

**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**

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

&

PROTEINES Paris, l'Agence Conseil en stratégie Santé Grand Public

vous proposez de participer aux

RENCONTRES DE LA CONSOMMATION → 2010 ←

Un lieu d'échanges privilégié entre professionnels et experts pour anticiper les changements de consommation à venir et les traduire en pistes stratégiques

Les Rencontres de la Consommation, ce sont, chaque fois, sur un thème précis :

- Les analyses du CREDOC concernant les attitudes et les comportements des consommateurs, aujourd'hui et en perspective pour l'avenir, grâce à des données récentes et collectées en continu.
- L'apport d'un chercheur en sciences sociales – économiste, anthropologue – ayant un regard neuf et en avance sur son temps, grâce à son expertise analytique et aux méthodologies innovantes qu'il emploie.
- Le conseil en stratégie de l'agence Protéines, permettant de transformer ces savoirs en apports concrets pour votre entreprise et ses marques.

Les deux réunions auxquelles nous vous proposons de participer dès la rentrée 2010 vous permettront d'enrichir votre expertise de ces différentes interventions, mais aussi d'échanger avec d'autres professionnels émanant de différents secteurs et confrontés aux mêmes évolutions de l'environnement que vous.

Le jeudi 23 septembre 2010

→ COMBIEN LES CONSOMMATEURS SONT-ILS PRÊTS À PAYER POUR LA QUALITÉ DES PRODUITS ?

La crise économique a conduit de nombreux consommateurs à se tourner vers des produits à plus faible valeur ajoutée. Les arguments santé, environnement, naturalité, les intéressent-ils de moins en moins ? Peut-on identifier des critères qui conduisent à un réel consentement à payer ? Comment les mesurer pour des produits ayant des caractéristiques particulières (production biologique, Appellation d'Origine Contrôlée (AOC), commerce équitable,...) ? Quel développement produit et quelle communication associée peut-on envisager en conséquence ?

Pour répondre à ces questions, trois intervenants apporteront leurs expertises et conseils :

Pascale Hébel, Directrice du Département Consommation du CREDOC, détaillera le contexte actuel de la perception de la qualité par les consommateurs. Elle tirera les enseignements des deux années de crise économique passées.

Pierre Combris, Économiste, Directeur de Recherche à l'INRA, expliquera le consentement à payer plus ou moins d'argent pour certaines caractéristiques de qualité, à la lumière des résultats obtenus dans ses recherches menées auprès des consommateurs.

Serge Michels, Directeur général, Directeur des Stratégies du groupe Protéines, s'appuiera sur des cas concrets pour mettre en évidence les modalités d'une communication efficace sur différents critères de qualité (santé, environnement,...).

Le jeudi 14 octobre 2010

→ **DIVERSIFIER ET RENOUELER LES ÉCHELLES D'OBSERVATION POUR MIEUX APRÉHENDER LES CHOIX DES CONSOMMATEURS AUJOURD'HUI ET DEMAIN : DU MACRO-INTERNATIONAL AU MICRO-SOCIAL**

La mondialisation produit de nouvelles règles du jeu géopolitique, remettant en cause un siècle et demi de régulation occidentale. En parallèle, la montée du pouvoir des groupes de pression de consommateurs et les nouveaux usages du web 2.0 nécessitent pour les décideurs de mobiliser de nouvelles échelles d'observation en plus de celle, micro-individuelle, du marketing pour comprendre la société et les consommateurs.

Quels sont les impacts des dimensions géopolitiques dans les attitudes et les comportements des consommateurs ? En parallèle, peut-on renouveler l'analyse des processus de décisions au sein de la famille, au moment de l'achat mais aussi de l'usage des produits, pour en tirer des enseignements opérationnels en stratégie ? Quelles méthodes employer pour observer ces phénomènes ?

Pour répondre à ces questions, trois intervenants apporteront leurs expertises et conseils :

Pascale Hébel, Directrice du Département Consommation du CREDOC, nous éclairera sur les tendances de fond et les tendances émergentes en termes de consommation des ménages.

Dominique Desjeux, Professeur d'anthropologie sociale et culturelle à la Sorbonne Paris Cité, Université Paris-Descartes, expliquera la construction des choix des consommateurs et les enjeux tant internationaux qu'individuels liés à ces tendances de consommation.

Serge Michels, Directeur général, Directeur des Stratégies du groupe Protéines, s'appuiera sur des cas concrets de stratégies d'entreprises pour illustrer les différentes manières de se positionner en réaction aux évolutions des consommateurs.