Alimentation : quelles sont les marques préférées des Françaises ?

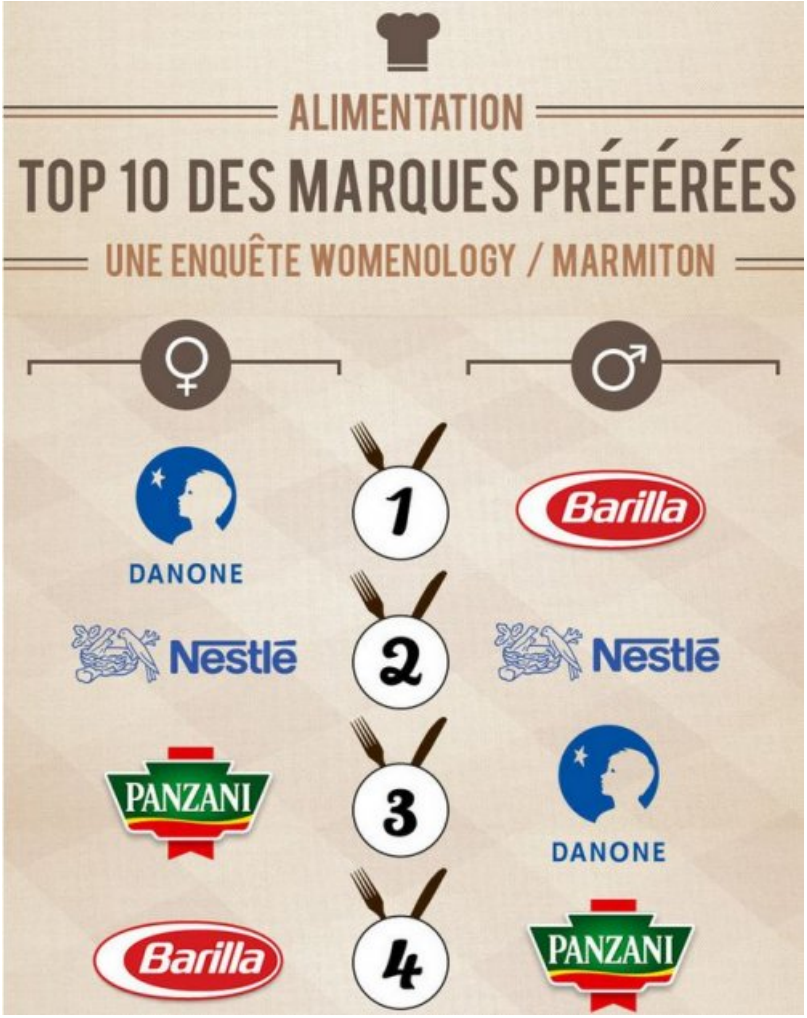
publié le 31/12/2015

Descriptif :

Article et infographie sur le site Influencia

Dans les linéaires des hypermarchés, l'offre est pléthorique. Et le choix des consommateurs (rices)…cornélien. Rationalité et irrationalité encadrent les décisions d'achat, sous fond de crise et de scandales alimentaires. Dans ce contexte, certaines marques réussissent à tirer leur épingle du jeu. **Analyse de Womenology.fr/Marmiton.org.**

Ouf ! Le rose et le bleu ne sont pas prêts de segmenter les linéaires des hypermarchés. Les résultats de l'enquête annuelle de Marmiton sur la Cuisine des Français révèlent une faiblesse d'écart entre les attentes des hommes et des femmes à l'égard des marques alimentaires (10 000 répondants, juin/septembre 2014). « Si le classement des marques favorites évolue peu, les attentes vis-à-vis des marques confirment des tendances assez nettes depuis déjà plusieurs années, avec en tête plus de naturalité, plus de transparence sur la composition des produit, des étiquettes plus claires, plus faciles à décrypter, plus d'information sur la valeur nutritionnelle des produits (en forte hausse entre 2014 et 2013) et plus d'implication citoyenne. Notons que les femmes sont plus attentives à ces points et plus généralement à tout ce qui concerne la naturalité et la santé » décrypte Christophe Duhamel, directeur général et cofondateur de Marmiton. Les tentations d'un gender marketing simpliste sont écartées : on respire.



Infographie : source site Influencia

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.