

Communiqué de presse
Le 20 octobre 2025

Le prix Thil décerne sa distinction d'argent à trois chercheurs du laboratoire Vallorem de l'université de Tours

Laurent Maubisson, Arnaud Rivière, et Thomas Ruspil, enseignants-chercheurs en sciences de gestion, ont reçu une distinction lors du 28e Colloque Étienne Thil, consacré à la distribution à l'heure de la circularité. Leurs travaux de recherche portent sur l'impact d'un label multi-niveaux sur la valeur perçue, à travers le cas de l'indice de réparabilité des smartphones. Menés au sein du laboratoire Vallorem, reconnu depuis de nombreuses années en France, ces travaux ont été salués pour leur qualité et leur pertinence scientifique.

La recherche met en lumière la réparabilité comme exigence clé

La présence d'un indice de réparabilité élevé est perçue par les consommateurs non pas comme un avantage concurrentiel, mais comme un critère de base attendu. Une réparabilité élevée ne procure pas davantage de valeur, mais si cet indice de réparabilité est absent, la valeur perçue du produit peut alors fortement diminuer. Dans cette logique, les produits non réparables deviennent des signaux négatifs qui pourraient affecter globalement l'image de l'enseigne.

Ces constats s'inscrivent pleinement dans un contexte où les enjeux de durabilité et de transition écologique occupent une place croissante dans les décisions d'achat, la réparabilité s'impose désormais comme un critère essentiel pour les consommateurs.

Les chercheurs de l'université de Tours engagés dans des problématiques de sociétés majeures

D'après les chercheurs, « *Ce constat reflète l'évolution des attentes des consommateurs, qui considèrent l'écoresponsabilité, plus particulièrement la réparabilité, comme une exigence implicite, notamment pour les produits électroniques. Par ailleurs, l'obligation d'afficher l'indice de réparabilité lors de la distribution d'un produit constitue un véritable levier d'action pour atteindre les objectifs fixés par le Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC) et d'autres directives nationales. En effet, cette mesure pourrait inciter les distributeurs à évincer les produits peu durables au profit ceux qui sont durables.* »

Ces travaux, repensant la création de valeur des organisations à travers l'indice de réparabilité, s'inscrivent dans le cadre de la chaire "Valeur et consommation durable" adossée à la Fondation Rabelais.

Contact presse

Université de Tours : Anne-Sophie Laure – 07 77 16 56 02

Déléguée générale de la Fondation Rabelais - Marion Chemineau : 06 14 46 94 05 /

chaire.valeur@univ-tours.fr

A propos du prix Thil d'Argent

Chaque année, le colloque Etienne Thil récompense les meilleures thèses et les meilleures communications scientifiques sur la thématique de la distribution et du commerce. Parmi les 40 communications scientifiques présentées lors du colloque, les trois meilleures sont récompensées par un prix : le Thil d'Or, d'Argent et de Bronze.

- Le Thil d'Or a été attribué à Adèle Fouché, ATER à l'IAE de Tours depuis septembre 2025, pour son article intitulé « *L'analyse du partage d'informations dans le canal de distribution : vers une typologie des partageurs* ».
- Le Thil d'Argent a été attribué à Laurent Maubisson, Arnaud Rivière et Thomas Ruspil pour l'article intitulé : « *Impact d'un label multi-niveaux sur la valeur perçue : le cas de l'indice de réparabilité appliqué à la vente d'un smartphone* ».
- Le Thil de Bronze a été attribué à Christine Lambey-Checchin, Odile Chanut, Rodrigue Dogblé et Joseph Kaswengi pour l'article intitulé : « *Signaux de prix et de durabilité : influencer les choix des consommateurs pour une livraison e-commerce plus durable* ».

A propos de la Chaire « Valeur et consommation durable »

La mission de cette chaire universitaire, créée en février 2024, est de repenser la création de valeur des organisations pour répondre aux enjeux de la transition écologique et sociétale, et favoriser une consommation plus responsable. Grâce à ses actions de recherche, de formation et de diffusion des connaissances au bénéfice d'une diversité de parties-prenantes, cette chaire contribue à repenser le rôle du marketing en intégrant le développement durable au cœur de ses approches et pratiques, et en orientant les choix des consommateurs vers plus de durabilité.

Pour en savoir plus : <https://fondation-rabelais.univ-tours.fr/version-francaise/valeur-et-consommation-durable>

A propos du GIEC

Depuis plus de 30 ans, le GIEC évalue l'état des connaissances sur l'évolution du climat, ses causes, ses impacts. Il identifie également les possibilités de limiter l'ampleur du réchauffement et la gravité de ses impacts et de s'adapter aux changements attendus. Les rapports du GIEC fournissent un état des lieux régulier des connaissances les plus avancées. Cette production scientifique est au cœur des négociations internationales sur le climat. Elle est aussi fondamentale pour alerter les décideurs et la société civile. En France, de nombreuses équipes de recherche travaillent sur ces sujets, impliquant plusieurs centaines de scientifiques. Certains d'entre eux contribuent à différentes phases d'élaboration des rapports du GIEC. Pour en savoir plus : <https://www.ecologie.gouv.fr/politiques-publiques/comprendre-giec>

A propos de la Fondation Rabelais

La Fondation Rabelais, passerelle privilégiée entre l'université de Tours et les entreprises du territoire est une fondation partenariale créée par la Banque Populaire Val de France, la Caisse d'Épargne Loire-Centre, CREALI, EDF, Eiffage Energie Systèmes - Val de Loire, Enedis, Hervé Thermique, STMicroelectronics et l'université de Tours. Elle soutient la recherche, l'enseignement, l'innovation et la santé et le bien-être des étudiants.

Pour en savoir plus : <https://fondation-rabelais.univ-tours.fr>

A propos du laboratoire Vallorem

Vallorem est une Unité de recherche (UR 6296) créée en janvier 2012 qui regroupe les enseignants-chercheurs et doctorants en sciences de gestion des universités de Tours et d'Orléans. Les recherches menées au sein de Vallorem s'inscrivent dans le domaine de la gestion et du management des organisations et couvrent plusieurs sous-disciplines dont le marketing qui constitue un des 3 axes forts du laboratoire. Pour en savoir plus : <https://vallorem.fr/>

A propos de l'université de Tours

Située au cœur des villes de Tours et de Blois, l'université de Tours place la formation, l'innovation, la professionnalisation et la réussite des étudiants au cœur de son projet depuis 50 ans. Avec huit UFR, deux IUT, une école d'ingénieurs polytechnique et un Institut d'Administration des Entreprises (IAE), elle offre les atouts de la pluridisciplinarité à ses 32 700 étudiantes et étudiants. L'université est ouverte sur le monde et encourage la mobilité étudiante ; elle accueille d'ailleurs plus de 3 250 étudiantes et étudiants et 300 personnels internationaux chaque année. Ses 34 unités de recherche sont labellisées (8 CNRS, 6 Inserm et 3 INRAE) et reconnues aux niveaux national et international. Elle est labellisée HRS4R - Human Resources Strategy for Researchers- et a récemment rejoint le consortium NEOLAiA, alliance de jeunes universités européennes.