

CONTEXTE

Le contexte de l'alimentation est en constante évolution. Les attentes des consommateurs changent, les réglementations évoluent et les technologies émergentes offrent de nouvelles possibilités. Il est essentiel de rester à l'affût de ces changements pour adapter les stratégies de marketing alimentaire.

MARQUES, SLOGANS, SYMBOLES DIÉTÉTIQUES ET MARKETING ALIMENTAIRE

Les marques, slogans et symboles diététiques jouent un rôle crucial dans le marketing alimentaire. Ils aident à différencier les produits, à communiquer des messages clés et à créer une identité forte. Cependant, leur utilisation doit être soignée pour éviter toute confusion ou message trompeur.



ÉS A S

« C'est bon pour la santé » parce que c'est Quaker® [...] j'ai de la farine Quaker® et derrière le sac, ça dit que c'est vraiment bon pour la santé. »

« [C'est bon pour la santé] parce que c'est Quaker® [...] j'ai de la farine Quaker® et derrière le sac, ça dit que c'est vraiment bon pour la santé. »

