

RECHERCHE SUR LE DÉVELOPPEMENT DE NOUVEAUX OUTILS PÉDAGOGIQUES POUR UNE ÉDUCATION À L'ALIMENTATION SANTÉ POUR TOUS

Manger TOP

Définition, mise en place in situ et évaluation, au travers de la méthode de marketing social, de nouveaux outils visant à influencer les achats alimentaires de populations précaires, dans les quartiers Nord de Marseille

Durée du projet :
12 mois
Financement :
83 000 €



Le volet «offre» du projet Manger TOP vise à **agir directement sur l'environnement alimentaire, dans un supermarché**, pour orienter favorablement les pratiques d'achats des populations défavorisées. En s'appuyant sur une démarche de marketing social qui consiste à mieux comprendre le contexte et la cible pour déployer un dispositif adapté et efficace, l'objectif est de créer des outils et de les mettre en action de manière coordonnée afin de rendre visibles, attractifs et disponibles, des aliments de bon rapport qualité nutritionnelle/prix.

La réussite de cette intervention conditionnera **un éventuel déploiement national de l'action dans les magasins de l'enseigne**, voire dans d'autres enseignes de hard-discount, sous réserve d'adapter les actions et les outils au contexte et à la cible.

RAPPORT QUALITÉ NUTRITIONNELLE/PRIX populations défavorisées
OFFRE ALIMENTAIRE supermarchés
comportements d'achat marketing social

Porteur du projet et partenaires principaux :

Projet coordonné par l'agence LinkUp conseil (Levallois-Perret), en partenariat avec l'unité « Nutrition, Obésité et Risque Thrombotique » de la Faculté de Médecine de la Timone et l'unité « Physiologie de la nutrition et du comportement alimentaire » d'AgroParisTech.



www.alimentation-sante.org

Contact :

Sandrine Raffin