**Titre de thèse :** Donner ou vendre ses objets : vers une meilleure compréhension de la dépossession par le réemploi

**Institution** : Université Gustave Eiffel et Institut de Recherche en Gestion

**Direction de thèse :**

* *Directrice de thèse :* Madame Sophie Rieunier, Professeure des Universités à l’Université Gustave Eiffel
* *Co-directeur de thèse :* Monsieur Alain Debenedetti, Maitre de Conférences HDR à l’Université Gustave Eiffel

**Résumé de la thèse** : Ce travail doctoral s'intéresse à la dépossession des objets destinés à être donnés ou vendus, c’est-à-dire au processus de séparation physique et/ou psychologique des objets. Par le biais d'une étude qualitative longitudinale menée auprès de 28 informants, nous montrons que la dépossession est un processus complexe, qui confronte l'idéal de réemploi visé et la réalité dépendante de la socio matérialité de l’objet, des ressources et compétences disponibles, des émotions ressenties et de celui qui reçoit l’objet. Nous distinguons quatre parcours de dépossession (spontané, organisé, contraint, subi), qui peuvent être impulsifs ou planifiés, contraints ou contrôlés. Cela montre que, bien qu'étant dans un contexte de séparation volontaire, la cession peut parfois être subie émotionnellement. Ces parcours jouent sur les pratiques de réemploi qui seront mobilisées, sur la temporalité du processus et sur l'implication émotionnelle de l'individu dans la séparation. De plus, les individus transforment la valeur perçue de leurs objets au travers de plusieurs étapes spatio-temporelles (mise à distance spatiale, reprise de contrôle, valorisation et séparation effective). La dépossession par le réemploi, loin d’être un processus de destruction de valeur, est un processus de (re)création de valeur des objets, qui deviennent publics et valorisables. Enfin, il existe des logiques dominantes auxquelles les individus semblent se raccrocher dans le réemploi, qui entrent parfois en confrontation, nécessitant alors de trouver des solutions qui transforment le réemploi en un acte hybride, mêlant marchandisation, civisme, reconnaissance, écologie et socialité. Ces résultats permettent de formuler des propositions managériales à destination des associations, des plateformes d’échanges C2C et des marques, afin de pousser les individus à donner ou vendre leurs objets.

**Biographie :** Diplômée d’un master en marketing de luxe, j’ai exercé quelques temps le métier de cheffe de projet dans une agence de design luxe. Intéressée par les études de marché et l’enseignement, j’ai ensuite réalisé un master en études et recherches, puis je me suis dirigée vers le doctorat en sciences de gestion, que j’ai réalisé à l’université Gustave Eiffel et à l’Institut de Recherche en Gestion. Mes travaux de recherche portent sur la compréhension des pratiques de consommation dans un contexte d’économie circulaire, et plus particulièrement sur le don caritatif et la vente en ligne. Ancrés dans le marketing responsable et sociétal, ils questionnent les formes de consommation collaborative et leurs significations, la valorisation de l’objet dans ces pratiques, et la représentation du gaspillage, à un niveau individuel et micro-social. Dans ce cadre, j’ai été amenée à participer à plusieurs conférences nationales et internationales, et à publier dans de deux revues classées (*Décisions Marketing* et *Journal of Business Research*). En parallèle, j’enseigne depuis quatre ans en licence et en master, pour des enseignements en marketing et en management. Mes deux objectifs principaux dans l’enseignement sont la considération de l’étudiant comme acteur de sa formation et l’encouragement à la créativité et au professionnalisme. Dans ma vie personnelle, je suis créative, dynamique et dévouée. J’aime voyager (notamment en Italie, d’où ma famille est originaire), me balader (avec mon chien !), voir des expositions (en lien avec les savoir-faire français et du reste du monde), aller au théâtre, dessiner et passer du temps en famille.