

# Thèse de doctorat

---

**NAWEL AYADI**

---

Discipline : Sciences de Gestion

Mention : Très Honorable avec Félicitations

Date de soutenance : 04/06/2007

Sujet : Les déterminants et les chemins de la décision du consommateur en situation risquée

Directeur de thèse : VERNETTE Eric

Equipe d'accueil : Centre de Recherche en Gestion

Composition du jury :

- BIAIS Bruno, Directeur de Recherches CNRS (Université Toulouse 1-IAE), membre du jury
- DECAUDIN Jean-Marc, Professeur des Universités, (Université Toulouse 1-IAE), membre du jury
- GIANNELLONI Jean Luc, Professeur des Universités (Université de Chambéry), rapporteur du jury
- PRAS Bernard, Professeur des Universités (Université Paris 9), président du jury
- VERNETTE Eric, Professeur des Universités (Université Toulouse 1-IAE), directeur de recherche
- VOLLE Pierre, Professeur des Universités (Université Paris 9), rapporteur du jury

---

## Résumé

Les consommateurs sont souvent confrontés à des situations de choix risqués. Les chercheurs et les managers ont besoin de comprendre la manière avec laquelle se forment les comportements des consommateurs face au risque. S'il existe des individus qui tentent de réduire ou d'éviter le risque, d'autres n'hésitent pas à le prendre. Cette thèse vise donc à identifier les déterminants et les chemins de formation de la décision individuelle en situation risquée. Il est suggéré que cette décision est le fruit de la combinaison entre les facteurs liés au contexte et à l'individu. Trois groupes de variables ont alors été considérés : les caractéristiques réelles de la décision (le niveau de risque, le cadrage de la tâche et le domaine de décision), le profil individuel spécifique au contexte (l'implication durable et les connaissances subjectives) et les variables d'évaluation et de jugement (risque perçu saillant, bénéfices perçus et émotions anticipées). L'intention d'achat a été choisie pour rendre compte de la décision en situation risquée. Sur la base d'arguments théoriques et de conclusions d'une étude netnographique exploratoire, un ensemble d'hypothèses de recherche a été développé. Elles ont été testées à l'aide d'une étude quasi-expérimentale en ligne auprès de 607 répondants. Les caractéristiques réelles de la décision ont ainsi pu être manipulées. Les résultats indiquent que les consommateurs adoptent des chemins différents dans la formation de leur intention d'achat. A l'inverse du risque perçu, les bénéfices perçus, les émotions anticipées positives et l'implication durable influencent l'intention d'achat. Enfin, les caractéristiques réelles de décision et les traits de personnalité du consommateur (l'aversion générale au risque et le besoin de stimulation) modèrent le processus de décision.

---

## Mots clés

Risque perçu saillant, bénéfices perçus, émotions anticipées positives, intention d'achat, profil individuel de risque, cadrage de la tâche, domaine de décision, quasi-expérimentation, netnographie.

---