

# AVIS DE SOUTENANCE DE THÈSE

DOCTORAT (Arrêté du 25 mai 2016)

## Madame Sofia LARAICHI

candidate au diplôme de Doctorat de l'Université d'Angers, est autorisée à soutenir publiquement sa thèse

**le 06/01/2021 à 10h00**

Faculté de droit, d'économie et de gestion

Salle du Conseil

13, allée François Mitterrand

BP 13633

49036 ANGERS Cedex 01

sur le sujet suivant :

### L'influence de l'emballage transparent et de la texture d'un produit alimentaire sur la perception de produit sain, du plaisir et du bien-être des consommateurs

Directeur de thèse : **Madame Gaëlle PANTIN-SOHIER**

Composition du jury :

Monsieur Joël BREE, Professeur des Universités Université de Caen, Examineur

Madame Céline GALLEN, Maître de Conférences Université de Nantes, Examineur

Monsieur Jean-Luc HERRMANN, Professeur des Universités Université de Lorraine, Rapporteur

Madame Gaëlle PANTIN-SOHIER, Professeur des Universités Université d'Angers, Directeur de thèse

Madame Sophie RIEUNIER, Professeur des Universités Université Gustave Eiffel, Champs-sur-Marne, Rapporteur

#### Résumé de la thèse

Dans un contexte anxiogène lié aux diverses et successives crises alimentaires, les consommateurs sont devenus plus soucieux de leur santé, se préoccupant de plus en plus de ce qu'ils mangent et de ce qu'ils boivent se traduisant par une demande croissante de vouloir voir le produit avant de prendre leur décision d'achat. Ce travail doctoral examine l'impact de la transparence de l'emballage et de la texture d'un produit alimentaire sur l'évaluation d'un produit. Un plan expérimental a été retenu, avec 3 conditions de transparence (opaque, semi-transparent, transparent) et deux conditions de texture visuelle du produit (rugueux vs. lisse). L'influence du degré de transparence de l'emballage et de la texture d'un produit est étudiée au moyen de trois études par une approche aux méthodes variées, à savoir 3 types de produits différents (compote de pomme, confiture de fraise et cookie au chocolat), la manipulation de la transparence de manière graduelle et l'utilisation de différents types de matériaux (emballage en verre, emballage en plastique). Les résultats de cette recherche prèchent en faveur de l'utilisation des emballages transparents et montrent que plus l'emballage est transparent, plus le produit est perçu sain, de qualité et de confiance, ce qui apporte des réponses aux managers et aux politiques publiques qui souhaitent positionner leurs nouveaux produits alimentaires selon l'axe « santé » mais aussi restaurer ou encore améliorer cette relation de confiance avec les consommateurs.