

Appel à candidature

Offre de thèse en Sciences de Gestion
Mines ParisTech – Université Paris Dauphine-PSL
Contrat doctoral financé par la chaire Mines Urbaines (Mines ParisTEch, Eco-systèmes)
Février 2022

De la consommation sobre au business model sobre Champs disciplinaires : Management & Marketing

Présentation des structures

CGS-i3 est un centre de recherche en sciences de gestion de **MINES ParisTech**. Il fait partie de l'institut interdisciplinaire de l'innovation i3, Unité Mixte de Recherche CNRS 9217. Ses recherches portent sur le management de l'innovation et de la conception, l'économie circulaire et la RSE, la gouvernance de l'entreprise et la logistique (<https://www.minesparis.psl.eu/Recherche/Centres-de-recherche/Centre-de-gestion-scientifique-CGS/>)

DRM (Dauphine Recherches en Management, Unité Mixte de Recherche CNRS 7088) constitue l'un des plus importants centres français de recherche en sciences de gestion. Ses domaines de compétences couvrent le marketing, la stratégie, la finance, la théorie des organisations, la gestion des ressources humaines, les systèmes d'information, l'innovation, ainsi que la comptabilité et le contrôle (<https://drm.dauphine.fr/fr/drm/accueil.html>). DRM héberge notamment le PG Management auquel la thèse fait écho (<https://www.psl.eu/programmes-gradues/programme-gradue-management>)

La **Chaire Mines Urbaines** est une chaire dédiée à l'économie circulaire (business models, technologies, organisations, politiques publiques) qui réunit trois écoles (MINES ParisTech, Chimie ParisTech et Arts et Métiers ParisTech). Elle est soutenue par l'éco-organisme ecosystem qui gère les impacts de la filière des produits électriques et électroniques (<https://www.minesparis.psl.eu/Recherche/Chaires-industrielles/Mines-Urbaines/>)

Description du projet

La sobriété est une des voies préconisées dans le cadre de la transition écologique par différents champs disciplinaires¹ ainsi que par les acteurs publics². La sobriété consiste à modérer autant la consommation que la production afin de réduire l'empreinte environnementale, et en particulier matérielle (consommation de ressources) qui leur sont associées.

Du côté du consommateur, le moins consommer questionne le consommateur sur ses véritables besoins. Quels sont-ils ? Comment se les représentent-ils ? Comment les perçoit-il ? Le mieux consommer questionne notamment la qualité de ce qu'il achète (matières premières bio-sourcées, fabrication et distribution locale), l'usage de ses biens et la façon dont il s'en débarrasse lorsqu'il n'en a plus l'utilité. La qualité mais aussi l'achat et la circulation des objets afin d'en avoir un usage durable dépend des produits et des services proposés par le marché. Comment les consommateurs transforment-ils leurs pratiques d'achat de la quantité vers la qualité ? Cette transformation s'accompagne-t-elle d'une meilleure connaissance des produits (matières premières, lieux de production, fabrication) ? Quelles émotions accompagnent cette transformation ? La transformation des pratiques pose la question du prix des produits et des services. Dans quelle mesure les consommateurs sont-ils prêts à changer leurs relations au prix, dit autrement leur « caractère malin » ? Par ailleurs, un style de vie sobre conduit le consommateur à « faire » (cuisiner, bricoler, jardiner, se déplacer en vélo, réparer) ce qui pose indiscutablement des questions sur son rapport au temps et à ses compétences. Comment ces rapports s'articulent-ils avec les offres des producteurs ?

Du côté du producteur, la sobriété pose inévitablement la question de la transformation de l'offre et des innovations qui y sont associées, et donc celle de la prise en compte de cette nouvelle stratégie sur le *business model* (modèle d'affaire) des entreprises. Parmi les pistes actuellement explorées par les entreprises, citons celles qui visent à intensifier l'usage des produits (partage, location) ou cherchant à développer des services associés à l'allongement de la durée de vie des produits (réparation, seconde vie, économie de fonctionnalité...) en substitution de la vente de produits neufs, et ce, afin de réduire l'empreinte matérielle de la production. Ces stratégies ne sont pas sans conséquences sur les activités et les stratégies des entreprises car il s'agit de transformer non seulement la conception des produits pour accroître leur durabilité et leur réparabilité mais développer de nouvelles compétences, de nouveaux écosystèmes d'affaire et de nouvelles formes de relation aux clients. Ces nouvelles stratégies ne vont pas non plus sans poser toute une série

¹ Heyer, Éric, Pascal Lokiec, and Dominique Méda. *Une autre voie est possible*. Flammarion, 2020.

Jancovici, Jean-Marc. *Dormez tranquilles jusqu'en 2100: Et autres malentendus sur le climat et l'énergie*. Odile Jacob, 2015.

Guillard, Valérie. *Comment consommer avec sobriété: Vers une vie mieux remplie*. De Boeck Supérieur, 2021.

Bourg, Dominique, and Philippe Roch. "Sobriété volontaire." *En quête* (2012).

Aggeri F. (2020), Il n'y a pas de solution technologique à la transition énergétique

<https://i3.cnrs.fr/evenement/il-ny-a-pas-de-solution-technologique-a-la-transition-energetique-de-franck-aggeri/>

² ADEME

de questions : comment éviter les effets rebonds où les économies éventuelles se reportent sur l'achat d'autres produits neufs ? Comment changer les indicateurs de performance ? Comment convaincre dirigeants, investisseurs et collaborateurs qu'il peut s'agir d'une stratégie économique pérenne qui permet de maintenir un flux de revenus suffisant ?

L'objectif de la thèse est alors de comprendre dans quelle mesure une consommation sobre peut s'articuler avec un modèle d'affaire des entreprises qui souhaitent basculer vers la sobriété. La thèse s'appuiera sur un travail d'enquête auprès des consommateurs, des entreprises et des intermédiaires (vendeurs, prescripteurs, ONG, médias, acteurs publics...) qui prescrivent et organisent la rencontre entre producteurs et consommateurs. La thèse pourra bénéficier des relations de la Chaire avec ces différents types d'acteurs dans le domaine des produits électriques et électroniques, par exemple d'entreprises comme Seb, Fnac-Darty ou Back Market. Mais l'exploration pourra également s'étendre à d'autres secteurs où cette question de la sobriété est particulièrement débattue et explorée comme le secteur de la mode. Cette thèse, qui s'inscrit dans le PG Management de Dauphine-PSL, articulera donc deux champs de recherche : le management et le marketing, et plus particulièrement s'agissant du marketing, le comportement du consommateur, et s'agissant du management, des business models circulaires et du management de l'innovation.

Mots-clés

Business model, pratiques de consommation sobres, sobriété, économie circulaire, économie de la fonctionnalité, management.

Localisation et déroulement de la thèse

L'étudiant sera rattaché à l'Ecole Doctorale SDOSE (<https://edd.dauphine.fr/>) sous la direction de Franck Aggeri (Mines ParisTech) et Valérie Guillard (Université Paris Dauphine-PSL)

Financement

Le contrat doctoral sera financé 3 ans par la Chaîne Mines Urbaines en partenariat avec ecosystem.

Profil recherché

Titulaire d'un master en sciences de gestion, **voie recherche** ou d'un diplôme d'ingénieur avec équivalence du grade de master (**avec une formation à la recherche**), le candidat devra disposer de bases solides en management, marketing et méthodologies de la recherche.

Les candidatures (CV, lettre de motivation, relevés de notes, lettres de recommandation) doivent être adressées à Franck Aggeri (franck.aggeri@mines-paristech.fr) et Valérie Guillard (valerie.guillard@dauphine.psl.eu).



PSL



Dauphine
UNIVERSITÉ PARIS

PSL



DRM
UMR CNRS 7088

