



Vertiges de l'assiette : les nouveaux paradigmes consommateurs

publié le 10/09/2016

Descriptif :

Un article Kantar TNS

Depuis 2012, notre étude FOOD 360* explore, constate et dévoile les portraits de consommateurs dans le monde face à l'alimentation. Cette grande étude exclusive et inédite est réalisée tous les deux ans pour le SIAL en synergie avec le cahier de tendances alimentaires Futur Food de XTC world innovation.

Pour cette 3e édition, on note qu'il n'y a pas de bouleversements majeurs dans les comportements et attitudes des consommateurs en matière d'alimentation ; ils s'inscrivent dans la continuité de ceux observés en 2012.

Les 5 évolutions les plus marquantes



**Académie
de Poitiers**

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.

Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.