Revue Internationale des Sciences de Gestion
ISSN: 2665-7473
Volume 6 : Numéro 4

Exploration qualitative des facteurs influençant l'utilisation des compléments alimentaires chez les consommateurs tunisiens

Qualitative exploration of factors influencing the use of dietary supplements among Tunisian consumers

HILALI Imen
Enseignant chercheur
Ecole Supérieur de Commerce de Tunis
Université de la Manouba
Laboratoire de Valorisation du Patrimoine Naturel et Culturel-VPNC Jendouba
Tunisie
Imenhl.hilali@gmail.com

Date de soumission : 17/09/2023

Date d'acceptation : 27/10/2023

Pour citer cet article :

HILALI I. (2023) «Exploration qualitative des facteurs influençant l'utilisation des compléments alimentaires chez les consommateurs tunisiens», Revue Internationale des Sciences de Gestion « Volume 6 : Numéro 4 » pp : 975 - 993

Résumé

Dans le monde entier, la consommation des compléments alimentaires est devenue une tendance croissante. Les études sur ce sujet suggèrent que cette utilisation est une composante d'un effort plus vaste visant à développer un mode de vie plus sain. En Tunisie, en raison de leur disponibilité, d'une large publicité, et de nouveaux modes de vie des consommateurs, une consommation accrue de ces aliments a été observée aussi. Cependant, il existe encore peu d'informations sur les facteurs qui favorisent leur consommation chez la population tunisienne. Notre étude vise à explorer les expériences d'un échantillon de consommateurs tunisiens concernant les facteurs influençant l'utilisation des compléments alimentaires. Quarante entretiens semi-structurés ont été réalisés avec des consommateurs achetant ces aliments auprès des pharmacies et parapharmacies. Les entretiens, enregistrés numériquement, sont, ensuite, retranscrits textuellement, saisis dans le logiciel NVivo et analysés à l'aide d'une analyse thématique. Les résultats ont permis de conclure que les avantages perçus, le bouche à oreille et les modes de vie des tunisiens sont les facteurs qui régissent leur décision d'achat des compléments alimentaires. Comprendre les facteurs qui influencent l'intention d'achat des compléments alimentaires est important pour les entreprises afin d'élaborer des stratégies marketing ciblées et plus efficace.

Mots clés : Compléments alimentaires ; Avantages perçus ; Bouche à oreille ; Mode de vie ; Tunisie.

Abstract

Worldwide, the consumption of dietary supplements has become a growing trend. Studies on the subject suggest that this consumption is part of a wider effort to develop a healthier lifestyle. In Tunisia, due to their availability, widespread advertising and new consumer lifestyles, an increase in the consumption of these foods has also been observed. However, there is still little information on the factors that promote their consumption among the Tunisian population. Our study aims to explore the experiences of a sample of Tunisian consumers regarding factors influencing the use of dietary supplements. Forty semi-structured interviews were conducted with consumers purchasing these foods from pharmacies and parapharmacies. The digitally recorded interviews were then transcribed verbatim, entered into NVivo software and analyzed using thematic analysis. Findings concluded that perceived benefits, word-of-mouth and the lifestyle of Tunisians are the factors that govern their decision to buy dietary supplements. Understanding the factors that influence the intention to buy dietary supplements is important for companies to develop more effective, targeted marketing strategies.

Keywords : Dietary supplements ; Perceived benefits ; Word of mouth ; Lifestyle ; Tunisia.

Introduction

Les compléments alimentaires sont devenus progressivement populaires dans de nombreux pays du monde. La taille du marché mondial des compléments alimentaires représentait 163,9 milliards de dollars en 2022 et devrait atteindre les 300 milliards de dollars d'ici 2030[1]. Comprendre comment et pourquoi les consommateurs achètent ces aliments est d'une grande importance pour le développement du secteur des compléments alimentaires (Hoseini, el al., 2020). Par conséquent, un nombre considérable d'études ont cherché à examiner et à expliquer l'intention d'achat, l'acceptation et la consommation de ces aliments. Des études comme celles de (Teoh, et al., 2019 ; Nguyen, et al., 2020 ; Ali, et al., 2021 ; Wong, et al., 2021 ; Parinda, 2022 ; Yeo, et al., 2023; Jadhav, et al., 2023) ont mis en évidence des facteurs d'influence pertinents. Ces facteurs sont de type démographique (par exemple, l'âge et le sexe), psychologique (par exemple, les connaissances, les avantages perçus, les préoccupations concernant la santé, la sécurité et la nutrition, et les attitudes) ou situationnel (par exemple, le prix et la disponibilité). Néanmoins, la majorité des recherches antérieures se concentrent sur les pays développés et occidentaux, particulièrement ceux d'Europe, d'Amérique du Nord ou d'Asie. Par conséquent, leurs conclusions pourraient ne pas être applicables à d'autres contextes socio-économiques tels que les économies des marchés en développement et émergentes.

En Tunisie, selon le directeur de la promotion médicale, la vente des compléments alimentaires est en hausse aussi. Elle génère plus de 600 millions dinars pour l'Etat. En plus, les perspectives de croissance pour les années à venir sont très positives. En effet, le marché devrait générer plus de 2,50 milliards d'euros à l'horizon 2024[2]. Mais, malgré la prévalence de l'utilisation des compléments alimentaires en Tunisie, à notre connaissance, aucune étude n'a été menée pour déterminer les facteurs qui influencent la décision de leur achat. Par conséquent, l'objectif de cette étude est d'identifier les principaux facteurs qui régissent la décision des consommateurs tunisiens d'acheter des compléments alimentaires. La question principale de la recherche est : *Quels sont les principaux facteurs qui influencent la décision d'achat des compléments alimentaires chez les Tunisiens ?*

Pour atteindre les objectifs de l'étude, une étude qualitative a été menée de Janvier à Mars 2023 en ciblant les Tunisiens utilisant des compléments alimentaires.

[1] https://pepswork.com/2023/05/09/analyse-du-marche-francais-des-complements-alimentaires-en-2023/#:~:text=March%C3%A9%20mondial%20et%20europ%C3%A9en,dollars%20en%202030%20%5B3%5D

[2] Bayrem Fekih : Directeur de la promotion médicale en Tunisie
https://news.gnet.tn/le-vrai-du-faux-des-complements-alimentaires-tunisie/

Dans la section suivante, nous passons en revue la littérature relative au phénomène de la consommation des compléments alimentaires tout en mettant l'accent sur les principaux facteurs qui ont favorisé ce nouveau comportement. Nous décrivons, ensuite, la méthodologie utilisée pour analyser les données recueillies. Après, nous présentons et discutons les résultats de notre recherche. Les contributions théoriques, les implications managériales, les limites et les voies futures de la recherche sont incluses dans la conclusion.

1. Revue de la littérature

Dans de nombreux pays du monde, une grande variété de compléments alimentaires est vendue, au cours des dernières années (Kim, et al., 2018 ; Bailey, 2020; Alfawaz, et al., 2021). Dans des recherches antérieures (Sicinska, et al., 2022 ; Parinda, 2022 ; Raghava et al., 2021 ; Hoseini, et al., 2020), la prise d'un complément alimentaire est souvent influencée par des facteurs sociodémographiques (sexe, âge, niveau d'éducation, revenu), des facteurs liés au style de vie (diabète, sport, régime alimentaire), des facteurs liés aux compléments alimentaires mêmes (qualité, avantages perçus, disponibilité sur le marché) ou des facteurs psychologiques (attitude, avantages perçus). Selon une étude, menée en Malaisie, sur des étudiants du premier cycle, la perception des avantages, le comportement lié au mode de vie et l'efficacité des compléments alimentaires indiquent une relation positive modérée avec leur consommation dans la vie quotidienne. De même, (Mahdavi-Roshan, et al., 2021) en menant une étude sur des consommateurs iraniens, a prouvé que les femmes, les groupes d'âge plus âgés, plus instruits, et ceux qui ont des maladies chroniques (diabète, hypertension et maladies cardiovasculaires) étaient plus susceptibles d'utiliser n'importe quel complément alimentaire. Une étude transversale a été réalisée par (Alfawaz, et al., 2021), sur des résidents saoudiens, a prouvé que les déterminants de l'utilisation des compléments alimentaires étaient l'influence de l'âge, le niveau d'éducation et le revenu. Dans une étude récente sur des jeunes consommateurs malaysiens, (Yeo, et al., 2023) ont révélé que les principaux facteurs qui influencent leurs décisions d'achat des compléments alimentaires sont basés sur la connaissance et la qualité des produits achetés. D'autres études sur le comportement du consommateur des compléments alimentaires, en mobilisant la théorie du comportement planifié (TPB) (Ajzen, 1991), ont prouvé que l'attitude prédise de manière significative l'intention d'achat de ces compléments (Noor, et al., 2014 ; Lee, et al., 2016 ; Tan, et al., 2019 ; Alami, et al., 2019). Dans ce sens, une étude de (Lee, et al., 2016) a révélé que le contrôle comportemental perçu, les normes subjectives et l'attitude influencent significativement l'intention d'achat des compléments

alimentaires chez des étudiants malaysiens. Une autre étude similaire de Noor et al., (2014) a révélé que les consommateurs qui affichaient une attitude optimiste à l'égard de la consommation des compléments alimentaires pensaient que ces derniers pouvaient améliorer leur santé. Alors, ces consommateurs avaient davantage l'intention de consommer des compléments alimentaires. De même, (Wong, et al., 2021) ont prouvé que les attitudes des consommateurs, les normes subjectives, le contrôle comportemental perçu et la conscience de la santé contribuaient de manière significative à l'intention d'achat des compléments alimentaires chez les consommateurs sélectionnés. Par contre, le prix perçu n'avait pas d'impact sur l'intention.

2. Méthodologie

2.1. Design de la recherche

Cette étude est de nature qualitative et exploratoire. Elle a été menée de Janvier à Mars 2023. Les participants ont été sélectionnés à l'aide d'un échantillon de convenance vu que les répondants sont les clients des magasins qui vendent ces produits (Vounba, et al., 2022). Pour obtenir le maximum d'informations, une grande variété des consommateurs de compléments alimentaires ont été sélectionnées dans des parapharmacies et pharmacies dans la région du Grand Tunis (Voir Tableau N°1). Dans cette étude, les critères d'inclusion étaient les suivants : a) Consommateurs tunisiens, b) Ayant pris au moins un complément au cours des 12 mois précédant notre interview, c) La volonté de participer à la présente étude et de partager leurs expériences. Une fois la première série d'entretiens terminée, nous avons effectué une analyse du contenu des données et avons continué jusqu'à saturation des données.

Tableau N°1 : Profils des répondants

Référence	Genre	Age	Fonction
I1	Homme	23	Étudiant
I2	Homme	26	Enseignant au primaire
I3	Femme	31	Doctorante
I5	Homme	45	Architecte
I6	Femme	28	Femme au foyer
I7	Femme	60	Infirmière
I8	Femme	52	Esthéticienne
I9	Homme	27	Technicien supérieur
I10	Homme	59	Ingénieur
I11	Femme	24	Étudiante
I12	Femme	33	Caissière
I13	Femme	36	Diplômée (en chômage)
I14	Femme	54	Femme au foyer

I15	Femme	48	Artiste
I16	Femme	42	Enseignante universitaire
I17	Homme	42	Avocat
I18	Femme	47	Coach en gymnastique
I19	Homme	30	Policier
I20	Homme	62	Médecin dentiste
I21	Femme	34	Enseignante
I22	Femme	39	Infirmière
I23	Femme	41	Chef de projet
I24	Femme	53	Cadre (banque)
I25	Homme	48	Chauffeur Taxi
I26	Femme	46	Traductrice
I27	Femme	33	Caissière (Supermarché)
I28	Homme	29	Technicien
I29	Femme	31	Enseignante au primaire
I30	Femme	27	Doctorante
I31	Femme	38	Avocate
I32	Homme	35	Coach en natation
I33	Homme	47	Juge
I34	Homme	57	Cadre (Organisation publique)
I35	Femme	44	Esthéticienne
I36	Femme	29	Vendeuse
I37	Homme	60	Ingénieur
I38	Femme	58	Policière
I39	Femme	35	Juge
I40	Femme	46	Architecte d'intérieur

Source : Auteur

2.2. Collecte des données

Des entretiens semi-structurés ont été menés à l'aide d'un guide d'entretien. Tous les entretiens ont été enregistrés et retranscrits mot à mot par le chercheur. Chaque entretien a duré entre 45 et 60 minutes. Les entretiens ont porté sur l'historique de la consommation des compléments alimentaires par les participants à l'étude, les raisons de cette prise et les facteurs qui ont influencé, en général, la décision de leur achat. Les entretiens ont commencé par des questions générales sur l'âge, le niveau d'éducation, la situation professionnelle et l'état civil. En outre, tous les entretiens ont été menés face à face et tout le langage corporel ainsi que les mouvements des visages des interrogées ont été enregistrés. L'échantillonnage a été poursuivi jusqu'à saturation des données. Dans l'étape suivante, le chercheur a transcrit les entretiens sous forme de textes sous Microsoft Word pour une analyse plus poussée.

2.3. Analyse des données

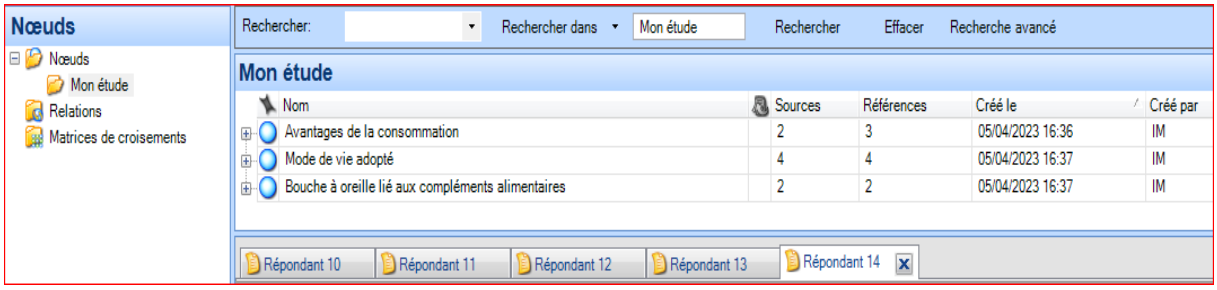
L'analyse thématique a été utilisée comme méthode de recherche pour identifier les résultats des transcriptions des entretiens. Par la suite, le chercheur a utilisé un logiciel d'analyse qualitative pour enregistrer, coder et évaluer les réponses (NVivo 10). Le programme est un puissant outil d'analyse des données qualitatives avec des fonctionnalités qui vont bien au-delà de ce que l'on trouverait dans un kit de statistiques typique. Une approche inductive, telle que suggérée dans la théorie ancrée (Lester, et al., 2020), est utilisée dans l'identification des thèmes à partir des transcriptions d'entretiens. Une approche inductive, comme les notent (Braun & Clark, 2019), réduit tout risque de biais du chercheur, car elle est axée sur les données, examine en profondeur les données recueillies auprès des participants à l'entretien et ne reflète pas les questions exactes posées lors de l'entretien.

Pour la présente recherche, 40 entretiens ont été transcrits et enregistrés sur Microsoft Word. Les enregistrements ont été transcrits tout en vérifiant la grammaire et importés dans le logiciel NVivo. Le processus d'analyse a compris trois étapes, à savoir : la transcription des données, le codage des données, leur rattachement aux nœuds pertinents et l'élaboration des thèmes significatifs. Les entretiens ont été décomposés en sections plus petites, à savoir des passages qui permettent une classification plus facile. Les passages ont, ensuite, été codés dans des nœuds « enfants » pertinents, où chacun représentant une idée liée à l'utilisation des compléments alimentaires, soit un facteur influençant leur consommation. Dans le cas où aucun nœud pertinent au passage sélectionné n'existait, un nouveau nœud était créé. Une fois les nœuds sont créés, l'étape suivante consistait à identifier les thèmes. Les nœuds « enfants » associés ont été placés sous un nœud « parent », qui présentait les thèmes de l'étude. Certains passages seraient, plus tard, utilisés comme citations textuelles lors de la discussion des résultats. Comme le note (Attride-Stirling, 2001), chaque thème représente les résultats de la phase qualitative, dans laquelle chacun des résultats du nœud enfant est discuté, plus tard, et utilisé pour valider les résultats de l'étude. Enfin, les thèmes identifiés sont revus à travers le recentrage des données et la transcription pour vérifier, en premier lieu, s'il y a suffisamment des données identifiées sous chacun des thèmes ; et vérifier, en deuxième lieu, si les données justifient la séparation des thèmes (Kiger & Varpio, 2020). Ceci est accompli en recoupant les passages codés et en vérifiant s'il y a plus d'informations qui peuvent être codées à partir des transcriptions. Les thèmes de l'étude sont rapportés après examen et discutés en détail dans les sections de résultats et discussion.

3. Résultats

Cette section présente les résultats des entretiens transcrits afin de faciliter le processus d'analyse de codage et d'identifier les concepts ainsi que les thèmes reliés. Les nœuds « parents » peuvent indiquer l'émergence d'un thème à partir des transcriptions. Il existe plusieurs nœuds « enfants » sous chaque code parent, qui peuvent représenter les sous-thèmes ou un ensemble de concepts connexes à un niveau inférieur de l'analyse. Le processus de codage a commencé par l'identification des passages et des citations liés à la consommation ainsi qu'à la décision d'achat des compléments alimentaires. Le traitement des passages a généré trois nœuds, qui représentaient les grands thèmes. La figure N°1 montre les nœuds/thèmes majeurs extraits de l'analyse des passages.

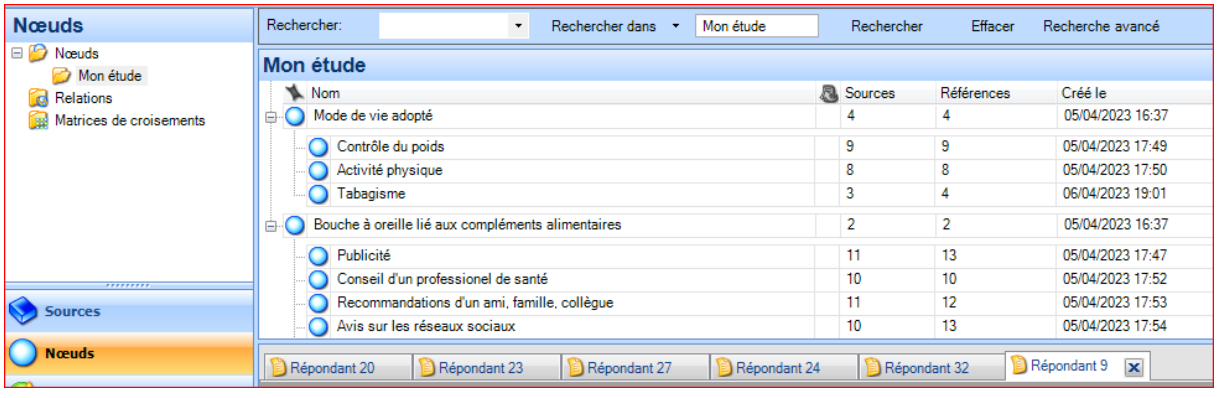
Figure N°1 : Les nœuds créés dans NVivo 10



Source : Auteur

La figure N°2 montre des nœuds « parents » et leurs nœuds « enfants ». Le processus de codage impliquait de lire chaque entretien et de coder les informations relatives aux différents nœuds. Chacun des nœuds « parents » est attaché aux passages pertinents de la transcription.

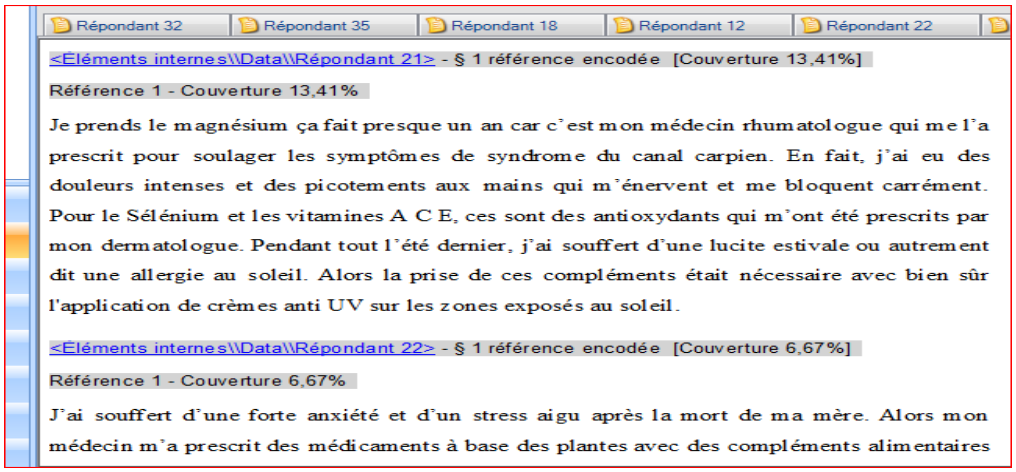
Figure N°2 : Nœuds « parents »/ « enfants » créés dans NVivo 10



Source : Auteur

La figure N°3 montre un exemple du codage des transcrits.

Figure N°3 : Exemple du codage des transcrits



Source : Auteur

Les nœuds « parents » et les nœuds « enfants » obtenus à partir de l'analyse ont été renommés en thèmes et sous-thèmes, comme indiqué dans le tableau N°2.

Tableau N°2 : Profils des répondants

Nœuds parents (Thèmes)	Nœud enfants (Sous-thèmes)	Exemples des réponses des interviewés
Avantages perçus	-Plus fort et plus jeune -Prévenir les maladies -Moins de stress et de fatigue -Besoins nutritionnels	« *Je prends depuis longtemps la vitamine C, du sélénium et du zinc... Grâce à l'utilisation de ces compléments, ma peau est très claire et hydratée* » (I7), « *Lorsque je prends des compléments alimentaires, je sens que mon corps devient plus fort et plus frais...* » (I22), « *Les compléments alimentaires peuvent prévenir plusieurs maladies* » (I15), « *... la consommation de compléments alimentaires a des effets positifs sur l'humeur, l'esprit, la concentration, la santé mentale et les fonctions cérébrales des individus*" (I5), « *... j'ai pris des compléments alimentaires pendant des années car j'étais stressée et anxieuse...* » (I14), « Je *vois que les aliments de nos jours ne répondent pas aux besoins nutritionnels de notre corps... ; Alors, moi, mes enfants, et d'autres membres de ma famille nous prenons des compléments alimentaires* » (I26).
Bouche à oreille	-Conseil d'un professionnel de santé -Avis sur les réseaux sociaux -Recommandations d'un ami, collègue ou membre de la famille -Publicité	« *Suite à une évaluation clinique simple et à une prise de sang, mon médecin a détecté une carence en fer et en vitamine D, il m'a prescrit les compléments alimentaires nécessaires* » (I21). « *Avant d'acheter un complément alimentaire, je consulte les avis sur des pages ou groupes Facebook* » (I18), « Dernièrement, j'*ai discuté avec mes collègues à propos la consommation de sélénium et ses bienfaits sur la peau* » (I11), « *Certains de mes achats récents de ces produits ont été effectués sur la base*

		*d'informations trouvées sur Facebook ou Instagram » (I19), « Une amie m'a recommandé la consommation de la vitamine D pour prévenir l'*ostéoporose et le cancer du sein *» (I33).*
Mode de vie	-Contrôle du poids -Activité physique -Tabagisme	« *Je suis obèse, je ne peux pas manger toutes sortes d'aliments. J'ai décidé de perdre du poids, alors je prends des compléments alimentaires pour aboutir à mon but* » (I38), « *Comme je suis un athlète, je prends des compléments alimentaires régulièrement pour accroître mes performances sportives* » (I9), « *L'utilisation de complément alimentaires peut réduire l'appétit et conduire à un meilleur contrôle du poids* » (I31), « *J'ai arrêté de fumer ces derniers mois… Je consomme des compléments alimentaires prescrits par mon médecin à base de vitamine C et des plantes* » (I30).

Source : Auteur

4. Discussion des résultats

Cette section présente une discussion détaillée des thèmes identifiés dans l'analyse thématique tout en présentant des conclusions similaires tirées de la littérature. De plus, en utilisant NVivo et la technique des fréquences de mots, nous avons généré un nuage de mots depuis les 40 transcriptions utilisées comme le montre la figure N°4.

Figure N°4 : Nuage des mots des entretiens

Source : Auteur

Les résultats de cette étude sont cohérents avec les arguments de la plupart des études antérieures traitant la consommation des compléments alimentaires et les facteurs qui y favorisent. L'une des raisons les plus courantes de la prévalence de consommation de ces aliments, selon nos interviewés, est la perception des avantages qu'ils procurent. Ces derniers ont déclaré que les avantages des compléments alimentaires sont comme suit : 1) Améliorer la forme physique, 2) Réduire la perte des cheveux, 3) Améliorer la santé et la beauté de la peau ; 4) Améliorer l'humeur ; 5) Réduire les besoins de l'organisme en aliments malsains ou dangereux et 6) Combler les carences en nutriments dans un régime alimentaire. Ceci corrobore les résultats de (Nor Intan, et al., 2020) qui ont montré que l'efficacité du complément alimentaire a eu le plus grand impact sur la consommation des compléments alimentaires chez des étudiants en Malaysie. Dans cette veine, les études de (Zaki, et al., 2018) et (Alfawaz, et al., 2017) ont montré que la beauté et la santé des cheveux étaient les deux principales raisons de la consommation des compléments alimentaires chez les consommateurs étudiés. De même, (Pajor, et al., 2017) ont dévoilé que les consommateurs pensaient que les compléments alimentaires pouvaient améliorer la santé mentale et physique outre qu'ils réduisent les problèmes de santé. Une étude menée par (Dickinson, et al., 2014) a révélé que 42 % des participants à l'enquête prenaient des compléments alimentaires pour combler des lacunes nutritionnelles dans leur régime alimentaire. Dans son étude sur des adultes américains, (Bailey, 2020) a constaté que 18 % utilisaient des compléments alimentaires pour réduire leur taux de cholestérol et avoir un cœur en bonne santé. De leur côté, (Salgado, et al., 2014) ont constaté que 10,3 % des coureurs brésiliens utilisaient des compléments alimentaires pour lutter contre la fatigue. (Pillay & Pillay, 2019) ont également constaté que 62,5 % des étudiants en diététique dans l'Afrique du Sud utilisaient des compléments alimentaires pour renforcer leur système immunitaire.

D'autres interviewés ont déclaré que leur décision d'achat était influencée par le bouche à oreille traditionnel ou électronique à travers les recommandations des membres de la famille, ou des influenceurs, les avis postés sur Facebook ou Instagram, les avis des proches, amis ou collègues. Ces interviewés prouvent que cette technique les a aidés à prendre des décisions d'achat et à éviter les doutes. Des résultats similaires ont été obtenus par (Alam, 2022). Ces auteurs ont prouvé que la fiabilité perçue de bouche à oreille électronique a un impact significatif sur l'attitude à l'égard des compléments alimentaires et un impact sur l'intention d'achat chez des adolescentes saoudiennes. Ils pensent que les avis d'utilisateurs réels sont fiables car ils montrent une expérience réelle dans l'utilisation des compléments alimentaires.

Dans ce sens, (Zaidane, 2021) ajoute que lors de l'achat d'un article en ligne, les consommateurs font beaucoup plus confiance aux expériences vécus par les autres plus qu'aux messages publicitaires. De même, selon une étude menée en Thaïlande, les avis des utilisateurs réels sur internet et des membres de la famille ou d'amis ont un lien positif avec l'intention d'achat. Si l'avis est négatif, les gens ont tendance à ne pas acheter ces aliments. Si l'avis est positif, ils sont prêts à les essayer (Parinda, 2022).

D'un autre côté, étant donné que, la consommation des compléments alimentaires n'est pas un acte anodin, certains consommateurs ont mentionné que le fait d'adopter et suivre les avis ainsi que les expériences des autres n'est pas une bonne solution. Ils estiment que ce comportement peut entraîner un risque pour la santé en prenant des compléments alimentaires non convenables et efficaces. Alors, ces enquêtés s'appuient souvent sur les recommandations d'un professionnel de santé comme les pharmaciens, les médecins et les diététiciens. Ceci confirme le résultat de l'étude de (Saeed, 2018), qui a montré que le spécialiste en diététique (médecin, pharmacien, nutritionniste…) contribue le plus à la décision d'acheter des compléments alimentaires soit environ 19 %. Par conséquent, (Pence, et al., 2021) et (Hoseini, et al., 2021) soulignent que les professionnels de santé devraient encourager les consommateurs à se méfier des allégations exagérées et les orienter vers des produits scientifiquement prouvés et sûrs. Ils recommandent d'ailleurs la formation continue de ces spécialistes sur les compléments alimentaires outre les nouvelles découvertes réalisées grâce à la recherche clinique et aux études de cas. De son côté, (Hoseini, et al., 2021) recommandent aux professionnels de santé d'éduquer les patients et les consommateurs par le biais des médias de masse sur les avantages ainsi que les effets indésirables associés à la prise de compléments alimentaires.

Enfin, selon notre étude, la décision d'achat des compléments alimentaires était aussi associée aux modes de vie adoptés par les Tunisiens comme le sport, le tabagisme et le désir de contrôler le poids. Ces résultats sont cohérents avec ceux de (Bailey, 2020) et (Peeling, et al., 2019). Ces derniers révèlent que les consommateurs réguliers des compléments alimentaires sont plus susceptibles de déclarer faire de l'exercice ou de l'activité physique plus fréquemment et plus performants que les non-consommateurs. Une autre étude, menée en Malaisie, auprès des personnes qui pratiquent la gymnastique, a prouvé que le mode de vie soucieux de leur santé conduit à une consommation plus élevée des compléments alimentaires parmi eux (Sedek, et al., 2018). Dans un autre contexte, plusieurs répondants ont souligné que les compléments alimentaires les ont beaucoup aidés à adopter un style de vie sain et arrêter de fumer en limitant le stress et la prise de poids. Ce résultat n'est pas cohérent avec celui de (Serdarevic, et al.,

2019) qui lors d'une étude menée sur des étudiants de l'Université de Sarajevo, n'ont observé aucune corrélation entre le tabagisme et la prise des suppléments multivitaminés et minéraux.

Conclusion

La popularité grandissante des compléments alimentaires et leur consommation accrue a augmenté progressivement en Tunisie. Dans cette étude, nous avons essayé de cerner les principaux facteurs qui poussent les Tunisiens à acheter ces aliments. Les résultats ont montré que cette consommation est souvent influencée par les avantages perçus, le bouche à oreille et le mode de vie des consommateurs. Cette étude visait à combler les lacunes existantes dans la littérature. Elle révèle quelles variables peuvent prédire la consommation des compléments alimentaires dans un pays en développement alors que d'autres études sur la consommation de ces aliments n'ont pris en compte que les pays développés. Ces résultats entrainent des implications managériales importantes. Ils permettent de fournir des informations utiles pour les industries des compléments alimentaires qui doivent les prendre en compte lors de l'élaboration d'une stratégie de marketing ciblée et plus efficace. En effet, il est recommandé que des interventions adaptées et efficaces soient conçues pour sensibiliser la population tunisienne aux risques d'une consommation incontrôlée des compléments alimentaires. Certes, il existe certaines limites à cette étude. Les données n'ont été collectées qu'auprès d'une population qui vit dans le grand Tunis. Nous pouvons obtenir des résultats plus variables si les données étaient collectées auprès d'une population plus diversifiée. Pour les recherches futures, la portée de l'étude peut être élargie en faisant participer des consommateurs d'autres régions de la Tunisie, comme le sud, afin de mieux cerner les principaux facteurs qui poussent les consommateurs à acheter des compléments alimentaires dans de différentes régions de la capitale. En outre, les chercheurs devraient mener, à la fois, une recherche qualitative et quantitative afin d'obtenir un résultat final plus précis qui peut être applicable dans les domaines connexes.

ANNEXES

Exemple d'entretien

Répondant I16

Sexe : Féminin

Age : 42

Fonction : Enseignante universitaire

1- Qu'est-ce qu'un complément alimentaire selon vous ?

C'est un aliment qui contient des vitamines et des minéraux qui sont bénéfiques pour notre santé.

2- Pensez-vous que les compléments alimentaires diffèrent des médicaments ? Comment ?

Oui, ils sont différents certainement. Les compléments alimentaires ne remplacent jamais les médicaments. Chacun a sa fonction. Les compléments alimentaires comme leurs noms l'indiquent ils complètent une cure ou un soin. Ils renforcent l'immunité, ils réduisent la fatigue et le stress, ils illuminent le teint de la peau, etc mais ils ne traitent pas un diabète par exemple ou une hypertension.

3- Quelles catégories des compléments alimentaires avez-vous utilisé cette dernière année ? Depuis quand ?

Je prends le magnésium deux fois par an et le sélénium avec le trio vitamines A C E pendant trois mois consécutifs 1fois/ an avant l'été.

4- Quelles sont les raisons de cette prise ?

Je prends le magnésium car c'est mon médecin rhumatologue qui me l'a prescrit pour soulager les symptômes de syndrome du canal carpien (Douleurs et picotement aux mains). Pour le Sélénium et les vitamines ACE, il m'a été prescrit par mon médecin dermatologue car je souffre d'une allergie au soleil pendant tout l'été.

5-Depuis combien de temps prenez-vous des compléments alimentaires ?

Ça fait maintenant presque deux ans que je les prends.

6- Comment évaluez-vous l'opportunité d'utiliser ces compléments ?

Je vois que ces compléments sont d'une haute efficacité pour mon cas. Ils ont pu calmer mes douleurs d'articulations et de fourmillements (pour le magnésium). Pour le sélénium et les

vitamines ACE je les trouve comme des antioxydants très puissants. Ils ont renforcé ma peau contre les agressions du soleil. Je suis vraiment satisfaite de leurs effets.

7- Avez-vous pensé que ces aliments peuvent avoir des effets secondaires ?

Oui probablement, il y a le risque de surdosage par rapport à nos besoins journaliers et surtout si on les utilise pendant une durée prolongée. Mais pour moi, je prends souvent l'avis de mon médecin ou mon pharmacien avant d'acheter ces aliments.

8- Achetez-vous les compléments alimentaires grâce aux promotions proposées ?

Oui parfois j'achète si je vois une offre intéressante dans un complément que j'utilise déjà ou qui j'envisage l'utiliser j'achète certainement surtout s'il est recommandé par un professionnel de santé comme je vous ai dit.

9-Pensez-vous qu'il y a eu plus de publicités pour les compléments alimentaires ces dernières années ?

Oui effectivement, sur Facebook et Instagram surtout et à travers les influenceurs. On voit chaque jour beaucoup de pubs sur divers types de compléments pour les cheveux, la peau, l'obésité, le stress et plein d'autres aliments.

10-Pour les canaux en ligne, quelle plateforme recherchez-vous habituellement pour les avis ? YouTube/Facebook/Instagram, etc.

Je consulte souvent des groupes Facebook surtout ceux qui traitent ce sujet pour lire des statuts et des publications des autres et avoir une idée. Pour les influenceuses et instagrameuses, personnellement je ne me fie jamais à leurs conseils car elles sont tout simplement rémunérées sur les avis et les expériences partagés.

11- Que recherchez-vous lorsque vous consultez des avis et lisez des commentaires en ligne ?

Parfois je regarde les expériences des autres pour avoir une idée sur les bienfaits et les effets indésirables. Mais je ne pense pas prendre un jour un complément alimentaire sans avis médical.

12-Le contenu des avis disponibles influence-t-il votre perception de ces aliments ?

Non jamais comme je vous ai dit tout à l'heure, je prends, en premier lieu, l'avis de mon médecin ou mon pharmacien.

13-Demandez-vous conseil à quelqu'un d'autres que le pharmacien ou le médecin avant de décider d'acheter des compléments alimentaires ? Si oui qui est ?

Oui je prends l'avis de ma sœur parfois. Elle est une grande consommatrice des compléments alimentaires comme les produits à base de collagène, vitamine C, B6, acide salicylique, etc…Dernièrement, j'ai discuté avec elle et sa copine à propos quelques aliments bénéfiques

pour la chute des cheveux comme le fer, la vitamine B, le zinc, etc. Ma sœur par exemple, a commencé récemment une cure à base de spiruline et la vitamine B contre la chute des cheveux. J'attends les résultats avec impatience.

14-Vous trouvez que ces personnes ont des informations fiables sur les compléments alimentaires ? Comment ?

Oui ma sœur lit et suit souvent les retours des clients sur les réseaux sociaux. En plus, elle est doctorante en Sciences de la vie et la terre alors elle a des connaissances dans ce domaine. C'est pour cela que je me fie à elle.

15-Alors, vous pouvez acheter des compléments alimentaires utilisés ou recommandés par des amis, collègues ou membre de votre famille ? Pourquoi ?

De la part de ma sœur probablement oui. J'attends les résultats de la cure suivie par ma sœur ensuite je déciderai ; si elle trouve de bons résultats je me lancerai surement dans cette cure car on a presque la même qualité des cheveux. Sinon je consulterai probablement un dermatologue spécialiste dans les cheveux car peut être c'est un problème héréditaire.

BIBLIOGRAPHIE

Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. DOI : 10.1016/0749-5978(91)90020-T

Alam, M. Z. (2022). E-Word of mouth and its influence on adolescent purchase behavior toward dietary supplements. *Asian Journal of Pharmaceutics*, 16 (3), 330-341.

Alami, A., Tavakoly Sany, S.B., Lael-Monfared, E.,Ferns, G.A., Tatari, M., Hosseini, Z. & Jafari, A. (2019). Factors that influence dietary behavior toward Iron and Vitamin D consumption based on the Theory of Planned Behavior in iranian adolescent girls. *Nutrition Journal*, 18(8). DOI : 10.1186/s12937-019-0433-7

Alfawaz, H, N., Khan. A, Shahrani, F. M., & Al Daghri, N. M. (2017). Prevalence of dietary supplement use and associated factors among female college students in Saudi Arabia, BMC Wom. *Health*, 17(116).

Alfawaz, H.A., Khan, N., Aljumah, G.A., & Al-Daghri, N. M. (2021). Dietary intake and supplement use among Saudi residents during COVID-19 lockdown. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18 (12).

Ali, T., Alam, A., & Ali, J. (2021). Factors affecting consumers' purchase behaviour for health and wellness food products in an emerging market. *Global Business Review*, 22 (1), 151-168.

Attride-Stirling, J. (2001). Thematic networks: An analytic tool for qualitative research. *Qualitative Research, 1*(3), 385-405.

Bailey, R. L. (2020). Dietary supplement use and its micronutrient contribution during pregnancy and lactation in the United States. *Obstetrics and Gynecology*, 135 (3), 623–633.

Braun, V., & Clarke, V. (2019). Reflecting on reflexive thematic analysis. *Qualitative research in sport, exercise, and health*, 11 (4), 589-597.

Dickinson, A., Blatman, J., El-Dash, N., & Franco, J.C. (2014). Consumer usage and reasons for using dietary supplements: report of a series of surveys. *Journal of the American College of Nutrition*, 33, 176-182.

Jadhav, H. B., Sablani, S., Gogate, P., Annapure, U., Casanova, F., Nayik, G. A., Alaskar, K., Sarwar, N., Raina, I. A., Ramniwas, S., & Mousavi Khaneghah, A. (2023). Factors governing consumers buying behavior concerning nutraceutical product. *Food Science and Nutrition.* DOI : 10.1002/fsn3.3518

Hoseini, A., Dehdari, T., & Solhi, M. (2020). Determinants of dietary supplements consumption in healthy adults: a review of existing evidence (1996-2020). *Journal of Neyshabur University of Medical Sciences*, 8 (3), 1-11.

Lester, J. N., Cho, Y., & Lochmiller, C.R. (2020). Learning to do qualitative data analysis: A starting point. *Human Resource Development Review*, 19, 94196.

Kiger, M.E., & Varpio, L. (2020). Thematic analysis of qualitative data: AMEE Guide No. 131. *Medical Teacher*, 42, 846-854.

Mahdavi-Roshan, M., Rezazadeh, A., & Joukar, F. (2021). Dietary supplements consumption and its association with socioeconomic factors, obesity, and main non-communicable chronic diseases in the north of Iran: the PERSIAN Guilan Cohort Study (PGCS). *BMC Nutrition,* 7, 84.

Nguyen, N., Nguyen, H. V., Nguyen, P.T., Tran, V. T., Nguyen, H.N., et al. (2020). Some Key Factors affecting consumers' intentions to purchase functional foods: A case study of functional yogurts in Vietnam. *Foods*, 9 (1). DOI: 10.3390/foods9010024.

Noor, N.A.M., Yap, S.F., Liew, K.H. and Rajah, E. (2014). Consumer Attitudes toward Dietary

Supplements Consumption: Implications for Pharmaceutical Marketing. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 8(1), 6-26. DOI: 10.1108/IJPHM-04-2013-0019

Nor Intan, S, A., Nurul, F. M., Nor Azmaniza, A., & Mohd, R. D. (2020). Influencing Factors in Dietary Supplement Consumption among University Students. *Advances in Business Research International Journal,* 6 (1), 96-106.

Pajor, E.M., Eggers, S.M., & Curfs, K. C. (2017). Why do Dutch people use dietary supplements? Exploring the role of socio-cognitive and psychosocial determinants. *Appetite,* 114, 161-168.

Parinda, K. (2022). *Factors influencing consumers' intention to purchase dietary supplements* [Master's thesis of Management, College of Management, Mahidol University].

Peeling, P., Castell L., Derave, W., & Hon, O. (2019). Sports Foods and Dietary Supplements for Optimal Function and Performance Enhancement in Track-and-Field Athletes. *International Journal of Sport Nutrition and Exercise Metabolism*, 29, 198-209.

Pillay, L., & Pillay, K. (2019). *Dietary supplement use among dietetics students at the University of KwaZulu-Natal*. Health SA Gesondheid 24.

Kim J., Choi J., Kwon S.Y., McEvoy J.W., Blaha M.J., Blumenthal R.S., et al. (2018). Association of multivitamin and mineral supplementation and risk of cardiovascular disease. *Cardiovascular Quality and Outcomes*, 11(7).

Pence, J. C., Martin, K, R., Bloomer R, J. (2021). Beyond Nutrition Recommendations: What healthcare professionals Should Know about Dietary Supplements to Best Serve Their Patients, *Health*, 13, 4. DOI: 10.4236/health.2021.134027

Raghava S., Divya, K., Murugananthi, D., & Kavitha, M. (2021). A study on consumer buying behaviour towards major herbal-based immunity boosters and brands in Tamil Nadu. *The Pharma Innovation Journal,* 10(10), 425-430.

Saeed, A. O. (2018). *Factors influencing consumer's buying decision of dietary supplements : An Empirical Study in Amman City- Jordan* [Master's thesis in Marketing, Faculty of Graduate Studies Zarqa University, Jordan].

Salgado, J. V., Lollo, P. C., & Amaya-Farfan, J. (2014). Dietary supplement usage and motivation in Brazilian roadrunners. *Journal of the International Society of Sports Nutrition*, 11, 1-5.

Serdarevic, N., Katana, B., Jaganjac, A., & Bojicic, S. (2019). The cigarette smoking, coffee and supplements intake at students of Sarajevo University. *Medical Archives*, 73 (104), DOI: 10.5455/medarh.2019.73.104-108.

Sicinska, E., Madej, D., Karolina Szmidt, M., Januszko, O., & Kaluza, J. (2022). Dietary supplement use in relation to socio-demographic and lifestyle factors, including adherence to mediterranean-style diet in university students. *Nutients*, 14,13. DOI : 10.3390/nu14132745

Sedek, R., Li, T., Kambli, N., & Kasim, Z. (2018). The use of supplements among adults in selected gymnasium in Kuala Lumpur, Malaysia. *Food Science and Nutrition Technology*, 3(4).

Teoh, S. Li, Ngorsuraches, S, Lai, N. M, Bangpan, M & Chaiyakunapruk, N. (2019). Factors affecting consumers' decisions on the use of nutraceuticals: a systematic review. *International Journal of Food Sciences and Nutrition*, 70 (3): 1-22. DOI:10.1080/09637486.2018.1538326.

Vouna, C., Sidsi, B., Alhadji, A, H., Biyack, W. C., Boursi, J. (2022). Perception des produits biologiques par les consommateurs camerounais, *Revue Internationale du Chercheur*, 3(2), 797-814.

Wong, Y. Q., Tan, B, C., Lau, T.C., & Khan, N. (2021). Purchase intention towards dietary supplements during COVID-19 pandemic: consumers' perspective. *Food Research*, 5(5), 294-299.

Yeo, S. F., Tan, C. L., Irene Y, C., Dario, N. P & Yu, J, T. (2023). Supplements purchase intention : young consumer's perspective. *British Food Journal*, 125 (7), 2610-2627.

Zaidane, K. (2021). Du Word Of Mouth au Word Of Mouse, un défi du marketing dans l'ère des réseaux sociaux, *Revue Française d'Economie et de Gestion*, 2, 4, 356-372.

Zaki, A, N., Rasidi, S. M. Awaluddin, T., & Hiong, G. (2018). Prevalence and characteristic of dietary supplement users in Malaysia: data from the Malaysian adult nutrition survey (MANS) 2014. *Global Journal of Health Science*. DOI:10.5539/GJHS.V10N12P127.