

CAMPAGNE DE RECRUTEMENT 2021

Le **Centre de Recherche en Economie et Management** - CREM UMR 6211 - recrute plusieurs doctorats sous contrat pour trois ans. Cette annonce décrit les conditions de l'un d'entre eux.

Quête d'optimalité et optimisations du consommateur dans ses modes de consommation durable

Sujet / Thème

Mots clés

Modes de consommation durables, optimalité, optimisations du consommateur, compétences, temps

Directrice de thèse

RENIU Fanny
fanny.reniou@univ-rennes1.fr

Pôle thématique

RRC
Risques, Responsabilité, Comportements

Informations administratives

Employeur	Université de Rennes 1 (à l'aide d'un financement du ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche).
Affectation	Centre de Recherche en Economie et Management CREM UMR CNRS 6211
Directeur du laboratoire	Franck MORAUX
Lieu de travail Adresse professionnelle	CREM – IGR-IAE de Rennes 11 rue Jean Macé 35000 RENNES
Directeur Adjoint du laboratoire pour le site d'affectation	Vincent HOVELAQUE 02 23 23 45 13 vincent.hovelaque@univ-rennes1.fr
Durée du contrat	1 ^{er} octobre 2021 – 3 ans
Ecole Doctorale	ED EDGE

Projet Doctoral

« Quête d'optimalité et optimisations du consommateur dans ses modes de consommation durable »

Dans leur quotidien, les consommateurs cherchent, pour **maximiser** leur bien-être, à utiliser de manière « optimale » leurs **ressources** : temps, compétences et budget. Ils anticipent pour cela au mieux la situation et les événements du monde qui les entourent afin de prendre les décisions et agir pour permettre cette maximisation.

Cela est d'autant plus vrai aujourd'hui pour les consommateurs : 1/ qui cherchent à adopter des modes de consommation durables ayant des bienfaits à la fois sur eux-mêmes (santé, économie...) et sur l'environnement et la société ; 2/ qui sont de plus en plus de « mis au travail » (Ritzer et Jurgensen, 2010) dans une perspective de co-création de valeur (Vargo et Lusch, 2008). Ainsi, toujours plus de tâches liées à la consommation leur incombent, et ce, dans un temps contraint (Lallement et Gourmelen, 2018) et « haché » (Rosa, 2011) nécessitant alors de « s'organiser », en tenant compte de ses ressources et ses contraintes.

Comment définir la notion d'optimisation du consommateur ? Comment se manifeste-t-elle dans la consommation au quotidien ? Quelles sont les pratiques mises en œuvre par les consommateurs pour atteindre cette quête d'optimalité ? Quelles ressources, et en particulier compétences, nécessite-t-elle ? Enfin, quelles en sont les conséquences pour les consommateurs eux-mêmes et sur leurs performances de consommateurs ? Telles sont les questions que ce travail doctoral se proposera d'étudier.

Étudier un tel sujet revient à se pencher sur la **complexité des décisions de consommation** auxquelles font face les consommateurs actuels et, subséquentement, à plusieurs notions de sciences de gestion nécessitant d'être circonscrites au moyen d'une littérature pluri-disciplinaire : d'une part, des notions relatives au résultat que les consommateurs cherchent à atteindre comme **l'optimalité** et d'autre part, des notions relatives aux moyens mis en œuvre pour atteindre le résultat escompté, c'est-à-dire le **processus de mobilisation de ressources** (e.g. Le Boterf, 1994) comme les **connaissances, savoir-faire et capacités** (Arnould et al., 2006 ; Cova et Cova, 2009 ; Macdonald et Uncles, 2007), qui peuvent aussi bien être cognitives que logistiques pour ne citer que celles-ci. Le consommateur devient un optimiseur, planificateur, logisticien puisqu'il participe en effet à la prise en main des produits depuis le point d'acquisition jusqu'au point de consommation ou destruction tout en prenant un ensemble de décisions complexes ; ceci peut constituer un objet d'étude à part entière pour le champ de la recherche en comportement du consommateur (Granzin et Bahn, 1989).

Sur le plan méthodologique, plusieurs méthodologies de recherche peuvent être combinées pour étudier un tel sujet. Un **design mixte**, articulant études qualitatives (entretiens en profondeur) et quantitatives (expérimentations), pourrait être mis en œuvre dans la mesure où les méthodes mixtes sont particulièrement appropriées dans le cas de terrains complexes (Teddlie et Tashakkori, 2009).

Bibliographie indicative

- Arnould E.J, Price L.L et Malshe A (2006), Toward a cultural resource-based theory of the customer. In *The Service Dominant Logic of Marketing: Dialog, Debate and Directions* (ed. by R.F. Lusch & S.L. Vargo), pp. 91–104. M.E. Sharpe, Armonk, NY.
- Cova B et Cova V (2009), Les figures du nouveau consommateur : une genèse de la gouvernementalité du consommateur. *Recherche et Application en Marketing* 24(3), 81–100.
- Granzin KL et Bahn KD (1989), Consumer logistics: conceptualization, pertinent issues and a proposed program for research. *Journal of the Academy of Marketing Science* 17(1): 91–101.
- Lallement J et Gourmelen A (2018), Le temps des consommateurs : état des recherches et perspectives. *Recherche et Applications en Marketing* 33(4), 98-131.
- Le Boterf G (1994), *De la Compétence. Essai sur un Attracteur Étrange*. Edition d'Organisation, Paris.
- Macdonald E.K et Uncles M.D (2007), Customer savvy: conceptualisation and measurement. *Journal of Marketing Management*, 23, 497– 517.
- Ritzer G et Jurgensen N (2010), Production, Consumption, Prosumption : the nature of capitalism in the age of the digital prosumer. *Journal of Consumer Culture*, 10, 13-36.
- Rosa H (2010) *Accélération. Une critique sociale du temps*. Paris : La Découverte.
- Teddle C et Tashakkori A. (2009), *Foundations of mixed methods research: Integrating quantitative and qualitative approaches in the social and behavioral sciences*. Sage.
- Vargo SL et Lusch RF (2008), Service-dominant logic: continuing the evolution. *Journal of the Academy of Marketing Science* 36(1), 1-10.

Informations complémentaires

Le CREM est unité mixte de recherche CNRS, Université de Rennes 1 et UniCaen.
Vous pourrez trouver plus d'informations sur son site : <http://crem.univ-rennes1.fr/>.

Recherche

Le doctorant sous contrat travaillera au Centre de Recherche en Economie et Management, au sein du pôle thématique « [Risques, responsabilité, comportements \(RRC\)](#) »

Moyens à disposition

Le doctorant sous contrat sera hébergé à [l'IGR-IAE Rennes](#). Il disposera d'un bureau, de ressources informatiques et de tous les moyens apportés par le CREM et [l'IGR-IAE Rennes](#).

Enseignement

Le doctorant sous contrat pourra se voir proposer des interventions et des enseignements dans les différents diplômes de l'Université de Rennes 1, dont la Faculté de Sciences Economiques ou l'IGR/IAE.

Modalités de candidature

Le calendrier et les modalités de candidature et de sélection sont consultables en ligne sur le site <https://theses.doctorat-bretagne.fr/edge>.

Le dépôt des candidatures devra être effectué exclusivement en ligne avant le **21 mai 2021 à 23h59** sur le site <https://theses.doctorat-bretagne.fr/edge>