

Chaire « Valeur et consommation durable »

Bilan des actions 2024 et 2025



PRÉSENTATION DE LA CHAIRE

La Chaire «Valeur et consommation durable» est portée par l'IAE Tours Val de Loire et le laboratoire Vallorem, et adossée à la Fondation Rabelais. Son activité est rendue possible grâce au soutien des mécènes de ce programme. En 2025, la Chaire est soutenue par Tours Métropole Val de Loire et PAPREC.

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 répondre aux enjeux de la transition écologique et sociétale. La Chaire a également vocation à constituer un lieu de production et de diffusion de la connaissance en impliquant diverses communautés d'acteurs (enseignants-chercheurs, apprenants, acteurs socio-économiques et institutionnels).



Le programme scientifique de la Chaire s'articule autour de deux axes :

- Les comportements post-usage et écocirculaires en B2B et en B2C : Ces travaux visent à mieux comprendre le choix du consommateur l'amenant à adopter un comportement éco responsable à l'issue d'une première phase d'usage d'un produit (donner, jeter, revendre, réparer...).
- Les indices et labels écoresponsables et environnementaux : Ces travaux visent à savoir dans quelle mesure les indices et labels permettent d'orienter les décisions des consommateurs vers des produits plus écoresponsables.

En complément des activités de recherche, des événements sont organisés tout au long de l'année pour une diversité de publics (acteurs économiques, institutionnels, étudiants, scolaires, grand public...).

La Chaire « Valeur et consommation durable » est coordonnée par Laurent Maubisson, Professeur des universités en sciences de gestion, spécialisé en marketing, directeur adjoint de l'IAE Tours Val de Loire et Arnaud Rivière, Professeur des universités en sciences de gestion, spécialisé en marketing, directeur de l'IAE Tours Val de Loire. Une quinzaine d'enseignants-chercheurs de Tours et Orléans, tous membres du laboratoire Vallorem, participent aux travaux menés.

La Chaire Valeur et Consommation Durable en chiffres

En deux années d'activité, le programme a connu une évolution marquée par des réalisations concrètes et un rayonnement progressif. Depuis son lancement, un budget total de 15 282 € a été mobilisé afin de soutenir les différentes actions menées. Le programme a participé à l'organisation de 16 événements, permettant de sensibiliser et de toucher plus de 900 personnes. Cette dynamique a également été rendue possible grâce au soutien de 2 mécènes et à la collaboration avec 18 organisations partenaires. Sur le plan scientifique et académique, les travaux réalisés ont donné lieu à 13 publications ou communications scientifiques, tout en étant distingués par l'obtention d'un prix académique.



Sommaire

	Partie 1 : Les événements organisés dans le cadre de la Chaire	4
	Partie 2 : Les activités de recherche menées dans le cadre de la Chaire	11
	Partie 3 : La communication autour de la Chaire	18
	Partie 4 : Les grands projets pour l'année 2026	20

PARTIE 1 : LES ÉVÉNEMENTS ORGANISÉS DANS LE CADRE DE LA CHAIRE

Les événements organisés pour la communauté académique

Colloque «Prix et Valeur», le 16 mai 2024 à l'IAE Tours Val de Loire

Le colloque Prix & Valeur est une manifestation scientifique qui a pour objectif principal de promouvoir des recherches en cours ou abouties liées à la variable prix et/ou à la notion de valeur perçue, et d'échanger sur les thématiques connexes et les problématiques qu'elles soulèvent. Ces journées de recherche sont organisées par le laboratoire Vallorem tous les deux ans et sont labellisées par l'Association Française du Marketing. Cette manifestation a été l'occasion de présenter et promouvoir la Chaire auprès de la communauté académique, ainsi que d'échanger entre chercheurs sur la thématique de la Chaire à partir des communications sélectionnées et présentées lors de ce colloque



Audience : environ 40 personnes présentes.

Les événements organisés pour les professionnels et/ou les étudiants

Table-ronde « Les enjeux de la transition écologique et sociétale pour les organisations : comment créer de la valeur durable et partagée ? », le 23 mai 2024 à l'IAE Tours Val de Loire

Cette table-ronde, qui constituait l'événement de lancement officiel de la Chaire, portait sur les enjeux de la transition écologique et sociétale pour les organisations, et était animée par la journaliste Virginie Petrus autour des témoignages inspirants de quatre personnalités : Isabelle Jeanneau (Directrice de Nékoé), Julien Nolière (Directeur général de Mutuale), Audrey Mesmin (Marketing Improvement & Coordination Manager chez Radiall) et Laurent Maubisson (Enseignant-chercheur à l'IAE Tours Val de Loire). La table-ronde a été suivie par un échange avec le public.



Audience : 35 personnes présentes

Table-ronde « Réemploi, réutilisation et réparation : des leviers de développement économique et territorial ? », le 27 février 2025.

Le premier événement 2025 consistait en une table-ronde donnant la parole à des professionnels autour d'une thématique centrale pour la Chaire. Cet événement était ouvert à tous, tout en ciblant plus particulièrement les étudiants de l'Université de Tours et les professionnels intéressés par la thématique de l'économie circulaire (dirigeants, responsables RSE...). La table-ronde, animée par la journaliste Virginie Petrus, a permis de donner la parole à des professionnels engagés : Pierre Boscredon (Co-gérant et chargé de développement chez Veloop), Frédéric Girard (Directeur de l'Atelier de Réparation Tours-Val de Loire chez Fnac-Darty), Benoit Koenig (Président de l'Association Active), Perrine Marret (Directrice interventions à domicile zone Nord Ouest/Centre chez Fnac-Darty), Antoine Martin (Chef de projet économie circulaire chez Leroy Merlin), Laure Sugier (Maître de conférences en sciences de gestion au sein du laboratoire Vallorem) et Laurent Trioreau (Président d'Envie Touraine).



La table-ronde était organisée en trois parties : une première partie visait à introduire le sujet, une deuxième partie portait sur les actions menées sur le plan du réemploi, de la réutilisation ou de la réparation par les différentes organisations représentées, et enfin une dernière partie s'intéressait aux conséquences de l'économie circulaire pour le développement économique et territorial. La table-ronde était suivie d'un moment d'échanges avec le public puis de la remise des prix des meilleurs mémoires 2024 sur la thématique du marketing durable et responsable. Trois étudiants de l'IAE Tours Val de Loire ont été récompensés pour leur travail et se sont vus remettre un prix par Olivier Pichon (Vice-Président de l'Université de Tours en charge de la transition écologique), Yolande de la Cruz (Présidente d'honneur de la Fondation Rabelais), Arnaud Rivière et Laurent Maubisson (co responsables de la Chaire).

1er prix : Ambre Vialle (Master 2 Marketing Stratégique et Digital) Titre du mémoire : « Le luxe de seconde main face à l'image des marques de luxe. La revente des produits de luxe sur le marché de la seconde main et ses effets sur l'image des marques de luxe » Prix : 200 €

2e prix : Baptiste Moussaoui (Master 2 Marketing Stratégique et Digital) Titre du mémoire : « Les effets des outils d'éducation client sur la création de valeur des produits complexes : une étude exploratoire » Prix : 100 €

3e prix : Alice Pasquier (Master 1 Marketing Stratégique et Digital) Titre du mémoire : « La crédibilité des messages publicitaires écologiques » Prix : 50 €

Audience : 50 personnes



« Village de la consommation responsable » à l'IAE Tours Val de Loire, le 27 mars 2025

Dans le cadre de la Chaire, un groupe d'étudiants du Master 2 Marketing stratégique et digital était en charge de mener un projet tuteuré consistant à organiser une journée de sensibilisation à l'économie circulaire pour les étudiants et les personnels de l'Université de Tours.

L'objectif de cet événement, dénommé « Le village de la consommation responsable », consistait à sensibiliser les publics et promouvoir la consommation responsable tout en encourageant la solidarité locale. L'événement était organisé autour de deux thématiques : « adopter des gestes plus durables au quotidien » et « donner une seconde vie à nos objets ».

Au programme : un jeu concours, des quizz, des stands pour sensibiliser et échanger, ainsi que des ateliers pour participer activement à diverses activités :

- Stand de la friperie solidaire Active
- Sensibilisation à la réduction des déchets avec le syndicat Touraine Propre
- Démonstration de réparation d'objets du quotidien avec Repair café
- Des ateliers *do it yourself* avec Touraine zero déchet et Val & Sens
- Exposition et réalisation artistique écoresponsable avec l'artiste Lily M
- Des collectes solidaires avec la Croix rouge (denrées alimentaires) et Co'Hop (vêtements de sport)
- Mise en avant du travail de quatre doctorants de Vallorem travaillant autour des sujets de la consommation durable et responsable.

La journée s'est clôturée avec une table-ronde faisant intervenir deux dirigeants membres du Collectif des Dirigeants responsables de Touraine, sur le thème de l'économie de la fonctionnalité : Serge Page (expert en modèles innovants de vente basés sur l'usage) et Patrick Doucet (Directeur d'Ecophyse).

Audience : Plus de 200 personnes.



Conférence The Shifters « Le changement climatique : quels effets sur le business des entreprises et sur votre carrière ? », le 3 juillet 2025 à l'IAE Tours Val de Loire.

Cet événement était organisé afin d'officialiser le partenariat entre la Fondation Rabelais et Tours Métropole Val de Loire qui a choisi de soutenir financièrement la Chaire « Valeur et consommation durable ».

La soirée a débuté avec une prise de parole de Thierry Chailloux, Vice-Président de Tours Métropole Val de Loire et Philippe Roingard, Président de l'Université de Tours.

La conférence était présentée par deux membres de l'association « The shifters », association créée pour soutenir The Shift project et a permis de mieux comprendre les défis que rencontrent les entreprises face au changement climatique.

Audience : 30 personnes



Participation à la Semaine Européenne de la Réduction des Déchets, le 26 novembre 2025 à l'IAE Tours Val de Loire

La Chaire a participé à la Semaine Européenne de la Réduction des Déchets, un événement coordonné par l'Agence de la transition écologique (ADEME).

Des stands et animations dédiées à la réduction des déchets étaient proposés pour les étudiants du site des Deux-Lions de l'Université de Tours :

- Immersion en réalité virtuelle pour comprendre les enjeux de la biodiversité
- Jeux pour découvrir des solutions concrètes en vue de réduire les déchets textiles (réparation, réemploi, réutilisation)
- Collecte solidaire pour donner une nouvelle vie à des smartphones inutilisés.



Audience : environ 20 étudiants

Fresque de l'économie circulaire pour les personnels de l'Université de Tours et les partenaires de la Fondation Rabelais, les 4 décembre et 18 décembre 2025

Deux ateliers « Fresque de l'économie circulaire » ont été organisés via l'organisme Unlock Circularity et animés par Léa Arrault. La Fresque de l'économie circulaire est un atelier d'intelligence collective, basé sur un jeu de cartes et des échanges facilités par un animateur expert, pour acquérir une vision systémique des enjeux actuels et identifier en équipe des leviers d'action pour enclencher une économie circulaire. Cet atelier a été l'occasion pour les participants de questionner leurs modes de production et de consommation, et d'explorer les leviers d'une économie circulaire.



Audience : 26 personnes

Défi circulaire, le 8 décembre à l'IAE Tours Val de Loire

L'année 2025 s'est clôturée par une soirée « Défi circulaire », organisée également via Unlock Circularity et présentée par Léa Arrault. Le Défi circulaire est une conférence interactive de sensibilisation, basée sur la Fresque de l'économie circulaire pour prendre conscience des impacts du système linéaire et découvrir les leviers de transformation vers une économie circulaire. L'événement était adressé aux professionnels et aux étudiants de l'Université de Tours.

Le défi circulaire a été suivi de la remise des prix des meilleurs mémoires sur la thématique du marketing durable et responsable. Trois étudiantes de l'IAE Tours Val de Loire ont été récompensées pour leur travail et ont reçu un prix de la part d'Olivier Pichon (Vice-Président de l'Université de Tours) et Yolande de la Cruz (Présidente d'honneur de la Fondation Rabelais).

1er prix : Marine Pinel (Master 2 Marketing Stratégique et Digital) Titre du mémoire : « L'intelligence artificielle : un facteur à intégrer dans le marketing vert. Une application au secteur des télécommunications » Prix : 200 €

2e prix : Lisa Barbaud (Master 1 Marketing Stratégique et Digital) Titre du mémoire : « Ecoresponsabilité perçue : un moteur d'achat ? Étude de l'impact de la perception écoresponsable d'un produit du quotidien à faible engagement sur la valeur perçue et l'intention d'achat » Prix : 150 €

3e prix : Léa Lecapitaine (Master 2 Marketing Stratégique et Digital) Titre du mémoire : « L'influence de l'obtention d'une certification RSE sur la perception de la marque employeur » Prix : 100 €

Audience : 50 personnes.

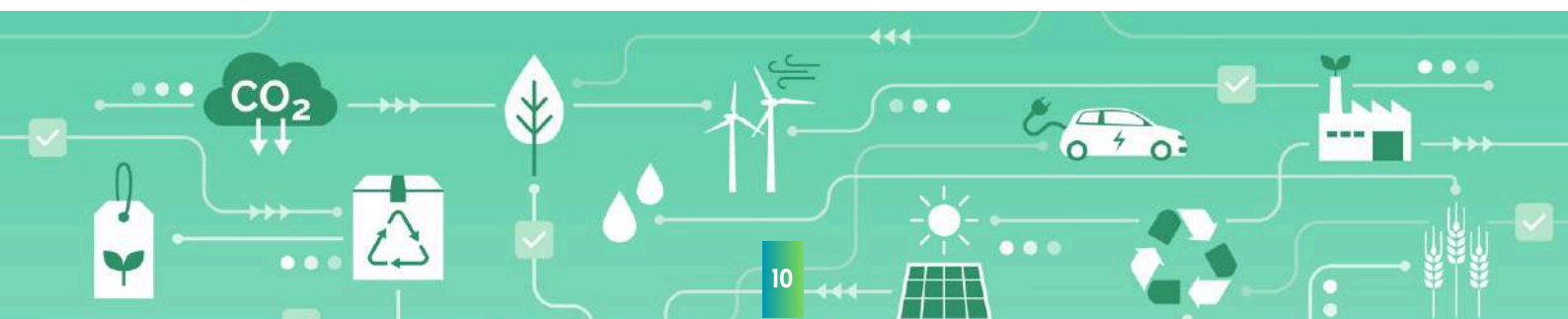


Les événements organisés pour le grand public

Participation à la Fête de la Science 2025 au "Village des Sciences", les 11 et 12 octobre à l'Hôtel de Ville de Tours et à l'IUT de l'Indre à Chateauroux

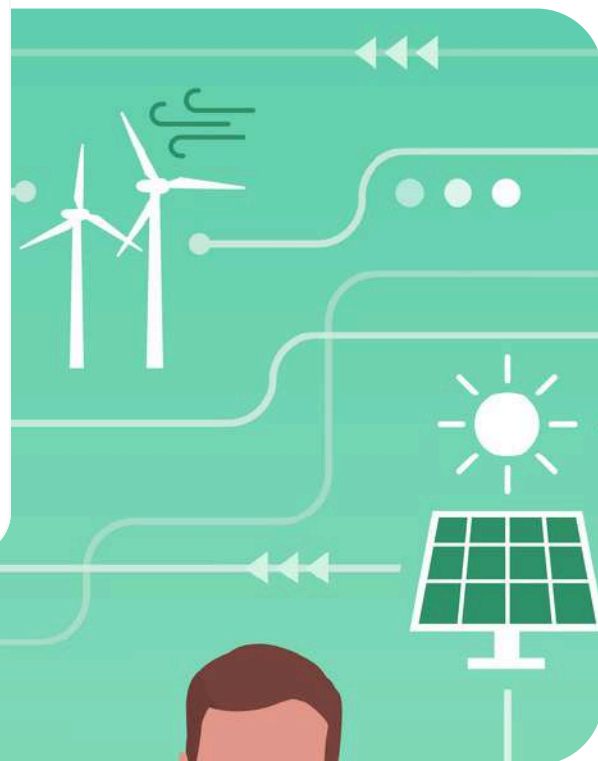
Dans le cadre de la participation du laboratoire Vallorem à la Fête de la Science, l'équipe de la Chaire « Valeur et consommation durable » a proposé une animation à destination des familles « Le grand dunk vers le réemploi de tes vêtements ». L'animation ludique et participative a permis, à partir d'un jeu de plateau et d'une activité de lancer de ballon de basket, de sensibiliser les visiteurs au devenir des vêtements usagers.

Audience : Environ 500 personnes.



PARTIE 2 : LES ACTIVITÉS DE RECHERCHE MENÉES DANS LE CADRE DE LA CHAIRE

Dans le cadre d'appels à projets au niveau de l'établissement et nationaux, plusieurs programmes de recherche ont été entrepris, bénéficiant de diverses sources de financement : Projet de recherche ANR (Agence Nationale de la Recherche) "Valorisation des comportements post-consommatoires écoresponsables" (350 318 €), projet de recherche sur les comportements post-usage éco-responsables (appel à financement sur le préciput ANR / Université de Tours - 21 900 €).



Projet de recherche «Agir pour une consommation durable sur les comportements d'allongement de la durée d'usage des produits (réemploi et réparation) dans le secteur du textile», en collaboration avec l'association Agir36 (appel à projets Actions de Recherche Transversales de l'Université de Tours - 5 000 €).



Nos Chercheurs



Emmanuelle Boch

Maître de conférences en sciences de gestion



Caroline Bonnetier

Doctorante en sciences de gestion



Elise Bonneveux

Professeure des universités en sciences de gestion



Patricia Coutelle

Professeure des universités en sciences de gestion



Aurore Ingarao

Maître de conférences en sciences de gestion



Joseph Kaswengi

Maître de conférences HDR en sciences de gestion



Camille Lebossé

Doctorante en sciences de gestion



Julie Loiseau

Ingénieure d'études



Laurent Maubisson

Professeur des universités en sciences de gestion



Baptiste Moussaoui

Doctorant en sciences de gestion



Véronique Plichon

Professeure des universités en sciences de gestion



Arnaud Rivière

Professeur des universités en sciences de gestion



Virginie U. Rodriguez

Maître de conférences en sciences de gestion



Thomas Ruspil

Maître de conférences en sciences de gestion



Laure Sugier

Maître de conférences en sciences de gestion



Vaziri Tannaz

Maître de conférences en sciences de gestion

1^{er} axe de recherche

Les comportements post-usage et écocirculaires en B2B et en B2C

Les Publications



La consommation individuelle de l'eau : revue systématique de la littérature et agenda de recherche.

(Rogeon F., Boch E., Kirova V. et Destoumieux L., 2025, Recherche et Applications en Marketing (French Edition) 41 (1), 16-46.

Face aux défis climatiques et à l'augmentation de la demande en eau, il est crucial de comprendre les comportements des consommateurs en matière d'utilisation de l'eau pour formuler des stratégies de préservation efficaces de cette ressource. Dans ce contexte, une revue systématique de la littérature sur la consommation individuelle de l'eau est menée. Ainsi, 183 articles, publiés dans des revues de sciences de gestion reconnues, ont été rigoureusement collectés et analysés. Un modèle conceptuel est érigé à partir des cinq principales thématiques qui émergent de l'analyse des articles sélectionnés : 1) les antécédents liés au consommateur (intrinsèques), (2) les antécédents liés à son environnement (extrinsèques), (3) les pratiques de consommation d'eau, (4) les pratiques de conservation de l'eau et (5) les politiques d'influence pour préserver la ressource en eau.

Cette synthèse systématique de la littérature fournit d'une part des conclusions raisonnablement claires et objectives sur l'état actuel des connaissances, et d'autre part, permet d'identifier des angles morts qui sont autant de pistes de recherche.

Ainsi, un agenda de recherche sur la consommation individuelle de l'eau est proposé. Ce dernier intègre des implications sociétales ou managériales afin de suggérer aux acteurs de l'eau comment ils peuvent accompagner le consommateur dans sa transition vers une utilisation plus responsable de l'eau.

Les Publications



Proposition d'une approche élargie et agrégée des sources de valeur des comportements post-usage : le cas de la revente et du don de vêtements.

(Lebossé C., Maubisson L. et Rivière A., 2024, Décisions Marketing 3(115), 111-142).

Objectifs de la recherche : Compte tenu de l'importance de l'économie circulaire et de l'attention limitée accordée par la littérature marketing aux aspects post-usage, cette recherche vise à mieux comprendre les comportements de don et de revente par une analyse des sources de valeur perçue par un consommateur désirant se séparer d'un vêtement dont il n'a plus l'usage.

Méthodologie : Une étude exploratoire est menée via 25 entretiens phénoménologiques amenant les répondants à détailler leurs expériences vécues lorsqu'ils se sont séparés de vêtements et d'accessoires de mode dont ils n'avaient plus l'usage. Les données sont traitées par analyse de contenu manuelle.

Résultats : Cette recherche souligne l'intérêt de combiner les cadres théoriques de la valeur résiduelle perçue d'un produit et de la valeur perçue d'une pratique pour mieux comprendre les comportements post-usage.

Elle montre, en particulier, leur complémentarité lors du processus de formation de la valeur, et permet d'approfondir la nature des sources de valorisation et de dévalorisation, tout en faisant émerger de nouvelles sources propres aux cas du don et de la revente.

Originalité : Cette recherche se distingue des travaux antérieurs au regard de son objet d'investigation (les comportements post-usage), du cadre d'analyse adopté (combinaison de la valeur résiduelle perçue et de la valeur perçue de la pratique), de l'approche mobilisée (vision statique et dynamique).

Implications managériales : Ce travail permet de soutenir le développement de l'économie circulaire en accompagnant les pouvoirs publics, les associations caritatives et les plateformes de revente, notamment lors de leurs actions de communication visant à encourager la recirculation de vêtements.

Les Communications



(Re)valoriser l'après-consommation : vers une compréhension élargie de la nature de la valeur post-usage dans une perspective RSO.
Maubisson L., Rivière A., et Sugier L. (2025). 4ème édition du Congrès international de la RSE, Toulouse, du 14 au 16 octobre 2025.



Economie circulaire et RSO : l'écosystème de la mode durable incite-t-il les consommateurs à adopter des comportements éco-responsables ?

Bonneveux E. et Loiseau J. (2025). 4ème édition du Congrès international de la RSE, Toulouse, du 14 au 16 octobre 2025.



A Better Understanding Of Clothing Donation And Resale Behavior Through The Perceived Value Approach: Structured Abstract.

Lebossé C., Rivière A. et Maubisson L. (2025). 28st Academy of Marketing Science – World Marketing Congress, Dijon, du 2 au 4 juillet 2025.



Vers un approfondissement des sources de la valeur résiduelle perçue.

Rivière A., Maubisson L. et Sugier L. (2025). 28ème colloque international Etienne Thil, Martigues, du 8 au 10 octobre 2025.



Mieux comprendre la décision du consommateur de revendre ou donner un vêtement dont il n'a plus l'usage : une approche combinée de la valeur résiduelle perçue du produit et de la valeur perçue de la pratique.

Lebossé C., Rivière A. and Maubisson L. (2025). 41ème Congrès international de l'Association Française du Marketing, Lille, du 14 au 16 mai 2025.



Vers une meilleure intégration des enjeux socio-environnementaux du marketing au sein des approches sur la valeur : état des lieux et agenda de recherche.

Rivière A. et Mencarelli R. (2024). 40ème Congrès international de l'Association Française du Marketing, Paris, du 5 au 7 juin 2024.

Les Publications



How do dual sustainable-labeling strategies enhance products' perceived value ?

(Casteran G. et Ruspil T., 2024, Journal of Product & Brand Management 33(7), 828-841)

Purpose : This paper aims to understand how dual sustainable-labeling strategies influence perceived value dimensions (i.e. quality, emotional, social and price) across vice vs virtue products and level of consumers' consideration of future consequences.

Design/methodology/approach : Two online experiments are conducted with private label brands : one with organic and Fairtrade labels and one with organic and local labels.

Originality/value : Prior research has focused on the effect of multi-labeling strategies on willingness to pay with mixed results. This study brings insights to literature by testing the impact of dual sustainable labeling strategies on the dimensions of perceived value as well as the moderating effects of the product types and consideration of future consequences.

For each experiment, a conditional process analysis was used with the labeling strategy (i.e. no label vs organic label vs Fairtrade/local label vs organic label + Fairtrade/local label) as the independent variable, the product types (i.e. vice vs virtue) and level of consideration of future consequences as moderators, the dimensions of perceived value (quality, emotional, social and price) as the dependent variables.

Findings : Dual sustainable-labeling strategies lead to higher positive perceived value levels on all dimensions compared to no-labeling strategy. They however do not necessarily lead to higher levels compared to mono-labeling strategies such as organic labeling strategy (except for social dimension). Additionally, the positive effect of dual sustainable-labeling is lower for virtue products compared to vice products and is stronger for consumers with high level of consideration of future consequences for vice products for the social-value dimension.



Les Communications



Impact d'un label multi-niveaux sur la valeur perçue : le cas de l'indice de réparabilité appliqué à la vente d'un smartphone.
Maubisson L., Rivière A. et Ruspil T. (2025). 28ème colloque international Etienne Thil, Martigues, du 8 au 10 octobre 2025.



Rôle de l'état de flow sur la préoccupation pour l'environnement : le cas des expériences pédagogiques en réalité virtuelle.

Bonnetier C., Maubisson L. et Coutelle P. (2024). International Marketing Trends Conference, Venise, du 18 au 20 janvier 2024.



Effect of psychological distance on environmental concern: the case of pollinator park, a virtual reality educational experience on the decline of pollinating Insects.

Bonnetier C., Ben Nasr I., Coutelle P. and Maubisson M. (2024). European Marketing academy Conference, Lisbonne, du 25 au 27 septembre 2024.



The role of flow in consumer environmental commitment applied to the case of immersive 360° educational videos.

Bonnetier C, Moussaoui B, Ben Nasr I, Maubisson L (2025). The International Conference on Technologies & Organization, La Rochelle, du 24 au 27 Juin 2025.

PARTIE 3 : LA COMMUNICATION AUTOUR DE LA CHAIRE

Création d'un logotype

Les co-porteurs de la Chaire, Laurent Maubisson et Arnaud Rivière, ont confié aux étudiants du projet RSE du Master 2 Marketing Stratégique et Digital de l'IAE Tours Val de Loire la création du logo de la Chaire. Dans ce cadre, le cahier des charges transmis aux étudiants prévoyait les modalités suivantes :

- Le logo de la Chaire VCD devra s'accorder aux logos de la Fondation Rabelais et de l'Université.
- Le logo devra s'inspirer des couleurs utilisées pour la brochure de la Chaire.

Après plusieurs échanges et discussions, leur travail a abouti au résultat ci-dessous :



Ce logo sera utilisé sur les différents supports de communication de la Chaire (brochure, affiches, flyers, kakémonos, site Internet...) et constitue ainsi le logo officiel de la Chaire.

Création d'un site Internet

Jusqu'à présent, la Chaire VCD ne bénéficiait pas d'un site Internet mais d'une simple page sur le site de la Fondation Rabelais permettant d'informer sur les actualités passées et à venir. En décembre dernier, un nouveau site Internet a été créé pour la Chaire VCD par un prestataire extérieur. La création de ce site Internet répond à un objectif de visibilité, de valorisation et de diffusion des activités menées dans le cadre du programme.



La Chaire Projet ANR Productions Mécénat Centre de ressources Concertation citoyenne [Contact](#)

**La Chaire Valeur et
Consommation
Durable**



1 - Valoriser les activités et les productions :

Grâce à ce site, il est possible de valoriser les travaux de recherche, diffuser les publications, événements et formations, tout en rendant visibles les actions menées dans le cadre de la Chaire sur le long terme.

2 - Soutenir la diffusion des connaissances :

En tant que programme de recherche, d'enseignement et de diffusion des connaissances, la Chaire a vocation à partager ses résultats au-delà du cercle académique. Le site internet constitue ainsi un outil central de diffusion, accessible à tous, favorisant le transfert de connaissances vers la société civile, les professionnels et les décideurs publics.

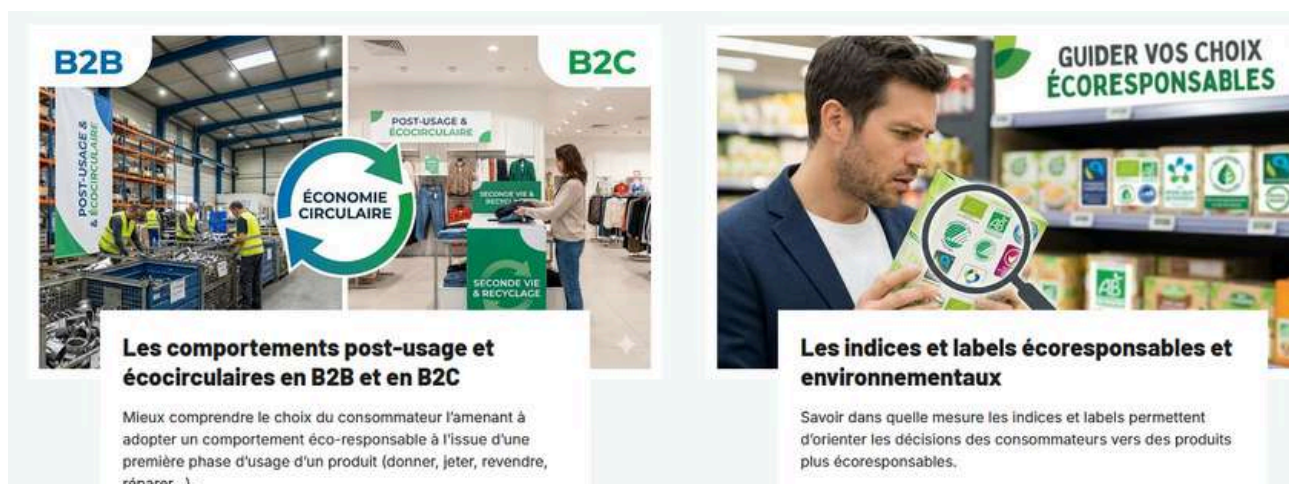
Ce site permet aussi de mettre en ligne des ressources scientifiques et managériales spécifiques à destination des mécènes sur les différentes thématiques abordées dans le cadre de la Chaire.

3 - Renforcer l'attractivité et les partenariats :

Le site joue un rôle de vitrine pour attirer de nouveaux partenaires (scientifiques, institutionnels ou socio-économiques), susciter l'intérêt de futurs chercheurs, intervenants ou étudiants, et renforcer la crédibilité et le rayonnement de la Chaire à l'échelle nationale.

En définitive, ce site Internet constitue désormais un point d'entrée unique pour la communauté académique, les partenaires, les étudiants, les acteurs du monde socio-économique et le grand public.

Lien : <https://valeur-et-consommation-durable.univ-tours.fr/>



PARTIE 4 : LES GRANDS PROJETS POUR L'ANNÉE 2026

Développement d'un calculateur d'empreinte carbone

Parmi les projets prioritaires qui seront menés durant l'année 2026, les chercheurs de la Chaire travailleront sur le développement d'un calculateur d'empreinte carbone qui sera mis en ligne à disposition du grand public. Grâce à ce calculateur, les usagers pourront ainsi comparer et évaluer l'empreinte carbone des différentes options dont ils disposent lorsqu'ils n'ont plus l'usage d'un vêtement : aller le jeter à la déchetterie, le déposer dans une borne RELAIS, le jeter à la poubelle, le donner à une association, le donner à un membre de leur famille, etc. Ce calculateur a ainsi vocation à sensibiliser le grand public sur le caractère plus ou moins éco-responsable des différentes pratiques post-usage.

Mise en place d'un observatoire des pratiques post-usage

L'objectif de cet observatoire consistera à apprécier, dans le temps, l'évolution de l'adoption des différentes pratiques post-usage par les consommateurs. Une enquête quantitative sera menée annuellement auprès d'un échantillon représentatif de la population française et permettra de collecter des données aussi bien perceptuelles que comportementales, éclairant ainsi la compréhension des décisions post-consommatoires des individus.

Finalisation et diffusion d'un jeu de plateau pédagogique

L'année 2025 a permis de travailler sur une activité ludo-pédagogique pour sensibiliser les enfants aux enjeux de l'adoption de pratiques post-usage écoresponsables en matière de textile. Cette première version du jeu, articulée autour d'un jeu de plateau et de défis, a été testée lors de la Fête de la Science 2025 à Tours et à Chateauroux auprès de plusieurs centaines de participants. En 2026, l'objectif est de finaliser cette version test, qui devra comporter plusieurs niveaux de difficulté, en vue de sa diffusion auprès d'un public d'élèves d'écoles primaires, de collèges et de lycées. L'objectif est de mettre ce jeu à disposition gracieusement des établissements scolaires de la Métropole Tours Val de Loire, voire de la Région Centre-Val de Loire.

La Chaire « Valeur et consommation durable » est portée par l'IAE Tours Val de Loire et le laboratoire Vallorem, et adossée à la Fondation Rabelais. Son activité est rendue possible grâce au soutien des mécènes de ce programme. En 2025, la Chaire est soutenue par Tours Métropole Val de Loire et PAPREC.

