

PERCEPTION DES PRODUITS ALIMENTAIRES ET COMPORTEMENTS DU CONSOMMATEUR

FORMATION OFFERTE AUX PME

OBJECTIFS

Donner aux entreprises des éléments de lecture sur les représentations, les interprétations, et les comportements des consommateurs de produits alimentaires.

Le contenu de cette formation a été adapté aux besoins des industriels de l'alimentaire.

Il comprend notamment :

- Une présentation des principales évolutions alimentaires et leurs déterminants.
- Un point sur les tendances de consommation
- Un exposé sur les moyens de répondre aux attentes et inquiétudes des consommateurs.

PUBLIC CONCERNE

- Chef d'entreprise, Commerciaux,
Responsables recherche/développement

ORGANISATION et ANIMATION

- Agnès Alessandrin, Chef de projets ADIV
- Catherine Souty-Dametto, Chef de projets ADIV
- Jean Pierre Loisel, Institut National de la Consommation
- Valérie Brunetière, laboratoire de sémiologie DynaLang
- Jean philippe Blanc, Chef de projets ADIV Marketing
- Françoise Gorga, en charge du programme TRUEFOOD, ANIA.

DATE et LIEU

- Mercredi 21 Janvier 2009 à l'ANIA (Paris),
de 9h00 à 17h00

METHODES et OUTILS

- Nombre de stagiaires limité à 20
- Support power point et dossier remis aux participants
- Exercices pratiques
- Déjeuner-rencontre pris en commun avec le responsable pédagogique
- Complémentarité des intervenants : théorie et pratique
- Illustration par des exemples pratiques
- Débat : questions/réponses
- Evaluation du stage

COUT et MODALITES d'INSCRIPTION

- La Formation est financée par la Commission européenne. **Elle est donc gratuite pour les entreprises.**
- Une attestation individuelle de stage sera fournie à chaque participant.
- Bulletin de participation à retourner à l'ANIA.

PROGRAMME

PERCEPTION DES PRODUITS « TRADITIONNELS » ET COMPORTEMENTS DU CONSOMMATEUR

9h00 : Accueil des participants et présentations

I – CONSOMMATION ALIMENTAIRE ET CONTEXTE SOCIETAL

- **DEFINITIONS : PERCEPTIONS DES CONSOMMATEURS VIS-A-VIS DU PRODUIT TRADITIONNEL**
- **LES SIGNES OFFICIELS DE LA QUALITE ET DE L'ORIGINE : LES DECALAGES CONSTATES**
- **HISTORIQUE ET EVOLUTION DES consommations et de leurs déterminants (ADIV, Agnès Alessandrin)**

II- DIFFERENTS REGARDS SUR LES TENDANCES DE CONSOMMATION

- **Le point de vue des associations de consommateurs : conception et actions selon les types d'associations de consommateurs (INC, Jean-Pierre Loisel)**
- **Le point de vue des sémiologues : les signes de la modernité ou de la tradition pour un produit (Dynamang, Valérie Brunetière)**

12h30 à 14h00 : Pause déjeuner (offert)

14h00 à 17h00 :

II- DIFFERENTS REGARDS SUR LES TENDANCES DE CONSOMMATION (SUITE)

- **Approche sensorielle : préférences et produits traditionnels (ADIV Marketing, Jean-Philippe Blanc)**
- **Mise en perspective des différentes approches : le cas des fromages traditionnels des Alpes du Nord (ADIV Agnès Alessandrin)**

III- COMMENT REpondre AUX ATTENTES ET PREOCCUPATIONS DES CONSOMMATEURS ?

- **Par l'innovation produit-service : le cas des volailles fermières (ADIV, Agnès Alessandrin)**
- **Par la communication : la relation durable avec les consommateurs citoyens (ADIV, Agnès Alessandrin)**

Bulletin d'inscription

A retourner à Françoise Gorga à l'ANIA - tél. 01 53 83 86 17 – e-mail : fgorga@ania.net

Société

Secteur d'activité

NomPrénom

Fonction

Adresse

Code PostalVille

Tél. :E-mail

PARTICIPERA à la journée de formation : « PERCEPTION DES PRODUITS ALIMENTAIRES ET
COMPOTEMENTS DU CONSOMMATEUR »

Mercredi 21 Janvier 2009 à l'ANIA – 21 rue Leblanc – 75015 PARIS

L'ANIA se réserve le droit d'annuler ou de reporter les stages dont l'effectif serait insuffisant.