

**ETUDE DE CAS : Achat de tapis orientaux**

Salma admire ses deux nouveaux tapis, mais elle ne peut s'empêcher de se sentir un peu coupable de les avoir achetés. Essayons de comprendre pourquoi elle a des émotions partagées ainsi que son comportement, elle passe en revue les événements qui se sont produits au cours des derniers mois. Salma, une récente diplômée de l'INSAT travaille comme programmeuse en informatique. Peu de temps après avoir commencé à travailler, elle s'est mariée à Faouzi, un jeune superviseur de production. Ils ont acheté une vieille petite maison dans un quartier bien entretenu, à environ 2 km du centre-ville de Tunis. Peu de temps après le déménagement, en juin, ils ont ressenti le besoin de créer un environnement unique qui leur soit propre. La décoration n'a jamais intéressé Salma auparavant. Ensemble, ils ont choisi un ameublement traditionnel pour le salon et la salle à manger, mais Salma trouve que les pièces ont l'air vides sans tapis. Elle se souvient de la moquette chez ses parents qu'elle avait prise en horreur. Cherchant des idées dans les magasins de décoration intérieure, elle voit des tapis fait au crochet, des tapis orientaux et des tapis tissées à la main qui lui rappellent ceux de la maison voisine. Les articles et les publicités des magazines mettent en vedette des maisons ayant du style, à la fine pointe de la mode et raffinées. Un jour du mois d'août, pendant l'heure du lunch, alors qu'elle se trouve dans un grand magasin à rayons, elle décide de visiter le rayon des tapis. Elle se sent rapidement dépassée par la variété et la quantité des tapis dans le magasin. Il n'y a pas de vendeurs pour l'aider à prendre les lourds tapis. Confuse et un peu déçue, elle quitte le magasin. Sur le chemin du retour au bureau, elle passe devant un petit magasin spécialisé dans les tapis à motifs importés. Une affiche dans la vitrine annonçant l'arrivée d'un stock de tapis persans raffinés, tissés à la main, attire son attention. Elle décide de jeter un coup d'œil à la boutique et est accueillie à l'entrée par le propriétaire du magasin. Au cours de la conversation, elle apprend qu'il a en inventaire une variété de tapis de qualité différentes et à des prix pouvant correspondre à presque tous les budgets. « Certains sont fabriqués à la machine et ils sont généralement moins chers, comme celui-ci très coloré qui vient de Belgique, explique le vendeur, alors que d'autres sont fabriqués à la main dans divers pays tels que l'Iran (les tapis persans), le Pakistan, l'Inde, la Turquie, la Chine ou le Maroc. Se rendant compte que la conversation pourrait se poursuivre longtemps et que le vendeur commence à l'encourager à acheter, Salma regarde sa montre et dit qu'elle doit retourner au bureau. Ce soir-là, Salma raconte son expérience à son mari. Ils sont d'accord sur le fait qu'un tapis oriental serait très bien soit dans le salon soit dans la salle à manger mais qu'ils doivent faire attention à leur budget du fait qu'ils doivent rembourser une grosse hypothèque et qu'ils n'ont pas fini de payer leurs meubles. Ils se demandent quelle couleur de tapis irait le mieux avec le salon et quelle dimension. Etant donné que les tapis sont offerts en tellement de variétés, ils ne savent pas trop quels motifs choisir. Salma aime les petits motifs géométriques mais son mari semble préférer les motifs larges. Avec autant de choses à considérer, ils décident de mettre l'achat à plus tard jusqu'à ce qu'ils aient fini de payer leurs dettes. Quelques semaines passent et Salma remarque qu'elle pense souvent à des idées de décoration et qu'elle discute de plus en plus avec ses amis et ses collègues de bureau de leur expérience en matière de décoration. Elle note des annonces de tapis dans les journaux et est intriguée par les pièces décorées à l'aide de tapis. Salma et Faouzi avaient été invités par des amis. En arrivant à la porte d'entrée ce samedi après-midi, ils remarquent les planchers de la maison richement décorés de tapis orientaux qui combinent des motifs géométriques et floraux, ce qui est rare. La semaine suivante, Salma est surprise par une conversation avec deux amis de l'université qui l'impressionnent par leur connaissance des tapis orientaux. Elle trouve aussi intéressant un article de *Globe and mail* sur les tapis orientaux et commence à comparer les prix annoncés dans les publicités des journaux locaux. Un jour de pluie, alors qu'elle traverse le magasin à rayons qu'elle connaît, elle note une enseigne annonçant une vente à 33% de rabais dans le rayon des tapis et commençant le samedi suivant. Pendant le souper, tard ce soir-là, le couple décide d'y aller et de voir quels sont les prix des magasins. Le samedi matin, ils se rendent au magasin et ils remarquent que le rayon de tapis est très occupé. Cette fois-ci un jeune commis apparaît et leur offre son aide. « Nous aimerions voir les tapis en solde » dit Faouzi. « Bien sûr, répond le vendeur. Tous nos tapis orientaux sont réduits de 33%. Celui-ci est un Kirman mesurant 2m sur 2,75m et il s'agit d'un bon achat si vous aimez le beige. Il est tissé à la main et est en pure laine. Sentez l'épaisseur du tapis.

Vous ne verrez pas cette qualité tous les jours. Voulez-vous que je vous montre d'autres motifs ? « Oui, s'il vous plaît, répond Faouzi mais d'abord, pourriez-vous me dire le prix de ce Kirman ? » Certainement, dit le vendeur qui se penche pour voir l'étiquette. Il était à 1200d et il est maintenant réduit à 800d, venez par ici et je vais vous en montrer d'autres ». Salma et Faouzi se regardent un court moment et font signe de la tête qu'ils sont d'accord. Le vendeur les amène de l'autre côté de la salle vers une pile de tapis de la dimension d'une pièce, avec de larges bordures. Ils le suivent et se tiennent à ses côtés pendant qu'il commence à soulever les tapis l'un après l'autre. Ils examinent chacun d'eux et écoutent attentivement les explications du vendeur, le trouvant serviable et systématique car pour chacun, il lit l'étiquette du prix. Salma examine aussi le dessous du tapis qui décrit le contenu en fibres et le pays d'origine. Faouzi aime les tapis qui sont très colorés mais les trouve un peu chers. « Ne vous inquiétez pas du prix dit le vendeur. Pour les détenteurs de notre carte de crédit, nous pouvons arranger 3 paiements sans intérêt répartis sur une période de 6 ou 9 mois. « Oh je vois dit Faouzi en réfléchissant. Quelle dimension recommandez-vous pour un salon ? ». « Cela dépend répond le vendeur. La semaine dernière, j'en ai vendu un à une femme qui voulait couvrir le plancher en entier. De quoi a l'air votre salon ? » . « Oh, notre salon est grand et nous sommes encore à l'étape de la décoration étant donné que nous venons tout juste de déménager. Il y a de beaux planchers en chêne, un foyer, des étagères intégrées au mur et un puits de lumière qui inonde la pièce. Avec ce tapis, dit-elle en montrant du doigt un tapis qui est particulièrement remarquable avec ses motifs géométriques dorés et osés et ses couleurs riches, je vois plusieurs possibilités. ». Le vendeur leur pose quelques questions au sujet de l'arrangement des couleurs et des meubles. Il continue à mentionner les avantages des différents tapis et précise le prix de chacun. Il parle avec beaucoup d'aisance et le couple est captivé par ce qu'il a à dire. En sachant où le couple habite, le vendeur découvre qu'ils sont voisins, leur donne sa carte et leur suggère d'apporter quelques tapis à la maison de façon à pouvoir voir quelle style et quelles dimensions iraient le mieux. Le mardi suivant, le vendeur téléphone et leur demande s'il peut passer à la maison ce soir-là. Il arrive plus tard avec plusieurs tapis, dont le tapis qui a capté l'attention de Salma le samedi précédent. Le vendeur place un tapis turc avec un motif en couronne unique sur le plancher du salon. Après avoir essayé plusieurs tapis dans différents endroits, ils en trouvent un qu'ils aiment beaucoup et l'étendent dans la salle à manger. Il semble remplir l'espace, compensant l'absence de buffet dans la pièce. Le vendeur leur suggère de les garder pour une semaine pour essai. Ils leur rappelle qu'ils ne sont pas obligés d'acheter un tapis de chez lui. S'ils décident d'en acheter un, ils appellent au magasin et un camion de livraison passera chercher les autres. Après avoir eu les tapis sur le plancher du salon de la salle à manger pendant quelques jours, le couple décide de les acheter. Le vendredi Salma appelle le vendeur pour lui annoncer qu'elle garde 2 tapis. Bien que préoccupés par la dépense, ils ont eu une bonne nouvelle depuis la visite du vendeur. Faouzi va recevoir une augmentation de salaire, et son patron lui a annoncé la nouvelle en lui disant qu'il pourrait faire une bonne utilisation de l'argent supplémentaire en achetant des meubles pour la maison !

**QUESTIONS :** Répondre en justifiant de la manière la plus détaillée votre réponse :

**18-** Précisez les différents intervenants (acheteur et consommateur) dans ce cas. **(1 pt)**

- Acheteur : Le couple Faouzi et Salma
- Consommateur : Le couple

**19-** Qualifiez l'achat et/ou la consommation des tapis. **(1 pt)**

- Achat familial (le couple), plusieurs intervenants : initiateur, informateur et influenceur (Salma), acheteur (le couple)
- Consommation hédonique

**20-** Précisez les rôles comportementaux et décisionnels de l'acheteur et du (des) consommateur(s). **(3 pts)**

Acheteur : le couple **1.5**

- Rôle comportemental : Accès à l'offre, transaction, transport
- Rôle décisionnel : achat dédié

Consommateur : le couple **1.5**

- Rôle comportemental : manipulation, altération, extraction émotionnelle
  - Rôle décisionnel : consommation motivée
- 21- Quel(s) besoin(s) sont mobilisés dans le texte pour satisfaire le (les) acheteur(s) ? (2 pts)**
- Maslow : besoin d'appartenance et d'estime
  - Sheth : hédonique
  - Murray : acquérir, accomplissement, de reconnaissance.
- 22- L'achat des tapis constitue-t-il un achat impliquant ? de quel type? (1 pt)**
- Implication forte (achat risqué : financier, d'opportunité, ...) **0.5**
  - Implication affective et durable **0.5**
- 23- Quelle hiérarchie des effets a été suivie pour la formation de l'attitude ? (1 pt)**
- Apprentissage standard\*\*\* ou expérientiel\*
- 24- Quelle(s) méthode(s) de mesure de l'attitude a (ont) été adoptée(s) par Mr Ben Amor ? (2 pts)**
- Lexicographique : 1. Oriental/oxidental, 2. Promotion, 3. Dimensions, motifs, style, qualité, à la main, épaisseur, PO et matière, Couleur.
- 25- Décrire le processus de prise de décision et de consommation des tapis. On vous demande de préciser les attributs saillants, importants et déterminants, les variables situationnelles ainsi que l'ensemble de choix. (9 pts)**
- Déclenchement : 1<sup>er</sup> cas. Elle pense souvent à des idées de décoration, discute de + en + avec ses amis et collègues de bureau, 2<sup>ème</sup> cas. L'invitation chez des amis, 3<sup>ème</sup> cas. Enseigne annonçant 33% de rabais. **1**
  - Recherche d'informations : exemple : 1<sup>er</sup> cas
    - a. Interne : magasin de déco intérieur, maison de la voisine, articles et pub des magasins, magasin à rayon, petit magasin spécialisé (affiche vitrine) **1**
    - b. Externe : annonce de tapis, les journaux, invitation des amis, conversation avec 2 amis de l'Université, article de *Globe and mail*, pub des journaux locaux, magasins à rayon. **1**
  - Evaluation :
    - a. EC : tapis orientaux *Globe and mail*, tapis des journaux locaux, tapis à 33% de rabais : Kirman (2m sur 2,75m beige), une pile de tapis de la dimension d'une pièce avec larges bordures, tapis remarquable avec motifs géométriques dorés et osés de couleur riche, tapis que le vendeur a ramené à la maison, un tapis turc avec un motif en couronne unique, un tapis dans la salle à manger. **1**
    - b. Attributs saillants : occidental/oriental, à la main/machine, épaisseur, motif, style, PO, qualité, prix, couleur, dimension, matière, promotion, facilité de paiement sans intérêts, livraison. **1**
    - c. Attributs importants : tous (remarque:le prix très important mais pas déterminant) **1**
    - d. Attributs déterminants : tous sauf prix et facilité de paiement **1**
    - e. Variables situationnelles : foule (non), temporel (nouvelle habitation), humeur (état d'esprit du beau et neuf et anxiété), destinataire (soi-même), essai, disponibilité, promotion (rabais), vendeur. **1**
  - Achat : 2 tapis orientaux du magasin à rayon de tapis : un tapis turc avec un motif en couronne unique dans le salon et un tapis dans la salle à manger **0.5**
  - Post-achat : Satisfaction mais après dissonance cognitive **0.5**