



HAL
open science

“ L’adoption de comportements responsables en consommation alimentaire -le cas des consommateurs brésiliens ”

Valéria de Lima Salem, Karine Picot-Coupey

► To cite this version:

Valéria de Lima Salem, Karine Picot-Coupey. “ L’adoption de comportements responsables en consommation alimentaire -le cas des consommateurs brésiliens ”. IAE France. 2020. ⟨hal-03908066⟩

HAL Id: hal-03908066

<https://hal.science/hal-03908066v1>

Submitted on 20 Dec 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L’archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d’enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



HAL Authorization

SEMINAIRE DOCTORAL 2020 IAE FRANCE

18 & 19 mars 2020 - CRÉTEIL



« L'adoption de comportements responsables en consommation alimentaire – le cas des consommateurs brésiliens »

Un consommateur brésilien achetant des produits dans un rayon bio à Carrefour. Le titre du reportage est : « Carrefour veut vendre 5 milliards en produits bio jusqu'à 2022 au Brésil » (fig.1)



VALÉRIA DE LIMA SALEM

Directrice de thèse :

Karine Picot-Coupey

Maître de conférences HDR

Début de thèse : Janvier 2020

Sommaire

1/ Introduction

2/ Pourquoi cette recherche est-elle importante et urgente ?

3/ Quel est l'objectif de la thèse ?

4/ Quelle est la problématique ? Quelles sont les questions de recherche qui en découlent ?

5/ Une synthèse de la littérature à laquelle s'adosse la recherche

6/ Les premières propositions et/ou hypothèses

7/ Les choix épistémologiques

8/ Les choix méthodologiques

9/ Le terrain identifié, les modalités d'accès au terrain

10/ Le planning prévu

12/ Toutes les questions qui se posent et les freins à lever

12/ Bibliographie

1/ Introduction

Pourquoi le Brésil attire-t-il l'attention du monde entier ? Peut-être parce c'est un bon endroit pour investir ? En raison de ses paysages paradisiaques ? Ou encore pour la gentillesse de ses habitants ? Je n'ai pas cette réponse mais, en tant que brésilienne, je me sens honorée de pouvoir étudier mon propre pays avec cette même curiosité extérieure, ce regard presque « étranger ».

Depuis mon installation définitive en France en 2010, ma relation avec mon pays s'est approfondie, et encore plus depuis la réalisation de mon mémoire de master en 2013, qui avait déjà un rapport avec le Brésil. Maintenant, avec le début de ma thèse de doctorat (en janvier 2020), encore une fois, cette relation sera plus académique et scientifique. Comprendre l'adoption de comportements responsables dans l'alimentation des brésiliens est devenu un défi très motivant.

Cette envie de « revisiter » le Brésil est née de ma rencontre avec la société Norac Foods, en 2015. En échangeant avec ses dirigeants à propos de plusieurs sujets sur le quotidien du pays, nous avons eu des discussions enrichissantes et exhaustives : économie, culture populaire, arts, gastronomie, éducation, entreprises, politique etc.

Cependant, dans nos projets professionnels communs, de nombreuses questions, surtout en rapport avec les habitudes alimentaires des brésiliens, sont restées ouvertes. J'espère pouvoir y répondre tout au long de mon travail de recherche.

Le travail doctoral sera une nouvelle occasion de mettre à profit toutes mes connaissances et en tirer un vrai savoir scientifique pour moi et mon entourage : ma famille, mes élèves de Master, la communauté dont désormais je ferai partie.

Bien que je ne sois qu'une débutante dans le monde académique, je me sens honorée de pouvoir participer à ce séminaire doctoral. J'espère que les échanges et les rencontres avec d'autres doctorants et doctorantes serviront de carburant pour pouvoir continuer fermement cette mission. Au final, l'effort aura valu le coup car nous savons que le chemin n'est pas toujours facile, mais que le résultat sera un grand partage de connaissances, dans un monde où le partage est un mot cher.

Valéria Lima Salem

2/ Pourquoi cette recherche est-elle importante et urgente ?

L'image perçue des brésiliens à l'étranger relève bien souvent d'une société du culte du corps, de personnes qui passent des heures dans les salles de gym et qui réalisent d'importantes dépenses en chirurgie plastique et en cosmétique dont le Brésil est effectivement un des premiers marchés au monde¹. Au-delà des idées reçues, il est bien vrai que les brésiliens se préoccupent, au quotidien, de leur forme et de la beauté de leur corps, et notamment les femmes brésiliennes (Strehlau, Claro et Laban Neto, 2015). Dans ce contexte, l'alimentation joue un rôle essentiel. Mais, que mangent vraiment les brésiliens et brésiliennes ? Est-ce vraiment adapté pour atteindre cet idéal esthétique ? Si l'alimentation traditionnelle brésilienne se devait d'être très saine, l'offre du commerce, de la restauration rapide, des supermarchés et de la distribution spécialisée est, quant à elle, principalement constituée, au contraire, de produits peu sains. Par exemple, les plats gras et copieux, et pas très équilibrés en nutriments sont toujours présents que ce soit à la maison ou à l'extérieur des foyers. Les repas peuvent être, parfois, remplacés par des en-cas frits, tels que les « coxinhas² (voir fig. 2) » et les « pastel³ (voir fig. 3).



Pastel au fromage (fig.2)



Coxinha farcie au poulet (fig.3)

Depuis quelques années, en même temps que le pouvoir d'achat augmentait dans les zones les plus développées du pays, les adultes brésiliens, sans s'en rendre trop compte, et sont devenus de plus en

¹ Business France, 2018 : <https://www.businessfrance.fr/le-marche-des-cosmetiques-au-bresil>

² Coxinha: beignet de pâte farcie au poulet, pannée et frit.

³ Pastel : friand de pâte feuilletée farcie et frite.

plus adeptes de ce type d'aliments. Les industriels et les commerces alimentaires ont beaucoup à voir avec ce changement d'habitude, en proposant chaque jour une nouvelle offre en aliments transformés et ultra transformés (Monteiro Carlos, Cannon Geoffrey et Levy Renata, 2016).

Malgré ces habitudes déjà installées, certaines tendances inverses gagnent peu à peu du terrain et s'inscrivent dans les préoccupations de consommation des brésiliens. Parmi elles, on retrouve les aliments « sans » (gluten, lactose, sucre, acide gras trans), les nouveaux ingrédients ou super-foods (quinoa, épeautre, amarante, chia et encore d'autres graines), la revalorisation des ingrédients locaux (tapioca, açai, jaca, PANCS⁴), ainsi que le bio (Vilas Boas, 2005) et les plats préparés sains. Est-ce une volonté de faire un retour au naturel (Zaiem, 2005 ; Daoud Moalla et Kammoun, 2018) ?

Selon une étude Nielsen de 2016⁵, 66% des brésiliens étaient prêts à payer plus cher pour des aliments sans ingrédients « indésirables ». Une autre étude, plus récente, faite en 2018 par la Fédération des Industries de São Paulo (FIESP), indique que 80% des brésiliens font des efforts pour garder une alimentation saine.

C'est pourquoi les fabricants et la grande distribution essaient, depuis quelques années, de s'adapter pour répondre aux nouvelles attentes des consommateurs. Les industriels de l'alimentation lancent des nouvelles gammes de produits « sains », les supermarchés investissent dans les espaces bio et dans leurs assortiments de produits naturels. Même les *fast food* cherchent à rendre leurs plats plus « sains » afin d'attirer le public soucieux de sa santé. C'est ainsi qu'au Brésil, Mc Donald's a commencé à proposer plus de choix de salades, et Starbucks, des wraps. Les restaurants suivent la même tendance en ajoutant des plats et ingrédients sains, sans gluten ou sans sucre, vegan, bio... dans leurs menus. Ces dernières années, il y a eu une augmentation de 50% du nombre de franchises de fast-food « sains » dans les centres commerciaux brésiliens. On observe aussi que les livraisons de salade ont augmenté de 17% dans la ville São Paulo⁶.

Dans ce contexte, Norac Foods, une entreprise rennaise d'alimentation nomade, parie sur l'adoption d'une alimentation responsable par les consommateurs brésiliens en leur proposant des sandwiches et des salades « grab and go ». Tout commence en 2012, quand le fondateur de la société, Bruno Caron, décide de s'implanter dans le pays sud-américain. L'entrepreneur a investi sur un développement au Brésil en fondant là-bas une filiale baptisée « Ateliê ». Jusqu'à présent, le groupe rennais a déblayé le « terrain » et a pris ses décisions managériales en s'appuyant sur des analyses empiriques du marché. Cela inclut l'observation des études locales, le suivi des habitudes des consommateurs brésiliens, ou encore le mouvement de la grande distribution, comme Carrefour, qui investit sur des rayons bio dans ses supermarchés.

⁴ PANCS: Plantes Alimentaires non Conventionnelles

⁵ <https://www.nielsen.com/br/pt/insights/news/2017/o-que-ha-na-comida-e-na-mente-do-brasileiro.html>

⁶ <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/pedidos-de-comida-saudavel-crescem-17-em-sao-paulo/>

Dans un pays à dimension continentale, doté d'une biodiversité riche et d'un amalgame de cultures et d'origines, le défi de décrypter un univers de consommateurs aussi complexe est gigantesque. Pour Norac Foods, le défi commercial est bien clair : comment identifier davantage qui sont et où se trouvent les brésiliens prêts à consommer ses sandwiches naturels et salades, qui pourraient être perçus par les consommateurs comme plus sains que d'autres aliments industrialisés ? Le besoin de répondre à cette question managériale a généré l'idée de cette thèse CIFRE sur ce sujet.

3/ Quel est l'objectif ou quels sont les objectifs de la thèse ?

Le fait d'avoir une entreprise en tant que partenaire de mon projet de thèse, dans le cadre d'une thèse CIFRE, demande une réflexion spécifique pour articuler au mieux ces objectifs managériaux et les objectifs académiques.

En l'état actuel d'une première formulation, l'objectif académique de cette recherche d'identifier et comprendre les motivations et freins à la consommation alimentaire saine des brésiliens plus aisés d'une région donnée. Il faudra donc étudier les transformations culturelles et sociales de la société de consommation brésilienne à travers le temps, et appréhender comment cette société est passée du « fait maison » à la consommation des produits industrialisés en masse, avec le développement économique et social du pays. De même, savoir si dans le stade actuel, mon hypothèse d'un retour à une alimentation plus saine et naturelle est valable.

Pour cela, je devrai analyser le processus de décision du consommateur brésilien par le biais d'une enquête (qualitative, menée sur place, et puis quantitative, par internet). D'autre part, les interrogations tout au long de ce travail et les résultats de cette recherche permettront à Norac d'avoir une connaissance plus approfondie des attentes de leurs consommateurs-cible, ce qui pourra guider ses dirigeants dans leurs décisions managériales futures.

4/ Quelle est la problématique ? Quelles sont les questions de recherche qui en découlent ?

Nous voulons comprendre de quelle manière les brésiliens de notre zone d'étude (sud-est du Brésil, dont nous parlerons plus en détails dans la question 8) se nourrissent-ils actuellement. Y-aurait-il, dans cette population, une tendance de retour à une alimentation plus naturelle ? Ou cela est juste une idée reçue et répandue dans les médias ? Dans ce contexte, quelle est la perception des aliments industrialisés qui se revendiquent sains, naturels, bons pour la santé ? Ces brésiliens sont-ils des acteurs actifs ou passifs de ce mouvement ? Se laissent-ils influencer par leur entourage, les médias, les campagnes menées par le pouvoir public ? Ou se croient-ils bien conscients, acteurs de leurs choix de consommation alimentaire ? Ce mouvement est-il durable ou est-ce tout simplement un effet de

mode ? Les politiques publiques jouent-elles un rôle important dans les changements de comportement de cette population ? Leurs campagnes de conscientisation ont-elles un effet positif ? Si oui, sur quelles populations sont impactées en priorité ?

5/ Une synthèse de la littérature à laquelle s'adosse la recherche

Le premier pas pour bien appréhender notre objet de recherche passe par la compréhension du concept d'alimentation saine et tout ce qui tourne autour de cette idée centrale : d'aliments bons pour notre corps et bons pour notre santé. La perception de ce qui est sain peut varier selon les personnes, les chercheurs et les champs d'études. Pour Azevedo (2008), dans son article sur le rôle des sciences dans la construction du concept de l'alimentation saine, il faudrait, par exemple, que les scientifiques retravaillent sur le processus de construction du terme. En effet, la diffusion d'information sur ce qui est une diète saine est chaque jour plus contradictoire, et évolue au gré des contextes historiques. Le consensus sur ce qui serait « bon pour la santé » n'existerait même pas parmi les professionnels de la nutrition (ex : le café et l'œuf).

D'autre part, nous voulons aussi comprendre si la perception du concept varie selon la tranche d'âge. Nous allons nous appuyer sur plusieurs études qui ont été faites pour comprendre si les adolescents, par exemple, ont la même perception du sujet que les adultes. Dans une étude menée par Toral en 2009, avec quatre tables rondes de 25 jeunes, la chercheuse a observé une grande difficulté des interviewés à classer une diète saine dans un exercice proposé.

Ensuite, une des particularités de l'alimentation saine est que le concept est souvent étudié du point de vue de plusieurs champs d'études : la nutrition, l'éducation, la santé publique, mais très peu d'un point de vue marketing ou de la gestion. C'est sous cet angle que cette thèse devrait apporter ses principales contributions et innovations. Cependant, ma revue de la littérature devra contempler ce qui a déjà été réalisé dans le maximum des champs possibles, car tous sont étroitement liés au thème de l'alimentation, comme vu précédemment.

Un exemple d'approche qui sera aussi considéré et qui dépasse les acceptions vues jusqu'ici est celle de Kraemer *et al.* (2014). Son article aborde la définition de l'alimentation saine produite dans l'imaginaire social de la société occidentale contemporaine, guidée par un concept de santé réduit à la recherche de la guérison ou de la prévention des maladies.

Parmi les mots-clés qui feront partie de la revue de la littérature, y seront aussi associés, par exemple : les aliments ultra-transformés, bio, naturels et fonctionnels.

6/ Les premières propositions et/ou hypothèses

A ce stade du travail, il me paraît difficile de formuler des hypothèses « honnêtes ». Cependant, je m'appuie déjà sur certaines idées pour les réflexions qui débutent. La première est que la génération actuelle d'adultes brésiliens a été élevée avec une alimentation faite maison, naturelle, proposée par leurs parents et grands-parents, avant l'arrivée de toute l'offre industrialisée que nous connaissons aujourd'hui. Ainsi, un nouveau mode de consommation avec des aliments plus industrialisés, qui s'est installé petit à petit, propose beaucoup plus de praticité, de choix, mais n'apporte pas forcément une bonne qualité nutritionnelle, surtout quand on parle de consommation hors domicile.

Ce type d'habitude alimentaire est en plein essor au Brésil (Monteiro, 2015). La preuve est l'augmentation de maladies liées à la consommation excessive de produits nocifs pour la santé : trop sucrés, trop gras ou avec un excès d'ingrédients artificiels dans leur composition. Selon une enquête⁷ diffusée par le Ministère brésilien de la Santé en 2018, presque 20% de la population brésilienne est obèse et 54% des brésiliens sont en surpoids. Parmi les plus jeunes, les chiffres sont encore plus alarmants : l'obésité a augmenté de 110% entre 2007 et 2017.

D'autre part, la perception de ce qui est sain dans cette offre industrialisée et ces hypothèses suscitées par Viana MR sont aussi d'autres pistes autour lesquelles le travail pourrait s'appuyer :

« De nombreux phénomènes semblent être associés à cette espèce de rationalité du manger sain : la large offre d'aliments industrialisés, la grande complexité des étiquettes sur les packagings, les politiques publiques pour promouvoir l'alimentation saine comme synonyme de qualité de vie, l'innovation dans la création de systèmes alimentaires de plus en plus sophistiqués et l'information croissante sur la fonctionnalité des aliments ».

⁷<http://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2018-06/obesidade-atinge-quase-um-em-cada-cinco-brasileiros-mostra-pesquisa>

7/ Les choix épistémologiques

Bien qu'à ce stade du projet de thèse les choix épistémologiques sont encore en période de découverte, je peux déjà présenter les paradigmes épistémologiques les plus utilisés en Sciences de Gestion, résumés dans le tableau d'après Allard Poesi et Maréchal 2007 ci-dessous⁸ :

Tableau 1 : **REGARD SUR LES TROIS GRANDES APPROCHES ÉPISTÉMOLOGIQUES (D'APRÈS ALLARD-POESI ET MARÉCHAL, 2007)**

	Approche positiviste	Approche interprétative	Approche constructiviste
Vision de la réalité	Ontologie du réel	Phénoménologie du réel	
Relation sujet/objet	Indépendance	Interaction	
Objectif de la recherche	Découvrir la réalité	Comprendre les significations que les gens attachent à la réalité sociale, leurs motivations et intentions	Construire une représentation instrumentale et/ ou un outil de gestion utile pour l'action
Validité de la connaissance	Cohérence avec les faits	Cohérence avec le l'expérience du sujet	Utilité/convenance par rapport à un projet
Origine de la connaissance	Observation de la réalité	Empathie	Construction
Nature de l'objet de recherche	Interrogation des faits	Développement d'une compréhension de l'intérieur d'un phénomène	Développement d'un projet de connaissance
Origine de l'objet de recherche	Identification d'insuffisances théoriques pour expliquer ou prédire la réalité	Immersion dans le phénomène étudié	Volonté de transformer la connaissance proposée en élaborant de nouvelles réponses

Très précocement, j'imagine pouvoir inscrire ma thèse dans une perspective **post-positiviste, fondée sur une approche hypothético déductive**, en suivant les étapes proposées par Garvard-Perret ML (2018) :

- Choix de l'objet de recherche
- Revue de la littérature

⁸ <https://www.cairn.info/revue-internationale-d-intelligence-economique.htm>

- Cadre théorique
- Dédurre des hypothèses
- Opérationnalisation des concepts
- Mettre au point un plan de recherche
- Collecter des données empiriques
- Conséquences théoriques et pratiques des résultats obtenus

L'objectif de ma recherche étant de comprendre les motivations et comportements des personnes par rapport à l'adoption ou pas d'un comportement donné, je pense que cette perspective pourrait être recommandée. Le travail prévu d'observation naturelle sur le terrain pourrait aussi valider ce choix d'approche post-positiviste.

Ensuite, je vois une piste épistémologique sur l'approche **constructiviste** car, en seulement quelques semaines de lectures sur le sujet, je m'aperçois comme je suis déjà imprégnée du sujet de ma thèse, et à quel point je me projette pour avoir le bon comportement et les bons réflexes et ainsi ne pas influencer les répondants pendant l'étape qualitative. Selon Gavard-Perret et al (2018), le résultat des entretiens en face à face prévu est plutôt la représentation de la réalité des sujets et non pas leur réalité objective. Par conséquent, ce que l'enquêteur va comprendre est aussi une représentation de cette réalité, une interprétation basée sur l'interprétation de l'autre. Tout cela est décrit en détails dans la première hypothèse de la subjectivité moniste de l'inséparabilité du sujet connaissant et ce qu'il cherche à connaître. C'est cette interaction qui va générer les informations que nous cherchons.

Ma dernière piste épistémologique est une approche **interprétativiste**, car nous étudierons un groupe social spécifique très privilégié social et économiquement face à l'ensemble de la population brésilienne. Ce groupe a, a priori, un niveau d'information, d'expérience du monde et une qualité de vie meilleure, donc, il serait peut être applicable à ce type d'analyse théorique.

8/ Les choix méthodologiques

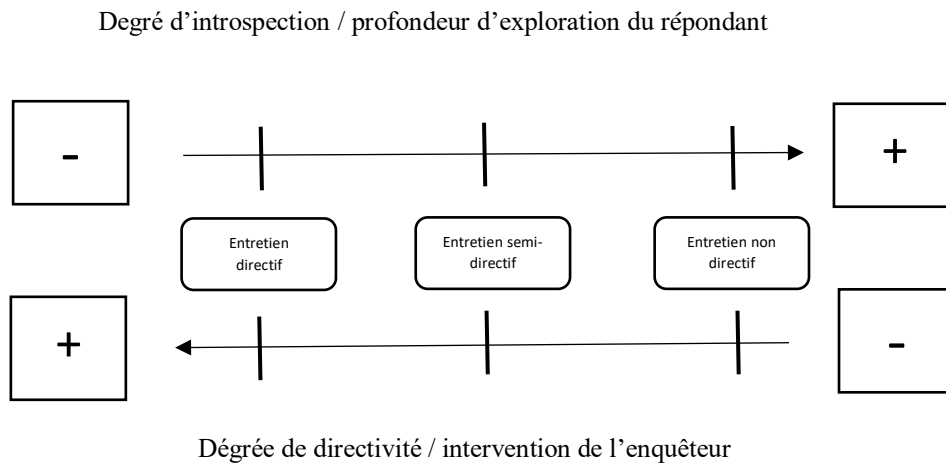
Comme pour les choix épistémologiques, il est certainement très tôt pour être à l'aise et certaine sur nos choix méthodologiques mais nous allons tout de même nous prêter à un bref exercice.

A ce stade, nous imaginons plusieurs possibilités méthodologiques applicables en rapport avec les caractéristiques de notre objet de recherche (l'adoption des comportements alimentaires responsables, des brésiliens les plus aisés, d'une région donnée...)

Collecter les données par l'enquête : entretien individuel

L'entretien individuel est une technique bien adaptée pour l'exploration d'un processus individuel complexe, tel que les motivations pour le choix de consommation d'un aliment (Gavard-Perret et al.,

2018). C'est pour cela que nous l'avons choisi. Selon l'auteur, le type d'entretien varie selon le degré d'exploration et d'intervention de l'enquêteur. (voir figure ci-dessous).



(source : d'après Gavard-Perret et al ; 2018, p.87)

Dans notre cas, nous allons procéder à une technique mixte, en deux temps. D'abord un entretien non ou peu directif, en « mode conversation », pour explorer plus librement ce que le répondant comprend du domaine de la nourriture saine. Pour le public en général, cela peut être un terme flou et complexe. Par la suite, nous pouvons enchaîner par un entretien semi-directif, avec l'aide d'une grille de thèmes préparés en amont, qui seront présentés à tous les répondants, sans ordre imposé. L'objectif est de connaître leurs différentes positions à propos du sujet - dans ce deuxième temps déjà plus approfondi et travaillé - et pouvoir ainsi comparer les réponses des interviewés.

Les entretiens individuels seront réalisés sur place et les échantillons seront identifiés depuis la France et complétés sur place. Nous prévoyons au moins une heure avec chaque personne et sélectionnerons des personnes majeures, de plusieurs tranches d'âges, en vie active. Le local des entretiens sera un local neutre, comme une salle d'hôtel proche d'une station de métro ou d'un grand parking bien localisé dans la ville, pour rendre l'accès facile aux répondants.

Les résultats de l'étude qualitative serviront de base pour la proposition d'un modèle théorique et la rédaction du questionnaire permettant de le tester. Le questionnaire sera diffusé par internet.

Collecter les données par l'observation : ethnométhodologie

Par l'observation naturelle de terrain au Brésil (commerces, foyers, milieu universitaire, marchés) l'idée est de rendre visible et comprendre l'interprétation, la manière d'agir et de penser des personnes à propos des concepts susceptibles d'intéresser à notre recherche (Garfinkel, 1967) (nourriture saine, nourriture naturelle, bon pour la santé, etc) de l'alimentation dans l'esprit des consommateurs.

Netnographie

En raison de la nécessité d'étudier les transformations sociales, politiques et économiques et leurs impacts dans la consommation et les habitudes alimentaires des brésiliens, nous pensons qu'il serait utile d'utiliser des techniques de netnographie. La netnographie étant une méthodologie d'étude qualitative qu'utilise l'internet comme source de données (Kozinets, 1997 ; Bernard, 2004), nous pourrions récolter des informations des groupes internet qui prôchent la consommation de nourriture saine.

Il est important de souligner que l'abondance de possibilités fait partie de cette étape de réflexion de mes premières semaines de travail doctoral. Je suis consciente de ne pas pouvoir tout faire et j'espère que, au fil du temps, les choix les plus adaptés puissent se présenter dans les meilleurs délais.

9/ Le terrain identifié, les modalités d'accès au terrain

Tout d'abord, il faut souligner que le Brésil est en train de subir des grandes transformations sociales, économiques et politiques depuis 2015. Il est donc possible que cela ait un impact dans cette recherche, car les décisions d'achat dans l'alimentaire y sont directement liées. Notre terrain de recherche coïncide avec la zone de chalandise de l'entreprise Norac et ainsi nous avons choisi de délimiter le terrain à la région la plus développée du Brésil (sud-est), ce qui comprend initialement les états de São Paulo et Rio de Janeiro.

Les revenus mensuels dans cette région (417€ per capita à São Paulo et 371€ per capita à Rio, contre 179€ à Bahia, par exemple) sont parmi les plus élevés du pays. São Paulo est aussi l'état le plus peuplé, et compte presque 46 millions d'habitants. Rio arrive en troisième place (environ 17 millions), après Minas Gerais (environ 21 millions)⁹. En raison de leur taille et importance économique face au reste du pays nous avons choisi d'analyser, dans un premier temps, Rio et São Paulo dans cette thèse. Minas Gerais pourrait être aussi une cible potentielle dans un deuxième temps.

Nous avons prévu deux voyages au Brésil, dans les villes de São Paulo et Rio de Janeiro, où nous aurons contacté, en amont, des spécialistes de la grande distribution, de la santé publique, du secteur de nutrition et aussi de l'entreprise. Pendant ce laps de temps nous allons recruter des personnes pour les entretiens individuels qualitatifs en face à face qui seront organisés dans un endroit neutre, à être encore défini.

En amont, nous allons étudier aussi la culture alimentaire brésilienne, les statistiques officielles du pays, comme celles de l'IBGE (Institut Brésilien de Géographie et Statistiques) / POF¹⁰/ MTE¹¹), l'actualité des revues professionnelles du secteur de la grande distribution, les revues économiques,

⁹ IBGE (Institut Brésilien de Géographie et Statistique)

¹⁰ Pesquisa de Orçamentos Familiares (Recherche sur les budgets des familles)

¹¹ Ministério do Trabalho e do Emprego (Ministère du Travail et de l'Emploi)

mais aussi les études des organismes privés et du secteur de l'alimentation (ABIA¹², ABIMAPI¹³, Consumer Thermometer Kantar Wordpanel, Nielsen). Une immersion dans ce type d'actualité du pays est essentielle pour guider notre observation et choix du travail de terrain.

10/ Le planning prévu

2020												
	janv	fev	mar	avr	mai	juin	juil	aôut	sept	oct	nov	déc
Premières lectures, revue de la littérature												
Formations (analyse de données, épistémologie, autres)												
Elaboration du cadre conceptuel												
2021												
	janv	fev	mar	avr	mai	juin	juil	aôut	sept	oct	nov	déc
Preparation échantillon et enquête qualitative												
Travail terrain au Brésil - enquête qualitative												
Redaction questionnaire quantitatif												
Mise en place questionnaire quantitatif												
Analyse des données / tester les hypothèses												
2022												
	janvier à décembre											
Rédaction / 2eme voyage au Brésil si besoin												
2023												
	janvier											
Soutenance												

11/ Quelques questions qui se posent et les freins à lever

- La bonne définition de l'objectif académique de la thèse (versus l'objectif du partenaire CIFRE)
- L'objet de recherche (la piste sur la perception sur l'offre industrialisé que se revendique saine ?)
- Les choix méthodologiques (l'applicabilité de l'ethnométhodologie et de la netnographie)
- Les choix épistémologiques
- Représentativité de l'échantillon d'un pays aussi vaste
- Difficultés avec la rédaction en étant non-francophone. Le cas d'autres étrangers en thèse.

¹² Associação Brasileira de Indústrias de Alimentação (Association des Industries brésiliennes de l'alimentation)

¹³ Associação Brasileira de Indústrias de Massas Alimentícias e Pães & Bolos Industrializados (Association des Industries brésiliennes de pâtes alimentaires, pains et gateaux industrialisés)

12/ Bibliographie

- AZEVEDO, E. (2008) “*Reflexões sobre riscos e o papel da ciência na construção do conceito de alimentação saudável*”. Rev. Nutr. vol.21 no.6 p.717-723. Campinas Nov./Dec.
- BERNARD, Y. (2004) “La netnographie : une nouvelle méthode d'enquête qualitative basée sur les communautés virtuelles de consommation”, Décisions Marketing. p. 49-62
- DAOUD MOALLA M. et KAMMOUN M. (2018) « *Les déterminants de l'intention d'achat des produits alimentaires biologiques : test et validation d'un modèle* ». p. 45-71. Gestion 2000 (Volume 35)
- GARFINKEL H. (2007) Recherches en ethnométhodologies. PUF. Paris.
- GAVARD-PERRET ML, GOTTELAND D, HAON C, JOLIBERT, A (2018) Méthodologie de la recherche en sciences de gestion: réussir son mémoire ou sa thèse. Pearson. 3eme edition. Montreuil.
- KOZINETS RV. (1997). “*I want to believe: A netnography of the X-Philes' subculture of consumption*, in NA, Advances in Consumer Research, vol. 24, eds.
- KRAEMER F. et al. (2014) “*O discurso sobre a alimentação saudável como estratégia de biopoder*”. Physis: Revista de Saúde Coletiva. vol.24 n.4 Rio de Janeiro out./dez. 2014.
- MONTEIRO C., CANNON G. et LEVY R. (2015) “Ultra processed foods and the nutritional dietary in Brazil”. Rev. Saúde Publica
- MONTEIRO C., CANNON G. et LEVY R. (2016) NOVA. The star shines bright (Food classification. Public health). World Nutrition. January-March.
- STREHLAU V., CLARO D. et LABAN NETO S. (2015) “*A vaidade impulsiona o consumo de cosméticos e de procedimentos estéticos cirúrgicos nas mulheres? Uma investigação exploratória*”. Revista de Administração. São Paulo.
- TORAL N. et al, (2009) “*A alimentação saudável na ótica dos adolescentes: percepções e barreiras à sua implementação e características esperadas em materiais educativos*” Cad. Saúde Pública vol.25 no.11 p. 2386-2394. Rio de Janeiro Nov.
- VIANA MR. et al, (2015) “*A racionalidade nutricional e sua influência na medicalização da comida no Brasil*” Ciênc. saúde coletiva [online]. 2017, vol.22, n.2, p.447-456.
- VILAS BOAS L. (2005) “*Comportamento do consumidor de produtos orgânicos: uma análise na perspectiva da teoria da cadeia de meios e fins*”. (Thèse de Doctorat). Lavras: UFLA.
- ZAIEM I. (2005) “*Le comportement écologique du consommateur : Modélisation des relations et déterminants*”. La Revue des Sciences de Gestion 4-5 (n°214-215), p. 75-88

IMAGES:

(fig. 1):

<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/10/carrefour-quer-vender-5-bi-em-organicos-ate-2022-diz-presidente-no-brasil.shtml>

(fig. 2):

<https://www.facebook.com/Legitimopasteis/photos/a.1535987816472398/1535987823139064/?type=1&theater>

(fig. 3):

<http://www.bahia-salvador.com/article-coxinha-les-fameuses-croquettes-de-la-gastronomie-bresilienne/>