer la taille des groupes. L'objectif est d'avoir des tailles de segments identiques.

**Nombre
d'observations dans
chaque cluster**

Cluster	1	49,000
	2	19,000
	3	17,000
	4	50,000
Valide		135,000
Manquant		,000

Tableau 11 : Nombre d'individus par segment

Pour obtenir deux groupes de segments de taille identique, il a fallu exclure deux répondants outliers qui n'entraient dans aucun des segments. En effet, ils en créaient un à eux seuls, cela faisait que les segments n'étaient pas de taille homogène.

Centres de cluster finaux

	Cluster			
	1	2	3	4
VAR00002 Je fais de la course à pied pour ma santé physique, pour m'entretenir physiquement.	6,35	4,53	6,65	6,32
VAR00003 Je fais de la course à pied pour ma santé mentale, changer du travail.	5,98	3,58	5,29	6,08
VAR00004 Je fais de la course à pied car c'est un sport facile à mettre en place et qui demande peu de matériel.	6,14	4,21	2,12	5,54
VAR00005 Je fais de la course à pied pour progresser et m'améliorer dans ce sport (fierté/estime de soi).	4,31	5,16	5,65	6,16
VAR00006 Je fais de la course à pied car aujourd'hui, c'est tendance et beaucoup de gens en font.	1,43	1,68	1,47	2,76
VAR00007 Je fais de la course à pied pour voir des gens et sociabiliser.	1,73	2,21	1,88	4,40

Tableau 12 : Centre des clusters finaux pour l'échantillon

Le tableau des centres de clusters finaux indique quelles sont les caractéristiques du segment, le profil du groupe et donc ce qui le différencie des autres groupes. Lorsque l'on observe le tableau colonne par colonne, on constate que le cluster n°1 attache beaucoup d'importance à la course à pied pour des raisons de santé physique (6.35), santé mentale (5.98) et car c'est un sport facile à mettre en place (6.14), bien que seule, la motivation « facile à mettre en place », soit une valeur supérieure aux autres groupes. Le deuxième segment s'identifie par sa motivation à progresser & s'améliorer (5.16), cependant, cette valeur n'est pas la plus élevée pour cette variable, ce qui signifie qu'il y a d'autres segments pour qui cette motivation est importante. Le cluster n°3 a la valeur la plus élevée concernant la santé physique (6.65), il a aussi des valeurs élevées pour la santé mentale (5.29) et pour le fait de progresser & s'améliorer (5.65) mais ce ne sont pas les plus élevées. Concernant le groupe quatre, on constate que beaucoup de ses valeurs sont supérieures aux autres, santé mentale (6.08), progresser & s'améliorer (6.16), tendance (2.76) et sociabiliser (4.40). Les deux dernières motivations (tendance et sociabiliser) sont les plus élevées dans le cluster quatre par rapport aux autres clusters. En revanche, ces deux valeurs sont basses comparativement aux autres motivations du cluster quatre. Il faut aussi mentionner que malgré le fait de ne pas avoir la valeur la plus élevée pour la santé physique (6.32) et le sport facile à mettre en place (5.54), cela reste des valeurs élevées.

La lecture du tableau ligne par ligne permet de constater que la santé physique a des valeurs toujours supérieures à 4.53 et que la progression et s'améliorer a des valeurs plus grandes que 4.31. Cela montre l'importance de manière générale de ces motivations pour les coureurs. À l'inverse, la motivation concernant la tendance ne dépasse pas 2.76 et celle concernant le fait de sociabiliser ne dépasse pas les 4.40. Cela montre que ces motivations sont de manière générale moins importantes pour les répondants.

Après avoir décrit ce tableau, on peut nommer les différents segments, afin de mieux comprendre les principales caractéristiques. Les consommateurs se trouvant dans le premier segment seraient « coureurs pressés », ce sont des individus qui cherchent dans un premier temps à faire un sport facile à mettre en place pour se maintenir en forme et sortir de leur quotidien mais qui ne leur fait pas perdre trop de temps et qui se pratique sans trop de contraintes. Le deuxième segment serait « coureurs sans motivations distinctes » car aucune de ses valeurs ne se distingue de celles des autres segments. Le troisième groupe serait

« coureurs priorisant leur santé ». De manière générale, ce groupe fait attention à sa santé et cherche, dans une certaine mesure à s'améliorer. Le quatrième segment serait « coureurs influencés par la société », car la tendance, sociabiliser et progresser est un point fort pour ce groupe où les résultats de l'analyse sont clairement dominants comparés aux autres valeurs des autres segments.

ANOVA						
	Cluster		Erreur		F	Sig.
	Carré moyen	ddl	Carré moyen	ddl		
VAR00002 Je fais de la course à pied pour ma santé physique, pour m'entretenir physiquement.	19,167	3	,844	131	22,703	<,001
VAR00003 Je fais de la course à pied pour ma santé mentale, changer du travail.	32,591	3	1,380	131	23,611	<,001
VAR00004 Je fais de la course à pied car c'est un sport facile à mettre en place et qui demande peu de matériel.	76,328	3	1,323	131	57,683	<,001
VAR00005 Je fais de la course à pied pour progresser et m'améliorer dans ce sport (fierté/estime de soi).	29,256	3	2,164	131	13,517	<,001
VAR00006 Je fais de la course à pied car aujourd'hui, c'est tendance et beaucoup de gens en font.	17,118	3	1,385	131	12,358	<,001
VAR00007 Je fais de la course à pied pour voir des gens et sociabiliser.	68,173	3	1,347	131	50,606	<,001

Les tests F doivent être utilisés uniquement à des fins de description compte tenu que les clusters ont été choisis pour maximiser les différences entre les observations des différents clusters. Les niveaux de signification observés ne sont pas corrigés et ne peuvent donc pas être interprétés comme tests de l'hypothèse selon laquelle les moyennes du cluster sont égales.

Tableau 13 : ANOVA de l'échantillon

L'ANOVA permet de mesurer la distance entre les différents groupes et donc déterminer s'ils sont similaires entre eux ou pas. Dans ce but, on cherche dans la colonne F (statistique de Fischer) les valeurs élevées et qui ont une p-value inférieure à 0.05 pour que ce soit significatif. On constate que toutes les variables sont significatives car elles sont toutes inférieures à 0.01, dernière colonne (Sig.). La colonne F montre que les variables avec le plus grand pouvoir de discrimination sont « faciles à mettre en place » (57.683) et « sociabiliser » (50.606). Ces motivations sont celles qui montrent le mieux la différence entre les groupes. La « santé physique » (22.703) et la « santé mentale » (23.611) ont également des valeurs suffisamment élevées pour segmenter. Les motivations qui discriminent le moins bien sont « progresser & s'améliorer » (13.517) et « tendance » (12.358).

Certaines motivations discriminent mieux et d'autres moins bien, cela s'observe dans la colonne F de l'ANOVA (Tableau 13), et également dans le tableau : Centre des clusters finaux (Tableau 12), où les valeurs par ligne sont plus ou moins éloignées. C'est le cas pour la motivation sur la « tendance » et pour « progresser & s'améliorer » qui sont très peu similaires entre les différents segments. À l'inverse des autres variables où il y a de plus grands écarts.

4.4 Résultats de l'Analyse Conjointe par cluster

Une fois les segments déterminés, on opère une seconde analyse conjointe pour chaque segment (quatre). Cela permettra de vérifier si les préférences des consommateurs changent par rapport à l'Analyse Conjointe Générale, lorsque tous les répondants formaient un groupe hétérogène. Il est aussi instructif d'observer les différences entre les segments, afin de mieux cerner les envies des clients. Cela permettra aux marques de décider et prioriser le choix des caractéristiques des chaussures à produire, pour s'adapter à la clientèle, améliorer les ventes et augmenter le potentiel de profit.

Pour les analyses conjointes propres à chaque segment, la même méthode d'analyse que pour l'analyse conjointe regroupant tous les répondants, sera appliquée. Les explications détaillées des résultats de l'analyse conjointe figurent dans la partie 4.2 Résultats de l'Analyse Conjointe Générale. Dans les points suivants seront détaillés les résultats les plus importants.

Le tableau ci-dessous regroupe les moyennes des préférences pour chaque combinaison présentée dans le questionnaire. On utilisera comme variables dépendantes les colonnes nommées « Segment1 », « Segment2 », « Segment3 » et « Segment4 » en fonction du segment sur lequel sera faite l'analyse. Les variables indépendantes restent identiques qu'auparavant, c'est-à-dire « Sobre », « Moyen », « Polyvalent », « Prix1 » et « Prix2 ».

	Sobre	Moyen	Polyvalent	Prix1	Prix2	Préférence	Segment1	Segment 2	Segment 3	Segment 4
1	1	1	1	1	0	1,949	1,755	2,053	1,824	2,020
2	1	0	1	0	1	4,051	4,163	3,526	3,647	4,280
3	1	0	0	0	0	4,153	3,980	4,263	3,353	4,440
4	0	1	1	0	0	4,562	4,327	4,579	4,000	4,880
5	0	0	0	0	1	2,854	2,816	2,368	2,941	3,000
6	0	0	1	1	0	3,080	2,714	2,737	3,235	3,460
7	0	0	0	1	0	3,168	2,857	3,263	3,118	3,380
8	0	1	0	0	1	3,737	3,796	3,632	3,235	3,940
9	1	1	0	0	0	3,036	2,898	2,421	3,588	3,160
10	1	1	1	0	0	2,226	1,796	2,263	2,824	2,320
11	1	0	0	1	0	2,088	1,857	1,947	1,824	2,340
12	0	1	1	0	1	4,482	4,592	4,737	4,824	4,300

Tableau 14 : Combinaisons présentées codées avec les préférences moyennes par combinaison par segment

4.4.1 Résultats de l'Analyse Conjointe Segment 1 « Coureurs pressés »

Le premier tableau donné par l'output d'SPSS est le tableau « récapitulatif des modèles ».

Récapitulatif des modèles				
Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,757 ^a	,573	,217	,904546

a. Prédicteurs : (Constante), Prix2 150, Polyvalent, Moyen, Sobre, Prix1 80

Tableau 15 : Récapitulatif des modèles du segment 1

Le R-deux (R carré) est moyennement élevé (0.573), donc les variables indépendantes expliquent moyennement la variable dépendante.

La p-value dans le tableau de l'ANOVA (0.288) est supérieure à 0.05 donc ce n'est pas significatif. Cela s'explique par le fait que l'on n'ait pas présenté toutes les combinaisons aux répondants.

ANOVA ^a						
Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	6,585	5	1,317	1,610	,288 ^b
	de Student	4,909	6	,818		
	Total	11,494	11			

a. Variable dépendante : Segment1

b. Prédicteurs : (Constante), Prix2 150, Polyvalent, Moyen, Sobre, Prix1 80

Tableau 16 : ANOVA segment 1

Aucun des coefficients n'est significatif car ils sont supérieurs à 0.05.

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	3,961	,789		5,021	,002
	Sobre	-,737	,575	-,377	-1,282	,247
	Moyen	-,434	,618	-,222	-,703	,509
	Polyvalent	,335	,561	,171	,597	,572
	Prix1 80	-1,356	,731	-,653	-1,854	,113
	Prix2 150	,114	,725	,055	,158	,880

a. Variable dépendante : Segment1

Tableau 17 : Coefficients segment 1

Les bêtas sont utilisés pour trouver les utilités de chacun des niveaux avec des systèmes d'équations par attribut. On garde une notation identique pour les niveaux des attributs dans les équations. Pour avoir la signification des variables, se référer à l'Analyse Conjointe Générale.

$$\begin{cases} \beta_{p1} = U_s - U_f \\ 0 = U_s + U_f \end{cases}
 \begin{cases} \beta_{p1} = U_{mo} - U_{ma} \\ 0 = U_{mo} + U_{ma} \end{cases}
 \begin{cases} \beta_{p1} = U_{po} - U_{pe} \\ 0 = U_{po} + U_{pe} \end{cases}
 \begin{cases} \beta_{p1} = U_{p1} - U_{p3} \\ \beta_{p2} = U_{p2} - U_{p3} \\ 0 = U_{p1} + U_{p2} \end{cases}$$

$$\begin{cases} -0,377 = U_s - U_f \\ 0 = U_s + U_f \end{cases}
 \begin{cases} -0,222 = U_{mo} - U_{ma} \\ 0 = U_{mo} + U_{ma} \end{cases}
 \begin{cases} 0,171 = U_{po} - U_{pe} \\ 0 = U_{po} + U_{pe} \end{cases}
 \begin{cases} -0,653 = U_{p1} - U_{p3} \\ 0,055 = U_{p2} - U_{p3} \\ 0 = U_{p1} + U_{p2} + U_{p3} \end{cases}$$

Figure 8 : Système d'équations par attribut segment 1

Résultats des utilités obtenues en résolvant les différents systèmes d'équations.

utilité des variables	
Us	-0.1885
Uf	0.1885
Umo	-0.111
Uma	0.111
Upol	0.0855
Uperf	-0.0855
Up1	-0.4537
Up2	0.2543
Up3	0.1993

Tableau 18 : Utilité par niveau segment 1

Le niveau apportant le plus d'utilité à la combinaison est « prix 2 » (.2543) qui est supérieur à « prix 3 » (.1993). À l'inverse, « prix 1 » (-.4537) détruit énormément l'utilité d'une combinaison lorsqu'il est présent. Les utilités évoluent légèrement par rapport à l'Analyse Conjointe Générale. De nouveau, on observe que cinq niveaux sont positifs, augmentant

l'utilité de la combinaison, et quatre niveaux sont négatifs, diminuant l'utilité de la combinaison. Dans cette analyse, on relève que les utilités ont moins d'écart au sein d'un attribut, ce qui est confirmé par le calcul de la somme des étendues (Tableau 19).

Avec les utilités des différents niveaux, on peut calculer les importances relatives pour chaque attribut.

Somme des étendues	1.478
Importance relative du design	0.25507442
Importance relative du confort	0.15020298
Importance relative de la performance	0.11569689
Importance relative des prix	0.47902571
somme des importances	1

Tableau 19 : Importance relative des attributs segment 1

Comme dans l'Analyse Conjointe Générale, les valeurs obtenues sont quasiment identiques. Le prix (.4790) reste l'attribut déterminant le plus l'utilité, le design (.2551) vient en deuxième position.

Le tableau de synthèse résume toutes les informations nécessaires pour prendre des décisions managériales.

		Sobre	Moyen/Neut	Polyvalente	80	150	predicted utility	e^u	PDM	CLASSEMENT
		X1	X3	X5	X7	X8				
BETA		-0.377	-0.222	0.171	-0.653	0.055				
	1	1	1	1	1	0	-1.081	0.3393	0.0198	23
	2	1	1	1	0	1	-0.373	0.6887	0.0403	12
	3	1	1	1	1	0	-0.428	0.6518	0.0381	14
	4	1	1	0	1	0	-1.252	0.2859	0.0167	24
	5	1	1	0	0	1	-0.544	0.5804	0.0339	16
	6	1	1	0	0	0	-0.599	0.5494	0.0321	17
	7	1	0	1	1	0	-0.859	0.4236	0.0248	20
	8	1	0	1	0	1	-0.151	0.8598	0.0503	7
	9	1	0	1	0	0	-0.206	0.8138	0.0476	9
	10	1	0	0	1	0	-1.03	0.3570	0.0209	22
	11	1	0	0	0	1	-0.322	0.7247	0.0424	11
	12	1	0	0	0	0	-0.377	0.6859	0.0401	13
	13	0	1	1	1	0	-0.704	0.4946	0.0289	19
	14	0	1	1	0	1	0.004	1.0040	0.0587	4
	15	0	1	1	0	0	-0.051	0.9503	0.0555	6
	16	0	1	0	1	0	-0.875	0.4169	0.0244	21
	17	0	1	0	0	1	-0.167	0.8462	0.0495	8
	18	0	1	0	0	0	-0.222	0.8009	0.0468	10
	19	0	0	1	1	0	-0.482	0.6175	0.0361	15
	20	0	0	1	0	1	0.226	1.2536	0.0733	1
	21	0	0	1	0	0	0.171	1.1865	0.0694	2
	22	0	0	0	1	0	-0.653	0.5205	0.0304	18
	23	0	0	0	0	1	0.055	1.0565	0.0618	3
	24	0	0	0	0	0	0	1.0000	0.0585	5
SOMME							-9.92	17.1078379	1	

Tableau 20 : Récapitulatif de l'utilité de chaque combinaison d'attributs et des parts de marché acquises segment 1

On constate que le nombre de combinaisons générant des utilités positives ou égales à zéro est supérieur à celui de l'Analyse Conjointe Générale. Cela signifie que ces cinq combinaisons apportent de l'utilité aux consommateurs, ce qui n'est pas le cas des dix-neuf autres. La combinaison apportant la plus grande utilité est la n°20 (.226), la deuxième est la n°21 (.171) et la troisième est la n°23 (.055). On peut voir que l'ordre des combinaisons préférées est très similaire à celui obtenu lors de l'Analyse Conjointe Générale.

4.4.2 Résultats de l'Analyse Conjointe Segment 2 « Coureurs sans motivation distincte »

L'analyse débute avec le tableau « Récapitulatif des modèles ».

Récapitulatif des modèles				
Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,685 ^a	,469	,026	,983957
a. Prédicteurs : (Constante), Prix2 150, Polyvalent, Moyen, Sobre, Prix1 80				

Tableau 21 : Récapitulatif des modèles segment 2

La valeur du R-deux (R carré) (.469) est inférieure à 0.05, cela sous-entend que les variables indépendantes n'expliquent même pas la moitié de la variable dépendante, c'est-à-dire la moyenne des préférences (Segment2) (Tableau 14).

L'ANOVA montre que ce n'est pas significatif (.464), cela peut s'expliquer par le fait que toutes les combinaisons n'ont pas été présentées aux répondants.

ANOVA ^a						
Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	5,128	5	1,026	1,059	,464 ^b
	de Student	5,809	6	,968		
	Total	10,937	11			

a. Variable dépendante : Segment2

b. Prédicteurs : (Constante), Prix2 150, Polyvalent, Moyen, Sobre, Prix1 80

Tableau 22 : ANOVA segment 2

Aucun des bêtas n'est significatif, donc ils n'influencent pas significativement la variable dépendante.

Coefficients^a

		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		
Modèle		B	Erreur standard	Bêta	t	Sig.
1	(Constante)	4,085	,858		4,760	,003
	Sobre	-,925	,626	-,485	-1,478	,190
	Moyen	-,303	,672	-,159	-,450	,668
	Polyvalent	,434	,611	,228	,711	,504
	Prix1 80	-1,264	,796	-,624	-1,589	,163
	Prix2 150	-,354	,788	-,175	-,449	,669

a. Variable dépendante : Segment2

Tableau 23 : Coefficients segment 2

À partir des coefficients et à l'aide de systèmes d'équations, on calcule les bêtas déterminant l'utilité. Concernant la notion des variables, voir Analyse Conjointe Générale.

$$\begin{cases} \beta_{p1} = U_s - U_f \\ 0 = U_s + U_f \end{cases}
 \begin{cases} \beta_{p1} = U_{mo} - U_{ma} \\ 0 = U_{mo} + U_{ma} \end{cases}
 \begin{cases} \beta_{p1} = U_{po} - U_{pe} \\ 0 = U_{po} + U_{pe} \end{cases}
 \begin{cases} \beta_{p1} = U_{p1} - U_{p3} \\ \beta_{p2} = U_{p2} - U_{p3} \\ 0 = U_{p1} + U_{p2} + U_{p3} \end{cases}$$

$$\begin{cases} -0,485 = U_s - U_f \\ 0 = U_s + U_f \end{cases}
 \begin{cases} -0,159 = U_{mo} - U_{ma} \\ 0 = U_{mo} + U_{ma} \end{cases}
 \begin{cases} 0,228 = U_{po} - U_{pe} \\ 0 = U_{po} + U_{pe} \end{cases}
 \begin{cases} -0,624 = U_{p1} - U_{p3} \\ -0,175 = U_{p2} - U_{p3} \\ 0 = U_{p1} + U_{p2} + U_{p3} \end{cases}$$

Figure 9 : Systèmes d'équations des attributs segment 2

La résolution des systèmes d'équations permet d'obtenir les utilités recherchées.

utilité des variables	
Us	-0.2425
Uf	0.2425
Umo	-0.0795
Uma	0.0795
Upol	0.114
Uperf	-0.114
Up1	-0.2663
Up2	-0.0913
Up3	0.3577

Tableau 24 : Utilité par niveau segment 2

Il y a quatre niveaux qui sont positifs et cinq qui sont négatifs, ce résultat diffère de celui de l'Analyse Conjointe Générale. Cela entraîne plus de combinaisons avec des utilités impactées négativement. Le niveau qui apporte le plus d'utilité est le niveau « prix 3 » (.3577) et celui qui a la plus faible utilité des combinaisons est « prix 1 » (-.2663).

La somme des étendues du segment 2 est quasiment identique à celle calculée pour le segment 1 (Tableau 19).

Somme des étendues	1.496
Importance relative du design	0.32419786
Importance relative du confort	0.10628342
Importance relative de la performance	0.15240642
Importance relative des prix	0.4171123
somme des importances	1

Tableau 25 : Importance relative des attributs segment 2

Comparé aux autres tableaux de l'« importance relative des attributs » déjà calculés (Tableau 9 ; Tableau 19), on constate que le prix reste l'attribut qui a le plus de poids sur la combinaison et le design prend de l'importance pour ce segment. On observe également une inversion entre le poids du confort et celui de la performance. Cela va légèrement impacter l'utilité qu'apporte chaque combinaison et donc le classement de celles-ci (Tableau 26).

		Sobre	Moyen/Neutr	Polyvalente	80	150	predicted utility	e^u	PDM	CLASSEMENT
		X1	X3	X5	X7	X8				
BETA		-0.485	-0.159	0.228	-0.624	-0.449				
	1	1	1	1	1	0	-1.04	0.3535	0.0241	21
	2	1	1	1	0	1	-0.865	0.4211	0.0287	18
	3	1	1	1	0	0	-0.416	0.6597	0.0449	9
	4	1	1	0	1	0	-1.268	0.2814	0.0192	24
	5	1	1	0	0	1	-1.093	0.3352	0.0228	22
	6	1	1	0	0	0	-0.644	0.5252	0.0358	15
	7	1	0	1	1	0	-0.881	0.4144	0.0282	19
	8	1	0	1	0	1	-0.706	0.4936	0.0336	16
	9	1	0	1	0	0	-0.257	0.7734	0.0527	6
	10	1	0	0	1	0	-1.109	0.3299	0.0225	23
	11	1	0	0	0	1	-0.934	0.3930	0.0268	20
	12	1	0	0	0	0	-0.485	0.6157	0.0419	11
	13	0	1	1	1	0	-0.555	0.5741	0.0391	12
	14	0	1	1	0	1	-0.38	0.6839	0.0466	7
	15	0	1	1	0	0	0.069	1.0714	0.0730	2
	16	0	1	0	1	0	-0.783	0.4570	0.0311	17
	17	0	1	0	0	1	-0.608	0.5444	0.0371	13
	18	0	1	0	0	0	-0.159	0.8530	0.0581	4
	19	0	0	1	1	0	-0.396	0.6730	0.0458	8
	20	0	0	1	0	1	-0.221	0.8017	0.0546	5
	21	0	0	1	0	0	0.228	1.2561	0.0855	1
	22	0	0	0	1	0	-0.624	0.5358	0.0365	14
	23	0	0	0	0	1	-0.449	0.6383	0.0435	10
	24	0	0	0	0	0	0	1	0.0681	3
SOMME							-13.576	14.6846025	1	

Tableau 26 : Récapitulatif de l'utilité de chaque combinaison d'attributs et des parts de marché acquises segment 2

Seules trois combinaisons ont une utilité supérieure ou égale à zéro. Celle apportant le plus de satisfaction aux consommateurs est la n°21 (.228), suivie de la n°15 (.069) et de la n°24 (.0).

De nouveau, on voit que le classement varie d'avantage que lors de l'Analyse Conjointe du segment 2 par rapport à l'Analyse Conjointe Générale.

4.4.3 Résultats de l'Analyse Conjointe Segment 3 « Coureurs priorisant leur santé »

Voici le tableau « Récapitulatif des modèles ».

Récapitulatif des modèles				
Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,812 ^a	,660	,377	,658683

a. Prédicteurs : (Constante), Prix2 150, Polyvalent, Moyen, Sobre, Prix1 80

Tableau 27 : Récapitulatif des modèles segment 3

Le segment 3 est celui obtenant la valeur la plus élevée de R-deux (R carré) (.660) de tout ce travail. Le R-deux est supérieur à 0,5 ; cela veut dire que les variables indépendantes décrivent mieux la variable dépendante que lors des précédentes analyses.

ANOVA ^a						
Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	5,052	5	1,010	2,329	,166 ^b
	de Student	2,603	6	,434		
	Total	7.656	11			

a. Variable dépendante : Segment3

b. Prédicteurs : (Constante), Prix2 150, Polyvalent, Moyen, Sobre, Prix1 80

Tableau 28 : ANOVA segment 3

L'ANOVA indique que ce n'est pas significatif (.166). Cela est probablement dû au fait que l'on ne présente pas l'entièreté des combinaisons dans le questionnaire.

Le tableau des coefficients donne les bêtas nécessaires pour calculer l'utilité des niveaux.

Coefficients ^a					
Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta	
1	(Constante)	3,959	,574		6,892
	Sobre	-,790	,419	-,495	-1,886
	Moyen	-,200	,450	-,125	-,444
	Polyvalent	,449	,409	,281	1,098
	Prix1 80	-1,238	,533	-,731	-2,325
	Prix2 150	-,225	,528	-,133	-,426

a. Variable dépendante : Segment3

Tableau 29 : Coefficients segment 3

Aucun des bêtas n'est significatif car ils sont tous supérieurs à 0.05. On peut dès à présent calculer les utilités des niveaux à travers les systèmes d'équations.

$$\begin{array}{l}
 \left\{ \begin{array}{l} \beta_{p1} = U_s - U_f \\ 0 = U_s + U_f \end{array} \right. \quad \left\{ \begin{array}{l} \beta_{p1} = U_{mo} - U_{ma} \\ 0 = U_{mo} + U_{ma} \end{array} \right. \quad \left\{ \begin{array}{l} \beta_{p1} = U_{po} - U_{pe} \\ 0 = U_{po} + U_{pe} \end{array} \right. \quad \left\{ \begin{array}{l} \beta_{p1} = U_{p1} - U_{p3} \\ \beta_{p2} = U_{p2} - U_{p3} \\ 0 = U_{p1} + U_{p2} + U_{p3} \end{array} \right. \\
 \\
 \left\{ \begin{array}{l} -0,495 = U_s - U_f \\ 0 = U_s + U_f \end{array} \right. \quad \left\{ \begin{array}{l} -0,125 = U_{mo} - U_{ma} \\ 0 = U_{mo} + U_{ma} \end{array} \right. \quad \left\{ \begin{array}{l} 0,281 = U_{po} - U_{pe} \\ 0 = U_{po} + U_{pe} \end{array} \right. \quad \left\{ \begin{array}{l} -0,731 = U_{p1} - U_{p3} \\ -0,133 = U_{p2} - U_{p3} \\ 0 = U_{p1} + U_{p2} + U_{p3} \end{array} \right.
 \end{array}$$

Figure 10 : Systèmes d'équations par attribut segment 3

La résolution des systèmes d'équations permet d'obtenir les utilités recherchées.

utilité des variables	
Us	-0.2475
Uf	0.2475
Umo	-0.0625
Uma	0.0625
Upol	0.1405
Uperf	-0.1405
Up1	-0.443
Up2	0.155
Up3	0.288

Tableau 30 : Utilité par niveau segment 3

On constate que cinq niveaux sont positifs et apportent de l'utilité à la combinaison et quatre, négatifs. « prix 3 » est le plus élevé (.288), suivi de « prix 2 » (.155). L'utilité associée au « prix 1 » (-.443) est très faible et va fortement diminuer l'utilité des combinaisons la comprenant.

La somme des étendues est similaire à celle obtenue lors de l'Analyse Conjointe Générale (Tableau 9).

Somme des étendues	1.632
Importance relative du design	0.30330882
Importance relative du confort	0.07659314
Importance relative de la performance	0.17218137
Importance relative des prix	0.44791667
somme des importances	1

Tableau 31: Importance relative des attributs segment 3

Le prix (.4479) reste l'attribut qui influence le plus l'utilité de la combinaison, mais le design (.3033) a aussi une grande importance dans ce rôle. À l'opposé, on constate que le confort n'a que peu d'importance pour la combinaison.

		Sobre X1	Moyen/Neutre X3	Polyvalente X5	80 X7	150 X8	predicted utility	e^u	PDM	CLASSEMENT
BETA		-0.495	-0.125	0.281	-0.731	-0.133				
	1	1	1	1	1	0	-1.07	0.3430	0.0207	22
	2	1	1	1	0	1	-0.472	0.6238	0.0376	13
	3	1	1	1	0	0	-0.339	0.7125	0.0429	10
	4	1	1	0	1	0	-1.351	0.2590	0.0156	24
	5	1	1	0	0	1	-0.753	0.4710	0.0284	19
	6	1	1	0	0	0	-0.62	0.5379	0.0324	16
	7	1	0	1	1	0	-0.945	0.3887	0.0234	21
	8	1	0	1	0	1	-0.347	0.7068	0.0426	11
	9	1	0	1	0	0	-0.214	0.8073	0.0486	8
	10	1	0	0	1	0	-1.226	0.2935	0.0177	23
	11	1	0	0	0	1	-0.628	0.5337	0.0321	17
	12	1	0	0	0	0	-0.495	0.6096	0.0367	14
	13	0	1	1	1	0	-0.575	0.5627	0.0339	15
	14	0	1	1	0	1	0.023	1.0233	0.0616	4
	15	0	1	1	0	0	0.156	1.1688	0.0704	2
	16	0	1	0	1	0	-0.856	0.4249	0.0256	20
	17	0	1	0	0	1	-0.258	0.7726	0.0465	9
	18	0	1	0	0	0	-0.125	0.8825	0.0532	6
	19	0	0	1	1	0	-0.45	0.6376	0.0384	12
	20	0	0	1	0	1	0.148	1.1595	0.0699	3
	21	0	0	1	0	0	0.281	1.3245	0.0798	1
	22	0	0	0	1	0	-0.731	0.4814	0.0290	18
	23	0	0	0	0	1	-0.133	0.8755	0.0527	7
	24	0	0	0	0	0	0	1	0.0602	5
SOMME							-10.98	16.5998829	1	

Tableau 32 : Récapitulatif de l'utilité de chaque combinaison d'attributs et des parts de marché acquises segment 3

Cinq combinaisons sont supérieures ou égales à zéro et donc apportent de l'utilité. La première combinaison apportant le plus de satisfaction est la n°21 (.281), suivie par la n°15 (.156) et enfin par la n°20 (.148).

4.4.4 Résultats de l'Analyse Conjointe Segment 4 « Coureurs influencés par la société »

L'analyse débute par le tableau « Récapitulatif des modèles ».

Récapitulatif des modèles				
Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,748 ^a	,559	,191	,836696

a. Prédicteurs : (Constante), Prix2 150, Polyvalent, Moyen, Sobre, Prix1 80

Tableau 33 : Récapitulatif des modèles segment 4

Le R-deux (R carré) est moyennement élevé (.559). Cela veut dire que les variables indépendantes n'expliquent que moyennement la variable dépendante, celle sur la moyenne des préférences (Tableau 14).

ANOVA ^a						
Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	5,320	5	1,064	1,520	,310 ^b
	de Student	4,200	6	,700		
	Total	9,521	11			

a. Variable dépendante : Segment4
b. Prédicteurs : (Constante), Prix2 150, Polyvalent, Moyen, Sobre, Prix1 80

Tableau 34 : ANOVA segment 4

L'ANOVA montre que l'analyse des modèles n'est pas significative (.310). Cela est probablement dû au fait qu'on ne montre pas toutes les combinaisons aux répondants lors du questionnaire.

Coefficients ^a						
Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		Sig.
		B	Erreur standard	Bêta	t	
1	(Constante)	4,656	,730		6,380	<,001
	Sobre	-,874	,532	-,490	-1,642	,152
	Moyen	-,658	,572	-,369	-1,150	,294
	Polyvalent	,386	,519	,217	,743	,485
	Prix1 80	-1,447	,676	-,766	-2,139	,076
	Prix2 150	-,421	,670	-,223	-,628	,553

a. Variable dépendante : Segment4

Tableau 35 : Coefficients segment 4

Les bêtas, toujours supérieurs à 0.05 ne sont pas significatifs. À partir des coefficients et à l'aide de systèmes d'équations, on calcule les bêtas déterminant l'utilité.

$$\begin{array}{cccc}
 \left\{ \begin{array}{l} \beta_{p1} = U_s - U_f \\ 0 = U_s + U_f \end{array} \right. & \left\{ \begin{array}{l} \beta_{p1} = U_{mo} - U_{ma} \\ 0 = U_{mo} + U_{ma} \end{array} \right. & \left\{ \begin{array}{l} \beta_{p1} = U_{po} - U_{pe} \\ 0 = U_{po} + U_{pe} \end{array} \right. & \left\{ \begin{array}{l} \beta_{p1} = U_{p1} - U_{p3} \\ \beta_{p2} = U_{p2} - U_{p3} \\ 0 = U_{p1} + U_{p2} + U_{p3} \end{array} \right. \\
 \\
 \left\{ \begin{array}{l} -0,490 = U_s - U_f \\ 0 = U_s + U_f \end{array} \right. & \left\{ \begin{array}{l} -0,369 = U_{mo} - U_{ma} \\ 0 = U_{mo} + U_{ma} \end{array} \right. & \left\{ \begin{array}{l} 0,217 = U_{po} - U_{pe} \\ 0 = U_{po} + U_{pe} \end{array} \right. & \left\{ \begin{array}{l} -0,766 = U_{p1} - U_{p3} \\ -0,223 = U_{p2} - U_{p3} \\ 0 = U_{p1} + U_{p2} + U_{p3} \end{array} \right.
 \end{array}$$

Figure 11 : Systèmes d'équations par attributs segment 4

La résolution des systèmes d'équations permet d'obtenir les utilités recherchées.

utilité des variables	
Us	-0.245
Uf	0.245
Umo	-0.1845
Uma	0.1845
Upol	0.1085
Uperf	-0.1085
Up1	-0.4363
Up2	0.1067
Up3	0.3297

Tableau 36 : Utilité par niveau segment 4

Cinq valeurs sont positives et apportent de la satisfaction. La plus élevée est « prix 3 » (.3297), suivie de « flashy » (.245). A contrario, la variable « prix 1 » (-.4363) est négative et donc va fortement diminuer l'utilité des combinaisons qui ont ce niveau.

La somme des étendues est plus élevée que dans les autres analyses conjointes effectuées précédemment (Tableau 9 ; Tableau 19 ; Tableau 25 ; Tableau 30). Cela montre que la différence entre niveaux au sein d'un même attribut est élevée.

Somme des étendues	1.842
Importance relative du design	0.2660152
Importance relative du confort	0.20032573
Importance relative de la performance	0.11780673
Importance relative des prix	0.41585233
somme des importances	1

Tableau 37 : Importance relative des attributs segment 4

Le prix reste l'attribut le plus important pour choisir une paire de chaussures (.4159). Les trois autres attributs, design, confort et performance, sont similaires en termes de poids qu'ils donnent à une combinaison pour la choisir. La performance (.1187) reste l'attribut qui impacte le moins l'utilité de la combinaison.

Finalement, on visualise l'utilité de chaque combinaison dans le tableau de synthèse suivant.

		Sobre X1	Moyen/Neutr X3	Polyvalente X5	80 X7	150 X8	predicted utility	e^u	PDM	CLASSEMENT
BETA		-0.490	-0.369	0.217	-0.766	-0.223				
	1	1	1	1	1	0	-1.408	0.2446	0.0177	23
	2	1	1	1	0	1	-0.865	0.4211	0.0304	17
	3	1	1	1	0	0	-0.642	0.5262	0.0380	13
	4	1	1	0	1	0	-1.625	0.1969	0.0142	24
	5	1	1	0	0	1	-1.082	0.3389	0.0245	20
	6	1	1	0	0	0	-0.859	0.4236	0.0306	16
	7	1	0	1	1	0	-1.039	0.3538	0.0255	19
	8	1	0	1	0	1	-0.496	0.6090	0.0440	10
	9	1	0	1	0	0	-0.273	0.7611	0.0549	6
	10	1	0	0	1	0	-1.256	0.2848	0.0206	22
	11	1	0	0	0	1	-0.713	0.4902	0.0354	14
	12	1	0	0	0	0	-0.49	0.6126	0.0442	9
	13	0	1	1	1	0	-0.918	0.3993	0.0288	18
	14	0	1	1	0	1	-0.375	0.6873	0.0496	8
	15	0	1	1	0	0	-0.152	0.8590	0.0620	4
	16	0	1	0	1	0	-1.135	0.3214	0.0232	21
	17	0	1	0	0	1	-0.592	0.5532	0.0399	12
	18	0	1	0	0	0	-0.369	0.6914	0.0499	7
	19	0	0	1	1	0	-0.549	0.5775	0.0417	11
	20	0	0	1	0	1	-0.006	0.9940	0.0718	3
	21	0	0	1	0	0	0.217	1.2423	0.0897	1
	22	0	0	0	1	0	-0.766	0.4649	0.0336	15
	23	0	0	0	0	1	-0.223	0.8001	0.0578	5
	24	0	0	0	0	0	0	1.0000	0.0722	2
SOMME							-15.616	13.8533227	1	

Tableau 38 : Récapitulatif de l'utilité de chaque combinaison d'attributs et des parts de marché acquises segment 4

Seules deux combinaisons sont supérieures ou égale à zéro, il s'agit de la n°21 (.217) qui est la meilleure option et ensuite de la n°24 (.0). Ce classement évolue peu par rapport aux autres analyses conjointes. En effet, cela est dû au fait que l'attribut prix est toujours le plus important, quelle que soit l'analyse effectuée et qu'il est toujours le premier des attributs avec une nette avance sur les autres.

V. DISCUSSION

Après avoir récolté les données, effectué l'analyse cluster et les analyses conjointes, on peut maintenant interpréter les résultats et les expliquer. On vérifiera si les résultats sont en lien ou non avec la littérature académique existante. Il est également opportun d'édicter des recommandations, afin d'aider les managers et les responsables marketing dans leurs prises de décisions.

Cette analyse a commencé par une étude qualitative permettant de déterminer les attributs et leurs différents niveaux, ainsi que les motivations des consommateurs pour la course à pied. Pour réaliser cette étude, les Focus Groups étaient la méthode la plus adaptée pour récolter un maximum d'informations de la part des répondants et en les faisant interagir entre eux.

Les réponses obtenues lors des Focus Groups concernant les attributs sont cohérentes avec les études antérieures. La santé est l'un des points qui a été beaucoup mentionnée ; elle est souvent associée au fait que la chaussure soit confortable et au ressenti d'amorti chez les répondants. C'est ce que l'on retrouve dans les études de Bishop et al. (2020). Ce sont principalement des personnes de plus de 40 ans qui ont parlé du lien entre la santé et le confort, et les études ont montré que c'était un paramètre essentiel pour le consommateur (Salzano et al., 2022) et ce, d'autant plus que le répondant est âgé. Le prix est aussi souvent revenu comme attribut dans les réponses des répondants, ce qui a été confirmé par plusieurs études. La performance de la chaussure est importante pour les répondants en particulier pour les jeunes. Cependant leurs réponses aux questions, concernant ce qu'ils devaient observer pour évaluer la performance, ont montré qu'eux-mêmes avaient du mal à l'estimer et qu'ils se basaient sur des avis d'autres individus mais qu'ils ne le mesuraient pas vraiment. Cela confirme ce que démontrent les études, à savoir, qu'une mesure de performance de la chaussure est extrêmement complexe pour l'humain (Malisoux et al. 2025). Le look des chaussures est important, notamment pour les jeunes, et on constate que cela a un impact psychologique sur le répondant et que c'est justement un motif d'achat. Cependant, comme dans les études, on observe que c'est un facteur qui a moins d'importance que d'autres comme le confort ou le prix. À ce stade, les répondants sont plutôt en accord avec la littérature existante car on retrouve des réponses en lien avec les résultats des études antérieures.

Malgré toutes ces cohérences, les répondants font peu mention de la marque de chaussure et du modèle qui sont souvent considérés dans les études comme un facteur partiellement important dans le choix d'une nouvelle paire (Ramsey et al., 2022).

Les Focus Groups ont permis d'établir quelles étaient les motivations des participants. Il est ressorti six motivations principales des discussions. Pour rappel, celles retenues dans leur ordre d'importance : santé physique (se maintenir en forme), santé mentale (prendre l'air), sport facile à mettre en place, progresser & s'améliorer, mode de la course à pied et enfin sociabiliser (rencontrer des individus). Beaucoup de ces motivations sont relevées dans les études passées, comme la santé physique et mentale qui est une des plus importantes avec la performance (Thuany et al., 2021) et aussi le fait de pratiquer ce sport en groupe et de voir d'autres individus et sociabiliser (Parra-Camacho et al., 2019). Seules deux motivations ne sont pas mentionnées dans les études existantes : d'une part l'effet mode, la tendance actuelle de ce sport, cela peut être dû au fait qu'il n'y ait pas encore d'études ayant relevé ce point, étant donné le caractère récent de l'emballement pour la course. D'autre part, la deuxième motivation absente de la littérature, « sport facile à mettre en place », l'est peut-être en raison d'une forte importance uniquement pour quelques répondants aux Focus Groups et est très spécifique à ceux-ci.

Les analyses conjointes ont permis de mesurer, l'importance des attributs pour l'échantillon, et le niveau de satisfaction apporté aux répondants.

L'analyse conjointe générale et les analyses conjointes par segment ont montré que l'attribut qui avait le plus de poids dans le choix du consommateur, était le prix. Les études montrent bien que le prix est un facteur dont les clients tiennent compte dans leur processus d'achat (Levrini et Jeffman dos Santos, 2021). Une des raisons pouvant expliquer ce résultat, nettement dominant comparé aux autres attributs, est que la majorité des répondants sont des élèves ou des étudiants ayant un pouvoir d'achat limité.

Les résultats obtenus concernant les différents prix (80, 150 et 250 CHF/€) sont globalement en accord avec les résultats des précédentes études menées. En effet, le prix le plus élevé (250 CHF/€) est celui qui apparaît dans quatre analyses sur cinq comme étant celui générant la plus forte utilité auprès des consommateurs. Ce résultat suggère que les clients associent un prix élevé à une qualité supérieure, ce qui confirme les résultats des précédentes études (Furrer, 2024 ; Arrondo, et al., 2018).

À l'inverse, le prix le plus bas (80 CHF/€) est, dans quatre cas sur cinq, associé à une diminution de l'utilité de la paire. Cette perception négative peut s'expliquer par le fait qu'un prix est susceptible d'être interprété comme un indicateur de qualité ou de performance insuffisante, notamment dans le cas de produits techniques tels que les chaussures de running (Arrondo, et al., 2018). Ces résultats montrent que le prix joue un rôle essentiel comme perception de la qualité dans l'évaluation des produits par les consommateurs.

Les résultats de l'analyse conjointe indiquent que pour le niveau intermédiaire de prix (150 CHF/€), on obtient des utilités positives et négatives. Cela indique une hétérogénéité marquée dans les préférences individuelles. Certains individus perçoivent ce prix comme étant acceptable et contribuant positivement à l'évaluation du produit, d'autres le considèrent comme étant défavorable.

Le design de la chaussure, et plus particulièrement son coloris, est un facteur auquel les clients font partiellement attention. Les couleurs sobres dégagent à chaque fois une utilité négative, cela peut être dû au fait que les coureurs veulent se démarquer de leurs chaussures de tous les jours qui sont souvent « passe-partout ». À l'inverse, le coloris flashy a une utilité positive et donc apporte de la valeur au produit. Les répondants associent une plus grande satisfaction à l'idée d'avoir une paire colorée avec des couleurs flashy plutôt qu'une paire avec des couleurs sobres. Ces résultats d'analyses corroborent les résultats de recherche sur le sujet (Shieh, M.-D. et Yeh, Y.-E. 2015).

Le confort est certes un facteur qui est considéré dans la littérature comme étant l'un des plus importants dans le choix d'une nouvelle paire (Fife et al., 2024), cependant, on observe que ce n'est pas le cas dans ce travail de Bachelor. Le confort se place en troisième ou quatrième position selon les segments, cela correspond à un attribut de moindre importance par rapport aux autres et notamment au prix et au design. Le fait que la majorité des répondants soit jeune peut expliquer que le prix soit nettement plus important pour eux (comme expliqué avant, leur pouvoir d'achat est limité). Par ailleurs les jeunes accordent plus d'intérêt à leur style et par conséquent, ils donnent plus d'importance au design. Les études antérieures sont majoritairement faites sur la base de données venant d'échantillons plus âgés. Lorsque l'on examine les niveaux de l'attribut, on constate que le niveau maximum a une utilité positive, et donc génère une satisfaction pour le consommateur, et c'est l'inverse pour le niveau moyen. Par ce résultat, qui est identique dans l'ensemble des analyses conjointes, on peut

affirmer que les répondants cherchent un confort maximum dans leurs chaussures même si celui-ci reste inférieur à l'utilité que peut dégager un prix 3 (250 CHF/€) ou une chaussure flashy.

Le dernier attribut testé est le niveau de performance de la chaussure. Comme on a pu le voir dans les résultats de l'étude, la chaussure polyvalente dégage toujours de la satisfaction, à l'inverse de la chaussure optimisée performance. Cela sous-entend que le répondant préfère avoir une chaussure qu'il peut utiliser dans plusieurs cas de figure, plutôt qu'avoir une chaussure par type d'entraînement. Cela peut s'expliquer par le fait que le consommateur ne perçoit pas ce qu'est une chaussure optimisée performance et qu'il y associe un prix bien plus cher étant donné sa technologie. Les études antérieures montrent que la technologie des chaussures qui tend à la rendre plus performante ne sont pas parmi les critères essentiels pour le consommateur (Fife et al., 2024). Bien que des études démontrent l'efficacité d'une chaussure performante (Rodrigo-Carranza et al., 2020 ; Xu et al., 2025), le fait qu'on ne retrouve pas cette importance et ce niveau de satisfaction positif pour la chaussure optimisée pour la performance, permet de supposer que l'échantillon n'est, soit pas intéressé par la performance, soit il n'a pas le niveau requis pour bénéficier de la technologie de la chaussure et donc finalement, il ne s'y intéresse pas.

L'analyse cluster a permis de créer des segments sur la base des motivations des participants. Les résultats de la segmentation, quatre groupes, ont été utilisés dans le but de faire une analyse conjointe par segment.

Le premier segment nommé « les coureurs pressés » reflète les coureurs accordant le moins de temps possible à la pratique d'un sport et à un coût minimal. Cela comprend le temps de préparation pour aller faire du sport, de déplacement, le cas échéant, le coût du matériel et le rapport dépense énergétique comparé au temps passé à pratiquer le sport. La course à pied comprend tous ces critères. Ce segment représente donc des individus disposant de peu de temps pour faire du sport mais qui veulent malgré tout maintenir une activité physique pour leur santé. Pour illustrer, on peut imaginer que sont concernés par ce segment, les adultes devant s'occuper d'un ménage avec des enfants en bas âge, ou encore les élèves et étudiants qui veulent pratiquer un sport nécessitant peu de matériel car ils appartiennent souvent à la catégorie des individus au revenu faible. Cette motivation, la « mise en place facile de ce sport », ne figure pas dans les études en tant que telle, car elle est davantage considérée

comme un facteur donnant accès à ce sport à davantage d'individus, d'où sa démocratisation aujourd'hui. Le fait que les études parlent peu de la facilité de la mise en place de ce sport peut être dû au fait que le segment est très particulier, et donc qu'il ne soit pas assez représentatif de la population. Néanmoins, il est important de comprendre dans ce travail de Bachelor, que cette motivation est celle qui segmente le mieux. C'est-à-dire que c'est celle qui explique le mieux les différences entre les groupes.

Le deuxième groupe se nomme « coureurs sans motivations distinctes » car tout est important sans que l'un des éléments le soit plus que les autres. Ce résultat a déjà été montré au cours d'études sur le sujet (Parra-Camacho et al., 2019). Ce groupe d'individus n'a pas de motivation particulière qui l'encourage plus qu'une autre pour faire du running. On peut associer ce segment à celui donné par Thuany et al. (2021) pour décrire les individus catégorisés « récréatifs ». Tout est important, il cherche à se maintenir en forme physique tout en prenant du plaisir en partageant cette activité avec plusieurs et en voulant s'améliorer. Les objectifs de ce sport sont multiples pour ce groupe.

Le troisième groupe nommé « coureurs priorisant leur santé » reflète tout un groupe de personnes priorisant leur forme physique et mentale. Le fait qu'un tel groupe soit représenté dans l'étude montre bien que la santé est un aspect important pour les coureurs et cela confirme les résultats d'études antérieures (Salzano et al., 2022). Les individus mettant l'accent sur des facteurs de santé sont généralement des adultes vieillissants qui veulent minimiser le risque de blessures et de maladies. On peut aussi inclure les individus qui ont déjà été blessés ou atteints d'une maladie et qui veulent éviter de renouveler cette situation. Courir permet également d'évacuer la pression de la journée et libère des endorphines permettant d'être moins stressé, anxieux ou dépressif (Pereira et al., 2021). Il est donc courant d'entendre des individus dire qu'ils courent pour se défouler et penser à autre chose que leur quotidien. Cet argument a été traité lors des Focus Groups (Annexe 2 ; Annexe 3), Il était important pour les répondants de pouvoir s'évader du quotidien.

Le quatrième groupe se nomme « coureurs influencés par la société ». Ceux-ci représentent tous ceux qui accordent une grande importance au fait de sociabiliser grâce à ce sport et qui pratiquent la course car ils se sont laissé entraîner par cet enthousiasme naissant. On retrouve ce type de coureurs cité dans d'autres études comme étant un groupe motivé par les facteurs sociaux (Parra-Camacho et al., 2019). Dans ce cas, les individus sont essentiellement là pour

montrer qu'ils font de la course à pied et pour partager un moment avec d'autres. Ce sont des personnes que l'on retrouve souvent dans des runs clubs et publiant leurs parcours et performances sur les réseaux sociaux. On en déduit que ce sont majoritairement des jeunes qui composent ce segment. Après vérification avec les données de l'étude, la moyenne de l'année de naissance du segment quatre est de 2000, tandis que celle de tout l'échantillon est de 1993.

Les recommandations managériales se basent sur les résultats des importances relatives des attributs car ils donnent les caractéristiques ayant le plus d'importance aux yeux des consommateurs. On a déterminé des segments de population ayant des centres d'intérêt différents permettant aux entreprises de créer des chaussures différentes, afin de se concentrer sur un groupe particulier.

La théorie marketing veut que le client soit placé au centre des préoccupations de l'entreprise, donc de l'offre produite, dans le but de proposer un bien correspondant aux besoins du client (Furrer, 2025). Il est donc essentiel que dans un premier temps, l'entreprise choisisse bien le segment qu'elle veut cibler, car cela influencera les caractéristiques de la chaussure et les besoins auxquels elle va devoir répondre. Cependant, cette étude montre peu de différence entre les segments, en tout cas sur l'attribut majoritaire : le prix. Il est tout de même possible de distinguer quelques différences sur les attributs qui ont moins de poids sur la satisfaction du client.

Comme le montrent les résultats des analyses conjointes, le prix est le facteur déterminant. Il est primordial que les managers y portent un intérêt très spécifique, afin que leurs produits puissent satisfaire au mieux les envies des consommateurs. De plus, le prix est important car les dépenses des clients sont des recettes pour l'entreprise, à l'inverse des autres attributs qui eux sont des coûts pour l'entreprise. D'après l'étude, un prix élevé a tendance à laisser moins indifférent le consommateur aux chaussures de course ; il est donc essentiel que les marques proposent des prix relativement élevés. Cela ne peut être que bénéfique pour l'entreprise qui aura ainsi plus de ressources pour développer les autres caractéristiques du produit. Il est recommandé de prêter attention au design dont l'impact est, certes plus faible que le prix, mais bien réel. Un design flashy est apprécié par tous les segments ; il est donc nécessaire que les fabricants de chaussures tiennent compte de cet aspect commun aux consommateurs. De manière générale, il est relevé que le confort est préféré lorsqu'il est maximal plutôt que

moyen, mais le confort n'est que peu impactant pour cette étude. L'attribut concernant une chaussure axée performance ou polyvalente, n'a également que peu d'importance pour les répondants. Il n'en reste pas moins que la chaussure polyvalente est préférée de manière unanime et dégage une utilité positive. Il s'agit donc de ne pas négliger ces deux facteurs malgré leur faible impact.

Pour conclure ce chapitre, les résultats obtenus de cette étude ont permis de confirmer les résultats des études antérieures, malgré des ordres d'importance différents des caractéristiques. La segmentation a révélé plusieurs profils avec des préférences partiellement différentes en matière de chaussures de course à pied. Avec ce travail, il est maintenant possible d'identifier les combinaisons préférées des différents segments afin d'exercer une influence positive sur le désir d'achat d'une paire de chaussures de course à pied.

VI. CONCLUSION

L'objectif de ce travail d'analyse est de déterminer l'importance des caractéristiques pour les répondants ; les attributs sélectionnés sont le prix, le design, le confort et le niveau de performance de la chaussure. Un classement de ces importances donne l'influence de ces attributs sur le client lors de l'achat d'une nouvelle paire. La pertinence de cette étude réside dans l'essor que prend la course à pied aujourd'hui auprès des adeptes de toujours mais aussi des nouveaux et donc du développement continu de ce marché.

La première étape du travail a consisté à regrouper la documentation scientifique sur le sujet et analyser la littérature académique. Ces recherches ont permis de suggérer quels pouvaient être les attributs clés et les différentes manières de segmenter la clientèle, notamment grâce aux motivations. Cette étape a permis de clarifier les éléments sur lesquels les Focus Groups devaient se concentrer, afin de vérifier si les répondants avaient les mêmes attentes en termes de caractéristiques et de motivations intrinsèques.

Une fois cette partie sur la littérature étudiée, la concentration a été mise sur les Focus Groups qui donneraient les éléments à intégrer dans le questionnaire en vue de l'analyse conjointe et de l'analyse de cluster. Ces analyses ont permis de classer les attributs par ordre de préférence des segments. Finalement, sur la base des résultats, des recommandations ont pu être établies, afin que les managers puissent prendre la meilleure décision pour répondre aux besoins des consommateurs ciblés.

L'analyse des résultats et la formulation des recommandations ont permis de prendre conscience des limites du travail et des implications qu'elles ont pu avoir sur les résultats.

En premier lieu, l'échantillon est globalement jeune, 33 ans en moyenne ; cela entraîne une sous-représentation des personnes plus âgées qui a pu entraîner certains attributs à être plus ou moins importants pour le client. La distribution du questionnaire via internet d'une part, et la distribution majoritairement à des clubs de running/athlétisme/triathlon d'autre part, à probablement limiter l'âge des répondants à l'étude.

Un deuxième facteur pouvant être considéré comme une limite est que les motivations sont diverses et variées, comme le décrit la revue de littérature. Il est difficile de connaître précisément les incitations à courir, et le fait d'avoir autant de motivations différentes a rendu

laborieux la définition des plus importantes. Certaines peuvent même ne pas être perçues comme une motivation car les coureurs n'en avaient tout simplement pas conscience.

Enfin, le nombre relativement modeste de participants restreint la portée et l'interprétation des résultats. Compte tenu de la quantité d'attributs, de niveaux et de motivations, il est nécessaire d'avoir beaucoup de répondants pour avoir des résultats significatifs permettant une analyse claire et précise.

Malgré ces limites, il est néanmoins possible d'affirmer que l'étude met en évidence l'importance élevée du prix et l'impact majeur de celui-ci sur les intentions d'achat de chaussures de course à pied. C'est plus précisément le prix élevé qui engendre le plus de satisfaction de la part du consommateur. De plus, le design, en particulier le coloris, reste un point à ne pas négliger lors de la conception du produit. Les résultats concernant les différents segments sont à la fois en accord avec les études antérieures, car les motivations mentionnées dans le questionnaire sont celles le plus souvent citées dans les études. Mais ils sont aussi divergents au niveau du classement de l'importance des motivations. De plus, il faut relever que la facilité de mise en pratique de ce sport n'est mentionnée dans aucune étude antérieure. Pourtant dans ce travail, c'est celle qui discrimine le mieux les différents segments.

Des études plus poussées sur le sujet pourraient approfondir la dimension de chacun des attributs et de leurs niveaux. Cela permettrait d'établir de manière précise les importances des caractéristiques que devrait avoir la chaussure. Pour ce faire, il faudra avoir un nombre de répondants conséquent, afin de mesurer les légères variations de points de vue, et des individus connaissant précisément les détails techniques. Cela concerne essentiellement les niveaux et critères de performance qui peuvent être très spécifiques. Il serait également intéressant de faire la segmentation selon d'autres critères, comme des critères sociodémographiques ou d'expérience dans ce sport, pour voir si les résultats deviennent plus ou moins significatifs et expliqueraient mieux les différents segments.

RÉFÉRENCES

- Abrahamson, J., Lindman, I., Eriksen, M.B., Kibsgaard, A. and Nielsen, R.O. (2025), Using Self-Reported Training Characteristics to Better Understand Who Is More Likely to Sustain Running-Related Injuries Than Others: *The Garmin-RUNSAFE Running Health Study*. *Scand J Med Sci Sports*, 35: e70004. <https://doi.org/10.1111/sms.70004>
- Agresta, C., Peacock, J., Carmichael, A., Nielsen, K. E., Zendler, J., & Gonzalez, R. (2020). The perception of ride is multidimensional for running footwear. *Footwear Science*, 12(1), 15–24. <https://doi.org/10.1080/19424280.2019.1706645>
- Arrondo, R., Garcia, N. et Gonzalez, E. (2018). Estimating product efficiency through a hedonic pricing best practice frontier, *BRQ Business Research Quarterly*, Volume 21, Issue 4, Pages 215-224. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2340943618300938?via%3Dihub>
- Besomi, M., Leppe, J., Di Silvestre, M.C. et Setchell, J. (2018) SeRUN® study: Development of running profiles using a mixed methods analysis. *PLoS ONE* 13(7): e0200389. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0200389>
- Bishop, C., Buckley, J. D., Esterman, A. E., & Arnold, J. B. (2020). The running shoe comfort assessment tool (RUN-CAT): Development and evaluation of a new multi-item assessment tool for evaluating the comfort of running footwear. *Journal of Sports Sciences*, 38(18), 2100–2107. <https://doi.org/10.1080/02640414.2020.1773613>
- Bouchet, P. & Hillairet, D. (2009). *Marques de sport, approches stratégiques et marketing.*, Bruxelles, Éditions de Boeck Université
- Bürgi, R., Lamprecht, M. & Stamm, H. (2021). Sport Suisse 2020, les sports en chiffres. *Office fédéral de la statistique*, pp.13. https://www.baspo.admin.ch/dam/fr/sd-web/yf5AyqbGaegB/Sport-Schweiz-2020-factsheets_FR.pdf
- Burillo, P., & Pérez González, B. (2016). Analysis of consumer behaviour to the price factor on the footwear market for runners. *SPORT TK-EuroAmerican Journal of Sport Sciences*, 163–168. <https://doi.org/10.6018/254171>
- Calvar-Madec, I., Ohl, F & Tribou, G. (2012). Aménagement du lieu de vente : expertise des professionnels du marketing du sport et connaissance du comportement du consommateur,

Management et avenir, n°57, pp.139-156. <https://shs.cairn.info/revue-management-et-avenir-2012-7-page-139?lang=fr&tab=texte-integral>

Castan, M. (2020). Running : faut-il payer plus de 100 euros pour des baskets de qualité ?, *Madame le Figaro*. <https://madame.lefigaro.fr/bien-etre/sport-faut-il-payer-plus-de-100-euros-pour-avoir-des-baskets-de-qualite-170519-165161>

Clermont, C. A., Benson, L. C., Osis, S. T., Kobsar, D., & Ferber, R. (2019). Running patterns for male and female competitive and recreational runners based on accelerometer data. *Journal of Sports Sciences*, 37(2), 204–211. <https://doi.org/10.1080/02640414.2018.1488518>

Clinghan R, Arnold GP, Drew TS, *et al* (2008). Do you get value for money when you buy an expensive pair of running shoes?, *British Journal of Sports Medicine*; 42: pp.189-193.

F. (2025). RUNomètre 2023 : voici les marques et les chaussures préférées des coureurs récréatifs, *Runnea*. <https://www.runnea.fr/articles/running-news/runometre-2023-voici-marques-chaussures-15079/>

Fife, A., Ramsey, C., Esculier, J. F., & Hébert-Losier, K. (2023). How do road runners select their shoes? A systematic review. *Footwear Science*, 15(2), 103-112

Fife, A., Ramsey, C., Esculier, J. F., & Hébert-Losier, K. (2024). How do runners select their shoes? An in-store experience. *Footwear Science*, 16(3), 191-199.

Forestier, C. (2025). Étude socio : comment les coureurs choisissent leurs chaussures ?, *Relance*. <https://www.relancemag.fr/p/etude-socio-comment-les-coureurs>

Furrer, O. (2024). *Cours de Marketing*. Université de Fribourg, Semestre d'automne.

Furrer, O. (2025). *Cours de Recherche Marketing*. Université de Fribourg, Semestre de printemps.

Gerbault, J. (2025). Les « run clubs », ou quand la course à pied devient un terrain de jeu marketing, *RTS société*. <https://www.rts.ch/info/societe/2025/article/les-run-clubs-quand-la-course-a-pied-devient-un-terrain-de-jeu-marketing-29061599.html>

Gillet, N., Rosnet, E. et Vallerand, R.J. (2008), Développement d'une échelle de satisfaction des besoins fondamentaux en contexte sportif. https://psycnet.apa.org/fulltext/2008-14396-005.pdf?auth_token=61bdcb5e487986ba69b875db7e0489929492b1ab&returnUrl=https%3A%2F%2Fpsycnet.apa.org%2Frecord%2F2008-14396-005

Haugen, T., Sandbakk, Ø., Seiler, S. et al. (2022). The Training Characteristics of World-Class Distance Runners: An Integration of Scientific Literature and Results-Proven Practice. *Sports Med - Open* 8, 46. <https://doi.org/10.1186/s40798-022-00438-7>

Hébert-Losier, K., Knighton, H., Finlayson, S. et Peterson, B. (2025). How does it feel to run in minimalist and advanced footwear technology shoes: A qualitative study involving male recreational runners. *PLoS One* 20(12): e0338743. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0338743>

Hoffman, M. D., & Fogard, K. (2012). Demographic Characteristics of 161-km Ultramarathon Runners. *Research in Sports Medicine*, 20(1), 59–69. <https://doi.org/10.1080/15438627.2012.634707>

Hertrich, S. & Mayrhofer, U. (2015). Adidas le marché des chaussures de running. <https://univ-lyon3.hal.science/hal-01205745/>

Kurtzemann, L. (2025). Les chaussures à plaque carbone : pour qui ? Pour quoi ?, *Widermag*. <https://www.widermag.com/coaching-les-chaussures-plaque-carbone-quoi>

Coureur du dimanche. (2023). La grande enquête du running 2023, *coureur du dimanche*. <https://www.coureurdu dimanche.com/blog/la-grande-enquete-du-running-2023/>

Latorre Román, P., Ángel, Romero Plaza, M., Cabrera Linares, J. C., Párraga Montilla, J. A. et Salas Sánchez, J. (2024). Sociodemographic characterisation of the endurance runner: risk of injury and psychosocial profile. A contemporary sample. *Retos*, 61, 392-399. <https://doi.org/10.47197/retos.v61.108185>

Le Borgne, L. (2025). Les organisateurs de marathons, semis et 10 kilomètres face à un engouement inédit et parfois problématique., *Le Monde*. https://www.lemonde.fr/sport/article/2025/04/13/les-organisateur-s-de-marathons-semis-et-10-kilometres-face-a-un-engouement-inedit-et-parfois-problematique_6595130_3242.html

Lebrun, A.L. (2025). La course à pied, pour tous !, *Que choisir*, . <https://www.quechoisir.org/conseils-sport-et-sante-la-course-a-pied-pour-tous-n171304/>

- Levrini, G. R. D., & Jeffman dos Santos, M. (2021). The Influence of Price on Purchase Intentions: Comparative Study between Cognitive, Sensory, and Neurophysiological Experiments. *Behavioral Sciences*, 11(2), 16. <https://doi.org/10.3390/bs11020016>
- Liquet, J. (1995). L'analyse conjointe. *Décisions Marketing*, 4, 101-111.
- Lund, K. (2019). *Running Shoe Experience*. North Carolina State University Theses Environmental and Molecular Toxicology. <https://repository.lib.ncsu.edu/items/8b8438d5-3573-46f3-bf12-6423a23905c9>
- Malhotra, N., Décaudin, J.M., Bouguerra, A. & Bories, D. (2011). Études marketing, *Pearson*, 6^e édition. <https://www.pearson.fr/resources/titles/27440100279840/extras/Glossaire.pdf>
- Malisoux, L., Delattre, N., Urhausen, A., Morio, C. et Theisen, D. (2025). "Association of Shoe Cushioning Perception and Comfort With Injury Risk in Leisure-Time Runners: A Secondary Analysis of a Randomised Trial," *European Journal of Sport Science*: e70063. <https://doi.org/10.1002/ejsc.70063>.
- Mobilesport (2024). Types de coureurs., *Mobilesport.ch*. <https://www.mobilesport.ch/running/running-les-differents-types-de-coureurs/>
- Ohl, F. (2003). Comment expliquer le succès des marques sportives auprès des jeunes consommateurs ?, *Revue Française du Marketing*. <https://research.ebsco.com/c/g362qd/search/details/cixtmnaplv?db=bsu>
- Parra-Camacho, D., González-Serrano, M. H., González-García, R. J., & Calabuig Moreno, F. (2019). Sporting Habits of Urban Runners: Classification According to Their Motivation. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(24), 4990. <https://doi.org/10.3390/ijerph16244990>
- Partyka, A. et Waśkiewicz, Z. (2024). Motivation of Marathon and Ultra-Marathon Runners. A Narrative Review. *Psychol Res Behav Manag.* ;17:2519-2531 <https://doi.org/10.2147/PRBM.S464053>
- Perrier, A. (2012). Les chaussures technologiques. *Revue du Podologue*, 8, pp. 24-26. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1766731312000349>

Pereira, HV., Palmeira, AL., Encantado, J., Marques, MM., Santos, I., Carraça, EV. and Teixeira, PJ. (2021) Systematic Review of Psychological and Behavioral Correlates of Recreational Running. *Front. Psychol.* 12:624783. doi: 10.3389/fpsyg.2021.624783

Petit, C. (2025). Ils courent, ils courent les français : les chiffres fous de la pratique du running. *Ouest France*. <https://www.ouest-france.fr/sport/running/ils-courent-ils-courent-les-francais-voici-les-chiffres-fous-de-la-pratique-du-running-9a3fc5b4-15cc-11f0-9759-9654df6b878b>

Ramsey, C.A., Lamb, P. et Ribeiro, DC., (2022). Factors Influencing Runner's, *Choices of Footwear.*, 10.3389/fspor.2022.829514

Rodrigo-Carranza, V., González-Mohíno, F., Santos-Concejero, J. et González-Ravé, J.M. (2020). Influence of Shoe Mass on Performance and Running Economy in Trained Runners. *Front. Physiol.* 11:573660. doi: 10.3389/fphys.2020.573660

Salzano, M. Q., Weir, G., Thompson, J., Trudeau, M. B., Ertel, C., Dear, K., ... Hamill, J. (2022). Can footwear satisfaction be predicted from mechanical properties? *Footwear Science*, 14(3), 151–161. <https://doi.org/10.1080/19424280.2022.2077843>

Savre, C. (2024). "Devenir" traileur dans des relations aux environnements : Comprendre un engouement contemporain pour la course à pied dans "la nature", *Thèse Université Savoie Mont Blanc*. <https://hal.science/tel-05028419/>

Scohier, M. & Voogd, I. (2020). Recensement des habitudes et pathologies rencontrées chez les coureurs à pied en fonction du type de chaussures utilisées. <https://luck.synhera.be/bitstream/handle/123456789/510/Scohier%20&%20Voogd%202020.pdf?sequence=1>

Shieh, M.-D. and Yeh, Y.-E. (2015), A comparative study on perceptual evaluations of sports shoe exterior colors in Taiwan. *Color Res. Appl.*, 40: 178-193. <https://doi.org/10.1002/col.21870>

Skejø, S., Blacket, C. T., Nielsen, R. Ø., Fuller, J. T., Bennett, H., Crozier, A.J., et Arnold, J.B. (2024). 108 Why do we run? Motivation profiles and training characteristics in the Garmin-RUNSAFE Running Health Study, *European Journal of Public Health*, Volume 34, Issue Supplement_2, ckae114.194, <https://doi.org/10.1093/eurpub/ckae114.194>

Sorbonne Université (2024). La course à pied, c'est punk, politique (et bon pour la santé !), *Sport, The conversation*. <https://www.sorbonne-universite.fr/actualites/la-course-pied-cest-punk-politique-et-bon-pour-la-sante>

Steenhuis, I. H., Nooy, S. B., Moes, M. J., & Schuit, A. J. (2009). *Financial Barriers and Pricing Strategies Related to Participation in Sports Activities: The Perceptions of People of Low Income*. *Journal of Physical Activity and Health*, 6(6), 716-721. Retrieved Apr 25, 2026, from <https://doi.org/10.1123/jpah.6.6.716>

Tedeschi, R. (2023). L'impact biomécanique des chaussures de course Nike sur le risque de blessures. *Journal de Traumatologie du Sport*, 41(2), pp.104-109, . <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0762915X23001559>

Thuany, M., Malchrowicz-Moško, E., Waśkiewicz, Z., & Gomes, T. N. (2021). Individual and Economic Characteristics as Determinants of Brazilian Runners' Motivation. *Sustainability*, 13(18), 10178. <https://doi.org/10.3390/su131810178>

Thuany, M., Souza, R. F. d., Hill, L., Mesquita, J. L., Rosemann, T., Knechtle, B., Pereira, S., & Gomes, T. N. (2021). Discriminant Analysis of Anthropometric and Training Variables among Runners of Different Competitive Levels. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(8), 4248. <https://doi.org/10.3390/ijerph18084248>

Thuany, M., Witthöft, A., Valero, D., Forte, P., Weiss, K., Scheer, V., Nikolaidis, P. T., Andrade, M. S., Cuk, I. & Knechtle, B. (2024). Road and trail running from 5 km to an ultra-marathon – trends in Switzerland from 1999 to 2019. *Human Movement*, 25(3), 96–108. <https://doi.org/10.5114/hm/193799>

Tribou, G. (1999). L'image de la marque Adidas auprès des adolescents. Un entretien avec Isabelle Madec, directrice du marketing produits de la société ADIDAS France, *Décisions Marketing n°18*, *Cairn Info*. <https://shs.cairn.info/revue-decisions-marketing-1999-3-page-37?lang=fr&tab=texte-integral>

Troyon-Guédat, D. (2013). Course à pied et consommation : le cas des coureurs genevois, *Mémoire de master*, Université de Lausanne. <https://iris.unil.ch/entities/publication/5728ba79-7642-4a25-999f-508d89c5c250>

Union des entreprises sport & cycles (2025). Observatoire du running, 7^{ème} édition .
https://www.unionsportcycle.com/medias/documents/restitution-odr-restitution-vf3-jpf_1996255350.pdf

Vallerand, R.J. (1994), La motivation du sportif de compétition. Théorie et application., *Cahier de l'INSEP*. https://www.persee.fr/doc/insep_1241-0691_1994_num_6_1_1134

Westerbeek, H., Eime, R. and Owen, K. (2025). The costs of participation in and delivery of community sport in Australia—a narrative review. *Front. Sports Act. Living* 7:1641527. doi: 10.3389/fspor.2025.1641527

Xu, L., Wang, Y. et Wen, X. (2025). The role of footwear in improving running economy: a systematic review with meta-analysis of controlled trials. *Sci Rep* **15**, 3963. <https://doi.org/10.1038/s41598-025-88271-2>

Yusoff, M., & Pa, W. (2024). Comparison between Competitive and Non-Competitive Runners on Purchasing Style of Running Shoes. *International Journal of Academic Research in Business and Social*. <https://dx.doi.org/10.6007/IJARBS/v14-i8/22264>

Zhang, J., Yao, J., Hu, H. et Zhao, X. (2025). Visual insights into personalizing women's running shoes: A consumer psychology perspective, *Acta Psychologica*, Volume 253, 104767, ISSN 0001-6918. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.104767>.

20 KM de Lausanne (2025). RECORD D'INSCRIPTIONS PULVÉRISÉ ET 5 KM D'EXCEPTION., *Communiqué de presse*. <https://20km.ch/images/pdf/communiques/2025-communique-1.pdf>

IA utilisées :

Concencus.app pour aider à trouver des sources académiques

ChatGPT pour mettre en forme le guide des Focus Groups

ANNEXES

Annexe 1 : Guide des Focus Groups

Partie 1 : Motivation à faire de la course à pied :

Parcours personnel :

- Comment avez-vous commencé à courir ?
- Depuis combien de temps courez-vous ?
- Pourquoi avoir commencé ?
- (Courez-vous seul ou accompagné ? Pourquoi ?)

Motivations profondes :

- Pourquoi continuez-vous à courir aujourd'hui ?
- Qu'est-ce que cela vous apporte concrètement ?
 - o Santé physique
 - o Santé mentale (gestion du stress)
 - o Performance (dépassement de soi)
 - o Compétition
 - o Sociabilisation
 - o Image de soi
- Qu'est-ce qui vous donne envie de sortir courir même quand vous n'en avez pas envie ? (relance)
- Quelles sont pour vous les motivations des coureurs ? Y en auraient-ils d'autres auxquels vous pensez ?

Rapport à la performance :

- Vous considérez-vous comme compétitif ?
- (Utilisez-vous une montre, une application ?)
- Vous fixez-vous des objectifs (distance, chrono, course officielle) ?
- Est-ce que vous avez l'impression que les gens courent pour la performance, ou courent-ils pour d'autres raisons ?

Partie 2 : Les chaussures de course à pied :

Achat et déclencheur :

- Combien de paires avez-vous ? Plusieurs modèles ? Pourquoi ?
- Tous les combien changez-vous votre paire de chaussures ? Pourquoi ?
- Quand avez-vous acheté votre dernière paire ?
- Pourquoi à ce moment-là ?
- Qu'est-ce qui déclenche le besoin de changer ?
 - o Usure
 - o Blessure
 - o Nouvelle saison
 - o Envie/Nouveauté

Processus de décision :

- Comment choisissez-vous une nouvelle paire ?
 - o Magasin spécialisé
 - o Internet
 - o Recommandation (professionnel, entourage, journal)
 - o Influence réseaux sociaux
- Êtes-vous fidèle à une marque ?
 - o Nike/Hoka/Salomon/New Balance/Asics/Adidas/...
- Pourquoi cette marque ?
- Quels sont les grands types de catégories de chaussures ? => Donner des idées de catégories => à quelles marques ces catégories vous font-elles penser ?

Adidas	Hoka	New Balance	Puma
Asics	Kiprun	Nike	Salomon
Brooks	Mizuno	On	

Critères essentiels : (mentionner (ou les imprimer) tous les critères pour qu'ils les aient en tête)

- (Pensez-vous qu'il manque des critères de choix ? si oui, lesquels)

- Imaginez que vous deviez choisir une nouvelle paire demain. Quels sont les 3 critères absolument indispensables ?
 - Confort => Amorti/Maintien/Respirabilité/Largeur
 - Performance => Légèreté/Dynamisme/Plaque carbone/Accroche
 - Santé/Prévention blessures => Stabilité/Type de foulée
 - Design esthétique => Couleur/Style/Marque visible
 - Prix => Budget acceptable/Rapport qualité-prix
 - Marque
 - Innovation
 - Durabilité
 - Si pas mention de tous les attributs donner des comparaisons

Sur les attributs => trouver les 2 ou 3 niveaux => Ex. : questions => c'est quoi une bonne semelle (carbone, gel, etc.), des catégories de prix, y aurait quoi comme designs existants, ...

Arbitrages :

- Si une chaussure est très performante mais peu esthétique, vous la choisissez ?
- Si elle est belle mais très chère ?
- Entre confort et performance, vous choisissez quoi ?

Conclusion :

- Autre chose à ajouter ?

Annexe 2 : Focus Groups 1 - Retranscription

Mme Bürli : « Quand est-ce que vous avez commencé à courir ? »

Répondant 1 : « J'ai commencé à courir avec mon grand-père, qui me disait, viens courviter, viens courviter. Et je devais avoir, je sais pas, 4 ans ? 5 ans ? »

Répondant 2 : « Ah oui, et tu en auras combien maintenant ? Ça peut peut-être être utile. »

Répondant 1 : « Ah bah, ça fait 50 ans de plus. »

Répondant 3 : « Pas mal. Moi, j'ai commencé à courir quand j'étais en première année de médecine. Comme ça. Pour me... M'aérer le cerveau. Après, entraîner ma vision. Sinon, je faisais du sport avant, je suis au foot avec mes copains, je suis au tennis, tout ça, mais... Vraiment, le running, donc... Pas 18 ans, mais 23. »

Répondant 2 : « Oui, c'est vrai. Il a commencé tard. Donc 23, et maintenant, t'en as ? Ça pique. »

Répondant 3 : « 49 »

Répondant 2 : « À une semaine près, 50 ans. Moi, j'ai commencé après la naissance de Gaston. Donc Gaston, il va avoir 12 ans, donc ça fait 12 ans que j'ai commencé. »

Répondant 4 : « Et moi, j'ai commencé à courir avec le foot, en fait. Je courais déjà très bien avant d'avoir commencé le triathlon. J'étais souvent même le meilleur sur le... Pour la course, j'étais le meilleur, pas au foot, mais... À courir, ça, je devais le faire. Et vraiment, courir, l'année dernière, avec le triathlon, mes copains m'ont forcé un peu. »

Répondant 3 : « Arrêter le ballon. »

Répondant 1 : « Moi j'ai l'impression que vous n'avez pas la même définition de courir, parce que pour attraper le bus, il faut courir, hein, si jamais... »

Répondant 2 : « Oui, donc là, on parle de courir en sport, je pense. »

Répondant 1 : « Moi, à 6 ans, ce n'était pas du sport en tant que tel, mais ça en était quand même. »

Répondant 2 : « Sinon, je courais dans la cour de récré, et on est d'accord. »

Répondant 1 : « T'avais même des cours par les profs qui te faisaient courir. »

Répondant 2 : « Oui, c'est vrai. »

Répondant 1 : « T'avais les cours de sport, voilà. Et si, tu devais faire des tours de piste, c'était chiant, tu te rappelles ? »

Répondant 3 : « Non mais est-ce que toi-même, t'allais déjà faire des tours de piste ? »

Répondant 2 : « Mais voilà, je n'allais pas courir de moi-même, je n'achetais pas de chaussures pour courir.

Répondant 1 : « C'était juste parce que t'étais contrainte et forcée ? »

Répondant 2 : « C'était juste, c'était les cours, oui. Moi, je me suis mise à courir sportivement, après la naissance de Gaston. »

Répondant 1 : « Non contrainte et forcée. »

Mme Bürli : « Pourquoi ? »

Répondant 2 : « Au tout départ... C'était vraiment l'historique, c'est parce que j'ai repris, c'était pour reprendre, regagner ma ligne, et j'ai commencé par de la marche athlétique. Tu sais, la marche, le 50 km marche. Moi, je ne faisais pas le 50 km. »

Répondant 1 : « La marche nordique, un peu ? »

Répondant 2 : « Non. »

Répondant 3 : « Tu sais celle où tu te tords le cul. »

Répondant 2 : « Ça ne s'appelle pas de la marche athlétique ? C'est la marche athlétique. Tu dois toujours avoir un pied, un pied par terre, tu n'as pas le droit d'avoir les deux pieds en l'air. Donc en fait, moi, comme je venais d'accoucher, c'était plus doux pour moi en termes d'impact. Et après, après cette marche athlétique, je suis passée naturellement à la course avec des copains, qui se sont mis à me faire courir. Mais sinon, je ne courais pas du tout. »

Répondant 3 : « Le ministre disait souvent, quand il marchait, quand il s'entraînait, sur les routes de campagne près de Reims, les gens, ils passaient en baille, ils disaient, ouais, PD ! »

Répondant 2 : « Tords pas du cul la route est droite. Moi, ça, je l'ai eu aussi, quand je me suis mis à faire de la... »

Répondant 1 : « Ah bon ? »

Répondant 2 : « Bah oui ! Parce qu'en fait, quand tu fais de la marche athlétique. T'es comme ça, tu marches comme ça. »

Répondant 1 : « On voit bien qu'ils n'ont jamais ramé, ces gens-là. »

Répondant 2 : « En fait, tu vas vite et tu marches, t'es comme ça. »

Répondant 1 : « Bah oui, oui. »

Mme Bürli : « C'est comme le 10 km marche au JO. »

Répondant 3 : « C'est ça. Et le 50 km marche, c'est pareil que le 10 km marche. »

Répondant 2 : « Ils sont dix de moins. Et donc comme ça, j'avais moins d'impact et je le faisais même avec Gaston en porte-bébé ».

Répondant 4 : « Avec Gaston à l'extérieur, cette fois. »

Répondant 2 : « Voilà, Gaston à l'extérieur. Moi, j'ai toujours fait la marche athlétique avec Gaston une fois qu'il était né quand même... »

Répondant 4 : « Gaston a toujours été sportif. »

Répondant 2 : Oui, c'est pour ça que Gaston... Donc voilà. »

Mme Bürli : « Ok, très bien. Et aujourd'hui, qu'est-ce qui fait que vous continuez à courir ? »

Répondant 4 : « J'ai une vie courte comme moi. »

Mme Bürli : « Mais pourquoi tu continues à courir ? Pourquoi tu cours ? »

Répondant 4 : « Pourquoi je cours ? Parce que c'est une sorte de... »

Répondant 3 : « Parce que t'étais nul au foot ? »

Répondant 4 : « Oui, oui, oui, c'est vrai. Donc j'essaie de trouver un sport dans lequel j'étais un peu meilleur. Et c'est une sorte de routine, quoi. Si je courais pas, je me sentirais mal. C'est la vie de moi-même, quoi. Et aussi pour rester avec les copains, passer du bon temps avec les copains, tout ça. Le soir, c'est super. »

Répondant 2 : « Parce que t'as des potes dans ton groupe de triathlon ? Dans ton club de triathlon ? »

Répondant 4 : « Oui. »

Répondant 2 : « Ok, c'est des copains, quoi. Du coup, c'est pour ça que vous vous entraînez ensemble ? »

Mme Bürli : « Vous le faites en bande ? »

Répondant 4 : « Voilà, c'est ça. »

Répondant 2 : « En bande organisée. »

Répondant 4 : « Après, je peux le faire tout seul, aussi. »

Répondant 3 : « C'est des nouveaux potes que t'as rencontrés au triathlon ? ou du foot ? »

Répondant 4 : « Non, c'est des potes d'avant du lycée, même. »

Répondant 3 : « Tiens hop, on se met au triathlon. »

Répondant 4 : « Voilà, c'est ça. »

Répondant 3 : « Entre copains. »

Répondant 1 : « Moi, je cours pas parce que je suis... Je cours pour prendre l'air, et c'est pas un but en soi de courir, du tout. Ça pourrait être autre chose. »

Répondant 2 : « Tu te fixes des objectifs, quand même ? Parce que là, tu vas faire le marathon. »

Répondant 1 : « Non, c'est pour le fun. Je fais un objectif, voilà. C'est comme faire le tour d'un lac. Ou d'aller voir la vue de l'autre côté du col. C'est la même chose. »

Répondant 4 : « Moi, par exemple, je cours pour essayer de gagner des trucs. »

Répondant 1 : « Je gagne rien, moi. Enfin, si, le gain que j'ai, c'est la vue. »

Répondant 4 : « J'ai un objectif. Chaque crosse, j'essaie de performer. Pour moi. J'ai un objectif à moi. Mais pour prendre l'air également. »

Répondant 3 : « Gagner en performance. »

Répondant 4 : « Voilà, c'est ça. »

Répondant 3 : « Moi, c'est purement, comment on va dire, pour... C'est musculaire. C'est pas pour me faire des muscles, Si a quelque part, mais... »

Répondant 2 : « Il y en a besoin. »

Répondant 3 : « Non, mais pour être en forme physique, quoi. Pour être en forme physique, de par mon métier qui me demande un peu d'être en forme physique, c'est pour pouvoir être performant et pas subir mes journées de travail. »

Répondant 1 : « On dort mieux quand on est fatigué physiquement que juste nerveusement du boulot. »

Répondant 3 : « En plus. Oui, puis c'est aussi une soupape après le boulot, tout ça, tu vois. Genre, le mercredi, je suis à la fac dans un truc qui est fermé. J'aime bien rentrer, prendre l'air et aller courir. Bon, maintenant, je peux plus, parce que je vais aller chercher Arsène au handball et tout ça. Mais avant, je rentrais à 7 heures et il fallait que j'aille courir, tu vois. Prendre l'air. Et le triathlon, on fait du triathlon avec Hélène. C'est pour me muscler un peu les épaules, tout ça, le haut du corps, pour... »

Répondant 2 : « Enfin ça, c'est plus la natation, du coup, qu'il parle de ça. »

Répondant 3 : « Mais bon, le triathlon, t'as de la natation, de la course à pied. Donc, t'es obligé d'aller courir aussi. »

Répondant 2 : « Moi, je cours parce que, en termes de temps, alors, pareil, c'est pour m'entretenir et puis parce que j'ai envie d'être capable d'avoir des targets, des objectifs et pouvoir les remplir et de rester en forme. Et que c'est le sport le plus simple, en fait, à mettre en place. Parce que, même par rapport à un vélo, tu vois, quand tu vas faire du vélo, il faut que tu vérifies que tes pneus sont gonflés, que machin, que truc, etc. Donc, c'est vrai qu'on fait du triathlon, mais le vélo, j'ai un peu de mal à en faire. Je trouve que ça prend tout de suite plus de temps que de prendre tes baskets et de sortir vite fait pour aller courir. Et puis parce qu'aussi, au tout départ, on s'est mis à courir avec des copains et donc après, on était dans une espèce de routine avec les copains qui fait que ça te motivait à courir. Et puis, après, on était suffisamment motivés et suffisamment entraînés pour aller courir quand on en avait besoin et quand on pouvait, quoi. »

Mme Bürli : « Donc, vous diriez que c'est important de courir avec d'autres gens ou de... Enfin, que ça commence avec d'autres gens pour après, au final, le faire tout seul ou de manière générale, c'est plus sympa de le faire en club ? »

Répondant 1 : « Alors, c'est plus sympa pour moi de courir avec d'autres gens parce que comme ça, je cours et je parle et du coup, je ne me rends pas compte que je cours. Sinon, je

réfléchis. Je me dis qu'est-ce que je suis en train de faire là ? Qu'est-ce que c'est que cette horreur ? Je me fais mal et je ferais mieux de faire autre chose. Du coup, en tout cas, surtout les 35 ou 40 premières minutes. Et du coup, j'aime bien courir avec les autres parce que comme ça, on discute, on... voilà. Le rythme se règle tout seul aussi. On ne force pas parce que sinon, on a facilement un objectif dans la tête qui se dit, ah tiens, je suis trop lent. Il faut pousser un petit coup et puis hop. »

Répondant 2 : « Il ne faut pas regarder sa montre. »

Répondant 1 : « Je n'ai pas de montre et ce n'est pas pour rien. »

Répondant 2 : « Non, mais c'est vrai. »

Répondant 1 : « Mais par contre, on le sent quand on... On sent quand même qu'on a l'impression d'aller plus lentement. Donc du coup... Et par contre, quand on cause, on ne fait pas attention à ça. Et du coup, on court pour se déplacer. »

Répondant 2 : « Mais pour ça, ça sous-entend qu'il faut avoir quand même un bon... un bon coéquipier de course parce que si tu n'es pas au même rythme, si tu... »

Répondant 1 : « C'est celui qui va mieux, qui court le ... Qui parle le plus, je ne sais pas moi. C'est comme tu veux, mais on s'adapte. Voilà. »

Répondant 2 : « Non, mais bien sûr... »

Répondant 1 : « Évidemment, quand il y a une belle côte, tu causes un peu moins. »

Répondant 2 : « Si tu es en gros... Si tu as une grosse différence de niveau, c'est un peu compliqué. »

Répondant 1 : « Ce n'est pas drôle de courir... Effectivement, j'ai un collègue, je vais rarement courir avec lui parce que pour faire 10 bornes, il met 30 minutes de moins. »

Répondant 2 : « Oui, bah... »

Répondant 1 : « Lui, ça l'intéresse au moyen. »

Répondant 2 : « 30 minutes de moins, c'est beaucoup. »

Mme Bürli : « Sachant que la course dure une heure. »

Répondant 2 : « C'était quoi la question de départ ? »

Mme Bürli : « Est-ce que c'est important de courir en groupe ou pas ? Est-ce que c'est une des raisons pour lesquelles vous courez ? »

Répondant 4 : « Moi, personnellement, ça me motive beaucoup quand je fais des tours de piste avec mes potes. C'est même plus que la musique, ça me motive vraiment. On arrive vraiment à prendre plaisir, à courir même fort. Moi, je trouve c'est important. »

Répondant 2 : « Alors moi, enfin bon, ça dépend des entraînements parce qu'effectivement, si t'es sur un entraînement type triathlon en club, de te faire les entraînements qu'ils nous prévoient avec du fractionné, des trucs où à la limite, t'as envie de vomir à la fin de ton entraînement, etc. Ouais, là, il vaut mieux être en groupe parce que sinon, t'as du mal à te motiver à te faire mal comme ça. Si c'est pour une sortie longue, un peu d'endurance, ben... En fait, je préfère faire ça toute seule avec de la musique. Avant, c'est le groupe qui a permis que je fasse la sortie, que je prenne l'habitude de sortir et que je prenne l'habitude de courir. »

Répondant 1 : « C'est parce que vous courez pour vous entraîner. C'est marrant parce que vous courez pour vous entraîner. Moi, je cours pas du tout pour m'entraîner. Je m'entraîne rien du tout. Je cours pour me déplacer, en fait. »

Répondant 2 : « Tu te déplaces pour rentrer chez toi, après. »

Répondant 1 : « Non, même pas. Souvent, je fais des boucles au boulot, à midi, je vais courir. C'est pour me sortir de l'espace job et puis penser à autre chose. Et j'aime bien être avec quelqu'un parce qu'on va parler de plein d'autres trucs. Ça peut dériver sur le boulot, mais en général, on essaye de redresser le cap pour parler d'autre chose. Et c'est pour changer d'air, c'est tout. Et puis après, les autres fois, souvent, c'est juste pour aller voir du paysage. J'ai horreur de faire deux fois le même chemin. »

Répondant 2 : « C'est un peu l'inverse. J'aime bien m'améliorer. »

Répondant 1 : « Tourner en rond, pitié. »

Répondant 2 : « Non, alors la piste, c'est vrai. C'est quand même pas drôle la piste. C'est juste quand tu as des objectifs de course et que... voilà. »

Répondant 1 : « Je me perds dans les bois. J'essaye de prendre un raccourci et après, je suis paumé. Je ne peux même pas courir parce qu'il y a des branches. »

Répondant 2 : « Alors ça, ça me surprend de toi. »

Répondant 1 : « Et je continue. Je continue parce que je n'ai surtout pas envie de faire demi-tour. Et je vais visiter le coin et là, je découvre des trucs. Et puis après, je me dis qu'on aurait pu passer par là aussi. Et je fais un autre chemin. »

Répondant 2 : « Oui, c'est deux manières. »

Répondant 1 : « Et je pense que je connais... Autour de mon boulot, il n'y a pas beaucoup de monde qui connaît les chemins dans la forêt et la Fumay, pareil. Je pense que je connais pas mal les chemins. »

Répondant 3 : « Mieux que les fumaciens. »

Répondant 2 : « Et toi, alors ? »

Répondant 3 : « Moi, je m'y suis mis par le groupe aussi. Enfin, non, pas vraiment. »

Répondant 2 : « Le côté fréquence, quand même, les régularités. »

Répondant 3 : « Mais alors, à choisir, je préfère aller courir tout seul parce que j'ai mon rythme à moi. Là, par exemple, on fait une prépa-marathon. Donc, on essaie de faire plus ou moins en groupe. Mais rendez-vous 9h30. Ah bah non, tu essaies de timer sur ta sortie longue sur ta journée que tu vas faire pour dimanche. Ah bah non, finalement, c'est 10h, 10h15. Tu vois, tu attends. Finalement, moi, j'avais prévu de courir à tel rythme. Finalement, c'est pas le même rythme. Donc, finalement, je préfère le faire tout seul. Sans musique. Moi, je n'ai pas besoin de musique. Enfin, je... Je me promène. »

Répondant 1 : « Les petits oiseaux. »

Répondant 3 : « Les petits oiseaux me suffisent. Et comme Hélène, les entraînements type VMA et cardio et fractionnés, là, pour le coup, c'est mieux en groupe. Ça, c'est bien parce que ce ne sont pas les trucs que je ferais tout seul. Tu vois ? Si je vais courir moi-même, tu te fixes une durée ou un truc. Là, avec la prépa marathon, il y a différentes allures. Et ce qui est très bien aussi avec les montres connectées maintenant, c'est que tu peux régler ton allure, te comparer, voir ce que tu faisais l'année dernière, ce que tu fais maintenant, etc. Donc, quand je disais qu'on court parce qu'on prépare des trucs, tu peux être amené aussi à comparer ce que tu as fait par progression. L'idée, c'est de progresser un peu et de ne pas subir la course à pied. »

Répondant 2 : « Et ça, tu as une petite fierté, tu vois, de te dire... Alors, en revanche, quand tu es blessé, là, tu as tout qui redescend. Et là, c'est difficile de remonter la pente. »

Mme Bürli : « Tu ne pourras faire qu'améliorer quand tu reprendras. »

Répondant 2 : « Oui, oui, oui. Enfin, ou alors peut-être que tu ne peux pas arriver au même niveau que ce que tu avais avant, tu vois, parce que passer un certain âge n'est pas toujours aussi facile que ça. Et oui, toi, vous faites beaucoup de pistes ou vous faites beaucoup de sorties endurance ? »

Répondant 4 : « Quand on fait les entraînements de triathlon, il y a pas mal de pistes. »

Répondant 2 : « Avec le club, tu veux dire ? »

Répondant 4 : « Oui, pardon. »

Répondant 2 : « Avec le club, c'est la piste. »

Répondant 4 : « Mais non, sinon, ça peut être autour de Saint-Aignan, tout ça. Après, les sorties longues, je n'ai pas trop le temps non plus, sachant que je suis en option sport le mardi, jeudi. Il me reste le mercredi soir après le vélo et le mercredi soir après le vélo, c'est souvent fractionné, tout ça. Et lundi, sinon, les sorties longues, je n'en fais pas beaucoup... »

Répondant 2 : « Souvent c'est le week-end »

Répondant 4 : « Et c'est pour ça que souvent, je me blesse parce que, du coup, mes muscles, des fois, ils ne sont pas adaptés. »

Répondant 2 : « Tu es dans l'explosif. »

Répondant 3 : « Le vélo, c'est avec le club ou c'est avec tes potes ? »

Répondant 4 : « Non, avec le club. À l'époque, l'été. Sinon, avec le club, mercredi soir. »

Répondant 3 : « C'est une sortie le mercredi avec le club. »

Répondant 2 : « Et vous êtes en troupeau ? »

Répondant 4 : « Oui, mais l'hiver, on n'est pas trop en troupeau. Quand il pleut, tout ça, il n'y a pas non plus beaucoup. On est une dizaine, une vingtaine. »

Répondant 2 : « Tu vois, une vingtaine sur les routes, ça commence déjà à faire. »

Répondant 4 : « Oui, mais ça se sépare. Oui, ça se sépare en groupe. Les plus jeunes avec les allures. »

Répondant 3 : « Ah, l'allure aussi, c'est encore plus dur en vélo que dans la course à pied. »

Répondant 4 : « Et le samedi, souvent, c'est grosse sortie avec tout le monde. »

Répondant 2 : « Vélo ou course ? »

Répondant 4 : « Vélo. Avec des gens même plus âgés, tout ça. Ce n'est pas facile. Et là, pour le coup, c'est vraiment des sorties longues. Pour mes sorties longues, c'est ça, c'est le vélo. »

Répondant 2 : « En même temps, tu as raison, pour le triathlon, c'est là-dessus que faut miser. »

Mme Bürli : « C'est ce qui prend le plus de temps. »

Répondant 2 : « Ce qui prend le plus de temps et ce qui compte le plus, c'est là que tu gagnes le plus dans les courses. »

Répondant 3 : « Ou que tu en perds le moins. »

Répondant 2 : « Ça dépend de comment tu vois les choses. »

Mme Bürli : « Par rapport aux autres coureurs, vous avez l'impression, enfin, qu'est-ce que vous imaginez comme motivation qu'ils ont, eux, de courir ? C'est quoi les motivations qu'il existerait ? »

Répondant 1 : « Toujours plus loin, plus vite. »

Répondant 2 : « C'est la performance. »

Répondant 3 : « De se comparer aux autres, tout ça. Tu le vois avec toutes les applis qui fleurissent, Strava, Garmin, tu as les mecs qui payent des gens pour faire croire que c'est eux, les trucs comme ça, sur les réseaux. »

Répondant 4 : « Une certaine pression sociale. »

Répondant 1 : « C'est devenu une mode un peu. »

Répondant 2 : « C'est vrai que tout le monde se met... »

Répondant 1 : « D'ailleurs les chaussures sont plus chères. Ça prouve bien que c'est une mode. »

Répondant 3 : « Et puis, tu veux t'inscrire à une course, c'est complet, le jour même, les prix s'envolent. »

Répondant 2 : « Pourquoi les gens ils font ça ? Je pense que c'est vraiment pour la performance, pour se dire qu'ils sont capables. Ou alors, pour se prouver quelque chose à eux-mêmes aussi. Après, tu n'étais pas spécialement sportif, tu deviens un peu sportif, du coup, tu as une fierté. »

Mme Bürli : « Au final, la première motivation, ce n'est pas forcément la performance. »

Répondant 1 : « La mode, ça fait pas mal. »

Mme Bürli : « La mode, d'accord. »

Répondant 2 : « Moi, je pense que c'est l'estime de soi. »

Répondant 1 : « Et puis, il y a un autre truc. Avant, les agriculteurs, ils n'avaient pas besoin de faire de sport parce qu'ils en faisaient toute la journée. Et puis, maintenant, beaucoup de travail, ils sont assis sur la chaise toute la journée. Après, c'est le bus ou la bagnole. Et puis, du coup, un moyen facile, courir, c'est facile, comme tu l'as dit. Tu prends tes baskets et tu es dehors et c'est fini. Du coup, c'est facile d'aller se faire un exercice qui compense un peu le fait qu'on n'en fasse pas. »

Répondant 3 : « Tout à fait. »

Répondant 1 : « Et peut-être que certains commencent à se rendre compte qu'effectivement, on n'en fait vraiment pas beaucoup puisqu'avant, on en faisait beaucoup, beaucoup plus. Je ne sais pas, il fallait couper du bois. Il fallait... On faisait un exercice, ce n'était pas forcément courir. »

Répondant 2 : « Oui, mais moi, je n'ai jamais coupé du bois. Dans ma vie, à mon échelle... »

Répondant 1 : « Tu as monté des meubles Ikea ? »

Répondant 3 : « Oui, l'autre jour un peu. »

Répondant 3 : « Tu montes des meubles Ikea, tu déménages, tu... Il y a plein de choses qu'on ne fait plus. »

Répondant 3 : « Tout à fait. Et puis, faire un peu comme tout le monde aussi. »

Répondant 1 : « Les gens sont fatigués pour rien. »

Répondant 3 : « Pour moi y a pas le côté mode. »

Répondant 4 : « Être comme des gens qu'on trouve cool, sur Instagram, tout ça. Je pense qu'il y a ça aussi. Les gens ont envie de suivre ça. C'est pour ça qu'autant de gens courent. Sur les quais de Paris, j'ai vu, c'est énorme. Il y a des gens qui courent. C'est dingue. »

Répondant 1 : « Ils vont pas forcément vite d'ailleurs. »

Répondant 4 : « Non, mais... Des chaussures à 150 balles. »

Répondant 1 : « Voilà, c'est ça. »

Répondant 4 : « C'est ouf. »

Répondant 1 : « Tu vois les dollars qui se promènent. »

Répondant 3 : « Ce que je disais l'autre jour, l'année dernière, j'ai fait mon... Je suis monté au Crêt. Non, ça n'a pas à rien à voir avec le Crêt. C'était un tour de vélo, je crois. Oui, c'est ça. Je fais un tour de vélo et j'avais pas ma montre. Donc, je prends mon téléphone et je mets Strava pour faire mon tour de vélo. Pour connaître mon truc. Et je termine mon tour. Bam. Un quart d'heure après, j'avais trois messages de followers, de mes copains. Je ne savais même pas qu'ils me suivaient sur Strava. Je ne savais même pas que j'étais suivable, d'ailleurs. Tu vois ce que je veux dire ? Ah, super. Bravo. Oui, belle sortie. Tu vois, j'ai fait mon tour. »

Répondant 2 : « Après, il y en a peut-être qui se motivent, eux, comme ça. »

Répondant 3 : « Moi, c'est tout l'inverse de ce que j'ai envie de faire. Si je vais courir, je n'ai surtout pas envie que les gens sachent que j'ai couru 30 bornes en deux jours. »

Répondant 2 : « Tu peux ne pas leur dire. »

Répondant 3 : « Oui, mais si j'ai envie de leur dire. Il faut qu'ils l'apprennent par les réseaux. Je m'en fous, moi. C'est perso, en fait. Tu vois, pour moi. »

Répondant 2 : « Mais la motivation des gens pour revenir à la question de base, je pense que c'est effectivement peut-être un peu la mode, l'estime de soi et la performance. C'est trouvé quelque chose, tu vois. »

Mme Bürli : « Très bien. D'un point de vue personnel, vous vous considérez comme des gens compétitifs ? »

Répondant 3 : « Carrément. »

Répondant 2 : « Alors, compétitif, ça veut dire quoi ? Avec un esprit de compète ou qui peut gagner quelque chose ? »

Mme Bürli : « Dans le domaine de la course à pied, à notre niveau, c'est compliqué d'être compétitif dans les meilleurs. Mais on peut être compétitif envers notre groupe de potes, le groupe de triathlon ou simplement par rapport à nous-mêmes, par rapport à ce qu'on a fait les fois précédentes. »

Répondant 2 : « Oui, en fait, c'est se fixer un objectif et c'est suivre une courbe de progression. C'est ce qu'on disait, tu vois. Tu regardes, l'année dernière, j'ai fait ce triathlon-là ou j'ai fait cette course-là et j'ai mis trois minutes de plus l'année dernière. Donc, j'ai gagné trois minutes cette année, trop bien. Je suis super fière de moi. Enfin, tu vois, il y a des trucs... »

Mme Bürli : « Vous vous fixez des objectifs ? »

Répondant 1 : « Pas du tout. »

Répondant 2 : « Moi, j'essaie. Mais oui ! »

Répondant 1 : « Je te le dis, je m'en fous, moi. Je ne regarde même pas le temps. Par contre, je me dis, pas pour le... Je me dis, ah, ça serait bien quand même... Ça fait dix ans que je n'ai pas fait le tour du lac en vélo. Je ne le fais pas à pied. Mais il y en a qui le font à pied. Moi, je le fais en vélo parce qu'il y a quand même 200 bornes. Et là, c'est une espèce de compétition vis-à-vis de moi-même. D'accord, parce que c'est un petit challenge. »

Répondant 2 : « C'est d'arriver au bout. »

Répondant 1 : « C'est un petit challenge. Mais je ne me fixe pas une heure. Je me dis, si je mets dix heures alors que j'en avais mis neuf et demi la fois dernière, je m'en fous complètement. »

Répondant 2 : « Alors que moi, la première fois, c'est toujours le fait d'y arriver. Et puis, les fois d'après, c'est le fait d'arriver à finir quelque chose. Et après, une fois que tu es capable de le faire, c'est d'améliorer par rapport à... »

Répondant 1 : « Alors, tu dois avoir des débuts de saison compliqués parce que c'est du vécu. Je courais quand j'étais à Colonge-sous-Salève. J'allais courir en montant le Salève. Et puis, quand tu montes le Salève, il y a à peu près 1000 mètres. Et en fin de saison, tu mets 45 minutes. Puis après, il y a l'hiver qui passe. Tu repars. 45 minutes plus tard, tu dégueules. Parce

que si ta tête, elle est en train de te dire mais ça ne va pas, je ne cours pas. Et effectivement, tu ne cours pas vite. Eh bien, tout d'un coup, tu as la pression qui monte et ça va pas. »

Répondant 2 : « Mais t'as plus l'entraînement. C'est plutôt qu'on parle en entraînement égal, tu vois. »

Répondant 1 : « Oui, il y avait juste l'année dernière, ce 4 mois avant. Tu vois, c'est... Là, la compétition, elle est vis-à-vis de toi-même. »

Répondant 2 : « Oui, tout à fait. »

Répondant 1 : « Mais ça, tu la fais ou tu ne la fais pas. Ou, tu ne le fais pas et tu cours, tu montes et puis, si tu mets une heure, voilà, si tu mets 40 minutes, c'est bon. »

Répondant 2 : « La première fois que tu reprends, moi, je serais à me dire l'essentiel, c'est de terminer. Et puis, au fur et à mesure de mon entraînement, je chercherai à obtenir les 45 minutes, voire un peu mieux. »

Répondant 1 : « Si t'as déjà dégueulé une fois, tu te dis ça. Sinon, non, tu dégueules. Si t'es compétitif, tu'y vas. Et après, tu te calmes. »

Répondant 2 : « Léo, qu'est-ce que t'en penses ? T'es compétitif ? »

Répondant 4 : « Moi, assez, oui. En fait, j'ai du mal à me régler sur ça. Quand je fais un truc, je le fais à fond, quoi. Mais après, compétitif, avec les autres, oui, j'essaye, mais bon, ça fait pas non plus hyper longtemps, j'ai commencé le triathlon, le vélo, la natation, la natation, c'est un peu dur, déjà. Donc, j'essaye de l'être, mais c'est pas facile, quoi. Mais oui, quand je fais un truc, c'est vraiment pour... Essayer de performer, battre mes copains, tout ça. Aussi un peu pour me balader, mais bon, il n'y a que 10% de ça. C'est vraiment... »

Répondant 3 : « Faut monter dans les tours. »

Mme Bürli : « C'est important de faire une course officielle par rapport à aller se dire, je choisis ce segment et puis, potentiellement, j'essaye de m'améliorer sur ce segment ? »

Répondant 3 : « J'en ai rien à foutre. »

Répondant 1 : « C'est pas important. C'est rigolo, mais pas important. »

Mme Bürli : « C'est quoi leur intérêt de s'inscrire à une course officielle ? »

Répondant 1 : « C'est une autre atmosphère. »

Répondant 2 : « Ça te permet de faire des choses que tu ne pourrais pas faire sinon. »

Répondant 1 : « Ah, si. Qu'est-ce que tu ne pourrais pas faire ? »

Répondant 2 : « Nous par exemple en triathlon, tu ne peux pas... Tu ne peux pas accéder au lac, faire tes 1500 m, ensuite, tes 40... »

Répondant 1 : « Le lac, il faut que ce soit... Il y a des branches, il peut y avoir des trucs. »

Répondant 2 : « Ça peut être en lac, ça peut être en mer, ça peut être...

Répondant 3 : « Ça fixe un objectif. »

Répondant 2 : « Ça fixe un objectif. »

Répondant 3 : « Sans lequel, tu ne vas pas t'entraîner, forcément. »

Répondant 1 : « Non, mais là, le marathon des héros, tu peux le faire tout seul. »

Répondant 4 : « Mais ça fixe un objectif, ça te dit... »

Répondant 1 : « Tu n'as pas besoin. Par contre, c'est une atmosphère différente d'avoir des ravitaillements, des gens au bord de la piste, les gens qui courent à côté, la motivation, le vent... Enfin, voilà, il y a plein de trucs qui sont différents dans l'atmosphère.

Répondant 3 : « Mais c'est un objectif de s'entraîner pour, t'as payé, tu vas. »

Répondant 4 : « C'est un rythme d'entraînement. »

Répondant 2 : « Tout à fait, je suis d'accord. Ça peut rythmer l'année. »

Répondant 4 : « Toute ton année, tu as des courses, tu le sais d'avance. Au mois de juin, j'ai des traitements. Ça rythme vraiment ton année, tes entraînements, tout ça. Je trouve ça important. »

Répondant 3 : « D'avoir un ordre. »

Répondant 2 : « Mais on peut aussi faire des choses où on a beaucoup de satisfaction sans que ce soit... Tu vois, par exemple, là, on est monté au Crêt du Midi. Ce n'est pas une course. Ce n'est pas grave, on le fait. Et puis, on le fait plusieurs fois. Et puis, ça fait plaisir. Et ce n'est pas... »

Répondant 3 : « Nous, on fait souvent un triathlon à Carentan. Fin août, début septembre. C'est le week-end de la rentrée. Tous les ans, on le fait. Voilà, l'entraînement que tu fais

l'année. Tu essaies de performer un peu mieux que l'année d'avant, genre à Carentan. C'est une référence parce qu'on sait que tu l'as fait tout le temps. Mais je ne sais jamais quel temps j'ai mis. Tu me demandes combien j'ai mis l'année dernière, je suis incapable de te le dire. Je le sais une semaine avant quand je vais regarder sur mon truc de l'année dernière, quel temps j'ai mis. Du coup, je vais essayer de faire mieux que l'année dernière. »

Répondant 2 : « Ou alors quand on compare après avoir fait le triathlon, on se dit j'avais mis combien de temps l'année dernière. »

Répondant 3 : « Et en fait, ce n'est pas un objectif en soi de performer de ouf. Si je peux faire mieux en étant moins fatigué, c'est bien. »

Répondant 3 : « Oui. Ça c'est vrai. »

Répondant 3 : « L'entraînement, il sert à ça. Quand j'ai fait mon premier triathlon, j'étais éclaté. Et maintenant, j'arrive bien. »

Mme Bürli : « Très bien. Maintenant, on va passer à une deuxième partie qui est sur les chaussures, précisément, vu que mon travail consiste à parler des chaussures plus que de la motivation. Vous avez chacun plusieurs paires, une seule paire ? C'est des modèles différents, de marques différentes, d'une même marque. »

Répondant 1 : « J'ai deux paires de la même marque. »

Répondant 3 : « Une toute neuve. »

Répondant 1 : « Une toute neuve qui m'a massacré le pied un peu. »

Répondant 2 : « Elle est toute neuve, toute neuve. Elle a trois jours. »

Répondant 1 : « J'ai en général des paires pour éviter d'avoir à les déplacer. Point. »

Répondant 2 : « Une au boulot, une à la maison. »

Répondant 1 : « Au boulot, j'ai des collègues qui me demandent ce qu'ils veulent faire comme type de course. On va aller courir dans la forêt. Je n'ai pas pris mes running. On ne va pas pouvoir. C'est une question que je ne comprends pas bien. Je peux prendre n'importe quel godasse pour aller courir. Pas n'importe lequel des fois, j'ai mal au pied. Je ne m'attache pas à avoir des chaussures particulières. Par contre, j'en ai oublié une. Merde ! Il faut que j'aille m'acheter une parce que je n'ai pas le temps d'aller en chercher. C'est la seule raison. »

Répondant 3 : « Tu n'es pas un matérialiste de la chaussure. »

Répondant 1 : « Absolument pas. »

Répondant 3 : « Il y a un moment, j'ai eu un syndrome de l'essuie-glace, c'est-à-dire inflammation du facial sur le côté externe du genou. En fait, ça m'a un peu emmerdé pas mal de temps. Un jour, j'ai acheté une paire de chaussures des ASICS, sur les conseils d'un mec et mon syndrome a disparu. Mais après, il y a un autre gars qui m'a dit d'essayer ça. Ces chaussures que j'ai actuellement des Hoka. Elles sont très épaisses et très souples. Beaucoup d'amortis. Et je l'aime bien parce que j'ai pas mal au genou. Je sais qu'avec ces chaussures-là, j'ai pas mal au genou. Du coup, j'achète maintenant ces chaussures-là. Je ne vais pas aller reprendre d'autres chaussures parce que j'ai peur d'avoir mal au genou si je change de bras. »

Répondant 2 : « Tu as plusieurs paires ou pas ? »

Répondant 3 : « Non, j'ai une paire que je vais abîmer. Après, je vais prendre celle-là abîmée et je vais en changer. D'ailleurs, il faudra que je la change parce qu'elle est abîmée. »

Répondant 3 : « Après le marathon. »

Répondant 1 : « Je vais y passer, je pense. Il me reste un mois. Je vais l'acheter la semaine prochaine. Ce serait peut-être pas mal. »

Répondant 2 : « Alors moi, j'ai plusieurs paires. J'ai plusieurs paires parce que j'ai des paires de trail parce que j'ai fait des trails. Donc, du coup, c'est pour les sorties plutôt nature. Et puis, j'ai une paire de chaussures... Ils me disent que je suis dépensière. Oh lala n'importe quoi. Et j'ai une paire de ça doit être des Hoka aussi pour la course classique. »

Répondant 3 : « C'est des Saucony. C'est vraiment elle passait toutes ces journées avec. »

Répondant 2 : « Non mais ma nouvelle paire, c'est plus des Saucony, c'est des Hoka les dernières que j'ai. »

Répondant 3 : « Elle s'est fait refourguer toutes les paires par le vendeur. T'as des Hoka maintenant ? »

Répondant 2 : « Ouais j'ai des Hoka et j'ai une paire grâce à toi qui était étanche et c'est une paire de Nike parce que je cherchais des chaussures complètement étanches, parce que quand on allait courir ... »

Répondant 1 : « Faut arrêter de mettre les pieds dans l'eau. »

Répondant 2 : « Avec la rosée, j'ai les pieds trempés et puis même en courant je suis capable d'avoir froid au pied et donc du coup je voulais... Et donc là, j'ai les pieds trempés mais par ma transpi, pas par la rosée, pas par les flaques. Pis c'est vrai que chez nous, il pleut assez facilement quand même. Donc voilà. Donc du coup, j'ai ces chaussures qui sont ... Tu m'avais dit que tu avais une copine qui avait ça et tu m'as envoyé la réf. Alors je suis un peu serrée dedans donc j'apprécie pas trop courir avec mais voilà. Du coup, j'ai 3 paires. »

Répondant 4 : « Bah moi, j'ai une paire. Bah en même temps, j'ai 16 ans du coup ... Non mais là je vois plein de gens qui ont une paire plaque carbone pour faire des compét, une paire pour les entrainements, une paire pour 20km, une paire pour 10. »

Répondant 2 : « Ah ouais ?! »

Répondant 1 : « Bah oui, bien sûr pour la distance. »

Répondant 4 : « Je vois des gens sur instagram. »

Répondant 2 : « Ah ouais d'accord, parce que nous, c'est juste nature, pluie. »

Répondant 1 : « Et ceux qui font de la performance. »

Répondant 4 : « Il ont une paire de compét, une paire pour s'entraîner souvent. Même des fois nous, tu vois, moi j'ai une paire pour m'entraîner, une paire pour faire des cross, peut-être pas des cross, des 10km et voilà. Mais ça coûte déjà 150 balles, donc on va pas non plus ... »

Répondant 3 : « Et comme ses parents sont un peu radins ... »

Répondant 4 : « Ouais »

Répondant 1 : « Quand tu penses qu'on peut faire le tour du Mont Blanc avec des flip-flap ... »

Répondant 4 : « Moi, j'ai qu'une paire. Après quand t'as qu'une paire, c'est bien. Tu peux opter pour une paire tout machin, moi j'ai les Adidas, c'est très bien. »

Répondant 3 : « Le vainqueur du Marathon de Rome en 1960, il courait pieds nus.

Répondant 1 : « A quoi ça sert les chaussures ? »

Répondant 3 : « C'est quand même du marketing. Je crois qu'après qu'il a couru avec des Nike. »

Répondant 2 : « Après tu peux avoir plusieurs paires. »

Répondant 1 : « Y en a qui recollent les cornes. »

Répondant 2 : « Mes paires normales, ça doit bien faire deux ans que je les ai. Ma paire normale, c'est elle que j'utilise tout le temps. Et celle de trail, c'est avec ta mère que je l'utilisais dans les chemins et dans les trucs. Donc elle te dure longtemps au final. Si tu ne fais pas beaucoup de trail... »

Répondant 4 : « Bah si t'en as qu'une, non, ça te dure moins longtemps. Tout dépend de la quantité. »

Répondant 3 : « Il y a une marque Suisse qui a l'air bien, On ça a l'air pas mal. »

Répondant 4 : « C'est un bon amorti. »

Répondant 3 : « Pas parce qu'il y a Roger. »

Répondant 1 : « Mais vous sentez la différence ? Tu sens la différence parce que c'est à cause de tes genoux. »

Répondant 2 : « Moi aussi, j'ai eu un essai de glace à chaque genou. »

Répondant 1 : « Je ne veux pas être trop élastique. »

Répondant 4 : « Chaque marque de chaussures est faite pour chaque personne. Des On, plus pour les personnes plus âgées qui ont mal aux genoux. Mais c'est vrai que ça va être tellement souple que ça va être moins performant. Je pense que des chaussures plus fines, plus serrées, plus dures, qui vont être plus réactives. C'est pour ça que chaque personne, je pense, a une main différente. Il y a vraiment plein de chaussures. C'est impressionnant. »

Répondant 2 : « Ça pour le coup, ça doit pas être facile d'être bien conseillé quand même. »

Répondant 1 : « Dans un magasin, tu vas courir, on regarde si t'es pronateur, supinateur. »

Répondant 3 : « On demande souvent ce qu'il reste en stock. »

Répondant 1 : « On est d'accord, ce n'est pas un podologue, c'est un vendeur. »

Répondant 2 : « Bah super. Moi, les Asics, elles sont bien. Une fois que j'ai goûté aux Saucony en premier, puis ensuite aux Hoka. Les Asics, en fait, elles étaient trop dures. Elles sont très rigides, en fait. Tu te dis, c'est vrai, je faisais des semis avec ça. Alors qu'en fait, c'est limite bon pour jouer au tennis. »

Répondant 1 : « D'accord, donc tu voudrais aller voir un podologue avant ? »

Répondant 3 : « Les podologues, c'est un gros business, semelles aussi. Ils se font plaisir avec la mode de la course à pied. Ils vont tous chez le podologue. Ils vendent des semelles à tout le monde, alors que 90% des gens n'ont pas besoin de semelles. »

Répondant 2 : « Je sais pas. »

Répondant 1 : « Pour choisir, pour savoir quel type de chaussure te convient bien. »

Répondant 3 : « Ah oui, oui. Pour ça, tu le sais assez vite. Tu regardes ta paire de grolles, comment elle est usée. Et tu arrives à voir si t'es supinateur ou pronateur. »

Mme Bürli : « Vous les changez environ tous les combien, vos chaussures ? Et pourquoi ? Pourquoi vous les changez aussi ? »

Répondant 3 : « Bah, quand j'ai plus de semelles. Quand il y a des trous. »

Répondant 1 : « Quand y'a des trous. »

Répondant 2 : « C'est vrai. Quand il y a des trous. »

Répondant 4 : « De toute façon, c'est quand t'as mal avec. À un moment donné, tu vois qu'elle est complètement fripée un peu derrière. »

Répondant 1 : « Elle prend l'eau. Tu vois les trous qui se décollent. Tu mets le pouce. »

Répondant 4 : « Les trous, à un moment, il faut changer. »

Répondant 1 : « D'ailleurs, elles s'usent de plus en plus vite. Elles sont de moins en moins solides. »

Répondant 4 : « C'est 500 kilomètres, ça dépend des chaussures. »

Répondant 1 : « Avant, elles faisaient peut-être plus. Je ne sais pas. Moi, je ne compte pas les kilomètres. »

Répondant 2 : « Moi, pareil. Quand c'est usé. Quand c'est usé, quand j'ai des trous. Et parfois, les trous même sur le dessus. Parce que c'est comme quand je cours, j'ai quand même toujours les doigts de pied qui se relèvent. En fait, j'ai des trous sur le dessus de la chaussure. Quand j'ai trop de trous. En dessous ou au-dessus de la chaussure. »

Répondant 1 : « Quand les chaussures de trail, elles ont toutes lisses. Le pouce, il crève le tissu de devant. »

Répondant 3 : « Mais avant, je pouvais les changer. Je pouvais les garder deux ans facilement. »

Répondant 2 : « Mais tu courrais moins. »

Répondant 3 : « Mais là, je cours un peu plus régulièrement. »

Répondant 2 : « En termes de kilomètres, tu bouffes vachement plus de kilomètres. »

Répondant 3 : « Oui, bien sûr. Tu uses plus les chaussures. Et je dois être à deux paires par an. »

Mme Bürli : « Ok, il y a des trous sur vos chaussures. Mais la chaussure, elle fait... Pourquoi vous voulez la changer ? Mis à part qu'esthétiquement ... »

Répondant 3 : « Rien à foutre de l'esthétique. »

Mme Bürli : « Très bien. Alors, qu'est-ce qui fait que vous voulez la changer ? »

Répondant 3 : « Parce que j'ai plus de semelles. »

Répondant 1 : « Quand la semelle se décolle, ça ne marche pas bien. Quand il y a un trou. Puis qu'à chaque fois que tu fais la foulée, tu vois ton pouce qui sort. Tu te dis que tu peux peut-être changer la chaussure. »

Répondant 2 : « Si on a des chaussures avec des grosses semelles, et que tu vois qu'elle est complètement tassée. »

Répondant 4 : « Bah faut changer. »

Répondant 3 : « Sinon, blessure. Mal au genou, et là, catastrophe. »

Répondant 2 : « Pour de vrai, la blessure... C'est quand même un truc... Je suis désolée de le rappeler. C'est un truc pas drôle. »

Mme Bürli : « Et quand vous choisissez une nouvelle... Quand vous choisissez une nouvelle paire, vous allez où ? Qu'est-ce qui est important ? Où est-ce que vous allez l'acheter ? »

Répondant 1 : « Franchement, je viens d'en acheter une. Ce qui était important, c'était qu'il m'en fallait une. Parce que je n'en avais pas du tout. Et puis après, j'ai regardé ce que... je

connaissais déjà, parce que ça m'évite de chercher ailleurs. Et puis après, j'ai regardé... Si j'avais le même ressenti que les chaussures que j'avais avant. Plutôt ça, d'ailleurs, parce que le reste, je m'en fiche. Et j'ai trouvé d'ailleurs que les semelles s'étaient épaissies, qu'elles étaient plus molles, que c'était plus arrondi devant, et que ça partait tout seul. Alors que je n'avais rien demandé. »

Répondant 2 : « Elles courent à ta place. »

Répondant 1 : « Et il n'y a pas des piles dedans, en plus ! Bref, voilà. Et puis, je fais trois pas et c'est parti. Et j'ai une ampoule. »

Répondant 3 : « Moi, j'ai acheté des ASICS, parce qu'on m'a dit que c'était les meilleures chaussures. Et puis j'ai pris la plus chère, parce que je me suis dit que c'était forcément la meilleure. Et puis, voilà. Et puis ensuite, j'ai eu un peu mal aux genoux, rigide. On est allé chez Sport & Club, le copain de Bijou, parce que c'était les soldes. Elle m'a dit, moi j'ai les Saucony, tu vas essayer les Saucony, c'est trop bien. Du coup, je suis reparti avec des Hoka non soldés, qui étaient... »

Répondant 2 : « François quoi ! »

Répondant 1 : « Facile ! »

Répondant 3 : « Qui étaient les plus chères pour ma taille. Parce qu'il lui restait plus que ça, en truc, tu vois ? Dans ma pointure. Et puis bon, et puis... J'aime beaucoup ses chaussures. Enfin, j'aime beaucoup. Fin, je vais pas y passer ma vie, mais... Donc, voilà. »

Répondant 2 : « Moi, c'est un peu pareil. J'ai commencé à aller acheter des chaussures de course, quand on allait dans des magasins, genre Asics, tout ça. Et puis, t'avais juste le conseiller Asics. Et pourquoi on était allé chez Asics ? Parce qu'effectivement, dans l'imaginaire collectif, c'était les meilleures godasses. »

Répondant 3 : « C'est un magasin à Troyes aussi. »

Répondant 2 : « Mais c'est pour ça, c'est un magasin à Troyes. »

Répondant 3 : « On ne l'a pas dit. C'était dans les usines. »

Répondant 2 : « C'est un magasin d'usines pour acheter moins cher les chaussures. »

Répondant 3 : « Qui sont les plus chères. »

Répondant 2 : « Les plus chères. Et qui étaient censées être les mieux. Et puis... Et puis après... Et puis après, effectivement, quand on a commencé... Non, mais quand on a commencé à faire des courses un peu plus longues, qui n'étaient pas des 10 km, mais qu'on a commencé à faire des semis, ben là, je suis allée chez le vendeur de... de sport, de spécialiser un peu de chez nous. Et puis, j'ai passé une demi-heure ou trois quarts d'heure à essayer plusieurs types de chaussures qui étaient effectivement, comme vous disait Fred, plus épaisses, plus arrondies, plus...convexe, plus en hamac, en bref. Voilà. Et puis, jusqu'à ce qu'il y en ait une qui me corresponde bien au pied. C'est-à-dire que comme j'ai un pied un peu large, que je ne me sens pas comprimé dans la chaussure, ce qui pouvait être le cas dans les Asics, qui sont un peu rigides et plutôt un peu étroites. Donc, voilà. Donc, à un spécialiste, en fait. »

Répondant 4 : « Ben, moi, j'ai acheté les chaussures que j'ai vues sur Insta, qu'on m'a conseillées, mais pas tout ça. J'ai pris simple, en fait. Je suis allé chez Intersport. Soit il y avait des Asics, soit des Adidas. Je me suis dit, ben, je vais prendre une chaussure qui fait tout, un peu. Et voilà. Après, il n'y a pas plus loin, quand même, pour commencer. Je ne sais pas, peut-être... »

Répondant 2 : « Parce qu'il est encore jeune. Il sait encore fait mal nulle part. C'est pour ça. »

Répondant 4 : « Mais bon, je ne les paierais trop chères non plus. C'est cher, les chaussures. C'est quand même... 150, déjà. »

Répondant 2 : « Ben, nous, c'est pareil. Les Hoka, c'est quoi ? 180 ? »

Répondant 3 : « Non, c'est 200 balles. 200 francs. »

Répondant 2 : « 200 balles ? »

Répondant 3 : « 200 francs, c'était chez Manor. »

Répondant 4 : « Ouais, donc, 180. Non, c'est 175, 180, je crois, les Hoka. Ouais. »

Répondant 2 : « Chez nous... Peut-être pas. Mais c'est parce que t'es en Suisse, ça a été plutôt cher. »

Répondant 1 : « Comparativement, les Asics étaient à 230 ou 240. »

Répondant 2 : « Ah ouais ? Ouais. Ben, non, mais vraiment... »

Répondant 1 : « Mais elles avaient des semelles plus petites. »

Répondant 2 : « Les Sokodis, les Hoka... C'est quand même... Nous, on est ravis. Voilà. »

Mme Bürli : « Est-ce que vous diriez que vous êtes fidèles à une marque ? »

Répondant 1 : « Alors, moi, je dirais que ce n'est pas de la fidélité, c'est de la paresse. »

Répondant 3 : « Je suis déjà pas fidèle à ma femme, alors pas à une marque de shoes. Non c'est pas vrai, c'est juste pour la blague »

Répondant 4 : « Je ne pense pas être fidèle. Juste, t'essayes des choses, et si elle ne te va pas, ben voilà. Après, les marques sont différentes. »

Répondant 3 : « Moi, c'est juste parce que j'ai peur d'avoir mal au genou avec une autre chaussure. Je sais que celle-là, elle me va, elle me convient. »

Répondant 1 : « Ne pas tenter le diable. »

Répondant 2 : « Ah, t'as quand même racheté des New Balance, les dernières fois. »

Répondant 3 : « Ah ouais, non, c'est les New Balance qui me... J'avais oublié, ça. J'avais mal au genou avec des Asics, et j'avais pris des New Balance, je ne sais pas quoi, bien amortis, et ça, c'était bien. Et c'est le gars de Sport & Club qui m'a dit, ah, j'ai encore plus d'amortis les Hoka que les New Balance. Donc, je privilégie le confort comme un petit vieux. Et donc, voilà. »

Répondant 2 : « Oui, ben, de toute façon... »

Répondant 3 : « Et donc... Mais les New Balance, elles ne sont pas mal non plus. Elles sont 880, je ne sais pas quoi. Parce que y'a aussi un magasin à Troyes. »

Répondant 1 : « Je me demande jusqu'à... Jusqu'à quel amorti ou même élasticité tu as le droit de courir. Parce que si tu mets des ressorts, tu vas voir, tu cours plus vite. »

Répondant 3 : « J'ai essayé l'autre jour, chez Adidas à Troyes, des chaussures à 400 balles, normalement. Qui là était à 250, un truc comme ça. La semelle, elle était épaisse comme ça, incurvée comme ça. Et c'est hyper étrange. T'as l'impression que tu rebondis en marchant. J'ai failli me laisser tenter. Et j'avais eu peur d'avoir un retour de batons. »

Répondant 1 : « C'est autorisé, ça ? »

Répondant 4 : « Les plaques carbone, c'est... »

Répondant 3 : « Oui, c'est autorisé. »

Répondant 1 : « Il stocke de l'énergie, et puis il recycle. »

Répondant 4 : « C'est impressionnant. Après, du coup, ça s'use beaucoup plus vite. Et c'est moins confortable. Mais c'est bien pour faire un 10 km, un semi, les plaques carbone, c'est bien aussi. C'est plus cher, mais la chaussure va s'user plus vite, et tu vas aussi plus te blesser, c'est moins confortable aussi. Je pense que ça dépend du prix. »

Répondant 2 : « Moi, je ne connaissais même pas. »

Mme Bürli : « C'est moins adapté à tout entraînement. »

Répondant 4 : « Oui, c'est pas... Tu veux faire un petit entraînement tranquille, 20 km, tout ça, il ne faut pas... Tu ne prends pas tes plaques carbone. Souvent, quand tu as des chaussures à plaques carbone, c'est que tu as une autre paire pour t'entraîner, en plus. »

Mme Bürli : « Est-ce que vous pourriez me créer un peu des catégories de chaussures par rapport... Des catégories de chaussures dans lesquelles vous mettez des noms de marques que vous connaissez, qui vous font penser à cette catégorie que vous avez créée ? Je ne sais pas si c'est très clair. Comment dire ? C'est comme si je te disais, en ski, pour reprendre l'exemple d'hier, on met les... Comment ça s'appelle ? Les Rossignols et les Atomics pour les touristes. »

Répondant 1 : « Est-ce qu'on catégorise les marques ? »

Mme Bürli : « Créer un peu des catégories qui vous font penser à certaines marques. »

Répondant 1 : « Je ne connais pas assez de marques pour pouvoir faire ça. »

Mme Bürli : « Toi, non, mais en discutant avec les autres, peut-être que tu en apprendras d'autres. J'ai pas mal de noms de marques, si jamais... Puma, Salomon, New Balance, Nike, On... »

Répondant 2 : « Pour moi, Salomon, ce n'est pas de la course, c'est plus trail. C'est plus nature, c'est plus... »

Répondant 4 : « On aussi, c'est beaucoup plus confortable. Je pense que c'est plus pour les personnes qui recherchent vraiment du confort et moins de douleurs pour les genoux. Je pense que moi, plus de 40 ans déjà, t'as des On souvent. Ou des On, des trucs avec des semelles assez confortables. Après, catégoriser, ce n'est pas facile. »

Mme Bürli : « Tu vois, les Hoka, comme disait François, elles ont, pour certaines, beaucoup de semelle. Les Brooks, c'est pareil. »

Répondant 4 : « Je ne sais pas trop. Chaque marque fait aussi des choses différentes. »

Répondant 1 : « Ça veut dire qu'il y a des gens, où on dit ce type de marque, c'est pour tel type de personne, ce type de marque, c'est pour tel type de personne. »

Mme Bürli : « Comme l'a dit Hélène, Salomon a plus une connotation pour le trail que pour la course à pied sur route. »

Répondant 1 : « Je savais qu'ils faisaient des chaussures de marche, mais je n'avais jamais vu qu'ils faisaient des chaussures de course. »

Mme Bürli : « C'est pour ça qu'ils sont lancés dans le trail. »

Répondant 1 : « Très bien, ils ont raison. Il faut faire la concurrence. Mais voilà. »

Répondant 2 : « Alors, dans ces cas-là, effectivement, Hoka, Saucony, Asics, c'est les seuls que je connais. C'est pour moi plus des chaussures de course à pied, de course. »

Répondant 1 : « Puma, Nike... »

Répondant 4 : « Adidas, tout ça. Puma ne font pas trop de... »

Répondant 2 : « En fait, eux, ils font toutes les chaussures. Ils font des chaussures de foot, ils font des chaussures de course, ils font des chaussures de... »

Répondant 1 : « Pourquoi pas celle-là ? »

Mme Bürli : « Donc tu dirais qu'il y aura plus... »

Répondant 2 : « J'ai une chaussure de course Nike, celle qui est étanche, mais elle n'est pas très agréable, par exemple, comme chaussure de course. »

Mme Bürli : « Donc tu dirais que t'as... Enfin, d'après ce que t'as dit, qu'il y aurait plutôt un groupe un peu trail, spécialisé dans le trail, un groupe spécialisé plus dans la course à pied, puis un groupe, ils font plein de chaussures... Enfin, ils font, en fait, plein de gammes de chaussures différentes pour plusieurs sports. Un peu passe-partout, quoi. »

Répondant 2 : « Ouais. »

Répondant 4 : « Passe-partout, mais qui marchent bien. Adidas... Enfin, c'est vrai, par exemple, Asics et Hoka, on ne peut pas vraiment comparer. Asics fait des vêtements, Asics fait... Et pourtant, ils font aussi des bonnes chaussures, alors que... Je ne sais pas, il y a un truc... Je ne sais pas. Alors qu'Hoka, d'autres marques comme ça, font que des shoes... »

Répondant 2 : « Ils ne font pas des sports ? Je ne sais pas. »

Répondant 3 : « Bah, ils se diversifient, ils font comme tout le monde. »

Répondant 4 : « Il y a des marques qui passent partout, quand même. »

Répondant 1 : « Mais est-ce que... Parce qu'une entreprise se diversifie, elle fait quelque chose de moins bien ? »

Répondant 4 : « Non, pas forcément. Nike font des très bonnes chaussures. »

Répondant 1 : « Et est-ce que... Tu peux naître avec des chaussures de foot et faire des chaussures de randonnée après ? »

Répondant 4 : « Après, ils ont des domaines dans lesquels ils sont moins bons. Moi, je trouve que les chaussures de foot Nike, elles ne sont vraiment pas très très bonnes. Moi, je n'aime pas. Ce n'est vraiment pas confortable. C'est serré, c'est... »

Répondant 3 : « Pourtant, ils ont plein de stars de foot. »

Répondant 4 : « Oui, bah c'est nul. Pour le coup, Adidas font des meilleures chaussures de foot, je pense. Après, c'est peut-être... »

Répondant 3 : « Je n'ai pas d'avis sur la question. »

Répondant 1 : « Ça donne plus de choix, c'est tout. »

Répondant 3 : « C'est du marketing, c'est du machin. »

Répondant 1 : « Ça donne plus de choix, mais après, il faut avoir le temps de tester ces trucs-là. Tu n'as jamais vraiment testé tant que tu n'as pas couru avec. Tu n'as pas couru avec tant que tu ne les as pas achetés. Tu ne t'énerves pas à essayer toutes les godasses. Tu reprends celles qui te vont bien et ça suffit. »

Répondant 3 : « Les gens font de plus en plus de sport de plus en plus tard dans la vie. On n'est quand même pas fait pour courir 30, 40, 50 bornes par semaine. Il y a un moment où tout le

monde va avoir des problèmes de hanches ou de genoux. Donc, ce n'est pas forcément la chaussure qui va faire que... J'y crois pas trop. »

Répondant 2 : « Ah bah si tu vois, avec un bon amorti, toi, par exemple, tu as moins mal au genou. Donc, la chaussure va t'aider. »

Répondant 3 : « La chaussure va t'aider, bien entendu, avant les semelles. On est d'accord. »

Répondant 2 : « Mais c'est très marketé et du coup... »

Répondant 4 : « Tu ralentis juste la fatalité. »

Répondant 3 : « Voilà, c'est ça. »

Répondant 2 : « Je ne suis pas si sûr que l'homme soit... Je ne suis pas si sûr que l'homme soit un animal qui n'est pas fait pour courir. Et d'ailleurs, la preuve, c'est que l'homme, ce n'est pas la peine de rattraper une panthère, un guépard, une gazelle. La gazelle, tout ça, ça court plus vite. Le loup aussi, le chien aussi. Mais, à plusieurs, en courant longtemps, tu le chopes. Pourquoi ? Et l'homme, il est endurant en fait. Le chasseur cueilleur, il se met... Si tu commences à courir après la gazelle, la gazelle, il y a un moment donné, elle s'arrête. Elle n'en peut plus. Et toi, tu continues. Ça fait juste deux heures que tu lui cours après. C'est comme ça que l'homme a chassé. Et le chasseur cueilleur, c'est comme ça qu'il faisait. Alors, ça fait il y a un moment maintenant. Et maintenant, on est plutôt des éleveurs cultivateurs. On le fait moins. Mais, l'homme préhistorique, quand il chassait en groupe, les animaux, les carnivores, c'est comme ça qu'il faut. Les loups, il y en a un qui chasse, l'autre qui fait le tour. Et puis, qui prend le relais et ils crèvent.

Répondant 2 : « Ils fatiguent. »

Répondant 3 : « Ils fatiguent à plusieurs. »

Répondant 1 : « À plusieurs. Et l'homme fatigue facilement l'autre tout seul. Tu vois, on fatigue aussi. »

Répondant 4 : « Je pense que la course à pied devient vraiment... »

Répondant 1 : « On est assez en endurance. »

Répondant 4 : « Pour le corps, à haute performance, c'est à dire que je pense que beaucoup d'études montrent que même beaucoup de gens qui montrent que tous les sportifs qui ont

fait vraiment des sports à haute performance qui ont couru énormément, ils se retrouvent les genoux défoncés, comme le copain comme le copain comme soi. »

Mme Bürli : « Mais, tu as des contre-exemples, où tu as aussi des reportages sur des vieux de 80 ans, de 90 ans qui aujourd'hui font toujours des semis, des marathons. »

Répondant 1 : « Ils font des reportages sur une tribune en Pérou où ils se font 15 bornes par jour en courant et ça ne les dérange pas. »

Répondant 3 : « Il y a quelques personnes qui ont des physiques... C'est comme ça. »

Répondant 2 : « Il y a quelques personnes qui ont des physiques hors normes. »

Répondant 3 : « Et aussi, bien sûr, c'est les professionnels qui font la différence. »

Répondant 1 : « Ça s'entraîne. Je pense que ce qui fait mal, c'est souvent les excès. »

Répondant 3 : « Oui, ben voilà. »

Répondant 1 : « Donc, si quelqu'un fait ça depuis sa naissance et lui, il ne connaît pas autre chose que courir pour se déplacer, il peut être qu'il se fait moins mal que celui qui, une fois de temps en temps... »

Répondant 3 : « Qui, une fois de temps en temps, s'y met à fond. Oui, ce n'est pas faux. Ben, il faut y habituer ton corps tout doucement. »

Répondant 1 : « Il y a des morphologies aussi. Ce n'est pas pour rien qu'on dit toujours « Ah, les Kenyans ! » « Oh zut, il y a les Kenyans ! » Alors zut, on ne va pas gagner, là. Voilà. »

Répondant 3 : « C'est vrai. »

Répondant 1 : « Et puis, les Kenyans, tu les vois courir. Tu les vois moins dans une piscine, quand même. Mais quoi, ça commence un petit peu. »

Répondant 3 : « Ben, il faut le temps qu'ils s'y mettent. Il n'y a pas de raison. »

Répondant 1 : « Oui, mais je veux dire, peut-être la morphologie, je veux dire, elle n'est pas... »

Répondant 3 : « Ils sont long avec un bon cardio, on a vu, dans la piscine, ils peuvent... »

Répondant 4 : « Ouais, cramper au mollet. »

Répondant 3 : « Ils risquent pas de cramper au mollet. »

Mme Bürli : « Maintenant, je vais vous faire passer une liste de critères, d'exemples de critères de choix qui pourraient être ou pas importants pour vous dans le choix, dans votre processus de décision d'achat d'une paire de chaussures. Et le but, c'est un peu de me donner quels sont pour vous les trois qui sont indispensables. »

Répondant 2 : « Les critères les plus importants à notre... OK. »

Mme Bürli : « Et on peut m'expliquer pourquoi, sachant que... Voilà. Sachant que, évidemment, il y en a aussi, il y en a... Si vous avez d'autres idées. J'ai pas forcément tout noté, j'ai pas pensé à tout. »

Répondant 3 : « D'autres idées ? »

Répondant 4 : « Trois critères. »

Mme Bürli : « Oui, trois critères. »

Répondant 2 : « Dans ça, ça, c'est la liste, dans la liste des exemples auxquels tu penses. »

Répondant 4 : « Oui, en soi, quand tu mets parenthèse... Alors, premier critère, j'aurais mis performance. En fait, mes chaussures sont pas vraiment confortables. »

Répondant 2 : « On en revient au confort. »

Répondant 4 : « Bah oui, donc, si t'achètes pas des shoes pour le confort, forcément, elles sont peut-être un peu plus performante. Bah, le prix, parce que j'avais pas non plus une gamme de prix... Bon, pareil, moi j'ai... Voilà. Et... Prévention de blessure, j'aurais bien aimé. Mais bon, je suis un peu trompé là-dessus. Bah peut-être... Ouais, peut-être design esthétique aussi. C'est vrai qu'il y aura des chaussures moches. C'est pas cool quand même quand tu cours. C'est bien d'être un petit peu stylé quand même. »

Répondant 2 : « T'es un peu looké. »

Répondant 4 : « Ouais. »

Répondant 1 : « Les trucs qui sont fluo là... »

Répondant 3 : « Ils sont tous un peu stylés quand même. »

Répondant 4 : « Ouais, c'est vrai que... C'est vrai que, pour le coup... Tes godasses, elles sont dégueulasses. Voilà, peut-être parce que... Non, la marque, pas vraiment du tout. Franchement, c'est juste la chaussure qui me va ou que je... Mais vraiment, je regarde pas du

tout la marque. Et la durabilité, tu sais pas vraiment. C'est... C'est... En testant quoi. En regardant sur Internet. Mais bon, sur Internet, c'est pas tout le temps... »

Mme Bürli: « Bah, sur Internet, les avis... »

Répondant 4 : « Les avis. Mais bon, après, ça dépend. »

Répondant 1 : « La durabilité, comme les gens font des kilomètres et qu'en plus, ils les comptent, normalement, ça devrait être assez facile. »

Répondant 4 : « Donc, tu tapes une branche, un caillou, tu casses ta chaussure, que tu viens d'avoir... »

Répondant 1 : « Ouais, je suis d'accord, c'est pas enregistré encore par la montre, mais ça va venir. »

Répondant 2 : « Non, mais, pour l'histoire de la durabilité, je trouve qu'en fait, ils communiquent pas trop sur la durabilité. Mais si tu savais qu'il y avait une marque qui était réputée pour avoir des chaussures que tu peux garder pendant tant de temps, bah, moi, c'est un critère qui m'intéresserait. »

Répondant 1 : « Ouais, mais je pense que ça va venir. Je pense que les infos des gens... »

Répondant 3 : « Obsolescence programmée... »

Répondant 1 : « Il peut y avoir des trucs. Parce qu'à mon avis, les chaussures durent de moins en moins longtemps. Moi, je vois pas ça avec ces chaussures. Les chaussures de course parce que je pense pas que je cours assez et j'y fais pas attention, je m'en fous. Par contre, les chaussures de montagne, ouais. C'est sûr et certain que les chaussures de montagne avant, elles duraient bien plus longtemps. »

Répondant 2 : « Qu'est-ce que tu appelles les chaussures de rando ? »

Répondant 1 : « Ouais. Elles se bouffent... La semelle se bouffe à une vitesse dingue. Elles se craquellent. »

Répondant 2 : « Mais toutes les chaussures, en fait. Les chaussures de ville, c'est pareil. En fait, je pense que les semelles sont plus ce qu'elles étaient. »

Répondant 1 : « Avant, on avait des choses qui étaient quand même beaucoup plus costaudes. »

Répondant 4 : « Après, là, je vois tous les critères et c'est vrai que... Par exemple, le type de foulée accroche tout ça et c'est vrai que si tu as vraiment envie de t'intéresser, il faut la connaître, sa foulée. Il faut connaître son corps. il faut avoir quand même beaucoup couru. »

Mme Bürli : « Pour toi, tu resterais quand même sur le confort, le prix... »

Répondant 2 : « Non, le confort, ça ne l'intéresse pas. »

Répondant 4 : « Non, la performance. Mais il ne faut pas acheter ces chaussures trop vite parce que... Je viens de remarquer. Il faut faire gaffe aux critères. Bref, il faut s'intéresser d'abord pas mal pour s'acheter des chaussures parce qu'il y a plein de critères qui prouvent que chaque chaussure est différente. »

Répondant 1 : « Prendre le temps, si on veut. »

Répondant 4 : « Prendre le temps, oui. Les tester aussi. »

Répondant 2 : « Confort, santé, prévention des sures, design esthétique, prix, marque, innovation, durabilité. Moi, clairement, c'est le confort. Confort, santé/prévention blessures. Voilà. Je pense qu'il y a aussi une histoire d'âge qui fait que... Et puis, si on avait connaissance des critères de durabilité, la durabilité serait un critère qui me ferait pencher dans une marque ou dans une autre, par exemple. »

Répondant 1 : « Tu ferais du prix au kilomètre ? »

Répondant 2 : « Par exemple, oui, pourquoi pas. Me dire, tiens, cette chaussure-là, je vais pouvoir la garder pendant tant de temps, si c'est une chaussure que je trouve confortable et qui ne va pas me causer un truc, un déséquilibre, un bidule en fonction de comment je cours. Parce que les deux critères essentiels, c'est quand même santé, prévention, confort. »

Répondant 3 : « Si elle est plus durable, c'est que la semelle est un peu plus dure, donc elle est moins confort. »

Répondant 1 : « Tu sais à quoi ça sert, ça ? »

Répondant 2 : « Après, ça dépend. Tu vois, il y a aussi l'innovation. Tu n'es pas à l'abri que tu puisses avoir des innovations qui font que tu as une godasse qui est confortable et durable. »

Répondant 3 : « Et bio. Il n'y a pas marqué bio. »

Répondant 4 : « Durabilité, ça se relie pas mal au prix. »

Mme Bürli : « Il n'y est pas encore. »

Répondant 2 : « C'est possible. Ça, par exemple, je pense que je serais capable de dépenser plus d'argent dans un truc qui est confortable, durable et qui évite les blessures. En revanche, si c'est pour payer plus cher un truc que je vais flinguer exactement dans le même temps. »

Répondant 1 : « Oui, mais ces critères-là, ce que tu viens de dire, c'est juste et ce que tu viens aussi de dire que tu es prête et c'est pour ça qu'on fait ce genre de critères et que ceux qui font des chaussures ont besoin de ces informations. C'est parce que comme ça, ils vont faire des prix, ils vont faire des chaussures confortables et qui te soignent ou qui ne te blessent pas, hyper chères mais qui durent pas longtemps. »

Répondant 2 : « Oui, mais moi, je place là mes trois critères. Si jamais... »

Répondant 1 : « Mais toi, comme c'est ton dernier critère et qu'eux, ils veulent gagner de l'argent parce que ça reste un business. »

Répondant 2 : « Alors, c'est mon dernier critère au vu de mon âge et que effectivement, au vu de mon âge, j'ai aussi un pouvoir d'achat qui n'est pas le même qu'un gamin de 16, 20 ans, 22 ans. »

Répondant 1 : « Donc, pour les jeunes, on va dire une chaussure jolie, pas chère, qui crève vite, alors que, pour les vieux, on fera des chaussures confortables, soi-disant, super à l'aise, qui crèvent vite aussi quand même, ça serait bien. Et, des entre-deux, c'est difficile. »

Répondant 2 : « Et l'esthétique, moi je m'en fous. »

Répondant 3 : « Donc, confort, performance, santé, prévention, blessure, design esthétique, prix, marque, innovation, durabilité, autres. Moi, je vais être dans santé, prévention, blessure, confort, et performance. Légèreté, dynamisme et tout ça. Et le prix, et bien, le prix, comme je disais tout à l'heure, au début, je prenais la chaussure la plus chère, considérant que la plus chère doit forcément être la meilleure. J'aurais du mal à aller vers une chaussure pas chère si on me dit qu'elle est mieux qu'une chaussure qui est chère. Tu vois ? »

Répondant 2 : « Mais ça, c'est parce que t'es conditionné. »

Répondant 3 : « Ouais, t'es conditionné par le... T'es marketing, t'es un mec qui te dit bah non, vu votre poulet, vu votre truc, il vous faut celle-là à 50 balles, j'aurais l'impression de me faire entuber que je pourrais avoir beaucoup mieux à 250. »

Répondant 1 : « Parce qu'elle n'est pas chère, il te raconte des salaires. »

Répondant 3 : « Ouais putain, 50 balles... »

Répondant 2 : « Parce qu'elle n'est pas chère, le mec ne connaît pas son job, en fait. »

Répondant 3 : « C'est clair. »

Répondant 1 : « C'est grave. »

Répondant 3 : « Il me prend pour un coureur du dimanche, quoi. »

Répondant 1 : « Sale vendeur, va. »

Répondant 2 : « Au contraire, moi, c'est l'inverse. Si le type, il me dit, non mais, vu votre machin, vu votre truc, il vous faut celle-ci, là, je me dirais, ah mais, super, trop bien, j'étais prête à mettre 200 balles et... »

Répondant 3 : « Il y a des hamaianas. »

Répondant 1 : « Alors, moi, j'aimerais bien que ce soit santé, prévention, blessure. Le problème, c'est que j'y connais rien. Donc, je sais, je ne vois pas comment je peux juger ça. »

Répondant 3 : « C'est vrai. »

Répondant 1 : « C'est super important, mais je ne sais absolument pas juger. Donc, comme je n'essaie pas de juger, ça tombe à zéro. »

Répondant 2 : « En fait, dès que tu mets la chaussure, tu peux aussi, dans le magasin, tu peux voir si tu es bien maintenu, si tu n'es pas bien maintenu, ce genre de choses. »

Répondant 4 : « C'est ça, courir un peu dans le magasin. »

Répondant 1 : « Oui, même, mais comment je peux juger, là ? »

Répondant 2 : « Mais moi, je cours dans le magasin. »

Répondant 1 : « Mais je ne vois pas comment je vais juger que... Alors, s'il peut y avoir des trucs, par exemple, une chaussure très, très élastique, tu te dis, je vais me tordre la cheville, Parce qu'elle ne te tient pas bien ou machin. Alors, si tu dis, moi, je cours dans le terrain et les cailloux et tout ça, et que j'ai besoin d'une chaussure où je me blesse pas dans les cailloux. Donc j'ai besoin d'une chaussure qui me tienne mieux la cheville. Oui, mais en fait c'est un critère, c'est pas le critère de la chaussure en elle-même, c'est juste un choix de typologie de

chaussures pour un typologie d'activités. C'est plus ça. Mais sinon je en serai pas juger entre 2, une qui est plus robuste, fin qui va me soigner plus la cheville que l'autre, je sais pas faire ça. C'est pour ça que j'aimerais bien mais malheureusement je ne peux pas. Je dois dire l'esthétique moi je fais attention car j'aime pas les chaussures bariolées, et bon maintenant j'ai plus trop le choix, elles sont toutes bariolées. Une chaussures trop bariolée, j'aurai du mal quand même. »

Répondant 2 : « Oh le vieux ! »

Répondant 1 : « Mais tu sais pourquoi ? J'ai peur que les loups me voient dans la forêt. L'innovation, je pourrais y faire attention car ça m'intéresse. Ça pourrait être des trucs rigolos. »

Répondant 2 : « Il embêterait le vendeur ! « Alors en termes de performance ? » »

Répondant 1 : « Alors typiquement, tu me mettrais des ressorts dans les godasses, ce serait rigolo. »

Répondant 3 : « Comme dans retour vers le futur. »

Répondant 1 : « Et la durabilité, c'est quelque chose qui m'intéresserait. Et en fait qu'est-ce que je testerai dans un magasin, c'est le confort. On teste que ça. On dit : « Ah bah tient, je me sens bien dedans, c'est rond, c'est bien. Ça frotte pas, etc. Et c'est seulement quand j'ai fait 10 bornes que je sais que j'avais raison ou pas. Voilà. »

Répondant 3 : « Dans les magasins, tu testes le confort, l'esthétique et le prix. »

Répondant 2 : « Bah c'est les seules choses que tu peux tester mais toi quelles seraient tes critères pour en acheter, c'est autre chose. »

Répondant 3 : « Bah j'ai compris. »

Répondant 1 : « Si on pouvait juger, ce serait pas forcément le confort et tout ça. Ce serait peut-être autre chose, si on pouvait juger. Mais on ne peut pas, on peut difficilement juger. La durabilité, tu en as parlé, on peut difficilement juger, fin, ça pourrait être plus simple. »

Mme Bürli : « Maintenant, un peu par rapport à tout ce que vous avez dit comme critères essentiels, donc on supprime un peu près tout ceux qu'ont pas été dit, ni trop mentionner, du style, les marques. Vous en parlez pas trop donc on va pas forcément en tenir compte. Donc typiquement si on commence par le prix, vous avez parlé du prix, est-ce que vous arriveriez à

créer des catégories de prix pour un certain type de chaussure qui vous permettrait de dire, qu'entre tel et tel prix j'achète ça et dès que ça dépasse ce prix j'achète pas ou comme t'as dit « Ouais si la chaussure n'est pas assez chère, alors ça me paraît de la mauvaise qualité. »

Répondant 3 : « En dessous de 150 balles, j'achète pas. Bah non mais c'est pas des conneries. Parce que je pense que c'est de la merde. Je pense que je mérite mieux. »

Répondant 1 : « Tu sais quoi, les Asics que j'ai acheté à 250. J'ai trouvé 120 chez décathlon du même genre. Et franchement, je cours encore avec. »

Répondant 2 : « C'est pas faux. A Fumay, j'ai une paire de décathlon que j'ai laissée. Et en fait, j'étais plutôt pas trop mal dedans. Tu sais, j'ai une paire de décathlon. »

Répondant 4 : « En dessous de 150, il n'y a plus grand-chose, je trouve. Pour nous. Par contre, sauf chez décathlon. Oui, y'a les Kiprun maintenant. »

Répondant 3 : « Voilà, les Kiprun. »

Répondant 4 : « Mais bon, c'est la dernière. Et ça va pas durer longtemps, je pense. »

Répondant 2 : « On ne sait pas en fait. »

Mme Bürli : « Les Kiprun sont au même niveau qu'un peu près que les Asics. »

Répondant 4 : « Bah ça va pas durer longtemps. »

Mme Bürli : « Enfin, pas quechua, mais... Celles que t'as, les Kalenji. C'est celles-ci qui sont moins chères. »

Répondant 3 : « Moins quali. Mais Kalenji et Kiprun, c'est pas pareil ? »

Mme Bürli : « Non. »

Répondant 3 : « Ca existe encore Kalenji ? »

Mme Bürli : « Oui. Qu'est-ce qui te dit que c'est moins qualitatif ? »

Répondant 4 : « Le prix. »

Répondant 2 : « C'est ce que tu viens de dire. »

Répondant 3 : « On te repose la question. »

Mme Bürli : « Mais donc, vous n'avez pas répondu à ma question au final. Qu'est-ce que vous estimeriez comme catégorie de prix qui... Cette basket, non, elle n'est pas... C'est pas possible que je mette ce prix-là parce que... »

Répondant 2 : « François a plutôt bien répondu. Moi, par exemple, ce serait... Si on me dit c'est 400 balles une paire de pompes, je me dis non, je ne vais pas mettre 400 balles dans une paire de pompes. »

Répondant 3 : « Si c'est mon mari qui paye tu dis j'en prends 2. »

Répondant 2 : « Après, si je m'aperçois que je n'ai pas 2 chaussures, je ne sais pas, 100 euros, je me calerais sur le prix, évidemment, parce que je n'ai pas le choix. C'est comme quand tu vas acheter tes oeufs. Si tes oeufs sont à 10 balles alors qu'avant ils étaient à 5, mais que tous les oeufs sont à 10 balles, tu es bien obligé d'acheter tes oeufs à 10 balles. Si, on s'en rend compte, mais on n'a pas le choix au final. Moi, c'est surtout le prix au-dessus plus que le prix en dessous. Parce que le prix en dessous, mis à part si quand je les regarde, j'ai l'impression que le truc va se dépiauter très rapidement, ou parce que je me rends compte que c'est trop dur, ou parce que la semelle intérieure est toute pourrie, que je ne vais pas aller acheter en dessous. Mais ce qui va me freiner, c'est plus le au-dessus d'un certain prix. Il faut te donner une fourchette de prix ? »

Mme Bürli : « Oui, à peu près. »

Répondant 2 : « Moi, j'aurais du mal à mettre plus de 200 euros dans une paire de running. »

Répondant 1 : « Putain, je n'aurais pas pu courir. »

Répondant 2 : « En revanche, ce qui n'est pas faux, c'est que peut-être que je me trompe, parce que je n'en ai pas acheté dernièrement. Peut-être que les dernières que j'ai achetées, je les ai achetées il y a un an. Peut-être qu'en un an, il y a eu une réduction. »

Répondant 3 : « On dit qu'en dessous, ça ne doit pas être qualitatif. Et au-dessus, on se fait un peu baisser par un côté marketing. »

Répondant 4 : « Moi, je pense qu'il y a deux catégories. Pour s'entraîner, je ne mettrais pas, pareil comme Hélène, entre 150 et 200 euros. En même temps, c'est ce qu'il y a dans le marché. Et souvent, ce qu'il y a au-dessus de 200 euros, 200, 300, c'est les marques des grands coureurs ou les plaques carbone que pour les compétitions. Alors, est-ce qu'on met 300 balles

pour une chaussure que tu n'utilises vraiment pas souvent et que tu vas garder vraiment assez longtemps ? »

Répondant 2 : « Assez longtemps ou pas longtemps ? »

Répondant 4 : « Assez longtemps, très longtemps même. Parce que si tu ne t'entraînes que pour les compétitions, tu les gardes. »

Répondant 2 : « Du coup, tu ne t'entraînes jamais avec tes godasses de compétitions ? »

Répondant 4 : « Non. Tu dépenses tellement d'argent pour ta chaussure et tu t'entraînes avec. »

Répondant 2 : « Non, mais tu peux aussi avoir mal aux pieds. Si tu n'es pas habitué à courir avec, tu cours. »

Répondant 4 : « Et bah tu cours quand même. »

Répondant 2 : « J'ai mal, j'ai mal. Ok, elles me propulsent, mais j'ai des cloques partout. Je pense que tu fais quand même quelques sorties d'entraînement avec. »

Répondant 3 : « Oui, un peu. »

Répondant 4 : « Je pense que les chaussures à 300 balles, ce n'est pas pour s'entraîner. Ce sont vraiment des chaussures qui vont propulser, à plaques carbone. Et plus tu les utilises, plus la plaque, elle va s'user. »

Répondant 2 : « D'accord. Déjà, je viens d'apprendre qu'il y avait des godasses à plaques carbone. Je vais me renseigner. »

Répondant 4 : « Je pense entre 150 et 200 aussi, le prix. »

Répondant 3 : « Le prix, c'est déjà pas mal. »

Répondant 4 : « C'est déjà beaucoup. »

Répondant 2 : « En fait, pour moi, c'est énorme. J'en reviens à, si jamais on me disait qu'il y a des godasses qui peuvent faire la même chose à 90 ou à 80 euros, moi, j'y vais. Je ne suis pas bloquée par le prix en dessous. François qui a l'impression que le prix en dessous, ce n'est pas bien. »

Répondant 1 : « Moi, j'aurai tendance d'ailleurs à faire un peu comme toi, c'est-à-dire à dire, c'est quoi le prix, la chaussure la moins chère ? Je schématise. Ah, tiens, la chaussure à 50

balles. Alors, à 50 balles, qu'est-ce qui fait que je ne pourrais pas l'utiliser, celle-là ? Au bout de 50 bornes, vous pouvez en changer parce qu'elle est détruite. Ou, vous allez voir, elle n'est pas confort. Ou, regardez le pouce, il va sortir, il va percer le machin parce qu'ils ont oublié de mettre un petit renfort au bout, pour éviter de percer le tissu de la chaussure. Ou, on ne peut pas bien la lasser. »

Répondant 2 : « En bref, elle a des défauts. »

Répondant 1 : « Il y a des critères qui me semblent utiles pour moi qui font que je ne peux pas, que 50 balles, malheureusement, ça ne remplit pas le critère. Alors, je passe à la version du dessus, jusqu'à ce que je tombe sur le truc qui va bien. Et malheureusement, assez souvent, il y a... »

Répondant 2 : « Celle qui remplisse bien les critères. »

Répondant 1 : « Non, mais c'est surtout... Mais déjà, même après, il y a des histoires, il y a d'autres critères. C'est maintenant que tu as besoin de chaussures, ce n'est pas dans une semaine. Et tu n'as pas de chance, il n'y a pas la pointure. Ce n'est pas par hasard qu'il n'y a pas la pointure. C'est des fois presque un peu exprès. Et puis, pour la chaussure qui conviendrait bien. Et du coup, tu prends la version du dessus. Voilà, c'est tout. Et ce n'est pas forcément justifié. »

Mme Bürli : « En termes de design, qu'est-ce que vous imaginez comme type, comme catégorie aussi de design qu'il existerait ? Qui vous permettrait d'acheter ou pas ? »

Répondant 2 : « Alors moi, j'aime bien la sobriété. »

Répondant 1 : « Oui. »

Répondant 2 : « Plus c'est sobre, mieux c'est. Mais c'est vrai que c'est de plus en plus difficile. »

Répondant 1 : « Les blanches, c'est sympa, mais c'est vite sale. »

Répondant 2 : « Non, c'est salissant. »

Répondant 1 : « Les noires, c'est à passe partout. »

Répondant 2 : « Ça, c'est l'histoire de coupe et d'âge. Parce que par exemple, Léo préfère être stylées avec des chaussures qui ont un peu un look, etc. Pour moi, d'avoir un peu un look... »

Répondant 4 : « Un truc qui se voit dans la nuit. »

Répondant 1 : « Des trucs qui se voient, je pense aussi. Un truc qui clignote dans la nuit ! »

Répondant 4 : « Moi, ce n'est pas ce que j'ai. »

Répondant 2 : « Si tu pouvais, toi, tu aimerais bien avoir un truc orange fluo, bleu fluo, vert. Comme quoi ? »

Répondant 3 : « Je dis comme des Hoka. Bien stylé. »

Répondant 4 : « Oui, stylé comme Fx, c'est parfait. Moi, je n'ai pas assez de... Je n'ai pas la capacité. »

Mme Bürli : « Le fait d'avoir la marque visible, c'est quelque chose que... »

Répondant 4 : « La marque ? »

Répondant 1 : « La marque. »

Répondant 4 : « Oh non. En même temps, toutes les marques sont un peu égales pour tous les chaussures. »

Répondant 1 : « Bon, il y en a, elles sont reconnaissables parce qu'à cause du dessin. »

Répondant 4 : « Ce n'est pas des vêtements. »

Répondant 1 : « Si tu as un N dessus, tu sais avec quoi tu marches et sur quoi tu marches. »

Répondant 4 : « Il n'y a pas de marque au dessus de l'autre. »

Répondant 2 : « Il y en a qui marquent. Tu veux dire, les marques en termes de visibilité. »

Mme Bürli : « Oui, ça peut être un moyen de faire un design différent. »

Répondant 3 : « Non, mais tu veux dire pour être stylé. Quand j'étais gamin, il y avait des Nike Air. Il fallait avoir des Nike Air. Si tu avais des Adidas, tu étais un peu... »

Répondant 1 : « Mais ça se voyait. »

Répondant 3 : « Tu étais un peu comme un con. »

Répondant 1 : « Maintenant, tes Hoka, on les reconnaît ? »

Répondant 3 : « Non, c'est écrit dessus mais ça n'a pas trop d'importance. »

Répondant 1 : « Tandis que les Asics, tu les reconnais. »

Répondant 2 : « Je m'en fiche et je trouve que l'esthétique, ça n'a pas d'impact pour moi de voir un gros sigle Nike ou de voir un gros sigle New Balance ou ce genre de choses. Limite, je préférerais que ce soit des petits détails. Genre, On, c'est comme ça que ça se voit. On, ça ne se voit pas trop. »

Répondant 4 : « On, ça se voit même sur la semelle car on a des... »

Répondant 2 : « Mais sur la semelle, tu regardes rarement la semelle. »

Répondant 1 : « On voit les traces sur le sol. »

Répondant 2 : « Ah oui, mais tu vois On, sur la godasse, en elle-même, tu as juste un petit O et un petit N qui sont sur le côté. Ce n'est pas hyper... »

Répondant 4 : « Ce n'est pas les plus belles pour moi, je trouve. Ça fait nuage un peu. »

Répondant 2 : « Je ne connais pas trop, mais... Les Saucony, ça ne se voit pas trop non plus. Alors que les Hoka, c'est écrit en gros. »

Mme Bürli : « En termes de catégories que vous pourriez créer pour le critère sur la santé, qu'est-ce que vous verriez ? »

Répondant 2 : « Bon maintien de cheville, que quand tu cours, tu n'as pas justement... »

Répondant 1 : « Pas d'ampoule. »

Répondant 2 : « ...de douleur aux genoux. Pas d'ampoule, pas mal. »

Répondant 1 : « Les frottements. »

Répondant 3 : « L'amorti, douleur au... Bon maintien du pied pour ne pas avoir de douleur aux orteils. J'ai ça un peu, des fois. La cheville, bon maintien. L'amorti. »

Répondant 1 : « Toi, tu as dit imperméable. Au-dessus, de toute façon, c'est humide. »

Répondant 3 : « L'amorti. »

Répondant 2 : « Non, mais imperméable, le côté imperméable. Moi, je suis trempée dans mes chaussures quand même, mais par ma transpiration. Tu vois, je n'ai pas les pieds trempés par un truc froid qui vient de l'extérieur. Parce que je me souviens de sortir où j'étais transie en fait. »

Répondant 1 : « Dès que tu vas courir dans l'herbe, elle fait mouiller effectivement. »

Répondant 2 : « Ou chez nous, tu sais, il y a facilement quand tu vas dans des chemins sans que ce soit du trail, tu vois, des chemins pédestres, mais que c'est du petit caillou, du petit machin, des petits trucs, du gravillon, tu vois, tu as souvent des flaques, des choses qui font que quand tu marches dedans, pouf, après, après, tu es comme un imbécile et tu freines ton pied mouillé, le pied qui est allé dans la flaque, il est trempé. »

Mme Bürli : « En termes de, pour la performance, des catégories de nous qui seraient enfin, des critères qui seraient importants. Dans le critère de la performance, qu'est-ce qu'il existerait comme catégorie ou comme point essentiel sur lequel vous seriez attentif ? »

Répondant 3 : « Le poids peut-être, la légèreté de la chaussure. »

Répondant 1 : « La raideur. »

Répondant 3 : « L'accroche sur la piste. »

Répondant 2 : « Mais si, c'est vrai que par exemple, ça ne glisse pas ou ça glisse, ou en fonction de... Est-ce qu'il y a des ressorts ? »

Répondant 1 : « Ça arrivera un jour. »

Répondant 3 : « Les plaques carbone, c'est déjà un peu ça. »

Répondant 1 : « Il y a déjà des exosquelettes. En Chine, il y a des exosquelettes. Tu peux aller faire des randonnées, tout d'un coup, tu fais 6 heures de marche parce qu'il y a des batteries qui t'aident. C'est gravissime. On va trouver des Wall-E partout. »

Répondant 4 : « Ça vivacité un peu. Ce n'est pas le mot que je cherche, mais... »

Répondant 3 : « C'est ça l'idée. »

Répondant 2 : « Le côté tonique. »

Mme Bürli : « Comme quoi, la semelle renvoie ? »

Répondant 3 : « L'énergie. »

Répondant 4 : « C'est quoi le mot déjà ? »

Répondant 1 : « C'est l'élastique. »

Répondant 3 : « La réactivité. »

Répondant 4 : « Voilà. La réactivité de la chaussure. Ça aussi, c'est important pour la perf. »

Répondant 2 : « Je l'avais à peine stimulée, elle est partie directe. »

Répondant 1 : « Tu propulses comme ça. »

Répondant 3 : « Tu fais tes lacets et poum tu es partie direct. »

Répondant 1 : « Rien ne se perd, rien ne se crée, tout se transforme. Si jamais, une chaussure qui a un bon amorti, tu bouffes de l'énergie en chaleur. Si jamais. Alors qu'une chaussure qui est très élastique, elle rend, et tu rebondis. »

Répondant 4 : « La réactivité, c'est l'argument qu'on met en avant d'une chaussure de très haute performance. Ça dépend de ta foulée ta foulée. »

Répondant 3 : « Ça renvoie trop d'énergie. »

Répondant 1 : « Tiens, voilà. »

Mme Bürli : « Et puis un dernier sur la durabilité. De nouveau, quel serait ce sur quoi vous feriez, si jamais ça existait ou si jamais c'était développé, dans le critère de la durabilité, vous feriez attention à quoi ? »

Répondant 2 : « La semelle. »

Répondant 1 : « Les kilomètres par an. La durée de vie. Le nombre de kilomètres. »

Répondant 2 : « Souvent, c'est la semelle qui lâche en premier. »

Répondant 1 : « On ne sait pas d'ailleurs ce qui lâche. Mais après, on pourrait le savoir si les gens disent au bout de 600 bornes, j'ai dû changer parce que ma semelle était raide. Ou j'ai dû changer parce que j'avais fait un trou dans le tissu. Ou l'attache des lacets a lâché. Après, tu connais tous ces critères. Accessoirement, le fabricant, il serait très intéressé de le savoir parce qu'il pourrait soit renforcer, soit pas. »

Mme Bürli : « Ce serait quoi une bonne moyenne de durée de vie ? »

Répondant 1 : « Aucune idée. »

Répondant 4 : « Un an, quand même. »

Mme Bürli : « Tu parles en termes d'années ou de kilomètres ? »

Répondant 4 : « En termes de kilomètres, ce serait bien. »

Répondant 1 : « Justement, c'est pour ça qu'on ramène au kilomètre parce que c'est plus facile. Moi, je cours moins de toi probablement. »

Répondant 2 : « Quelle était la question ? »

Mme Bürli : « Dans la durée de vie, ce serait quoi le groupe ? Quelle serait la moyenne qui vous conviendrait en termes de durée de vie ? »

Répondant 2 : « En termes de durée de vie. Écoute, je ne sais pas, je dirais... »

Répondant 1 : « Tu fais combien de kilomètres par an ? Et du coup, combien de chaussures par an ? »

Répondant 2 : « Je dirais 1 000 bornes. »

Répondant 3 : « Là, on va en faire 1 000. »

Répondant 2 : « Je dirais 1 000 bornes. »

Répondant 1 : « Et vous courez combien par semaine ? »

Répondant 3 : « Actuellement, 40. Actuellement. Je ne pense pas faire ça toute l'année. »

Répondant 2 : « Entre 1 000 et 1 500 bornes. »

Mme Bürli : « OK. »

Répondant 1 : « Si je fais 20 bornes par semaine, c'est bon. Je ne fais pas plus que ça. »

Répondant 2 : « C'est très sollicitant, quand même, 20 kilomètres par semaine. Quand tu cours, on est d'accord, tu sautes. Donc, comme tu sautes, tu as des impacts. Ce n'est pas comme quand tu marches classiquement. Tu tombes avec de tout ton poids sur un truc. Il y a bien un moment où ça s'use plus qu'une chaussure. »

Répondant 3 : « Et puis, tu abîmes tes cartilages. »

Répondant 1 : « Moi, je ne cours pas forcément toujours sur du bitumes. »

Répondant 3 : « Ça ne régénère pas. »

Répondant 1 : « Moi, j'ai du mal à juger parce que je n'ai jamais compté. »

Répondant 4 : « C'est quoi le cartilage ? »

Répondant 3 : « Le cartilage, c'est une espèce de petite pellicule autour de l'os qui va permettre le glissement. »

Répondant 4 : « À la fin, ça ne glisse plus. »

Répondant * : « À la fin, ça ne glisse plus. Et après, tu es sur l'os direct et c'est là où tu as de l'arthrose parce que tes os sont en contact. Donc là, c'est dur. Le cartilage, il permet à l'articulation d'être... »

Répondant 2 : « Non, c'est la synoïde qui permet à l'articulation de bien fonctionner. Mais, tu as des cartilages au bout de tes trucs. »

Mme Bürli : « Je serais curieuse. Entre le confort et la performance, tu privilégierais lequel des deux ? »

Répondant 3 : « Le confort, direct. A 50 balais, la performance, je me fous un peu. »

Répondant 1 : « Il sait qu'il ne va pas jouer sa vie. Quoiqu'il en soit, dans les nerfs. »

Mme Bürli : « Et entre une chaussure peu esthétique et très performante. »

Répondant 3 : « L'esthétique, c'est pareil. À 49 ans, tu t'en fous un peu. Non, mais je ne la mets pas pour aller au bahut. Tu vois ce que je veux dire. »

Mme Bürli : « Très bien. Est-ce que vous auriez autre chose à ajouter ? »

Répondant 3 : « Non, c'est parfait. »

Répondant 2 : « J'ai l'impression qu'on a fait un bon tour là. »

Mme Bürli : « C'est bon. »

Répondant 2 : « Si on a d'autres choses qui nous viennent en tête, on t'enverra un email. »

Annexe 3 : Focus Groups 2 - Retranscription

Mme Bürli : « Bon, quand est-ce que vous avez commencé à courir ? »

Répondant 4 : « Tu sais pas ? T'as jamais commencé à courir ? »

Répondant 2 : « Je dirais que c'était au... Basket ? »

Répondant 4 : « Quand ? »

Répondant 2 : « Je devais avoir... Quatre ans ? Cinq ans ? Je sais pas. »

Répondant 3 : « Mais c'est commencer à courir en mode course à pied ? Ou commencer à courir en mode t'es enfant, tu cours à trois ? »

Mme Bürli : « Les deux. Oui, vous pouvez me dire les deux. »

Répondant 1 : « Ah oui, bah alors tu cours à trois ans. »

Répondant 3 : « Bah ouais. »

Mme Bürli : « Courir dans un sens sportif. »

Répondant 1 : « Voilà, c'était sa question. »

Répondant 3 : « Bah... Je dirais, je crois, six ans, moi. Truc comme ça. Pour le patin. »

Répondant 1 : « Moi, ça doit être cinq ans, je crois. »

Répondant 2 : « Cinq ans, je pense aussi. »

Répondant 4 : « Ouais, pareil, cinq, six ans. »

Mme Bürli : « Et de la course à pied, ça fait combien de temps ? »

Répondant 1 : « Bah cinq ans. »

Répondant 4 : « Cinq ans ou six ans, ouais. »

Répondant 2 : « Euh... Athlétisme, donc, onze ans. Je dirais onze ans. Fin, j'avais onze ans. »

Répondant 1 : « Euh... Ah, mais depuis combien de temps ? »

Répondant 2 : « Depuis combien de temps ? »

Répondant 4 : « Bah depuis vingt ans. »

Répondant 1 : « Dix-sept. »

Répondant 4 : « Dix-sept. »

Répondant 2 : « Du coup, le foot, ça compte pas pour la course à pied. »

Mme Bürli : « Ah, pas vraiment, quoi. »

Répondant 3 : « Je sais pas, à l'athlétisme, c'est quand que j'ai terminé l'athlétisme ? »

Mme Bürli : « Je sais pas, quand est-ce que t'étais à l'athlétisme ? »

Répondant 4 : « Est-ce que c'était Beausobre ou Gymnase ? »

Mme Bürli : « Beausobre, ouais. Y'avait Calypso. »

Répondant 2 : « Après, on avait les quatre, les deux kil. de Lausanne avec l'école. »

Mme Bürli : « Ah nous, on n'avait pas fait. Y'avait les tests des douze minutes. »

Répondant 3 : « Ah oui, c'est vrai ! »

Répondant 2 : « C'est bien plus tard ça. »

Répondant 3 : « C'est de la course à pied, ça ? »

Répondant 2 : « C'était à Beausobre ? »

Mme Bürli : « Septième, huitième. »

Répondant 3 : « Ah oui. »

Mme Bürli : « On le faisait déjà, quand on était avec Mme Brossard. »

Répondant 1 : « On l'avait avec monsieur Rorbasser. »

Répondant 2 : « Voilà, t'aurais dû nous envoyer les questions avant, qu'on vérifie nos sources. »

Répondant 3 : « On a quel âge en neuvième ? »

Mme Bürli : « En neuvième, on a douze, treize ans. »

Répondant 3 : « Ouais, bah, ok. Douze, treize ans, c'est ma réponse. Ah non depuis, je fais un calcul. »

Mme Bürli : « Bon, d'accord, ça fait neuf ans. »

Répondant 3 : « J'ai 20 ans. Pas 21. »

Mme Bürli : « Et toi, ça fait combien de temps ? »

Répondant 1 : « J'ai déjà dit. »

Mme Bürli : « D'accord. De manière générale, quand vous courez, vous courez seul ou accompagné ? »

Répondant 3 : « Ça dépend. »

Répondant 2 : « Seul. »

Répondant 4 : « 50-50. »

Répondant 1 : « Plutôt seul. »

Mme Bürli : « Aujourd'hui, qu'est-ce qui fait que vous continuez à courir ? Pour quelles raisons vous courez ? »

Répondant 3 : « Moi, personnellement, actuellement, je ne cours plus. Mais pourquoi, t'as dit ? Attends, redis ta question. »

Mme Bürli : « Aujourd'hui, pourquoi tu continues à courir ? Et aussi, pourquoi t'as commencé à courir ? Qu'est-ce qui t'a fait commencer à faire de la course à pied ? »

Répondant 3 : « Ça fait du bien. Surtout à la fin. »

Répondant 4 : « Moi, c'est les parents qui ont commencé à me faire courir. Et à m'inscrire à des courses. Et maintenant, je cherche un peu les résultats et améliorer son temps. »

Répondant 2 : « Moi, pareil, c'est les parents qui m'ont forcé à courir. Maintenant, je cours plus, mais quand je cours, c'est pour le décathlon. »

Répondant 1 : « Puis, c'est un sport facile. Tu mets tes chaussures et tu vas courir. Tu dois pas préparer quelque chose ou aller quelque part. »

Répondant 3 : « C'est un truc que tu peux faire seul et dès que t'as envie de le faire. Sans matériel. Plus que ça. »

Mme Bürli : « Et aujourd'hui, qu'est-ce qui fait que vous continuez ? »

Répondant 2 : « Je continue pas. »

Répondant 1 : « J'aime bien ça, déjà. Et puis, se défouler, faire un sport. »

Répondant 3 : « Moi, j'aimerais bien m'y remettre, mais je trouve pas le temps pour l'instant. Je cours pas trop, mais en vrai, parce que je kiffe bien. C'est pas très évident de développer des réponses. »

Mme Bürli : « Parmi la santé physique, la santé mentale, la performance, la compétition, sociabilisation, image de soi, est-ce que vous diriez que c'est une des raisons pour laquelle vous pourriez courir qui sont là-dedans, dans cette liste ? »

Répondant 2 : « Tu peux répéter. »

Mme Bürli : « Santé physique, santé mentale, performance, compétition, sociabilisation, image de soi. Et il y en a peut-être d'autres auxquelles j'ai pas pensé. »

Répondant 2 : « Je pense un peu tous, sauf le dernier. »

Répondant 4 : « La performance et la compétition, c'est un peu lié. Je dirais ça. »

Répondant 1 : « Je pense un peu à santé physique, santé mentale. »

Répondant 3 : « Ouais pour moi, c'est plutôt ça. »

Mme Bürli : « Est-ce que vous imagineriez d'autres motivations pour les coureurs, pas vous, mais d'autres gens ? »

Répondant 2 : « La survie. »

Répondant 4 : « La santé, ouais. »

Répondant 1 : « La dopamine, c'est clairement important, non je rigole. »

Répondant 4 : « La santé, l'effet de groupe. »

Répondant 3 : « Se sentir bien soi-même. »

Répondant 1 : « Comme je le disais avant aussi, la facilité, l'accessibilité. »

Répondant 3 : « Ouais, je sais pas, maintenant, y'a aussi énormément de trucs des running clubs qui se développent partout. Je pense que c'est une nouvelle motivation pour les gens, même juste pour socialiser. »

Répondant 4 : « Rencontrer du monde. »

Mme Bürli : « Vous courez dans les clubs ? »

Répondant 1 : « Non. »

Répondant 2 : « Non. »

Répondant 4 : « Oui. »

Répondant 3 : « Non. »

Mme Bürli : « Vous considérez-vous comme compétitifs ? »

Répondant 4 : « Oui. »

Répondant 1 : « Plutôt oui. »

Répondant 2 : « Ça dépend quelle distance. »

Mme Bürli : « C'est quoi les distances où t'es compétitif ? »

Répondant 2 : « Je dirais 100 mètres. »

Mme Bürli : « Après, c'est trop... ça devient trop dur comme effort. »

Répondant 2 : « Après, j'ai pas assez d'entraînement. Un jour peut-être. »

Répondant 3 : « En vrai, en course à pied, pour l'instant, pas vraiment. Je manque un peu d'entraînement. Dans d'autres sports, oui. »

Mme Bürli : « Quand vous vous préparez pour une course, est-ce que vous vous fixez des objectifs ? Ça peut être des objectifs de distance, de chrono. Vous voulez absolument faire des courses officielles ? »

Répondant 1 : « Finir sans se blesser. Et chrono un peu. Maintenant. Plus jeune, peut-être plutôt podium. Et maintenant, plus chrono. »

Mme Bürli : « Par rapport à toi-même ? »

Répondant 1 : « Oui. »

Répondant 4 : « Moi, je dirais le temps et la position aussi. »

Répondant 2 : « Moi, je dirais que ça dépend des distances. »

Répondant 4 : « Sur 100 mètres, par exemple. »

Répondant 2 : « Non, mais 10 km, ça serait plus un objectif de temps. Battre mon record d'avant. Et sur une plus grande distance, ça serait plus un objectif de finir la course dans un temps assez raisonnable. »

Répondant 3 : « Moi, c'est plus un temps que je me fixe. »

Mme Bürli : « Est-ce que vous avez l'impression que les gens courent pour la performance ou pour d'autres raisons ? »

Répondant 4 : « Les deux, je dirais. La grande majorité, c'est plus pour la santé. Je pense. »

Répondant 3 : « Les gens s'entraînent en ayant un objectif de course, par exemple. Et du coup, c'est peut-être l'accomplissement de leur objectif. »

Répondant 1 : « Ou même un objectif de santé, de perte de poids ou j'en sais rien. »

Mme Bürli : « Pas de réponse ? »

Répondant 2 : « C'est un peu la même chose. »

Mme Bürli : « On va passer à la deuxième partie. La première, c'était sur la motivation. Pour que je puisse faire des segments. Et la deuxième, mon étude, elle est vraiment sur les chaussures. Donc, vous avez combien de paires de chaussures, chacun ? »

Répondant 2 : « De courses ? »

Répondant 4 : « Usées ou pas usées ? »

Mme Bürli : « Oui, de course à pied. Tout ce que tu utilises. »

Répondant 1 : « Même celles qui restent dans le placard ? »

Mme Bürli : « Ce que tu utilises. Si tu ne les utilises pas, parce que ça reste dans le placard, bah, tu ne les utilises pas. »

Répondant 1 : « Alors, deux. »

Répondant 2 : « Les pointes, ça compte ? »

Mme Bürli : « Non. »

Répondant 4 : « On compte pas les pointes ? »

Répondant 2 : « Mais c'est des chaussures de course ! »

Répondant 3 : « J'en ai qu'une. »

Répondant 2 : « Quatre. »

Répondant 4 : « Oh purée ! Six. Les chaussures de trail, ça compte ? »

Mme Bürli : « Oui, ça compte. »

Répondant 2 : « Alors cinq, du coup. »

Répondant 4 : « Six. »

Répondant 1 : « Trois. »

Répondant 3 : « Deux. »

Mme Bürli : « Ok, et c'est tous les mêmes modèles de chaussures ? Dans le sens que ça peut être le même modèle. Vous pouvez avoir plusieurs fois la même paire. Ou alors des paires pour différents types de courses. Des marques différentes. »

Répondant 4 : « C'est un peu des marques différentes. Chaque type de course a sa paire de chaussures. »

Mme Bürli : « C'est-à-dire quoi ? »

Répondant 4 : « C'est-à-dire footing, endurance, compétition, entraînement rapide. »

Mme Bürli : « Tu fais des entraînements lents ? »

Répondant 4 : « Ben oui, les footing, les endurances. Après, il y a les paires de trail. J'ai encore une paire de footing. »

Mme Bürli : « Ok. »

Répondant 1 : « Moi j'ai deux paires les mêmes. Une qui est en fin de vie, mais que je garde encore, parce que j'en ai une à Loèche et une à Morges. Et puis les trail. »

Répondant 3 : « Moi j'ai une paire d'une course normale, et une de trail. »

Répondant 2 : « Moi c'est tous des paires différentes. Une, bah de trail. Une, c'est pour un peu les courses officielles, longues distances. Une, c'est un footing. Puis les autres, c'est un peu four tout. »

Mme Bürli : « Longues distances, c'est quoi ? C'est 400 mètres ? »

Répondant 2 : « Non, 10 kilomètres. »

Mme Bürli : « Ok. Et là-dedans, vous avez plusieurs marques, ou c'est qu'une seule marque ? »

Répondant 2 : « Trois marques. »

Répondant 3 : « Moi, c'est deux marques. »

Mme Bürli : « Qui sont ? »

Répondant 1 : « Deux marques aussi. »

Répondant 3 : « Nike et Salomon. »

Répondant 4 : « Asics et Dynafit. »

Répondant 2 : « Nike, Soconny, et je crois... Asics, mais je ne suis pas sûr. Ou 2 Soconny. Quelque chose comme ça. »

Répondant 4 : « J'ai On, Asics, Salomon, Soconny, puis je crois que les autres, c'est aussi des Asics. »

Mme Bürli : « Vous les changez tous les combien de temps vos paires de chaussures ? »

Répondant 3 : « En vrai, moi, ça fait plutôt longtemps que je les ai les Asics. »

Mme Bürli : « Ça peut être un temps, une durée, mais à la fois une distance. »

Répondant 1 : « Un peu près une année. »

Répondant 3 : « Ça fait 4 ans. »

Répondant 2 : « Ça dépend de la paire. Celle de trail, c'est peut être 5 ou 6 ans que je les ai. 6 ans, parce que c'était 2020. »

Répondant 4 : « T'as beaucoup de paires. »

Répondant 2 : « Mais les autres, je dirais une année ou deux ans, ça dépend. »

Répondant 4 : « Les chaussures compétition, c'est un peu moins d'une année. Et le reste, c'est une année et demie, deux ans. »

Répondant 1 : « Ah ouais, parce que j'ai l'impression que tu les changes tous les 3 mois. »

Répondant 4 : « Oui, parce que 6 paires... »

Mme Bürli : « Est-ce que vous arriveriez à donner une estimation de la distance qu'elles parcourent ? »

Répondant 1 : « Nop. »

Répondant 4 : « Compétition, ça fait genre 300, 400 kilomètres. Les footings, c'est 1500. »

Mme Bürli : « Tu les gardes deux ans ? »

Répondant 4 : « Ouais. »

Mme Bürli : « Tu fais 1500 kilomètres en deux ans seulement pour du footing ? »

Répondant 4 : « C'est possible. Attends, je regarde. 3000, 3500. Je suis à 3500, 4000 par année. »

Répondant 1 : « Mais il fait peut-être moins d'entraînements footing. »

Répondant 4 : « Aller on va dire 2000. »

Mme Bürli : « Je dois changer tous les 7, 8 mois. »

Répondant 4 : « Ouais mais quand t'as 6 paires, tu les uses moins. »

Mme Bürli : « C'est quand que vous avez acheté votre dernière paire ? »

Répondant 4 : « Il y a un mois et demi. »

Répondant 3 : « Moi, celle de trail, c'était l'année passée. »

Répondant 2 : « Je dirais septembre 2025. »

Répondant 1 : « Décembre, je crois. »

Mme Bürli : « Pourquoi avez-vous besoin d'acheter ces chaussures à ce moment-là ? »

Répondant 1 : « Parce que les autres étaient gentiment plates. »

Répondant 2 : « Tout pareil, j'avais des trous. »

Répondant 4 : « Moi, il y avait la plaque carbone qui était cassée. »

Répondant 3 : « Moi, parce que je n'avais pas encore deux paires de trail. »

Mme Bürli : « Qu'est-ce qui déclenche votre besoin de changer ? À titre d'exemple, il y aura l'usure, la blessure, une nouvelle saison, une envie, une nouveauté ? »

Répondant 4 : « Usure et envie. »

Répondant 2 : « Usure. »

Répondant 3 : « Usure. »

Répondant 1 : « Blessure pour les normales, envie pour les Trail. »

Mme Bürli : « Comment vous choisissez une nouvelle paire de chaussures ? Vous les achetez où, vos chaussures ? Magasin spécialisé ? Internet ? Recommandations ? Influence des réseaux sociaux ? »

Répondant 1 : « Recommandations du médecin et du vendeur. »

Répondant 4 : « Dans un magasin. J'en teste plusieurs. Je prends celle qui me va mieux. »

Répondant 2 : « Soit un magasin spécialisé, comme François Sport pour le test pour le pied et tout ça. Ou alors un magasin normal. C'est moi qui teste, selon mes sensations. »

Répondant 3 : « Moi aussi, je préfère un magasin et je teste. »

Mme Bürli : « Vous vous fiez à quoi comme sensations ? Qu'est-ce que vous recherchez dans votre chaussure ? »

Répondant 2 : « Confort, stabilité. »

Répondant 1 : « Maintien. »

Répondant 4 : « Dynamisme. »

Répondant 2 : « Vous êtes plutôt fidèle à une marque ? »

Répondant 1 : « Non. »

Répondant 3 : « Non. »

Mme Bürli : « Pourquoi ? »

Répondant 1 : « Asics. »

Répondant 4 : « J'aime bien Asics aussi, mais je teste d'autres marques. »

Répondant 2 : « J'aime bien Nike, mais les autres c'est bien aussi. »

Mme Bürli : « Pourquoi ceux qui sont fidèles, l'êtes-vous à une marque ? Pourquoi cette marque et pas une autre ? Qu'est-ce qu'elle a de mieux ? »

Répondant 4 : « Toutes les paires que j'ai essayées me conviennent toutes. Je pars du principe que cette marque est faite pour moi. »

Répondant 1 : « On m'a conseillé, parce que je me blessais souvent. Du coup, ça me maintenait bien, donc ça me convenait bien. »

Répondant 2 : « Je suis confortable dans les chaussures que j'ai achetées. J'achète un peu le même type de chaussures. »

Répondant 3 : « Moi, je ne suis pas fidèle à une marque. Je suis ouverte. »

Mme Bürli : « Est-ce que vous arriveriez à créer, en discutant ensemble, des catégories de chaussures basées sur les marques ? Les marques, c'est plus pour donner un exemple représentatif de ce que veut mettre en avant la catégorie. Typiquement, si je prends un exemple avec les skis, ce n'est pas forcément la vérité, mais il y a des gens qui vont considérer que les Atomic et les Rossignol sont des marques qu'on vend très facilement et qu'on fait louer facilement à des touristes. Donc, ça a une connotation un peu touriste. Tandis que, typiquement, Head ou Stöckli seront plus considérés comme des marques pour ceux qui veulent faire du ski technique, de la compétition. Est-ce que vous arriveriez à faire la même chose avec les marques de chaussures ? A faire des catégories de chaussures et pour m'expliquer votre catégorie, vous arriveriez à me citer des marques dedans ? »

Répondant 1 : « Moi, j'aurais envie de faire déjà une grande catégorie, une maximaliste-minimaliste. »

Mme Bürli : « D'accord, comment ? »

Répondant 1 : « Bah tu fais une catégorie ! »

Mme Bürli : « Oui, mais tu mets quoi comme exemple dedans ? »

Répondant 1 : « Je ne connais pas assez les marques pour te dire qu'est-ce que je veux. »

Répondant 4 : « Hoka, par exemple, c'est plus maximaliste. »

Mme Bürli : « Peux-tu répéter s'il te plait ? »

Répondant 4 : « Hoka, c'est plus maximaliste que les autres en général. »

Répondant 1 : « Asics aussi. »

Mme Bürli : « Qu'est-ce que vous entendez par maximaliste et minimaliste ? »

Répondant 1 : « Tu as un soutien. Ton pied est maintenu, tu as une voûte pour te maintenir. »

Mme Bürli : « Tu veux dire au niveau de la qualité de la chaussure ? »

Répondant 1 : « Minimaliste, c'est un peu tu cours à pieds nus. »

Mme Bürli : « Il y en a, ils sont plus axés sur la course à pied. Ils sont plus performants dans le besoin des coureurs dans la chaussure. La chaussure est plus efficace pour faire de la course à pied qu'une autre ? »

Répondant 1 : « Non je dirai pas. »

Mme Bürli : « Je ne comprends pas ce que tu veux dire. »

Répondant 4 : « Maximaliste, c'est que tu as beaucoup d'amorti. Minimaliste, c'est que tu as peu d'amorti. Il y a des marques qui font plus ou moins d'amorti. »

Mme Bürli : « D'accord. Il y a d'autres idées de catégorie ? Pas tous en même temps. »

Répondant 4 : « On, c'est un peu catégoriser, un peu classe moyenne++ qui prennent des On. En général, ils vont au bureau avec des On. »

Mme Bürli : « Tu ne fais pas la course à pied au bureau. »

Répondant 4 : « Non, mais ils achètent des chaussures de course à pied pour aller au bureau. »

Répondant 1 : « Et Nike, j'aurais un peu envie de dire populaire, la classe populaire. »

Répondant 2 : « Nike, Adidas, grand public. »

Répondant 4 : « Après, il y a Saucony, un peu plus niche. »

Mme Bürli : « Qu'est-ce que tu veux dire par niche ? »

Répondant 4 : « La majorité des coureurs, une bonne partie ne connaissent pas, ils connaissent plutôt Nike, Adidas. »

Répondant 3 : « Oui, c'est ça. Saucony, c'est plus pour ceux qui connaissent. »

Répondant 4 : « Pareil pour Hoka. Hoka, c'est un peu plus pour le trail. »

Mme Bürli : « Ah bon ? »

Répondant 4 : « Oui, clairement. »

Répondant 2 : « C'est le sponsor officiel. »

Répondant 1 : « Salomon aussi, non ? »

Répondant 4 : « Salomon, oui. »

Répondant 3 : « C'est clairement pour le trail aussi. Il ne font même pas, je crois d'autres types. »

Répondant 1 : « New Balance, je le mettrais aussi dans plus populaire. »

Répondant 4 : « Kiprun aussi, Mizuno, personne ne connaît. »

Répondant 3 : « Ils font des chaussures de course à pied ? »

Répondant 4 : « Oui, mais c'est plutôt japonais. Ce n'est pas trop ici, il n'y en a pas tellement. »

Répondant 3 : « Oui, mais c'est vrai qu'il n'y en a pas comme ça. »

Mme Bürli : « Puma ? »

Répondant 4 : « Puma, ça n'existe pas. »

Répondant 2 : « Oui, ils font plutôt des pointes pour la piste. »

Mme Bürli : « Brooks ? »

Répondant 4 : « Brooks. Ils font pas mal de trail. »

Répondant 3 : « Trail, oui, je crois. Je ne sais pas. C'est Clem qui court qui met des Brooks. »

Mme Bürli : « Vous verriez donc d'autres catégories, mis à part celles que vous venez de me citer. »

Répondant 4 : « Nike, c'est aussi un peu plus pour le style. Nike, Adidas. Adidas. Plus que d'autres. Genre New Balance, par exemple. Adidas, c'est bien faire des coloris pour une course. Le Marathon de Boston, ils font une paire, etc. »

Répondant 2 : « Disons que ces marques ont le critère performance et le critère un peu mode. Que d'autres marques n'ont pas forcément, style Hoka qui eux ont vraiment le critère performance. »

Mme Bürli : « Là, parmi cette liste, que vous allez chacun avoir, au fur et à mesure, à tour de rôle, est-ce que tu pourrais me dire, chacun de vous, mais vous allez le faire à tour de rôle, si tu devais choisir ta nouvelle paire de chaussures sur quels critères tu te baserais ? IL m'en faut trois. »

Répondant 1 : « Trois ! »

Mme Bürli : « Et pourquoi tu choisirais ceci par rapport à d'autres ? »

Répondant 1 : « Alors déjà, santé, prévention, blessure. Pourquoi ? Parce que je suis un peu faible et du coup je suis tout le temps blessée. Ensuite, j'avoue, design, esthétique, j'avoue que la couleur, ça m'influence un petit peu quand même. Même si c'est pas le premier critère qui me fait choisir une paire, mais il y a quand même un truc de si la couleur est dégueulasse, je serais un peu mode embêtée. Et, ben, marques, parce que je suis un peu fidèle à Asics depuis plusieurs années. Et je devais dire pourquoi pas les autres ? »

Mme Bürli : « Ben, pourquoi ceci ? Particulièrement. Par rapport aux autres, fin. »

Répondant 1 : « Ben Marques, c'est santé, prévention, blessure, ça va ensemble, parce qu'on me l'a conseillé par rapport à mes blessures parce que j'avais un meilleur maintien dans cette paire. Euh, plutôt que prix parce que pour l'instant, c'est encore mes parents qui me les ont payés, sauf la dernière fois. Euh, ben, performance, parce que je ne suis pas au niveau de faire de la performance pour l'instant. Donc la légèreté et tout ça, ça ne me concerne pas. Et confort, pas trop non plus. Moins non plus parce que, ben, plus t'as d'amorti, moins t'as de soutien. Et moins stable ta chaussure, donc. Donc voilà. Ça ne va pas avec mes blessures. Avec prévention de mes blessures. Un peu d'amorti, oui, mais pas trop. Pas les trucs avec des semelles qui prennent ta forme, les pieds, qui saignent. »

Répondant 3 : « Ben, en vrai, moi, je dirais confort parce que je teste ma chaussure pour voir si je suis bien dedans. Je pense que c'est important d'être bien dans sa chaussure. En vrai, j'avoue, un peu le design esthétique aussi. Enfin, tout ce qui est couleurs ou styles ou marques. Genre, j'ai pas envie de m'acheter une chaussure qui est moche. Ça fait très longtemps que je ne me suis pas achetée une chaussure de course à pied. Les miennes sont très basiques et un peu nulles. À l'époque, je m'en fichais plus. En vrai, pour moi, la performance, ça me concerne pas trop, en tout cas pour l'instant. Enfin, je ne suis pas trop là-dedans. Je pense, vu que je l'achète moi, je fais quand même gaffe au prix. Que ce ne soit pas excessivement cher. Il faut que ce soit en cohérence avec la qualité du truc. Après, marque, ça va aussi un peu avec le design, je trouve. Durabilité, pourquoi pas. Après, pour l'instant, il n'y a pas encore. Je ne sais pas ça te convient comme réponse. »

Mme Bürli : « C'est parfait. »

Répondant 3 : « Super. »

Mme Bürli : « Vous avez le droit de donner d'autres critères. »

Répondant 2 : « C'est écrit là. Autre. »

Mme Bürli : « Mais il faut me l'expliquer pourquoi après. »

Répondant 2 : « Provenance, c'est qui qui a dit ça ? »

Mme Bürli : « Ma tante. »

Répondant 1 : « Dans ce cas-là, j'ai un autre critère qui me vient en tête. Il existe des chaussures plus fines, parce que j'ai les pieds méga fins. Du coup, c'est un autre critère. Pour qu'elles me tiennent bien aux pieds. »

Répondant 2 : « Je dirais confort, performance et design. »

Mme Bürli : « Dans cet ordre là ? »

Répondant 2 : « Il faut donner un ordre. C'est pas mal. »

Mme Bürli : « Tu m'expliques pourquoi. »

Répondant 2 : « C'est un peu plus compliqué. Confort, c'est bien de se sentir bien dans ses baskets. Performance, même si je suis pas au niveau de ceux qui font vraiment des performances. C'est quand même agréable d'avoir une chaussure aux pieds qui peut te permettre des choses que tu n'es pas capable. Et design, c'est quand même aussi... C'est bien de se sentir bien dans ses baskets. Quelque chose que tu aimes porter. Ça peut peut-être te motiver à aller courir. Même si c'est pas forcément le cas. Sinon, pour les autres, je dirais moins forcément santé, prévention, parce que pour l'instant, j'ai pas vraiment de blessures. Le prix, ça peut plus être un quatrième point. Parce que maintenant, il y a certaines chaussures qui ont quand même des prix un peu excessifs. Mais il y a les innovations qui vont avec. Marque, ça dépend des marques. Il n'y a pas forcément de... Juste avant, je disais que j'étais plus Nike parce que c'est celle que j'ai le plus chez moi. Mais en soi, si d'autres marques font d'autres choses bien, c'est pas vraiment un critère. Innovation, pour moi, du coup, ça va, je pense, avec prix, un peu. Et durabilité, je pense que c'est une question de comment tu utilises tes chaussures que la chaussure en elle-même. »

Répondant 4 : « Oui, il y a l'innovation. J'aime bien avoir toujours pour les compétitions les paires les plus modernes. J'ai pas envie d'être limité par une paire de chaussures. Donc, j'achète toujours les meilleures, peu importe le prix. »

Mme Bürli : « Donc tu t'en fous du prix ? »

Répondant 4 : « Oui, je m'en fous du prix. Ça va avec la performance aussi. Le confort, je cours beaucoup avec. »

Mme Bürli : « Fin, tu changes entre six paires quand même. »

Répondant 4 : « Oui. Et après, le design, c'est pas forcément super important. Puis la santé, si les chaussures me font mal, je ne vais pas les porter. Sinon, les marques, c'est égal. Durabilité, c'est égal un peu aussi. Puis voilà. »

Mme Bürli : « Ok. »

Répondant 2 : « Quand tu disais durabilité, c'est la durabilité de la chaussure de la semelle ou la durabilité écologique ? »

Mme Bürli : « Ça peut être les deux. Dans les deux cas, y'a peu d'information d'où provient la chaussure. La durabilité, ça reste dure à juger, tu vas avoir des chaussures qui s'usent plus vite. Mais tu n'as pas vraiment de critères. Ils n'ont pas encore fait d'études qui disent qu'en moyenne, celle-là va durer entre 500 et 600 kilomètres. »

Répondant 4 : « Ça dépend aussi beaucoup du poids des gens et de comment ils courent. Ils courent sur le talon ou sur l'avant. »

Répondant 1 : « Ou sur quels surfaces. »

Mme Bürli : « Ça peut être intéressant pour quelqu'un mais il manque un peu d'infos. Ok. Maintenant, parmi tous ces critères que vous avez dit, on va retenir les plus importants pour le groupe. Au niveau du confort, on va commencer par le prix, c'est le plus facile. Est-ce que vous pourriez créer, à partir de quel niveau vous vous dites la chaussure est trop chère et je n'achète pas ? Ou la chaussure n'est pas assez chère, alors je n'achète pas non plus ? Ou alors vous ne mettez pas de limite en dessous ? »

Répondant 4 : « En dessous, je ne mets pas forcément de limite. »

Mme Bürli : « Donc une chaussure à 50 balles, tu l'achètes ? »

Répondant 4 : « Si je la teste, oui. Bon, ça n'arrivera jamais. »

Répondant 1 : « Moi, à 50 balles, je me pose un peu la question de la qualité. »

Répondant 3 : « Moi, je ne mets pas plus, mon max, c'est genre 200. »

Répondant 2 : « Moi, je dirais la même chose aussi. »

Répondant 1 : « Je pense entre 100 et 200. »

Répondant 4 : « Moi, c'est 300 vers mes plus chers, mais en moyenne, 200, un peu moins en moyenne. »

Répondant 4 : « Et à partir de quand, tu aurais l'impression que c'est un peu une baisse de qualité ? Au niveau du prix ? »

Répondant 4 : « Je ne sais pas. Peut-être 80 ? »

Répondant 2 : « Moi, je dirai en dessous de 80. Ça dépend si la chaussure est en action ou pas. »

Mme Bürli : « Non, on ne parle pas de chaussure en action. En général, le but est sur une chaussure à plein tarif. »

Répondant 2 : « En dessous de 80, c'est un peu difficile d'imaginer que la chaussure a été pensée, réfléchi pour courir. Je dirais qu'il y a eu beaucoup de réflexion dans la création de la chaussure. »

Répondant 4 : « Moi, je dirais 100, 80. »

Mme Bürli : « Au niveau du design ? Qu'est-ce que vous imagineriez comme catégorie, niveau ? Qu'est-ce qu'il existe ? Sur quoi vous vous basez pour le design ? »

Répondant 3 : « Il y a la couleur. »

Répondant 1 : « Il y a la forme. »

Répondant 3 : « Je ne sais pas la taille de la chaussure, mais après, c'est ça va avec le pied. »

Répondant 4 : « Y'a la marque qui est dessus. »

Mme Bürli : « Dans les couleurs, vous pensez à quoi ? »

Répondant 1 : « De quoi, des bien ou des pas de bien ? »

Mme Bürli : « Les deux. »

Répondant 3 : « Je ne sais pas. C'est fun d'avoir des couleurs pop, un peu, peut-être. Je ne sais pas, une couleur forte. »

Répondant 4 : « Genre un peu fluo. »

Répondant 1 : « Un truc un peu pâle, pour les chaussures de course, c'est un peu moche. Ce que j'ai tout à fait maintenant. Ou quand y a trop de mélange de couleurs aussi. »

Mme Bürli : « En termes de forme, il y a quoi ? »

Répondant 3 : « Il y en a, avec beaucoup de mélange de couleurs, qui sont quand même jolies, je trouve. »

Répondant 2 : « Une fois, j'avais une arc-en-ciel. Au début, je l'aimais, mais pas longtemps après, je ne l'aimais plus. »

Mme Bürli : « En termes de forme, il y a quoi ? »

Répondant 1 : « Il y a de plus en plus des espèces de gros talons. »

Répondant 3 : « Des semelles énormes. Ça, je trouve ça quand même moche. »

Répondant 1 : « Oui. Elles ne sont plus arrondies, mais elles sont un peu pointues. »

Mme Bürli : « Pas d'avis, Luca ? »

Répondant 2 : « Sur la forme de la chaussure ? »

Répondant 4 : « Genre avec des trous sous la semelle, des trucs comme ça. »

Mme Bürli : « Ok. En termes de perfs, à quoi vous faites attention sur la chaussure pour la performance ? »

Répondant 4 : « Le rebond, le dynamisme. Il y a légèreté aussi. »

Répondant 2 : « La performance ? »

Mme Bürli : « Oui, c'est ton deuxième critère. »

Répondant 2 : « Oui, je sais. Je dirais, oui, le rebond, les technologies qu'il y a dedans, plaque carbone et tout ça. Légèreté aussi. »

Mme Bürli : « Et en termes de confort, à quoi vous faites attention ? »

Répondant 1 : « La taille. Du coup, pour qu'elle soit fine. Pour pouvoir bien les serrer. »

Répondant 4 : « Le maintient. La semelle, s'il est trop dur, ce n'est pas très confort. »

Répondant 1 : « La capacité à plier de l'avant du pied. »

Répondant 4 : « La flexibilité. »

Répondant 1 : « Oui, et que ça ne te fasse pas de cloques, genre les points de frottement. »

Répondant 2 : « Le tissu de la chaussure. »

Répondant 1 : « Du coup, que la semelle ne soit pas trop molle. Genre pas les semelles un peu coussins où ça aplatit ton pied. »

Mme Bürli : « Donc, semelle dure, égale pas confort. Semelle molle, égale pas confort. Entre les deux. »

Répondant 2 : « Tu as tout compris. »

Répondant 1 : « C'est pour ça que c'est qualitatif, il y a des avis différents. »

Mme Bürli : « C'est quoi une bonne semelle pour vous ? »

Répondant 2 : « Pas trop dure, pas trop molle. »

Répondant 4 : « Qui rebondit bien. »

Répondant 1 : « Genre le truc à l'intérieur de la chaussure ou à l'extérieur. »

Mme Bürli : « Les deux. Donc, pas trop dure, pas trop molle. »

Répondant 4 : « Qui rebondit bien. »

Répondant 2 : « Pas trop épaisse. »

Répondant 4 : « Perso, c'est mes semelles médicales que je mets dedans. »

Mme Bürli : « Entre une chaussure très performante et peu esthétique. Enfin, une chaussure peu... Une chaussure très performante mais peu esthétique. Vous la choisissez ? »

Répondant 4 : « Oui. »

Répondant 1 : « Ben, moi je m'en fous un peu de la performance pour l'instant non plus. Pas forcément. »

Répondant 3 : « Ben, moi pareil. »

Répondant 2 : « Ça dépend je pense. »

Mme Bürli : « Ok. Une chaussure très belle mais très chère. »

Répondant 3 : « Moi je ne prends pas. Trop chère. »

Répondant 1 : « Ça dépend si c'est que le critère très belle ou s'il y a des critères d'autre choix. »

Mme Bürli : « J'ai dit une chaussure très belle et très chère. Donc oui ou non. Je n'ai pas de plus de détails. Oui ou non. »

Répondant 2 : « T'as dit qu'il n'y avait pas de questions oui ou non. »

Répondant 3 : « Oui. J'avoue. Et là, il n'y a pas de choix. »

Mme Bürli : « Ça dépend de quoi ? »

Répondant 1 : « Mais ton critère, c'est vraiment que parce qu'elle est belle ou si c'est aussi parce que tu as choisi tes autres critères ? »

Mme Bürli : « Non, que parce qu'elle est belle. »

Répondant 2 : « D'accord. Alors non. »

Répondant 4 : « Non plus. »

Mme Bürli : « Entre le confort et la performance, vous choisissez quoi ? »

Répondant 2 : « Confort. »

Répondant 3 : « Confort. »

Répondant 4 : « La performance. »

Mme Bürli : « Ok. Vous auriez autre chose à ajouter ? »

Annexe 4 : Interview - Retranscription

Mme Bürli : « Salut, petite question qui n'a rien à voir avec le marathon mais plus avec mon travail de Bachelor sur les chaussures de course à pied et leurs caractéristiques. Est-ce que tu dirais qu'une chaussure performante est forcément moins confortable qu'une chaussure spécialement choisie pour son confort ? Confort et performance seraient des opposés ? Bref, redis-moi ce que tu en penses ! Je me dis que tu t'y connais mieux que moi et que tu auras peut-être un avis plus objectif ! Merci :) »

Répondant : « Hello, dis-donc, c'est intéressant comme travail de Bachelor! D'une certaine manière, si tu n'es pas confortable dans tes chaussures, cela va avoir un impact négatif sur ta performance. Les critères de performance (selon les dernières études) sont :

- le poids
- le foam (la mousse)

La plaque carbone semble être un argument marketing uniquement. Ce qui fait vraiment une grosse différence, sont les points ci-dessus. Et ça, j'ai pu le vérifier aussi. Tu peux te faire ta propre analyse en regardant tes puls sur la même sortie (ex: 60' endurance de base, même parcours, mêmes conditions météo, idéalement même niveau de forme). J'ai eu un +4~7 puls de différence entre 2 paires (le poids différait de 70g environ). Normal, car cela te demande plus d'énergie pour le même mouvement. »

Mme Bürli : « Alors il a un objectif marketing mais comme je suis en plein dans la course à pied surtout ces temps-ci, je me suis dit que ça m'apprendrait quelque chose sur une de mes activités ! J'ai hésité à faire pareil mais avec les skis mais moins de gens connaissent ! Mais donc tu dirais que choisir une chaussure pour son confort ou sa performance est une chose à regarder en même temps ou 2 points distincts et que tu pourrais choisir. Et au final, tu choisirais une paire pour le confort et une pour la performance en fonction de tes sorties ?

Plus j'avance dans mes analyses, plus y a des trucs qui ressortent et j'ai envie de tout approfondir mais ça me complique tout aussi 😊 »

Répondant : « Alors... voici ce que je fais, j'espère que tu vas trouver tes réponses :

- pour des paires de footing, je teste ce que Pierre (mon coach qui détient NCSports à Épalinges) me donne. Je ne suis absolument pas regardant car la perf est inutile. Je check juste le confort

- pour des paires de seuil / endurance active, j'oriente un peu vers le poids+dynamisme. Donc "un peu" de performance mais pas non plus exceptionnel.

- pour des paires VMA / compétition : légèreté, plaque carbone, très bonne mousse. Et je teste la stabilité à vitesse de compétition / VMA. Typiquement les Nike Vaporfly sont assez instables et me demandent de compenser pas mal ==> pas super confortable et j'exclus car je vais consommer + d'énergie. Mais en effet, c'est un NO-GO si je ne suis pas confortable. La nuance, en revanche, c'est que le critère de "confort" se joue sur la vitesse à laquelle je compte courir avec. L'exemple pour les paires de compétition est assez flagrant : elles ne sont pas forcément confortables à 8-10km/h, mais le deviennent à 15-23km/h (car fortement projeté vers l'avant). Tu ne peux pas juger le confort en étant assise. Tu dois vraiment tester aux vitesses visées pour la paire en question. Après... si elles ne sont pas confortables en étant assises, y a pas mal de chances que ce soit inconfortable en mouvement 😊 »

Mme Bürli : « Super merci pour tous ces renseignements ! Je vais continuer à chercher aussi de mon côté mais en tout cas je vois mieux le lien entre les 2 ! »

Répondant : « Déjà, courir est quelque chose d'inconfortable... si tu te rajoutes la contrainte de chaussures inconfortables, tu vas être dégoûtée direct 😊 😊 »

Mme Bürli : « C'est pas faux ! Donc le confort prime sur la chaussure plus « performance » ! »

Répondant : « oui clairement ! Je pense que c'est un peu différent que des talons aiguille... c'est magnifique mais visiblement tellement inconfortable 😊 là, l'apparence prime sur le confort »

Mme Bürli : « Tu serais surpris du nombre de gens pour qui le design est important ! C'est même mon premier critère ! »

Répondant : « 1. Confort, 2. Performance, 3. Design 😊. Mais je comprends, chacun ses priorités sur ces points ! »

Mme Bürli : « Ça risque d'être plutôt confort, design, prix ! Car la majorité des répondants seront des jeunes et malheureusement on n'a pas le même pouvoir d'achat que ceux qui

travaillent :) ! Et la performance, c'est très spécifique à une certaine catégorie de coureurs donc voilà mais comme je t'ai dit plus j'avance plus j'ai envie de faire plus d'analyse pour chaque groupe donc je vais voir ce que je peux faire ! »

Répondant : « Hahaha oui le prix, je l'avais oublié lui 😂. C'est vrai que certaines paires peuvent atteindre 300.- »

Mme Bürli : « C'est quand même un des plus importants 😊. »

Répondant : « Totalement biaisé pour moi ce critère... je ne paye pas mes chaussures. Et si je devais les payer, ce ne sont pas des sommes qui me freinent. Mais je vais quand même faire un tour à l'Outlet Aubonne très souvent 😊. »

Mme Bürli : « Oui mais t'as pas le même pouvoir d'achat que des jeunes de 16 à 25 ans ! Sauf Adrien qui peut mettre jusqu'à 300 chf dans une chaussure 😂 En plus tu les paies pas ! »

Répondant : « J'avais calculé, je crois que je dépensais environ 2'000.- / an en matériel (vêtements, chaussures...). Et 1'800.- / an pour le coaching! Pour Masato, je dois être à environ 800~1'000.- / an (et je paye une grosse partie pour le coup là). »

Mme Bürli : « Si t'es encore en meeting et que tu t'ennuies ! Sinon laisse tomber ! Qu'est-ce serait des chaussures performantes en terme de poids de la chaussure, quel serait l'intervalle de poids idéal ? Et pour la mousse, quelles seraient les épaisseurs idéales ? (J'y connais pas grand chose en terme de mousse !) »

Répondant : « on parle de chaussures performantes lorsqu'on est en-dessous de 190g (de ce que je vois des différentes marques), mais là on la classe dans les chaussures légères. Actuellement, on arrive à des chaussures aux environs de 100g, c'est assez violent. En revanche, niveau "autonomie", c'est une catastrophe. La paire d'Adidas que la championne du monde de marathon pesait dans les 150g de mémoire, et coûtait 500.- Et elle avait une durée de vie... 1 marathon 😊 pour la mousse, je sais qu'ils font en sorte d'aller jusqu'au maximum de la réglementation pour respecter l'homologation. 40mm pour la semelle en compétition sur route, 20mm sur piste »

Mme Bürli : « Super merci beaucoup pour toutes ces infos ! »

Annexe 5 : Questionnaire sur les motivations et attributs des chaussures

Etude sur les préférences en matière de chaussures de sport

Cher(e)s participant(e)s,

Je vous remercie de prendre le temps de répondre à ce questionnaire, réalisé dans le cadre de mon travail de bachelor. Vos réponses sont essentielles pour mener à bien cette étude et comprendre quelles sont les préférences des coureurs et coureuses en matière de chaussures de sport.

Toutes vos réponses seront traitées de manière confidentielle et anonyme. Vos informations ne seront en aucun cas divulguées. Vos réponses seront combinées à celles d'autres individus et seront traitées toutes ensemble lors de l'analyse des résultats.

Veuillez répondre à toutes les questions de la manière la plus précise possible, en choisissant des réponses qui vous correspondent le mieux. Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses, seule votre impression compte.

Il y a 25 questions dans ce questionnaire.

Introduction sur la course à pied

Quels sports pratiquez-vous ? *

Cochez tout ce qui s'applique.

Veuillez choisir toutes les réponses qui conviennent :

☐ Course à pied/Trail

☐ Triathlon

☐ Sports d'équipe (Foot, Basket, Handball, etc)

☐ Autre:

Il faut cliquer sur autre pour que vous puissiez écrire vos réponses.

Pratiquez-vous de la course à pied ? *

Veuillez sélectionner une réponse ci-dessous.

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

☐ Oui

☐ Non

Si vous courez, combien de fois par semaine courez-vous ? *

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :
La réponse était 'Oui' à la question ' [G01Q02]' (Pratiquez-vous de la course à pied ?)

Veuillez sélectionner une réponse ci-dessous.

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ 1 fois
- ☐ 2 fois
- ☐ 3 fois
- ☐ 4 fois
- ☐ 5 fois
- ☐ 6 fois ou plus

Cela représente quel volume (en km) ? *

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :
La réponse était 'Oui' à la question ' [G01Q02]' (Pratiquez-vous de la course à pied ?)

Veuillez écrire votre réponse ici :

Combien avez-vous de paires de chaussures de sport ? *

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :
La réponse était 'Oui' à la question ' [G01Q02]' (Pratiquez-vous de la course à pied ?)

Veuillez sélectionner une réponse ci-dessous.

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4 ou plus

Vous entraînez-vous pour un objectif précis ? *

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :
La réponse était 'Oui' à la question ' [G01Q02]' (Pratiquez-vous de la course à pied ?)

Veuillez sélectionner une réponse ci-dessous.

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ Oui
- ☐ Non

Si oui, lequel ?

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :
La réponse était 'Oui' à la question ' [G01Q02]' (Pratiquez-vous de la course à pied ?)

Veuillez écrire votre réponse ici :

La motivation pour la course à pied

Dans cette partie, vous allez devoir estimer la ou les motivations qui vous poussent à faire de la course à pied et les évaluer.

(1 = pas du tout d'accord et 7 = tout à fait d'accord)

Indiquez votre degré d'accord avec les affirmations ci-dessous.

*

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :
La réponse était 'Oui' à la question ' [G01Q02]' (Pratiquez-vous de la course à pied ?)

Choisissez la réponse appropriée pour chaque élément :

	1	2	3	4	5	6	7
Je fais de la course à pied pour ma santé physique, pour m'entretenir physiquement.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Je fais de la course à pied pour ma santé							

mentale, changer du travail.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Je fais de la course à pied car c'est un sport facile à mettre en place et qui demande peu de matériel.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Je fais de la course à pied pour progresser et m'améliorer dans ce sport (fierté/estime de soi).	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Je fais de la course à pied car aujourd'hui, c'est tendance et beaucoup de gens en font.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Je fais de la course à pied pour voir des gens et sociabiliser.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

(1 = pas du tout d'accord et 7 = tout à fait d'accord)

Intentions d'achat selon les modèles de chaussures

Dans cette partie, plusieurs paires de chaussures de course à pied vous seront présentées.

Chaque image représente un modèle de chaussure que vous devez évaluer selon vos préférences. Vous devez choisir pour chaque image une valeur entre 1 et 7 qui mesurera

votre intention d'achat de la chaussure sur l'image.

(1 = je n'achèterai pas du tout ces chaussures et 7 = j'achèterai définitivement ces chaussures)

Une des caractéristiques est le design qui est décliné en 2 niveaux, sobre et flashy. Une chaussure sobre est une chaussure discrète, passe-partout. Une chaussure flashy est une chaussure avec des couleurs pétantes qui peuvent être fluo ou alors un mix de couleurs assez voyantes qui serait le contraire de passe-partout.

Merci de répondre attentivement à chaque question.



Quelle est votre intention d'achat de cette chaussure ?

*

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :
La réponse était 'Oui' à la question ' [G01Q02]' (Pratiquez-vous de la course à pied ?)

Veillez sélectionner une réponse ci-dessous.

Veillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6
- ☐ 7

Caractéristiques :

- Couleur flashy
- Confort Maximum
- Chaussure optimisée pour la performance
- Prix = 150 CHF ou Euros



Quelle est votre intention d'achat de cette chaussure ?

*

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :
La réponse était 'Oui' à la question ' [G01Q02]' (Pratiquez-vous de la course à pied ?)

Veuillez sélectionner une réponse ci-dessous.

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6
- ☐ 7

Caractéristiques :

- Couleur flashy
- Confort Maximum
- Chaussure polyvalente
- Prix = 80 CHF ou Euros



Quelle est votre intention d'achat de cette chaussure ?

*

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :
La réponse était 'Oui' à la question ' [G01Q02]' (Pratiquez-vous de la course à pied ?)

Veuillez sélectionner une réponse ci-dessous.

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6
- ☐ 7

Caractéristiques :

- Couleur flashy
- Confort Maximum
- Chaussure optimisée pour la performance
- Prix = 80 CHF ou Euros



Quelle est votre intention d'achat de cette chaussure ?

*

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :
La réponse était 'Oui' à la question ' [G01Q02]' (Pratiquez-vous de la course à pied ?)

Veuillez sélectionner une réponse ci-dessous.

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6
- ☐ 7

Caractéristiques :

- Couleur flashy
- Confort Moyen/Neutre
- Chaussure polyvalente
- Prix = 150 CHF ou Euros



Quelle est votre intention d'achat de cette chaussure ?

*

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

La réponse était 'Oui' à la question ' [G01Q02]' (Pratiquez-vous de la course à pied ?)

Veuillez sélectionner une réponse ci-dessous.

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6
- ☐ 7

Caractéristiques :

- Couleur flashy
- Confort Moyen/Neutre
- Chaussure optimisée pour la performance
- Prix = 150 CHF ou Euros



Quelle est votre intention d'achat de cette chaussure ?

*

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :
La réponse était 'Oui' à la question ' [G01Q02]' (Pratiquez-vous de la course à pied ?)

Veuillez sélectionner une réponse ci-dessous.

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6

○7



Caractéristiques :
- Couleur sobre
- Confort Moyen/Neutre
- Chaussure polyvalente
- Prix = 80 CHF ou Euros

Quelle est votre intention d'achat de cette chaussure ?

*

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :
La réponse était 'Oui' à la question ' [G01Q02]' (Pratiquez-vous de la course à pied ?)

Veuillez sélectionner une réponse ci-dessous.

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6
- ☐ 7



Caractéristiques :
- Couleur sobre
- Confort Maximum
- Chaussure polyvalente
- Prix = 150 CHF ou Euros

Quelle est votre intention d'achat de cette chaussure ?

*

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :
La réponse était 'Oui' à la question ' [G01Q02]' (Pratiquez-vous de la course à pied ?)

Veuillez sélectionner une réponse ci-dessous.

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6
- ☐ 7



Caractéristiques :
- Couleur sobre
- Confort Maximum
- Chaussure optimisée pour la performance
- Prix = 250 CHF ou Euros

Quelle est votre intention d'achat de cette chaussure ?

*

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :
La réponse était 'Oui' à la question ' [G01Q02]' (Pratiquez-vous de la course à pied ?)

Veuillez sélectionner une réponse ci-dessous.

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6
- ☐ 7



Caractéristiques :
- Couleur sobre
- Confort Moyen/Neutre
- Chaussure optimisée pour la performance
- Prix = 250 CHF ou Euros

Quelle est votre intention d'achat de cette chaussure ?

*

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :
La réponse était 'Oui' à la question ' [G01Q02]' (Pratiquez-vous de la course à pied ?)

Veuillez sélectionner une réponse ci-dessous.

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6
- ☐ 7



Caractéristiques :
- Couleur sobre
- Confort Moyen/Neutre
- Chaussure polyvalente
- Prix = 250 CHF ou Euros

Quelle est votre intention d'achat de cette chaussure ?

*

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :
La réponse était 'Oui' à la question ' [G01Q02]' (Pratiquez-vous de la course à pied ?)

Veuillez sélectionner une réponse ci-dessous.

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6
- ☐ 7



Quelle est votre intention d'achat de cette chaussure ?

*

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :
La réponse était 'Oui' à la question ' [G01Q02]' (Pratiquez-vous de la course à pied ?)

Veuillez sélectionner une réponse ci-dessous.

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6
- ☐ 7

Questions sociodémographiques

Quel est votre genre ? *

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :
La réponse était 'Oui' à la question ' [G01Q02]' (Pratiquez-vous de la course à pied ?)

Veuillez sélectionner une réponse ci-dessous.

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ Femme
- ☐ Homme
- ☐ Autre
- ☐ Je préfère ne pas répondre

Quelle est votre année de naissance ? *

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :
La réponse était 'Oui' à la question ' [G01Q02]' (Pratiquez-vous de la course à pied ?)

Veuillez écrire votre réponse ici :

Quelle est votre situation professionnelle ? *

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :
La réponse était 'Oui' à la question ' [G01Q02]' (Pratiquez-vous de la course à pied ?)

Veuillez sélectionner une réponse ci-dessous.

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ Elève-Etudiant(e)
- ☐ Employé(e)
- ☐ Indépendant(e)
- ☐ Sans activité
- ☐ Retraité(e)
- ☐ Autre

Quelle est votre profession ? (si applicable)

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :
La réponse était 'Oui' à la question ' [G01Q02]' (Pratiquez-vous de la course à pied ?)

Veuillez écrire votre réponse ici :

Où habitez-vous ? *

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :
La réponse était 'Oui' à la question ' [G01Q02]' (Pratiquez-vous de la course à pied ?)

Veuillez sélectionner une réponse ci-dessous.

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ Suisse alémanique
- ☐ Suisse romande
- ☐ Suisse italienne
- ☐ France

Merci beaucoup pour votre participation !

Envoyer votre questionnaire.

Merci d'avoir complété ce questionnaire.



UNIVERSITÉ DE FRIBOURG
UNIVERSITÄT FREIBURG

Faculté des sciences économiques et sociales
Wirtschafts- und sozialwissenschaftliche Fakultät
Boulevard de Pérolles 90
CH-1700 Fribourg

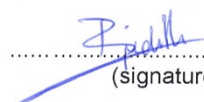
DECLARATION

Par ma signature, j'atteste avoir rédigé personnellement ce travail écrit et n'avoir utilisé que les sources et moyens autorisés, et mentionné comme telles les citations et paraphrases.

J'ai pris connaissance de la décision du Conseil de Faculté du 09.11.2004 l'autorisant à me retirer le titre conféré sur la base du présent travail dans le cas où ma déclaration ne correspondrait pas à la vérité.

De plus, je déclare que ce travail ou des parties qui le composent, n'ont encore jamais été soumis sous cette forme comme épreuve à valider, conformément à la décision du Conseil de Faculté du 18.11.2013.

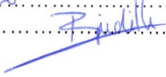
Fribourg, le 11 mai 2016


(signature)

Faculté des sciences économiques et sociales
Département de Gestion
Chaire de Marketing
Prof. Dr. Olivier Furrer
Bd. de Pérolles 90
CH-1700 Fribourg

D E C L A R A T I O N: AUTORISATION DE PUBLICATION

Par ma signature, j'autorise la Chaire de Marketing à publier mon nom, le titre ainsi que le PDF de mon travail de fin d'étude sur le site internet de la Chaire.

Nom et Prénom Birli Judith
Lieu Fribourg
Date 14 mai 2016
Signature 

Faculté des sciences économiques et sociales
Département de Gestion
Chaire de Marketing
Prof. Dr. Olivier Furrer
Bd. de Pérolles 90
CH-1700 Fribourg

DÉCLARATION : UTILISATION DE L'IA GÉNÉRATIVE

Par ma signature, j'atteste avoir déclaré toute utilisation d'outil d'Intelligence Artificielle (IA) générative dans ce travail écrit.

Je reconnais que l'utilisation non déclarée des IA génératives est une violation des règles de l'intégrité scientifique. J'ai pris connaissance que les suspicions d'usage non autorisé ou incorrectement déclaré des IA génératives seront traitées selon les directives existantes de l'Université de Fribourg.

Nom et Prénom *Biseli Judith*
Lieu *Fribourg*
Date *14 mai 2026*
Signature *[Signature]*