



Shiva VAZIRI (GEM – USMB, IREGE),

Le rôle de l'identité des consommateurs dans la consommation durable

L'identité individuelle et la perception de soi ont une influence cruciale sur la manière dont les consommateurs perçoivent les informations, prennent des décisions et se comportent. Dans trois documents de recherche, j'examine comment les identités personnelles des consommateurs influencent la manière dont ils interprètent les informations, ce qu'ils choisissent d'acheter et la manière dont ils se comportent en ligne. La présente thèse se concentre plus particulièrement sur une influence significative de l'identité, à savoir le rôle qu'elle joue dans l'adoption d'une consommation durable. (...) Dans l'ensemble, cette thèse met en lumière le rôle central que joue l'identité des consommateurs dans les modèles de consommation durable et fournit des conseils aux spécialistes du marketing et aux décideurs politiques pour développer des messages ciblés et des stratégies de communication ancrées dans l'identité des consommateurs afin de promouvoir un comportement durable

Mots-clés : concept de soi, identité individuelle, consommation durable, la prise de décision,

➤ 09h00 – Salle 103 (IAE SMB Annecy) - Comodal

<https://zoom.us/j/94494738773>

➤ Composition du jury

Stéphane GANASSALI, Université Savoie Mont Blanc,

Examineur

Agnès HELME-GUIZON, Université Grenoble Alpes,

Examinatrice

Gaëlle PANTIN-SOHIER, Université d'Angers,

Rapporteure

Bertrand URIEN, Université de Brest, Rapporteur

Carolina WERLE, Grenoble Ecole de Management,

Université Savoie Mont-Blanc, Directrice de thèse