

Sujet de thèse : Les influenceurs ZÉRO DÉCHET, Quelles sont les représentations sociales et les pratiques véhiculées par les influenceurs Zéro déchet? Quel impact sur le consommateur ?

Discipline : Gestion/Géographique

Laboratoire d'accueil : Argumans avec une collaboration avec ESO et le Granem

Site : Université du Mans

Directeurs de thèse : Christine Gonzalez (PU marketing), Mathieu Durand (MCF HDR géographie), Gaëlle Pantin Sohier (PU marketing)

Éléments à envoyer pour la candidature avant le 11 juillet:

- un curriculum vitae détaillé
- une lettre de motivation
- une copie du relevé de notes de Master 1 et Master 2 (1er semestre) avec indication du rang de classement si connu
- un mémoire de recherche ou de stage
- éventuellement des lettres de recommandation

Renseignements+envoi des candidatures: Christine.Gonzalez@univ-lemans.fr;
Mathieu.durand@univ-lemans.fr; gaelle.pantin-sohier@univ-angers.fr

Auditions (visio): 16 Juillet 2024

Résumé

Les influenceurs, avec leur grand nombre d'abonnés, commencent à s'impliquer dans le Zéro Déchet en donnant des conseils et en montrant des modes de vie écolo. Il est important de comprendre comment les mobiliser pour changer les comportements des gens en ce qui concerne la réduction des déchets. Cette thèse vise à analyser les idées et les actions des influenceurs sur le Zéro Déchet, ainsi que comment les gens les perçoivent et comment ils influencent l'adoption de cette démarche.

De nombreuses initiatives sont mises en place pour faciliter la transition vers le zéro déchet : par exemple un festival Zéro Déchet à Ecommoy (Le Maine Libre, 16 mai 2023) ou des applications mobiles anti-gaspillage. Elles visent à sensibiliser le consommateur, à lui transmettre des informations et à lui apprendre des pratiques. Parallèlement à ces initiatives, les influenceurs, c'est à dire *«des personnalités s'exposant en ligne, disposant d'une large base d'abonnés, pouvant être répartie entre divers médias sociaux (YouTube, Instagram, Snapchat, ou des blogs personnels), qui ont une influence sur l'audience qui les suit »* (David et Ezan, 2023), s'emparent de la problématique sur les plateformes YouTube et

Instagram. Ils donnent des conseils ou exposent des modes de vie Zéro Déchet. Comment peut-on mobiliser ces influenceurs pour agir sur le comportement des individus ? Plusieurs travaux ont été consacrés aux rôles des médias sociaux sur les choix alimentaires (David et Ezan, 2023). Si quelques travaux abordent le discours des influenceurs Zéro Déchet (de Wilde et Parry (2023), à notre connaissance, aucune recherche n'aborde leur influence sur les pratiques des individus. Se posent plusieurs questions qui guideront notre réflexion : quelles sont les représentations et les pratiques du zéro déchet véhiculées par ces influenceurs ? Quelle est la perception qu'ont les individus de ces influenceurs ? Quelle influence sur l'appropriation du Zéro Déchet par les individus ? Pour y répondre, cette thèse pourrait s'appuyer sur plusieurs champs théoriques, au-delà des travaux sur le Zéro Déchet: l'influence sociale, les représentations sociales ou les comportements pro-sociaux. L'objectif est d'élaborer des conseils à destination des communes, des organisations civiles promouvant le Zero Dechet et des institutions comme les écoles pour savoir comment ils peuvent utiliser les productions des influenceurs voire collaborer avec eux pour inciter les individus à réduire leurs déchets, à cet fin un livre blanc sera donc élaboré par le doctorant. Cette thèse prendra la forme d'une thèse par essai, ce qui permettra de valoriser les différentes étapes de la thèse (revue de littérature, terrain) dans des conférences et des revues académiques ainsi que dans des supports comme The Conversation.