

## 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 10 Juin 2009 à l'ANIA (Paris),  
de 9h30 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

**9h30 : Accueil des participants et présentations**

**12h30 à 14h00 : Pause déjeuner (offert)**

**14h00 à 17h00 :**

### ***I – CONSOMMATION ALIMENTAIRE ET CONTEXTE SOCIÉTAL***

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

### ***II- DIFFÉRENTS 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)**

### ***II- DIFFÉRENTS 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)**

### ***III- COMMENT RÉPONDRE AUX ATTENTES ET PRÉOCCUPATIONS 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 : [spillon@ania.net](mailto:spillon@ania.net)

Société .....

Secteur d'activité .....

Nom .....Prénom .....

Fonction .....

Adresse .....

Code Postal .....Ville .....

Tél. : .....E-mail .....

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

Mercredi 10 Juin 2009 de 9h30 à 17h 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.*