

Offre de thèse – 2023-2026 – Projet JACK

Impact de stratégies d'incitations gastronomiques et culinaires pour modifier les comportements alimentaires des consommateurs à domicile et augmenter la consommation des légumes secs.

Contexte :

L'image dépeçée et le manque de compétences culinaires des consommateurs expliquent probablement que la consommation de légumes secs est insuffisante au regard des recommandations (PNNS 2019-2023, Melendrez-Ruiz, 2019). Changer les comportements et les choix alimentaires des consommateurs est difficile, comme le montre l'échec relatif des campagnes nationales de prévention pour manger plus sainement (Delormier et al, 2009). La communication joue un rôle important dans la modification des habitudes alimentaires, mais elle est loin d'être suffisante (Snyder et al, 2007).

La gastronomie française est reconnue pour mettre en valeur le produit et son environnement. Au-delà de la recette elle-même, l'approche gastronomique intègre le moment, l'intention, le lieu, la façon dont on parle des produits et des mets, la présentation de la table et de l'assiette. L'UNESCO identifie la spécificité culturelle des Français dans leur relation avec la nourriture, dans leur façon de manger et de cuisiner.

L'intérêt d'une approche gastronomique pour engager un changement de comportement alimentaire durable pourrait reposer sur plusieurs leviers complémentaires :

(i) la valeur hédonique et l'image des produits grâce à une expérience gastronomique multi-sensorielle (Didinger et Thompson, 2020) ; (ii) la mémorisation d'expériences agréables grâce à leur répétition (Berridge, 2004) ; (iii) les compétences grâce à un accompagnement vers l'appropriation de recettes à la maison ; (iv) la connaissance des bienfaits des produits pour la santé humaine et pour l'environnement ; (v) la découverte de la diversité des légumes secs ; (vi) la motivation liée au plaisir renouvelé de manger à la maison grâce à une forte congruence entre la valeur hédonique du plat, la valeur sociale et l'impact sur la santé et l'environnement ; (vii) l'imitation de figures de référence tels que les chefs et le facteur social associé (Lahlou, 2005, Michie et coll., 2014, FAO, 2019 ; Albors-Garrigos et coll., 2013).

Cette approche, qui propose aux consommateurs des expériences gastronomiques, suivies d'un accompagnement en termes de savoir-faire, de connaissance et d'appartenance à une communauté, est originale et n'a pas encore été testée.

Problématique et stratégie expérimentale

Le sujet de thèse proposé traite de l'impact de stratégies d'incitation pour modifier les comportements alimentaires des consommateurs à domicile en vue d'augmenter la consommation des légumes secs. Ces stratégies sont fondées sur des expériences gastronomiques, de l'information (avantages nutritionnels et environnementaux), de la formation culinaire et la création de communautés (autour des chefs via les réseaux sociaux). Une veille approfondie de la littérature scientifique permettra de définir les stratégies à évaluer au cours de la thèse.

Une étude qualitative sur les leviers à activer pour promouvoir l'attractivité des légumes secs grâce à l'expérience gastronomique sera menée en situation réelle. Les leviers d'action pour motiver l'adoption à la maison des légumes secs co-conçus à cette occasion avec les consommateurs et des chefs seront ensuite traduits en facteurs expérimentaux à mettre en œuvre dans la suite du projet.

Une cohorte de consommateurs sera alors recrutée à Lyon et une à Angers. Les consommateurs seront sélectionnés en fonction de leurs habitudes culinaires et suivis pendant un an. Trois groupes sont envisagés : un groupe témoin sans intervention, un groupe avec des expériences gastronomiques favorisant la consommation de légumes secs (intervention 1), un groupe avec ces mêmes expériences gastronomiques et également avec un soutien visant à promouvoir et démocratiser l'utilisation des légumes secs à la maison (intervention 2). Plus précisément, l'intervention 2 comprendra un accompagnement culinaire sous forme

d'information, l'animation d'une communauté sur les réseaux sociaux, des ateliers culinaires ou de courtes vidéos présentant des implémentations originales de légumes secs. L'utilisation et la consommation de légumes secs seront mesurées au début et à la fin des interventions ainsi que quelques mois plus tard.

Mots clés : Légumes secs, étude qualitative, cohortes de consommateurs, interventions gastronomiques et culinaires, comportement alimentaire et psychologie, réseaux sociaux sur la cuisine.

Missions principales :

- Coordonner l'action de recherche et les liens entre les différents partenaires impliqués.
- Passer en revue la littérature sur les stratégies d'incitations pour promouvoir les légumes secs.
- Formuler des hypothèses de recherche originales, construire un modèle théorique de comportement alimentaire et développer une stratégie expérimentale pertinente
- Mener et coordonner une enquête qualitative et des interventions expérimentales auprès de deux cohortes de consommateurs (Lyon et Angers).
- Effectuer l'analyse des résultats à l'aide notamment d'analyses statistiques.
- Rédiger des articles scientifiques destinés à des revues internationales de premier plan.
- Participer à des congrès, des ateliers, des réunions, des événements médiatiques afin de diffuser les résultats de la recherche.

Conditions requises :

- Master 2 en cours ou acquis en sciences des aliments, sciences des consommateurs et/ou psychologie. Une expérience de recherche sur les comportements alimentaires serait un plus
- Aptitudes statistiques et capacité d'animation, intérêt pour les expérimentations avec des sujets humains et le design expérimental.
- Bonnes compétences rédactionnelles et communicationnelles, rigueur, dynamique, esprit d'équipe.
- Français courant, anglais écrit et parlé.

Environnement de travail :

La thèse sera accueillie au sein de l'unité de recherche GRAPPE de l'ESA (Angers), unité sous contrat avec INRAE. La thèse fera également partie d'une collaboration avec le centre de recherche de l'Institut Paul Bocuse (Lyon). Elle sera réalisée principalement à Angers avec des séjours réguliers à Lyon.

Supervision du doctorant :

La thèse sera co-dirigée par Ronan SYMONEAUX (HDR), Chargé de Recherche à l'ESA et Agnès GIBOREAU (HDR) Directrice de recherche au Centre de Recherche de l'Institut Paul Bocuse et co-encadrée par Isabelle MAITRE, enseignante-chercheure à l'ESA et Audrey COSSON, chargée de recherche au Centre de Recherche de l'Institut Paul Bocuse.

Conditions et financement du projet :

- Durée : de septembre 2023 à août 2026 - 3 ans
- Salaire : 2100€ brut mensuel
- Financement : ANR PIA4 Protleg Projet Jack- France 2030 / Région Pays de la Loire

Candidatures :

- Date limite de candidature : 2 mai 2023
- Entretiens : un 1er entretien de 10 min est envisagé en visio le 2 juin 2023. Un 2ème entretien d'une heure sera réalisé en présentiel à Lyon ou à Angers (au choix du candidat) le 15 juin 2023.
- Les candidatures sont à adresser à r.symoneaux@groupe-esa.com et doivent inclure dans un seul fichier pdf:
 - 1) une lettre de motivation (comprenant la date prévue de disponibilité)
 - 2) un CV comprenant des expériences de recherche dans les domaines pertinents
 - 3) deux lettres de référence avec noms et coordonnées

Pour plus d'informations sur ce poste, vous pouvez contacter Ronan Symoneaux, Chargé de Recherche à l'ESA r.symoneaux@groupe-esa.com.