

Le CREDOC, reconnu pour son expertise des comportements
de consommation alimentaire et sa capacité à anticiper
les tendances à venir

&

PROTEINES
Paris, l'Agence Conseil en stratégies Santé Grand Public,
spécialisée dans la communication dans le domaine
des Industries agro-alimentaires

vous proposent

LES RENCONTRES DE L'ALIMENTATION → 2010 ←

un lieu d'échanges privilégié entre professionnels du marketing et spécialistes
de la consommation alimentaire pour anticiper les changements
et partager des idées.

Pour la 2ème année consécutive, Le CREDOC et PROTEINES organisent les Rencontres de l'Alimentation.

Il s'agit de faire le point sur un thème fortement médiatisé, une tendance émergente, un changement lié au climat conjoncturel ou encore un mouvement durable observé dans les comportements alimentaires.

Cette année, le CREDOC et PROTEINES ont fait appel à des experts (sociologue, anthropologue, économiste) qui viendront participer au débat et enrichir l'information de données de recherche.

Ainsi, comme l'an passé des données chiffrées récentes (principalement issues des enquêtes alimentaires Comportements et Consommations Alimentaires en France du CREDOC) et des analyses pointues et argumentées vous seront présentées. Vous pourrez partager avec les participants votre vision du thème abordé et échanger avec des spécialistes de la question.

Le jeudi 23 septembre 2010

→ **COMBIEN LES CONSOMMATEURS SONT-ILS PRÊTS À PAYER POUR LES BÉNÉFICES DÉVELOPPEMENT DURABLE, QUALITÉ, NUTRITION ?**

Expert : Pierre Combris, Économiste, Directeur de Recherche à l'INRA

Intervenants : Pascale Hebel, Directrice du département Consommation du CREDOC

Serge Michels, Directeur Général, Directeur des Stratégies du groupe Protéines

Depuis 2002, les consommateurs réduisent fortement la part de l'alimentation dans leur budget. La crise économique a conduit de nombreux consommateurs à se tourner vers des produits à plus faible valeur ajoutée. Les arguments santé, qualité, naturalité intéressent-ils de moins en moins? Peut-on identifier des critères qui conduisent à un réel consentement à payer ? Comment peut-on mesurer le consentement à payer pour des produits alimentaires ayant des caractéristiques particulières (production biologique, AOC, commerce équitable,...) ?

Pour répondre à ces interrogations nous vous proposons d'aborder la question avec Pierre COMBRIS, économiste, Directeur de Recherche à l'INRA.

Les thèmes traités, illustrés par des exemples concrets, seront les suivants :

- Mesurer le consentement des consommateurs à payer pour des produits alimentaires
- L'intérêt des méthodes incitatives
- Prévoir les comportements d'achat à travers les expériences de laboratoire.

Le jeudi 14 octobre 2010

→ **POUR MIEUX COMPRENDRE CE QUI PÈSE SUR LES CHOIX DES CONSOMMATEURS AUJOURD'HUI ET DEMAIN : DIVERSIFIER LES ÉCHELLES D'OBSERVATION DU MACRO-INTERNATIONAL AU MICRO-SOCIAL**

Expert : Dominique Desjeux, Professeur d'anthropologie sociale et culturelle à la Sorbonne Paris Cité, Université Paris-Descartes et Directeur d'un doctorat professionnel pour responsable d'études à la Sorbonne

Intervenants : Pascale Hebel, Directrice du département Consommation du CREDOC

Serge Michels, Directeur Général, Directeur des Stratégies du groupe Protéines

La mondialisation qui se développe avec les BRICs (Brésil, Russie, Inde, Chine) est en train de produire des règles du jeu géopolitique qui remettent en cause un siècle et demi de régulation occidentale et ce, notamment du fait de la Chine. La crise économique peut durer encore longtemps en Europe, la montée du pouvoir des groupes de pression de consommateurs et les nouveaux usages du web 2.0, demandent aux décideurs qui

souhaitent innover d'intégrer de nouvelles méthodes de compréhension de la société et des usagers finaux, notamment en mobilisant plus d'échelles d'observation que la seule échelle micro-individuelle du marketing.

Comment comprendre les comportements de consommation alimentaires actuels, en appréhendant les choix comme un processus collectif dans la famille, mais aussi dans le temps et sous contraintes matérielles, sociales et symbolique, et non pas seulement comme un choix individuel, conscient et libre ?

La méthode des échelles d'observation permet de comprendre la dimension géopolitique de l'alimentation, les effets d'appartenances sociales sur les choix alimentaires, les jeux politiques autour de la construction, des règles de fonctionnement du marché et des peurs qu'il provoque chez le consommateur, les processus de décision et des transactions familiales au moment de l'achat et des usages des produits alimentaires.

À l'échelle micro-sociale, la méthode des itinéraires de consommation proposée par Dominique Desjeux associe l'ethnologie et le marketing pour reconstruire les prises de décision du consommateur, entre approvisionnement, stockage, consommation, déchets et contestation...

Dominique Desjeux traitera et illustrera d'exemples les thèmes suivants :

- Les niveaux d'analyse à prendre en compte pour comprendre l'évolution actuelle des consommations alimentaires et notamment avec quelques exemples tirés de la Chine et du Brésil où il mène de nombreuses enquêtes
- Comprendre les choix quotidiens des consommateurs, entre contraintes et prises de décision en France et en Europe
- La possibilité ou non d'anticiper sur l'évolution des comportements de consommation en partant des pratiques, de l'imaginaire et des contraintes qui pèsent sur les choix alimentaires

**LES SESSIONS
AURONT LIEU AU
→ NOVOTEL PORTE D'ASNIÈRES ←**

**34, avenue de la porte d'Asnières
75017 Paris
Parking**

**Rendez-vous à 8 h 30
Vous êtes libre à 12 h 30**

**Chaque session sera suivie d'un déjeuner au Novotel
au cours duquel nous pourrions continuer d'échanger
sur les sujets abordés**