

Jeudi 30 avril 2015, 8h>10h, Quimper

- Usage de Facebook dans les IAA -

Avec ce retour/client permanent sur les produits, le nouvel enjeu serait de mettre en place un système d'anticipation des commandes et de la production.

Près de 80% des internautes sont inscrits sur au moins un réseau social et 52% des socionautes suivent l'actualité d'une marque ou d'un produit (baromètre Social life Harris 2014).

Ces chiffres évoquant une révolution « social media » ne peuvent pas laisser indifférents les acteurs économiques et en particulier les entreprises alimentaires bretonnes !

Facebook est le leader historique des réseaux sociaux avec 26 millions d'utilisateurs en France en 2014 et il est le 1er contributeur à l'explosion des réseaux sociaux.

■ **Pascale HERMANN-LASSABE, Responsable de la Licence Professionnelle "Marketing, Communication, Vente en secteur alimentaire", IUT de Saint-Brieuc**, présentera les résultats d'une étude menée sur les pratiques de facebook dans les IAA dans le cadre d'un projet avec Valorial.

Onze marques bretonnes ont été étudiées sur la base d'indicateurs chiffrés et d'observations qualitatives et 5 d'entre elles ont été interviewées.

Dans quelle mesure les IAA mobilisent-elles les fans ? Quelle est l'activité des marques alimentaires bretonnes sur facebook ? Avec quels résultats ? Quelle est l'organisation mise en place ?

Dans les années 2000, le **Pâté Hénaff** a débuté sa vie sur les réseaux sociaux. Les fans se sont appropriés le pâté partageant toute une culture culinaire autour de celui-ci. Comparée aux pages des géants de la charcuterie, la page Hénaff est celle qui est la plus active en terme de publication, mais c'est également la page qui laisse le plus de place aux commentaires de sa communauté (*Charal 58 122, Daunat 30 934, Marie 127 978, Bigard 13 735*)

Cette stratégie de contenus très réguliers et de partage avec la communauté permet à Hénaff de se positionner en tant que Love Brand auprès des consommateurs. **112 223 fans en février 2014, 125 637 fans en mars 2015**

■ **Jildaz COLIN, Chef de marque & administrateur de la page Facebook de l'entreprise HENAFF, Pouldreuzic**, relatera l'interactivité des fans et leur rôle dans le choix de nouvelles recettes de pâté avant mise en production. La page facebook présente aussi une source d'information sur les attentes des consommateurs : le sans gluten, la matière première locale,...., ce qui peut avoir une incidence sur la modification d'un packaging.

10h > 10h30

Matinée suivie de la remise du **Prix Coup de Cœur POULT** aux étudiants du Campus de Quimper ayant concouru aux ENTREPRENEURIALES



Nous aurons le plaisir de vous accueillir autour d'un café/croissant

Jeudi 30 avril 2015 à partir de 7h45

EMBA – Creac'h Gwen – QUIMPER

(Adresse : 1 avenue de la plage des gueux – Creac'h Gwen – Quimper)

**INSCRIPTION gratuite mais obligatoire
en ligne sur le site web www.tech-quimper.fr**