

INNOVATIONS ET MARKETING AGROALIMENTAIRES

Dans un contexte de crises, de scandales alimentaires et de commercialisation de plus en plus difficile, il est devenu indispensable pour les professionnels de l'agroalimentaire d'avoir recours au marketing et à des stratégies pour favoriser l'acceptabilité de leurs innovations alimentaires par les consommateurs. En effet, les scandales et crises alimentaires ont contribué d'une part, à fragiliser la confiance des consommateurs envers les entreprises agroalimentaires et, d'autre part, à renforcer la prise de conscience des mangeurs quant à la qualité des aliments. Conscients des conséquences physiologiques et symboliques que pourrait avoir l'incorporation d'un aliment sur leur intégrité physique et morale, les mangeurs portent une attention particulière à la qualité de leur alimentation.

Désormais, le challenge des entreprises agroalimentaires est d'arriver à créer une proximité entre les mangeurs et leurs innovations alimentaires afin de ramener notamment la confiance et faire accepter ces innovations. De plus, face à la nécessité d'innover pour se démarquer dans ce secteur fortement concurrentiel, les industriels de l'agroalimentaire ont ainsi pris conscience du besoin de créer une proximité et une confiance initiale afin de faciliter l'acceptabilité de leurs nouveaux produits alimentaires.

Cet ouvrage méthodologique et très pratique présente de façon concrète les différentes dimensions de la confiance initiale et de la proximité alimentaire recherchées par les mangeurs et favorisant l'acceptabilité des innovations alimentaires par ceux-ci. Découvrez dans cet ouvrage, les méthodologies et les techniques d'identification des facteurs à même de favoriser le succès des innovations alimentaires.

*Cet ouvrage est le premier du genre de **Stéphane LEBATTO**, Docteur en sciences de gestion de l'université de Nantes. L'auteur possède une formation de base en marketing et une bonne expérience dans le domaine de la recherche. C'est en vue de faire partager sa passion pour le marketing et les sciences humaines et sociales qu'il a développé ce livre, le fruit de quatre années de recherche rondement menées dans le domaine du marketing agroalimentaire.*

ISBN : 978-2-343-15698-9

39 €



INNOVATIONS ET MARKETING AGROALIMENTAIRES



Stéphane LEBATTO

Stéphane LEBATTO

INNOVATIONS ET MARKETING AGROALIMENTAIRES



L'Harmattan