



Dominique KRÉZIAK (USMB, IREGÉ),

Regards sur l'agentivité des consommateurs :

une exploration en contextes marchands et non-marchands

L'agentivité des consommateurs correspond à leur puissance d'action sur et au sein du marché. Elle permet d'éclairer les tensions entre le pouvoir donné ou pris par les consommateurs dans leur relation au marché, et la difficulté pour eux de s'extraire des effets de structure sociale et des forces du marché qui les contraignent. Elle est mobilisée ici pour souligner, à travers une série de travaux de recherche menés dans le champ de la consommation responsable, de l'alimentation durable et de l'expérience touristique, la capacité agentique des consommateurs : ils ne sont pas des récepteurs passifs de l'offre mais savent aménager des espaces et marges de liberté, d'appropriation, de résistance, de bricolages, de détournements d'usage et d'inventivité, mettant ainsi leurs choix de consommation au service explicite de leurs projets, notamment identitaires. L'exploration de contextes marchands et non marchands permet de montrer comment l'agentivité des consommateurs est source de création de valeur et d'innovation, dans une relation dynamique et critique avec le marché.

❖ 09h00—Salle 103 (IAE SMB Annecy)

❖ Composition du jury

Amina BEJI-BECHEUR (Université Paris Est Marne La Vallée),  
examinatrice

Jean-Luc GIANNELLONI (Université Grenoble Alpes),  
rapporteur

Rémi MENCARELLI (Université Savoie Mont Blanc, IREGÉ),  
garant

Nil OZCAGLAR-TOULOUSE (Université de Lille), rapporteure

Christine PETR (Université Bretagne Sud), rapporteure