

PhD Student / Doctorant F/H

Company:
Institut Paul Bocuse Enseignement

Location:
France / Ecully

Discipline:
Management

Employment Type:
PhD Student

Posted:
2023-05-10

Contact Person:
recrutement@institutpaulbocuse.com

Les représentations chez le consommateur des procédés anti-gaspillage des produits alimentaires en haute-gastronomie au regard de la dimension plaisir de l'expérience

Contexte :

Voici déjà quelques années que le sujet du gaspillage alimentaire s'est institutionnalisé en France, notamment avec le Pacte National de lutte contre le gaspillage alimentaire de 2013. Une ordonnance du 19 juillet 2017 impose désormais aux entreprises dans leurs déclarations de performance extra-financière dans le cadre de la RSE, d'intégrer en plus des conséquences sur le changement climatique de l'activité de la société une mention des engagements sociétaux en faveur du développement durable, de l'économie circulaire et de la lutte contre le gaspillage alimentaire. De nouvelles start-up de lutte contre ce gaspillage voient le jour, à l'instar de Phoenix qui aident les distributeurs et les industriels à redistribuer leurs invendus, ou encore l'application Too Good To Go qui met en lien les consommateurs avec des commerçants qui cèdent leurs invendus à petits prix. Et aujourd'hui, au regard du contexte actuel de crise énergétique qui invite à reconsidérer nos modes de consommation, le gaspillage alimentaire reste plus que jamais d'actualité.

Du côté des chefs de restaurants gastronomiques, on se rend compte que s'ils communiquent aisément sur leurs procédures d'approvisionnement privilégiant les circuits courts, ils ne parlent pas de la revalorisation de produits alimentaires (entendu par exemple comme l'utilisation complète d'un légume et donc de ses épluchures, ou l'intégration dans un plat de produits considérés comme non nobles) alors même que dès leur formation ou leur apprentissage ils sont sensibilisés et formés à cette gestion du gaspillage et à la limitation des déchets. Mais force est de constater que rares sont les chefs d'établissements gastronomiques encore aujourd'hui qui affichent clairement dans leur positionnement cette revalorisation des produits.

Problématique

Le sujet de thèse se propose d'étudier les représentations mentales des individus lors de la présentation dans des restaurants gastronomiques et étoilés d'assiettes composées de produits qui ont fait l'objet d'une réflexion autour de la limitation du gaspillage (utilisation des épluchures, des carcasses...). Le but est de mieux comprendre ces représentations qui guident les comportements des consommateurs dans leur acceptation d'une proposition d'un menu gastronomique. Au-delà

d'apports théoriques sur les comportements anti-gaspillage en dehors de la sphère du domicile et de la dimension plaisir d'une expérience de luxe gastronomique, cette étude amènera des préconisations à destination des acteurs du secteur.

Une étude qualitative et une étude quantitative devront être mises en oeuvre afin de trouver des éléments de réponse à cette problématique.

Missions principales

- Coordonner l'action de recherche et les liens entre les partenaires impliqués.
- Etablir une revue de littérature privilégiant le comportement du consommateur et les dimensions de l'expérience gastronomique de luxe
- Formuler des hypothèses de recherche originales, construire un modèle théorique et développer une méthodologie de recherche pertinente
- Mener et coordonner les études sur le terrain
- Effectuer l'analyse des résultats à l'aide notamment d'analyses statistiques requérant l'utilisation des logiciels adéquats
- 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 de gestion et du management et/ou sciences des consommateurs et/ou psychologie ou équivalent.
- Aptitudes aux études statistiques poussées (équations structurelles)
- Bonnes compétences rédactionnelles et communicationnelles, rigueur, dynamisme, esprit d'équipe.
- Français courant, anglais écrit et parlé.

Environnement de travail

La thèse sera accueillie au sein de la Faculty et du Centre de Recherche de l'Institut Paul Bocuse à Ecully (Lyon) et le laboratoire de recherche GRANEM de l'Université d'Angers. Elle sera réalisée principalement à Ecully. Le(a) doctorant(e) sera amené à dispenser 64H d'enseignement/an en marketing/ management dans les programmes bachelor de l'Institut Paul Bocuse.

Supervision du doctorant

La thèse sera co-dirigée par Marielle Salvador, Institut Paul Bocuse et Sandra Camus, Professeure des Universités, Directrice du laboratoire GRANEM, Université d'Angers.

Conditions et financement du projet :

- Durée : de sept/oct 2023 à sept 2026 - 3 ans
- Salaire : 25 500 € brut annuel
- Financement : Fondation G&G Pelisson

Candidatures :

- Date limite de candidature : 20 mai 2023
- Début des auditions : 10 juin 2023

Dossier de candidature :

Le dossier de candidature doit être envoyé en ligne aux adresses suivantes : sandra.camus@univ-angers.fr et marielle.salvador@institutpaulbocuse.com

Pour toute demande d'information complémentaire, envoyez un message à : marielle.salvador@institutpaulbocuse.com

Documents à fournir (en un seul dossier pdf au nom du candidat) dans le dossier au plus tard le 20 mai 2023 :

- Curriculum Vitae
- Notes du Master 1 et du Master 2
- Lettre de motivation (1 à 2 pages)
- Deux lettres de référence avec noms et coordonnées
- Description du projet de thèse au regard des éléments mentionnés dans cette offre, incluant une revue de littérature, une proposition de méthodologie, un calendrier de réalisation du projet pendant trois ans, une bibliographie (5 pages maximum pour l'ensemble)

Contact Person:
recrutement@institutpaulbocuse.com