

L'OBSERVATOIRE DU RAPPORT DES FRANÇAIS À LA QUALITÉ DANS L'ALIMENTAIRE LES NOUVEAUX LEVIERS DE LA CRÉATION DE VALEUR PAR LE HAUT

JUIN 2016



COMMENT SAISIR LES OPPORTUNITÉS DES ATTENTES DES CONSOMMATEURS EN MATIÈRE DE QUALITÉ ?

Les dernières années ont été marquées par le renforcement des attentes des consommateurs en matière de qualité des produits dans l'ensemble de ses dimensions (**performance, innocuité, praticité, responsabilité...**).

Répondre à cette demande de qualité est une formidable opportunité de sortir d'une concurrence par les prix destructrice et de contribuer à la diffusion d'une « bonne consommation ». À condition toutefois de savoir comment la signaler et d'être crédible.

Avec le soutien de

LES NOUVELLES ATTENTES DES FRANÇAIS EN MATIÈRE DE QUALITÉ DANS L'ALIMENTAIRE

LES OBJECTIFS

Vous aider à comprendre les enjeux d'un positionnement sur la qualité

- Quelles sont les cibles les plus sensibles au registre de la qualité ?
- Quelle est l'intensité des attentes en matière de qualité par catégorie de produits et circuits ?
- Qu'est-ce qu'un produit de qualité ?
- Quelles sont les dimensions de la qualité où les attentes sont les plus fortes
- Comment les consommateurs évaluent-ils la qualité des produits ?
- Comment s'opèrent les arbitrages entre le prix et la qualité ?
- Comment objectiver aux yeux des consommateurs le surcroît de qualité qui justifie le surcroît de prix ?
- Quels sont les rôles respectifs des marques et des enseignes dans la capacité à répondre aux attentes de qualité...

LES + DE L'OBSERVATOIRE

Un Observatoire qui couvre les 4 dimensions de la qualité des produits alimentaires

PERFORMANCE : Qualités organoleptiques, dimensions esthétiques, symboliques...

INNOUCITÉ : Sécurité alimentaire, traçabilité, bénéfices santé...

PRATICITÉ : Conditionnement, emballage, conservation, mise en œuvre...

RESPONSABILITÉ : Portées environnementales, sociales, sociétales...

7 familles de produits

- Les fruits & légumes
- les produits d'épicerie
- les produits laitiers
- les plats préparés
- la viande et la charcuterie
- les boissons sucrées
- les produits de la mer

Une approche par enseigne

La possibilité d'évaluer comment chaque enseigne de la Grande Distribution est perçue en matière de qualité.

Une segmentation fine des consommateurs

Leurs pratiques alimentaires, leur rapport à la santé, leur sensibilité aux prix.

Des questions à scénarios pour mesurer comment les différents signes de qualité influencent les choix des consommateurs.

Une typologie des consommateurs en fonction de leur rapport à la qualité dans l'alimentaire.

L'Observatoire du rapport des Français à la qualité dans l'alimentaire est réalisé auprès d'un échantillon de 3500 individus représentatifs de la population française âgée de 18 à 70 ans.

LE QUESTIONNAIRE

PROFIL : Données sociodémographiques, système de valeurs, rapport à la consommation, l'environnement, la politique...

PRATIQUES ALIMENTAIRES : Le bio, régimes particuliers, attention portée à l'alimentation et aux effets qu'elle a sur la santé, restriction budgétaire, sensibilité aux risques alimentaires, achats directs producteurs...

NOUVELLES PRATIQUES ALIMENTAIRES : Évolution de la fréquentation des différents circuits (artisans, petits producteurs, amap, hypermarché, supermarché, hard discount...)

PERCEPTION DE L'ÉVOLUTION ET ATTENTES EN TERMES DE QUALITÉ ALIMENTAIRE : Évolution de la qualité dans les pratiques alimentaires, confiance envers les différents acteurs de l'offre, intensification des attentes...

PERCEPTION DE LA QUALITÉ EN FONCTION DES POINTS DE VENTE

IDENTIFICATION ET ÉVOLUTION DE LA QUALITÉ EN FONCTION DES DIFFÉRENTES FAMILLES DE PRODUITS.

LIVRABLES

RAPPORT	5000 € HT*
PRÉSENTATION PERSONNALISÉE	6000 € HT

ACCÉDER AU BON DE COMMANDE

CONTACT : Nathalie Damery

n.damery@lobsoco.com - 09 81 04 57 85 - 09 82 55 37 60

* - 20% pour les adhérents de l'ANIA et de la FCD