

Psychologie sociale
Images et mots

Gras ou pas gras ? Choisis ta pizza !



Année universitaire 2024-2025
BUT Techniques de commercialisation
Groupe D

Sommaire :

Remerciements.....	3
Introduction.....	4
Hypothèse.....	4
I. Notre expérimentation.....	5
1. Préparation.....	5
2. Déroulement.....	7
II. Résultats.....	9
1. Analyse.....	12
Conclusion.....	14

Remerciements

Nous tenons à exprimer nos remerciements à chaque participant à notre expérimentation.

Nous remercions Brewen Mannessier, un ami à nous qui nous a permis d'avoir des icônes payants à mettre sur notre carte de restaurant fictif.

Nous tenons également à remercier Monsieur Gueguen pour les conseils et l'aide qu'il nous a pu apporter dans la recherche de nos expériences.

Introduction

Dans le cadre de notre cours de psychologie sociale en deuxième année, nous avons souhaité étudier l'impact d'un détail visuel (images et mots) sur les choix des individus, en l'occurrence, l'effet de la mise en gras d'une pizza sur une carte de pizzeria. Sur les conseils de M. Gueguen, nous nous sommes posé la question suivante : **"Est-ce que la mise en gras d'une pizza dans un menu peut influencer les choix des consommateurs ?"**

Pour tester cette hypothèse, nous avons conçu deux versions d'un menu, élaboré un questionnaire interactif, puis publié ce dernier sur nos comptes Instagram. L'objectif principal de cette expérience est d'analyser l'impact de cette variation visuelle sur le comportement des répondants. Ce dossier d'expérimentation sociale se compose de plusieurs sections : tout d'abord, nous présenterons l'hypothèse formulée, suivie de la préparation de l'expérience, de son déroulement, puis de l'analyse des résultats obtenus. Enfin, nous conclurons cette étude en récapitulant les principaux enseignements.

Hypothèse

Dans le cadre de notre étude sur l'influence des éléments visuels images et mots, nous avons voulu tester si les répondants (âgés d'environ 18 à 25 ans, hommes et femmes) choisissent plus facilement une pizza lorsqu'elle est mise en gras sur un menu. Nous formulons l'hypothèse que, peu importe le type de pizza, les répondants seront plus enclins à choisir celle en gras plutôt que celles qui ne le sont pas.

De plus, nous émettons l'hypothèse que les hommes seront plus influencés par la mise en gras et choisiront donc davantage la pizza ainsi mise en avant. En revanche, nous pensons que les femmes seront moins influencées par ce détail et choisiront une pizza en fonction de leurs préférences personnelles, qu'elle soit en gras ou non.

En testant cette hypothèse, notre objectif est de mieux comprendre les dynamiques de choix des consommateurs dans un contexte de pizzeria, et d'analyser si ces tendances se confirment dans notre échantillon de répondants.

I. Notre expérimentation

1. Préparation

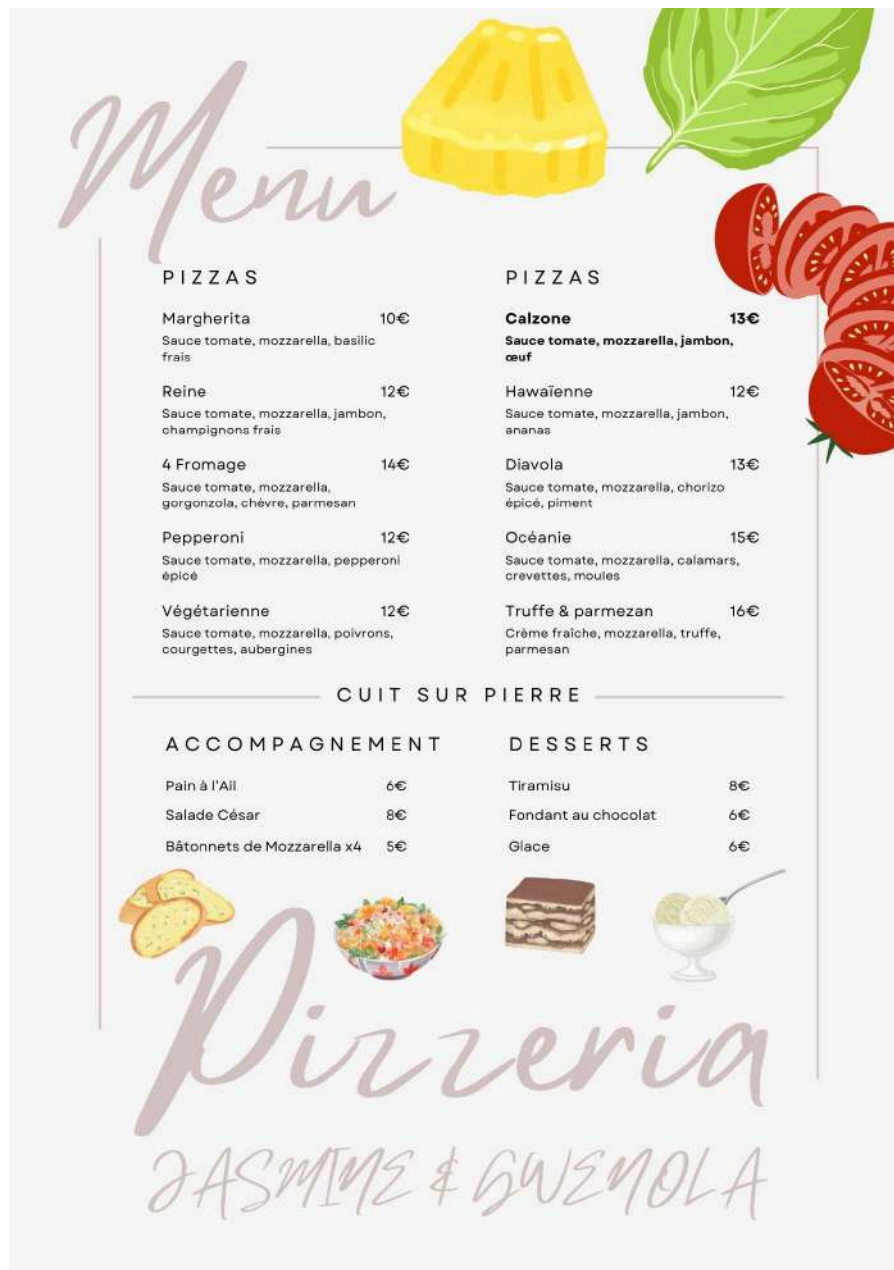
Voici un rappel de la question que nous nous posons : **“Est-ce que mettre une pizza en gras sur un menu peut pousser les gens à la choisir davantage ?”**

Pour tester cela, nous avons commencé par la création d'un menu que nous avons dupliqué pour changer le “gras” ou non :

Menu 1 : Menu avec tout en gras



Menu 2 : Menu avec seulement la Calzone en gras



Ensuite, nous avons utilisé nos comptes Instagram pour publier des questionnaires Google Forms, qui contiennent un total de 3 questions chacun, et une image (la carte de pizzeria). La première partie du questionnaire contient le titre “Carte de pizzeria !” et une description “Nous aimerions savoir ce que vous choisirez sur cette carte. Vous pouvez répondre à la question après avoir consulté l'image de la carte !” ensuite il y a l'image du menu 1 ou menu 2 vu qu'il y a deux questionnaires différents, puis la question est “Quelle pizza choisirez-vous sur cette carte ?” qui est sous forme de réponse à cocher avec comme réponses possibles toutes les pizzas présent sur le menu “Margherita, Reine, 4 Fromages, Pepperoni, Végétarienne, Calzone, Hawaïenne, Diavola, Océanie, Truffe & Parmesan”

De plus, nous avons une partie profil avec comme titre “Profil” et comme description “Cette partie va nous permettre de déterminer quels effets le genre et l’âge ont sur le choix de la pizza.”, cette partie contient deux questions “Genre” et “Âge” ce qui nous permettra une meilleure analyse des données en gardant 50 répondants pour chacun des questionnaires en faisant 25 hommes et 25 femmes par questionnaire en supprimant aléatoirement des répondants si jamais il y a trop de répondants.

Sur le compte de Jasmine, nous avons mis le questionnaire contenant le menu 1 avec tous les éléments du menu en gras, tandis que sur le compte de Gwenola, nous avons mis le questionnaire avec le menu 2 qui a seulement la pizza Calzone en gras. Les sections des accompagnements et desserts restaient en gras sur le menu 1 ou tout était en gras et pas en gras sur le menu 2 ou il y avait seulement la Calzone en gras.

Nous avons choisi des prix inspirés des pizzerias locales pour rendre le menu réaliste. Les deux cartes ont été publiées à la même heure et pendant 24 heures.

L’objectif de l’expérience est de voir si le fait de mettre en gras une pizza influence le choix des répondants.

2. Déroulement

Le 15 décembre, nous avons d’abord élaboré notre menu de pizzeria, puis créé un questionnaire interactif. Le 2 janvier à 14 heures, moment où nos répondants potentiels avaient terminé leur déjeuner et étaient susceptibles de se détendre en consultant leurs stories Instagram, nous avons publié le questionnaire en story sur nos comptes Instagram, avec un fond attrayant afin d’encourager la participation.



Nous avons ciblé 50 personnes, réparties de manière équitable entre 25 femmes et 25 hommes, afin d’obtenir des résultats cohérents. Pour les deux questionnaires, donc le premier questionnaire avec le menu 1 et le deuxième avec le menu 2.

24 heures plus tard nous avons toutes nos réponses, même trop donc comme nous l’avons dit dans la préparation nous allons garder 50 répondants pour chacun des questionnaires en faisant 25 hommes et 25 femmes par questionnaire en supprimant aléatoirement des répondants si jamais il y a trop de répondants.

En tout, nous avons fait faire notre questionnaire à un total de 100 personnes, 50 pour chaque menu moitié moitié homme femme, afin d'assurer des résultats fiables et représentatifs.

Résumé de nos résultats expérimentales :

Variables	Nom des variables	Modalités
V provoqué	Réponse	Margherita, Reine, 4 Fromages, Pepperoni, Végétarienne, Calzone, Hawaïenne, Diavola, Océanie, Truffe & Parmesan
V secondaire	Genre	Femme, Homme
	Âge	18 à 25 ans

Ce tableau résume l'ensemble de notre expérimentation et présente les résultats potentiels en fonction des différentes variables. Suite à cela nous avons étudié nos résultats.

II. Résultats

Nous avons attendu vingt-quatre heures suite à la publication de nos stories avec les questionnaires afin de collecter 100 réponses.

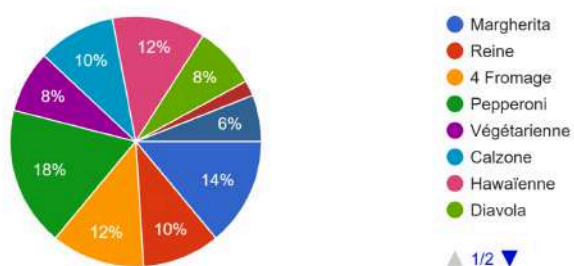
Voici les graphiques des résultats obtenues :

Menu 1 : Tous les éléments en gras

Graphique 1 : Choix de pizza

Quelle pizza choisiriez-vous sur cette carte ?

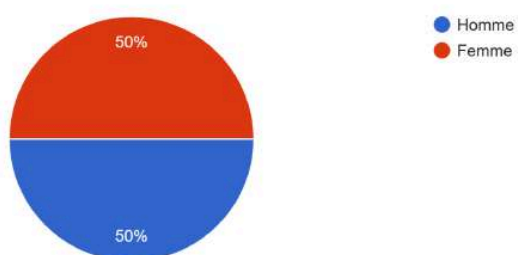
50 réponses



Graphique 2 : Genre

Genre

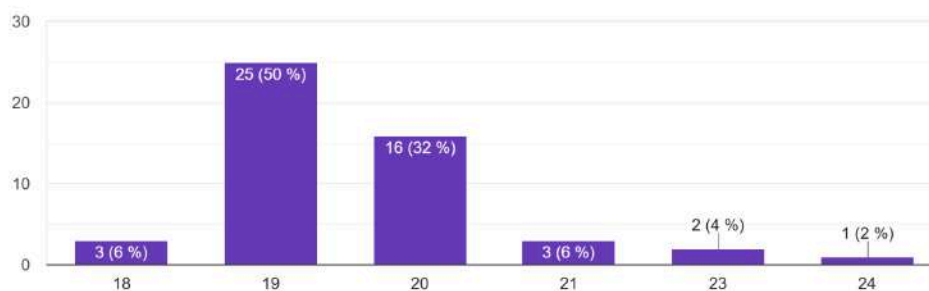
50 réponses



Graphique 3 : Âge

Âge

50 réponses



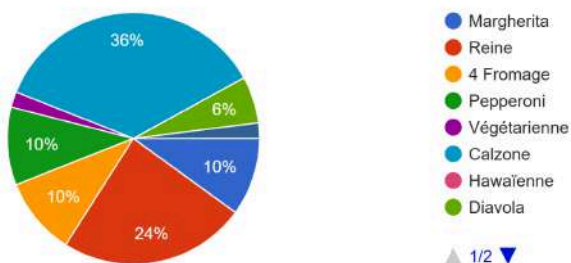
Graphique 4 : Choix de pizza par genre

COUNTA de Quelle pizza choisiriez-vous sur cette carte ? Menu 1 Genre			
Quelle pizza choisiriez-vous sur cette carte ?	Femme	Homme	Total général
4 Fromage	3	3	6
Calzone	2	3	5
Diavola		4	4
Hawaïenne	3	3	6
Margherita	5	2	7
Océanie		1	1
Pepperoni	3	6	9
Reine	2	3	5
Truffe & parmesan	3		3
Végétarienne	4		4
Total général	25	25	50

Menu 2 : Calzone en gras

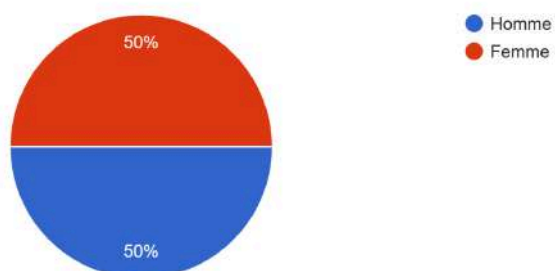
Graphique 1.2 : Choix de pizza

Quelle pizza choisiriez-vous sur cette carte ?
50 réponses

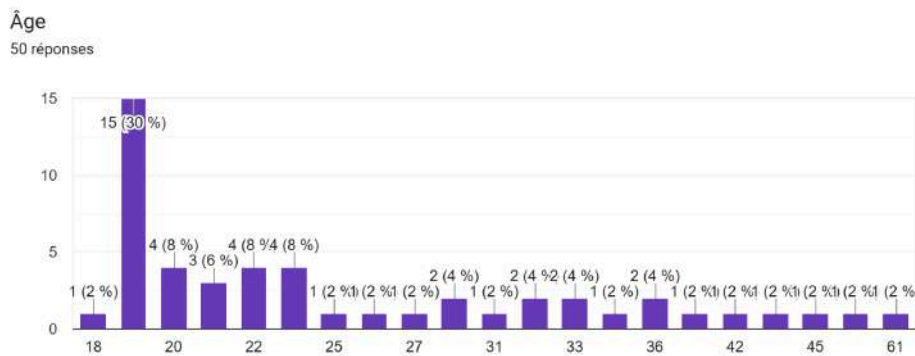


Graphique 2.2 : Genre

Genre
50 réponses



Graphique 3.2 : Âge



Graphique 4.2 : Choix de pizza par genre

COUNTA de Quelle pizza choisiriez-vous sur cette carte ? Menu 2		Genre		
Quelle pizza choisiriez-vous sur cette carte ?		Femme	Homme	Total général
4 Fromage		1	4	5
Calzone		9	9	18
Diavola		1	2	3
Margherita		5		5
Pepperoni		3	2	5
Reine		5	7	12
Truffe & parmesan			1	1
Végétarienne		1		1
Total général		25	25	50

Résultats général obtenues suite à l'expérience réalisé :

Menu 1 : Tous les éléments en gras

Menu 2 : Seulement Calzone en gras

	Menu 1	Menu 2	Total
Choix étant Calzone	5	18	23
Choix autre que Calzone	45	32	77
Total	50	50	100

Test d'indépendance :

Tableau des effectifs observés								
Test khi-deux d'indépendance		Variable 1						
Variable 2		Menu 1	Menu 2	Modalité 3	Modalité 4	Modalité 5	Modalité 6	Σ lignes
	Choix étant Calzone	5	18					23
	Choix autre que Calzone	45	32					77
	Modalité 3							0
	Modalité 4							0
	Modalité 5							0
	Modalité 6							0
Σ colonnes		50	50	0	0	0	0	100

Résultats	
Khi-2 calculé	9,54
ddl	1
Khi2-table	3,84
Probabilité	0,0020075

Résultats :

Les résultats du test du Khi 2 montrent que le type de menu influence significativement le choix de la pizza Calzone. En effet, la valeur du Khi2 calculé (9,54) est bien supérieure à la valeur Khi 2-table (3,84) pour un degré de liberté (ddl) 1, ce qui signifie que la différence observée n'est sûrement pas due au hasard.

De plus, la probabilité obtenue (0,002) est largement inférieure au seuil de 5 % (0,05), confirmant que l'effet du menu 2 (avec la pizza Calzone en gras) est statistiquement significatif. Concrètement, quand tous les éléments du menu sont en gras (Menu 1), seulement 5 clients choisissent la Calzone, alors que lorsque seule la Calzone est mise en gras (Menu 2), ce nombre passe à 18. Cette différence montre que la mise en avant visuelle d'un plat peut influencer le choix des consommateurs, ce qui pourrait être une stratégie marketing efficace pour orienter leurs décisions.

1. Analyse

Pour commencer, avec le menu 1 avec tous les éléments en gras, nous pouvons voir que le choix de la pizza est assez varié, chaque pizza à été choisie au moins une fois, avec une préférence pour la pizza pepperoni, margherita, 4 fromages et l'hawaïenn, en ce qui concerne les répondants nous en avons 50, dont 25 femmes et 25 hommes âgées d'environ 18 à 24 ans.

Pour le menu 2 nous avons interrogé 25 femmes et 25 hommes également, qui ont majoritairement entre 18 et 25 ans. La calzone est la seule pizza mise en gras sur la carte avec exactement les mêmes choix que sur la première. La plus choisie à été la calzone avec 18 d'entre eux l'ont choisi 9 femmes et 9 hommes, suivie de la reine

choisie par 12 personnes et la margherita, 4 fromages et pepperoni choisies par 5 personnes.

Cela prouve que l'hypothèse selon laquelle les hommes seraient plus influencés par la mise en gras et choisissent davantage la pizza ainsi mise en avant est fausse, car les hommes et les femmes choisissent de manière équivalente la pizza mise en avant, ce qui indique que les femmes ne sont pas moins influencées que les hommes par ce détail.

Conclusion

Notre expérimentation visait à analyser l'influence de la mise en gras d'un élément sur un menu de pizzeria dans ce cas une Calzone, en observant si cette mise en avant visuelle pouvait orienter les choix des consommateurs et si cela les poussait à choisir l'élément en gras.

Comme nous avons pu voir, les résultats obtenus montrent un effet significatif, donc lorsque seule la pizza Calzone était mise en gras (Menu 2), elle a été choisie par un nombre plus élevé de répondants (18 sur 50) que lorsqu'elle était présentée parmi d'autres éléments également en gras (Menu 1) seulement 5 personnes l'ont sélectionnée.

Puis l'analyse statistique confirme ainsi cette différence, avec un test du Khi 2 révélant une influence significative du type de menu sur le choix de la pizza. Ces résultats appuient l'idée que les éléments graphiques simples, comme la mise en gras, peuvent capter l'attention et influencer les décisions des consommateurs.

Cette étude aide à mieux comprendre les biais cognitifs qui influencent les choix alimentaires et montre qu'il serait intéressant de faire d'autres recherches sur l'effet des éléments visuels dans la consommation.