

LE MARKETING CULINAIRE ET ALIMENTAIRE FACE AUX DÉFIS DU XXI^E SIÈCLE

Le marketing et la communication font partie intégrante de la construction du panier de courses depuis toujours. Le produit alimentaire est « communication » et « marketing » à la fois : il parle, il interpelle, il sollicite et séduit, il accompagne, il s'impose. Seuls le temps et ses modes s'interposent quelquefois à la dictature du marketing.

Ce livre permet de réfléchir, avec une approche interdisciplinaire, à la manière dont les défis du XXI^e siècle modifient les pratiques de communication et de marketing des filières du « manger ». Ces secteurs recouvrent tout autant les entreprises de restauration, des métiers de bouche, comme des secteurs de l'industrie agroalimentaire considérés dans leur ensemble, voire les associations et structures de promotion de l'alimentation.

Ce quatrième opus de la série « Cuisine du futur et alimentation de demain » propose ainsi à tous, aux chercheurs, aux praticiens, comme aux consommateurs, des bases pour penser notre alimentation et nos cuisines.

Ouvrage rédigé sous la direction de Kilien Stengel et Philomène Bayet-Robert, tous deux membres du réseau Agap.

Kilien Stengel est docteur en sciences de l'information et la communication, enseignant à l'université de Tours au sein de l'institut d'histoire et des cultures de l'alimentation et chercheur associé dans l'équipe Cimeos EA 4177 de l'université de Bourgogne et dans l'équipe Prim EA 7503 de l'université de Tours.

Philomène Bayet-Robert est docteur en Sciences de Gestion. Elle enseigne le marketing, le marketing expérientiel et le comportement du consommateur appliqué à l'hôtellerie-restauration. Elle fut responsable de programmes à l'Institut Paul Bocuse jusqu'en 2019.

Les auteurs : Philomène Bayet-Robert, Mihaela Bonescu, Virginie Brégeon de Saint-Quentin, Cornelia Caseau, Valérie-Inés De La Ville, Martine Ferry, Sophie Lacour, Marie-Eve Laporte, Alain Le Cossec, Michel Mouisel, Emilie Orliange, Bernard Ruffieux et Kilien Stengel.

Illustration de couverture : D.R.K.S

ISBN : 978-2-343-19157-7

17,50 €



Sous la direction de
**Kilien Stengel et
Philomène Bayet-Robert**



LE MARKETING CULINAIRE ET ALIMENTAIRE FACE AUX DÉFIS DU XXI^E SIÈCLE



Sous la direction de
Kilien Stengel et Philomène Bayet-Robert

LE MARKETING CULINAIRE ET ALIMENTAIRE FACE AUX DÉFIS DU XXI^E SIÈCLE



questions alimentaires
et gastronomiques

Cuisine du futur et alimentation de demain

L'Harmattan