

## CHAPITRE IV

### Questionnaire aux entreprises dans le secteur de la Lingerie.

#### Projet de fin d'études

Sujet du mémoire :

La globalisation a ouvert différents marchés tout au tour du monde, raison pour laquelle les échanges de biens et services ont augmentés entre les pays, par conséquent la communication et la stratégie pour communiquer ont devenues aussi importantes. Malgré à tous ces échanges et à celles des hommes et des idées, la publicité ne peut parler de la même façon à travers les frontières. Alors : **quelle est l'importance culturelle dans les campagnes de communication du secteur de la lingerie ?**

Introduction : Merci de remplir les espaces libres.

Nom de l'entreprise :

Secteur :

CA 2004 :

Groupe auquel elle appartient (si c'est le cas) :

Marques :

Nom et prénom de l'interlocuteur :

Fonction :

1) Est- ce que votre société est présente à l'étranger?

Oui

Non

2) Dans quelles régions ?

Amérique du Nord

Oui

Non

Dans quels pays : \_\_\_\_\_

Amérique du Sud

Oui

Non

\_\_\_\_\_

Europe du Nord      Oui       Non       \_\_\_\_\_  
Europe du Sud      Oui       Non       \_\_\_\_\_  
Asie      Oui       Non       \_\_\_\_\_

3) Par quels modes de présence (filial, franchise, succursale, distributeur exclusif, importateur distributeur, bureau de représentation, agents...)?

\_\_\_\_\_

4) La stratégie de communication au sein de votre entreprise est plutôt :

Locale       Globale       Paneuropéenne       Semi-centralisé

5) Quelles ont été les facteurs décisifs pour choisir votre stratégie de communication (réaliser économies d'échelle, avoir une positionnement unique / différent, uniformisation des politiques marketing, la similitude / différence des segments, etc.... ?

\_\_\_\_\_

6) Quelle est votre politique de Communication ?

Minimaliste, fermée et intimiste       Grandes campagnes de Communication  
 Limitée       Autre :

a. Sur quoi vous communiquez exactement ?

Sur le produit       Sur la créativité  
 Sur la marque       Sur la qualité

Sur tous ces aspects

Si vous êtes demandé de donner une importance à certains éléments, utilisez, s'il vous plaît, l'échelle suivante :

1 = très utilisée  
2 = utilisée  
3 = peu utilisée  
4 = pas du tout utilisée

7) Les adaptations plus fréquentes réalisées dans vos campagnes de communication au moment de l'internalisation sont :

La langue	1	2	3	4
Les couleurs	1	2	3	4
Le son	1	2	3	4
Les modèles utilisés	1	2	3	4
La musique	1	2	3	4
Les leaders d'opinion	1	2	3	4
Le concept	1	2	3	4

8) Quelles médias sont les plus utilisées par votre firme pour exposer vos campagnes de communication ?

Télévision	1	2	3	4
Radio	1	2	3	4
Presse	1	2	3	4
Revue	1	2	3	4
Journaux	1	2	3	4
Affichages	1	2	3	4
Télémarketing	1	2	3	4
Internet	1	2	3	4
Par courrier	1	2	3	4
Cinéma	1	2	3	4

9) Pour la communication vous utilisez des ressources internes ou externes à la compagnie ?

Ressources Internes

Ressources externes

Combinaison des deux

10) Quel est le message que votre entreprise veut transmettre au moment de communiquer ?

\_\_\_\_\_

11) Quels types des problèmes est-ce que votre société a confronté pour réussir à l'étranger?

\_\_\_\_\_

**12)** Est- ce que votre société a vécu des échecs au sein des campagnes de communication exposées à l'étranger? Vous considérez quels facteurs comme cause de cet échec ?

\_\_\_\_\_

**13)** Les produits de votre Firme sont dirigés à quel segment des femmes?

- a) Femmes d'entre 15 et 18 ans
- b) Femmes d'entre 18 et 25 ans
- c) Femmes d'entre 26 et 44 ans
- d) Femmes d'entre 45 et 65 ans

**14)** Quelles raisons ont motivé à votre société à choisir cette cible ?

\_\_\_\_\_

**15)** Est- ce que votre société se dirige à la même cible à l'international ?

Oui

Non  Á quelle autre cible : \_\_\_\_\_

**16)** Vous considérez que le mode de consommation des produits de votre Firme est le même par tout ?

Oui

Non

**17)** Est- ce que la diversité culturelle entre vos clients constituent une barrière vis-à-vis du lancement d'une campagne de communication?

Oui

Non

Pourquoi ?

\_\_\_\_\_

**18)** Est- ce que vous croyez à l'existence d'un "world customer" ?

Oui

Non

Autre \_\_\_\_\_

19) Quelle est le type de relation que votre Firme maintient avec ses clients ?

a) Très bonne  Bonne  Moyenne  Mauvaise  Très mauvaise

b) Amicale  Indifférente  Hostile

20) Vous considérez que la cible des femmes d'entre 15 et 18 ans peut être rentable pour votre entreprise ?

Oui  Non

Pour quoi ? \_\_\_\_\_

**Merci beaucoup pour votre attention !**

## Questionnaire fait au groupe analysé

### Projet de fin d'études

#### Sujet du mémoire :

La globalisation a ouvert différents marchés tout au tour du monde, raison pour laquelle les échanges de biens et services ont augmentés entre les pays, par conséquent la communication et la stratégie pour communiquer sont devenues aussi importantes. Malgré à tous ces échanges et à celles des hommes et des idées, la publicité ne peut parler de la même façon à travers les frontières. Alors : **quelle est l'importance culturelle des adaptations des campagnes de communication dans le secteur de la lingerie ?**

1) Votre nationalité est :

Mexicaine

Française

2) Vous avez quelle âge ? \_\_\_\_\_ ans

3) Quelle est votre catégorie socioprofessionnelle ?

a) Étudiante  Nom de votre Ecole ou Université : \_\_\_\_\_

b) Salariée

c) Professions libérales

e) Autre (signalez)  \_\_\_\_\_

4) Qu'est-ce que le mot lingerie évoque pour vous?

\_\_\_\_\_

5) Pour vous où est-ce que la meilleure lingerie est fabriquée ?

« Made in \_\_\_\_\_ »

6) Quelles sont les marques de lingerie que vous connaissez?

1.- \_\_\_\_\_

6.- \_\_\_\_\_

2.- \_\_\_\_\_

7.- \_\_\_\_\_

3.- \_\_\_\_\_

8.- \_\_\_\_\_

4.- \_\_\_\_\_

9.- \_\_\_\_\_

5.- \_\_\_\_\_

10.- \_\_\_\_\_

7) Quelles sont les marques de lingerie que vous préférez?

1.- \_\_\_\_\_

2.- \_\_\_\_\_

3.- \_\_\_\_\_

8) Parmi les marques suivantes de lingerie, classez les plus cher par ordre décroissant de 1 (la plus cher) à 20 (la moins cher):

- Aubade \_\_\_\_\_

- Lise Charmel \_\_\_\_\_

- Chantelle \_\_\_\_\_

- Harro (Escada) \_\_\_\_\_

- Erès \_\_\_\_\_

- Victoria's Secrets \_\_\_\_\_

- Barbara (Corèle) \_\_\_\_\_

- Sara Lee (Wonderbra) \_\_\_\_\_

- Huit \_\_\_\_\_

- Vectra (Lacoste) \_\_\_\_\_

- |                                    |       |                               |       |
|------------------------------------|-------|-------------------------------|-------|
| - Princesse Tam-Tam (Kookai)       | _____ | - Lavable Sens (Dim, Playtex) | _____ |
| - Simone Pérèle (Lina rosa, First) | _____ | - Etam                        | _____ |
| - Wacoal                           | _____ | - Inditex (Oysho)             | _____ |
| - Intimissimi                      | _____ | - Triumph                     | _____ |
| - La Perla (Malizia)               | _____ | - Warnaco (Calvin Klein)      | _____ |

**9)** Parmi les marques suivantes de lingerie, classez les plus innovante par ordre décroissant de 1 (la plus innovante) à 20 (la moins innovante):

- |                                    |       |                               |       |
|------------------------------------|-------|-------------------------------|-------|
| - Aubade                           | _____ | - Lise Charmel                | _____ |
| - Chantelle                        | _____ | - Harro (Escada)              | _____ |
| - Erès                             | _____ | - Victoria's Secret           | _____ |
| - Barbara (Corèle)                 | _____ | - Sara Lee (Wonderbra)        | _____ |
| - Huit                             | _____ | - Vectra (Lacoste)            | _____ |
| - Princesse Tam-Tam (Kookai)       | _____ | - Lavable Sens (Dim, Playtex) | _____ |
| - Simone Pérèle (Lina rosa, First) | _____ | - Etam                        | _____ |
| - Wacoal                           | _____ | - Inditex (Oysho)             | _____ |
| - Intimissimi                      | _____ | - Triumph                     | _____ |
| - La Perla (Malizia)               | _____ | - Warnaco (Calvin Klein)      | _____ |

**10)** Parmi les marques suivantes de lingerie, classez les plus confortables par ordre décroissant de 1 (la plus confortable) à 20 (la moins confortable):

- |             |       |                     |       |
|-------------|-------|---------------------|-------|
| - Aubade    | _____ | - Lise Charmel      | _____ |
| - Chantelle | _____ | - Harro (Escada)    | _____ |
| - Erès      | _____ | - Victoria's Secret | _____ |



- |                                    |       |                               |       |
|------------------------------------|-------|-------------------------------|-------|
| - Barbara (Corèle)                 | _____ | - Sara Lee (Wonderbra)        | _____ |
| - Huit                             | _____ | - Vectra (Lacoste)            | _____ |
| - Princesse Tam-Tam (Kookai)       | _____ | - Lavable Sens (Dim, Playtex) | _____ |
| - Simone Pérèle (Lina rosa, First) | _____ | - Etam                        | _____ |
| - Wacoal                           | _____ | - Inditex (Oysho)             | _____ |
| - Intimissimi                      | _____ | - Triumph                     | _____ |
| - La Perla (Malizia)               | _____ | -Warnaco (Calvin Klein)       | _____ |

**11) Quelles sont vos revenus mensuelles?**

\_\_\_\_\_ euros

**12) Combien est-ce que vous considérez vous dépensez annuellement sur votre lingerie?**

\_\_\_\_\_ euros

**13) Avec quelle fréquence est-ce que vous achetez des sous-vêtements ?**

- Une fois par mois
- Une fois chaque deux mois
- Une fois chaque trois mois
- Une fois chaque six mois
- Une fois par ans
- Autre

**14) Chaque fois que vous achetez de sous-vêtements vous dépensez:**

- a) Entre 2 euro et 25 euro
- b) Entre 25 euro et 50 euro
- c) Entre 50 euro et 75 euro

- d) Entre 75 euro et 100 euro   
e) Plus

**15) Où est-ce que vous achetez votre lingerie?**

- Chez le magasin de votre préférence   
- Par catalogue   
- Aux grandes magasins

**16) Votre décision d'achat des sous-vêtements est réalisée en fonction de leur :**

- Prix   
- Mode   
- Qualité de tissus   
- Commodité   
- Sensualité   
- Couleurs   
- Lieu de fabrication

**17) Est-ce que vous achetez des sous-vêtements chaque nouvelle collection, c'est à dire saison, lingerie printemps, été, automne, hiver?**

Oui  Non

**18) Quelles sont les publicités des produits de lingerie que vous avez vues récemment?**

\_\_\_\_\_

**19) Quelle est la publicité de lingerie qui a vous plus impacté ?**

\_\_\_\_\_

**20) Une femme qui aime la lingerie, c'est plutôt :**

- une snob   
- quelqu'une qui a du "goût"   
- quelqu'une qui a du "style"   
- une excentrique   
- quelqu'une qui aime bien le sexe

**Merci beaucoup pour votre attention !**

## **Cuestionario al grupo a analizar**

### **Proyecto de fin de estudios**

Tema de la Tesis de fin de carrera:

La globalización ha abierto diferentes mercados a lo largo del mundo, razón por la cual los intercambios de bienes y servicios han aumentado entre los países, por consiguiente la comunicación y la estrategia de comunicación se han convertido en puntos muy importantes a tomar

en cuenta, ya que a pesar de los vastos intercambios de hombres e ideas, la publicidad no puede hablar de la misma forma a través de las fronteras... **cuál es la importancia cultural en las campañas de comunicación del sector de la lencería?**

¡Gracias por rellenar los espacios libres!

1) Su nacionalidad es:

Mexicana

Francesa

2) ¿Cuántos años tiene? \_\_\_\_\_ años

3) ¿Cuál es su profesión?

a) Estudiante

Nombre de su Escuela o Universidad: \_\_\_\_\_

b) Asalariada

c) Profesión liberal

e) Otra ( señale cual)

\_\_\_\_\_

4) ¿Qué le evoca la palabra lencería?

\_\_\_\_\_

5) ¿Dónde se fabrica, según usted, la mejor lencería?

« Made in \_\_\_\_\_ »

6) ¿Cuáles son las marcas de lencería que usted conoce?

1.- \_\_\_\_\_

6.- \_\_\_\_\_

2.- \_\_\_\_\_

7.- \_\_\_\_\_

3.- \_\_\_\_\_

8.- \_\_\_\_\_

4.- \_\_\_\_\_

9.- \_\_\_\_\_

5.- \_\_\_\_\_

10.- \_\_\_\_\_

7) ¿Cuáles son las marcas de lencería que usted prefiere?

1.- \_\_\_\_\_

2.- \_\_\_\_\_

3.- \_\_\_\_\_

8) Clasifique las siguientes marcas de lencería por orden decreciente según usted las considere más o menos caras (1 la más cara, 20 la más barata):

- Aubade \_\_\_\_\_ - Lise Charmel \_\_\_\_\_

- Chantelle \_\_\_\_\_ - Harro (Escada) \_\_\_\_\_

- Erès \_\_\_\_\_ - Victoria's Secret \_\_\_\_\_

- Barbara (Corèle) \_\_\_\_\_ - Sara Lee (Wonderbra) \_\_\_\_\_

- Huit \_\_\_\_\_ - Vectra (Lacoste) \_\_\_\_\_

- Princesse Tam-Tam (Kookai) \_\_\_\_\_ - Lavable Sens (Dim, Playtex) \_\_\_\_\_

- Simone Pérèle (Lina rosa, First) \_\_\_\_\_ - Etam \_\_\_\_\_

- Wacoal \_\_\_\_\_ - Inditex (Oysho) \_\_\_\_\_

- Intimissimi \_\_\_\_\_ - Triumph \_\_\_\_\_

- La Perla (Malizia) \_\_\_\_\_ - Warnaco (Calvin Klein) \_\_\_\_\_

9) Clasifique las siguientes marcas de lencería por orden decreciente según usted las considere más o menos inovantes (1 la más inovante, 20 la menos inovante):

- |                                    |       |                               |       |
|------------------------------------|-------|-------------------------------|-------|
| - Aubade                           | _____ | - Lise Charmel                | _____ |
| - Chantelle                        | _____ | - Harro (Escada)              | _____ |
| - Erès                             | _____ | - Victoria's Secret           | _____ |
| - Barbara (Corèle)                 | _____ | - Sara Lee (Wonderbra)        | _____ |
| - Huit                             | _____ | - Vectra (Lacoste)            | _____ |
| - Princesse Tam-Tam (Kookai)       | _____ | - Lavable Sens (Dim, Playtex) | _____ |
| - Simone Pérèle (Lina rosa, First) | _____ | - Etam                        | _____ |
| - Wacoal                           | _____ | - Inditex (Oysho)             | _____ |
| - Intimissimi                      | _____ | - Triumph                     | _____ |
| - La Perla (Malizia)               | _____ | - Warnaco (Calvin Klein)      | _____ |

10) Clasifique las siguientes marcas de lencería por orden decreciente según usted las considere más o menos cómodas (1 la más cómoda, 20 la menos cómoda):

- |                                    |       |                               |       |
|------------------------------------|-------|-------------------------------|-------|
| - Aubade                           | _____ | - Lise Charmel                | _____ |
| - Chantelle                        | _____ | - Harro (Escada)              | _____ |
| - Erès                             | _____ | - Victoria's Secret           | _____ |
| - Barbara (Corèle)                 | _____ | - Sara Lee (Wonderbra)        | _____ |
| - Huit                             | _____ | - Vectra (Lacoste)            | _____ |
| - Princesse Tam-Tam (Kookai)       | _____ | - Lavable Sens (Dim, Playtex) | _____ |
| - Simone Pérèle (Lina rosa, First) | _____ | - Etam                        | _____ |
| - Wacoal                           | _____ | - Inditex (Oysho)             | _____ |

- Intimissimi \_\_\_\_\_ - Triumph \_\_\_\_\_  
- La Perla (Malizia) \_\_\_\_\_ - Warnaco (Calvin Klein) \_\_\_\_\_

**11)** ¿Cuáles son sus ingresos mensuales?

\_\_\_\_\_ pesos

**12)** ¿Cuánto considera usted que gasta anualmente en su lencería?

\_\_\_\_\_ pesos

**13)** ¿Con que frecuencia compra usted ropa interior?

- Una vez por mes
- Una vez cada dos meses
- Una vez cada tres meses
- Una vez cada seis meses
- Una vez al año
- Otra

**14)** Cada vez que usted compra ropa interior usted gasta:

- a) Entre 30 pesos y 100 pesos
- b) Entre 100 pesos y 350 pesos
- c) Entre 350 pesos y 700 pesos
- d) Entre 700 pesos y 1000 pesos
- e) Más

**15)** ¿Dónde compra usted su ropa interior?

- En la tienda de su preferencia
- Por catálogo
- En tiendas departamentales

**16)** Su decisión de compra de ropa interior depende de:

- Precio
- Moda
- Calidad de materiales
- Comodidad
- Sensualidad
- Colores
- Lugar de fabricación

17) ¿Compra usted ropa interior cada temporada o nueva colección, es decir lencería de primavera, verano, otoño, invierno?

Si  No

18) ¿Cuáles son las publicidades de lencería que ha visto recientemente?

\_\_\_\_\_

19) ¿Cuál es la publicidad de ropa interior que más le ha impactado?

\_\_\_\_\_

20) Una mujer a la que le gusta la lencería es:

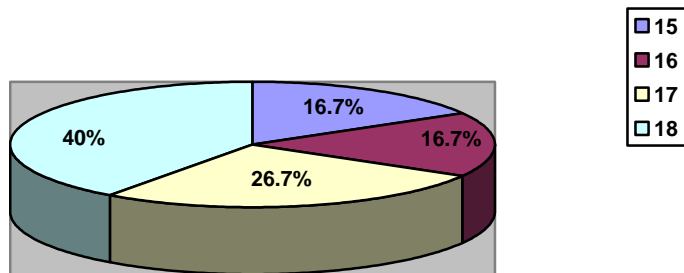
- una snob
- alguien que tiene "gusto"
- alguien con "estilo"
- una excéntrica
- alguien a quien le gusta el sexo

**¡Muchas gracias por su atención!**

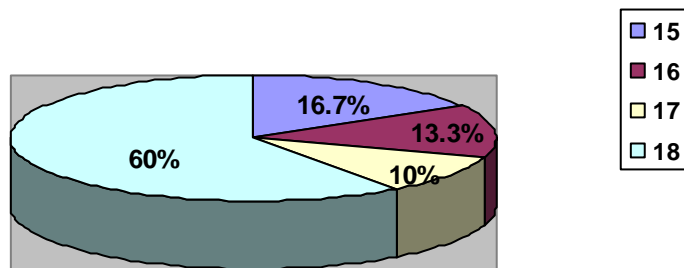


### Graphiques des réponses bruts

Pourcentage d'âge des filles françaises enquêtées (question 2)

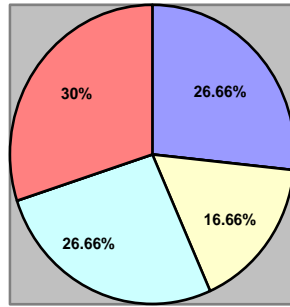


Pourcentages d'âges des filles mexicaines enquêtées (question 2)

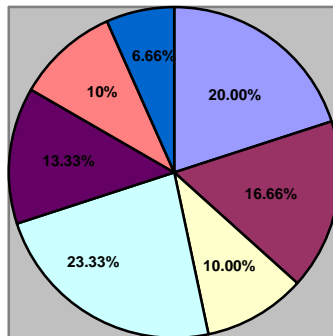


**La lingerie évoque** (question 4) :

Pour l'échantillon français :



Pour l'échantillon mexicain :



Les marques connues par les filles françaises selon leur âge (question 6) :

