

ANNEXE TECHNIQUE N° 1
A la convention n° 1877C0008biblio
PASSEE ENTRE L'UNIVERSITE DE ROUEN NORMANDIE, L'UNIVERSITE DE RENNES 1 ET L'IAE
GUSTAVE EIFFEL

Titre du projet	Etude Socio-Anthropologique de Dispositifs Collectifs d'Acculturation à la Sobriété
Acronyme	ESADICAS
Appel à projet	TEES
Résumé	<p>Porté par trois laboratoires de sciences de gestion (CREM, IRG, NIMEC), le projet ESADICAS vise à analyser dans quelle mesure les dispositifs innovants de collectifs d'acculturation à la sobriété pourraient favoriser la participation du plus grand nombre de consommateurs à la transition écologique, économique et sociale, participant ainsi à sa massification. Pour ce faire, il s'appuie sur la réalisation de deux temps d'enquête : le premier porte sur la faible diffusion de l'idée de sobriété auprès des consommateurs et donc l'identification de seuils/frontières chez les individus ne participant pas au développement d'une culture de sobriété (de façon individuelle ou collective) ; le second porte sur le dépassement possible de ces freins en lien avec la participation à des collectifs de consommateurs et donc la saisie de pratiques mises en œuvre pour dépasser les résistances identifiées et repérer les leviers favorables à l'inclusion des différentes catégories de consommateurs tout en étant très sensibles aux processus d'exclusion inhérents aux fonctionnements de ces collectifs participatifs. Les résultats de ces deux enquêtes de terrain seront partagés avec les acteurs du monde socio-économique dans ce domaine lors d'une journée de recherche collaborative. Ils feront également l'objet de présentations académiques ou de sessions spéciales lors de différents colloques de spécialité. Au terme de cette étude socio-anthropologique, une journée de valorisation et de partage des résultats de la recherche sera organisée sous forme d'ateliers coopératifs et participatifs afin de favoriser la diffusion au grand public. Un ouvrage collectif est également envisagé. Celui-ci mettra notamment en évidence les solutions dégagées et préconisations à l'égard de l'Ademe et des acteurs de l'économie sociale et solidaire.</p>

Liste des partenaires

	<i>Raison sociale</i>
<i>Partenaire 1 (Coordonnateur)</i>	NIMEC, Université de Rouen Normandie - IAE
<i>Partenaire 2</i>	CREM, Université Rennes 1 - IAE
<i>Partenaire 3</i>	IRG, UPEM - IAE Gustave Eiffel

I. Problématique et projet proposé

1. Problématique

Partant de ce que, pour près de la moitié d'entre elles, les émissions de carbone sont imputables aux consommateurs (Bamberg et Möser, 2007), la lutte contre le changement climatique est estimée relever d'une question de mode de vie - de changements de comportements individuels, ce que traduit notamment, avec ses fortes connotations morales, l'idée de sobriété carbone¹. Elle devient ainsi affaire de micro-comportements individuels (Dolan, 2002 ; Paterson et Stripple, 2010). Dans cette perspective est déployé un vaste programme discursif, informatif et éducatif, pour sensibiliser les consommateurs aux enjeux climatiques. En chaque cas, il s'agit d'adopter des comportements fondamentalement soucieux d'une minimisation de l'empreinte écologique des pratiques de consommation (Seyfang, 2009) et, plus profondément, de développer de nouvelles « subjectivités environnementales » (Agrawal, 2005). Il s'agit de responsabiliser les individus et d'individualiser la responsabilité, simultanément (Merlingen, 2006). Ces nouveaux comportements attendus agissent comme autant de discours incitatifs très largement diffusés et relayés dans les médias. En constat, on notera néanmoins que les efforts développés ces dernières décennies dans cette perspective ont très largement échoué (Johnson, 2012 ; Moser, 2010). Les consommateurs n'ont pas significativement modifié leurs comportements (Weber et Stern, 2011) et l'on perçoit même l'émergence d'une certaine réaction à certains de ces discours montrés comme culpabilisants.

Une autre possible ligne explicative de cet échec tient à ce que la logique suivie relève de « l'action collective individualisée » (Micheletti, 2003), alors qu'il faudrait envisager le développement de dispositifs de type « action individuelle collectivisée » (Robert-Demontrond, 2009). Passant ainsi du discursif aux pratiques, des organisations gouvernées par des consommateurs telles que les coopératives de consommateurs ou les sociétés coopératives d'intérêt collectif proposent un cadre collectif qui vise à modifier les modalités d'achat et non seulement à renouveler le contenu sémantique de l'acte d'achat. L'appartenance à ces organisations engendre divers processus d'acculturation et de socialisation, d'intériorisation d'un référentiel axiologique prônant la transformation des comportements de consommation en vue d'un intérêt collectif. La logique des coopératives de consommateur s'avère typiquement d'« interstice » comme « espace de relations humaines qui, tout en s'insérant plus ou moins harmonieusement et ouvertement dans le système global, suggère d'autres possibilités d'échanges que celles qui sont en vigueur dans ce système » (Bourriaud, 1998, p. 16). Ces organisations portent en projet la réalisation d'une « cosmologie d'enclave non marchande », au sens de Douglas (1970, 1992, 1999). En leur sein, les consommateurs mettent en œuvre une économie de la fonctionnalité de manière concrète, ont le sentiment de reprendre le pouvoir sur leur consommation par la participation à la prise de décision et transforment plus durablement leurs comportements. Ces processus d'acculturation à une consommation plus sobre sont favorisés par la démarche collective. Néanmoins, là aussi, et malgré des succès intéressants de ces formes d'organisation, ces dispositifs « d'action individuelle collectivisée » (Robert-Demontrond, 2009) rencontrent des difficultés à transformer durablement des comportements qu'il convient d'étudier en différents niveaux. Faire donc particulièrement attention aux dispositifs de ces organisations qui pourraient

¹ La sobriété carbone renvoie à un comportement visant à limiter les émissions de carbone.

dégrader l'engagement d'individus dans la durée et ainsi produire des phénomènes d'exclusion implicite.

Notre problématique est alors la suivante : à quelles conditions les dispositifs collectifs d'acculturation à la sobriété pourraient garantir l'inclusion du plus grand nombre de consommateurs dans un processus de transformation des comportements de consommation ?

Le sujet sera traité en deux temps.

Notre interrogation de départ sera d'identifier des seuils pour les individus ne participant pas à la culture de la sobriété. Pourquoi ce qui paraît culturellement évident et moral pour une partie de l'espace social apparaît comme secondaire pour toute une autre frange de la population ? Pourquoi des consommateurs refusent de participer et mettre en œuvre des pratiques de transitions écologiques ?

Dans un second temps, nous étudierons dans quelle mesure les dispositifs encourageant la participation individuelle à des collectifs de transition écologique et sociale sont des solutions pour lever les freins identifiés dans la première étude et favoriser l'acculturation des individus une consommation plus sobre ? Mais aussi, dans quelle mesure le processus inclusif, sur lequel reposent ces logiques collaboratives et coopératives, peut développer *a contrario* des phénomènes d'exclusion par des présupposés implicites sur la qualité et les compétences des personnes qui peuvent ou non participer (Berger et Charles, 2014) ?

2. Projet proposé

L'objectif de cette recherche est d'étudier les transitions écologiques sous l'angle de l'acculturation des consommateurs en insistant sur le rôle des collectifs de consommateurs engagés dans des formes coopératives et participatives. Il s'agit en cela d'aborder les dispositifs collectifs d'acculturation à deux niveaux :

- Au niveau externe des dispositifs en nous intéressant à la non ou moindre mobilisation de nombre de consommateurs - les consommateurs d'une certaine manière exclus ou qui s'excluent de ces collectifs. Nous proposons ici d'investiguer plus spécifiquement des registres axiologiques et sociaux mobilisés par les individus pour justifier leurs refus de s'engager dans un changement de culture de consommation.
- Au niveau interne des dispositifs en nous intéressant aux apports et limites de l'inclusion participative de ces collectifs à l'acculturation des consommateurs. Cette partie portera sur l'étude des dispositifs mis en place, leurs réceptions, appropriation par les participants et leurs effets limitant ou favorisant l'acculturation (sorties, auto-exclusion, faible participation degré élevé d'engagement, etc.). Nous proposons d'investiguer notamment des sociétés coopératives d'intérêt collectif (SCIC) de type : Enercoop et Alter Conso.

L'étude se place à trois niveaux : à un niveau micro individuel pour saisir les réticences à la maîtrise de sa consommation, à un niveau micro social, afin d'appréhender quels sont les

modes d'interactions individuelles au sein des collectifs qui permettent de lever ces réticences et favorisent ou limitent les processus d'acculturation, et à un niveau mésosocial pour identifier les écosystèmes construits par les collectifs d'acteurs pour enclencher un changement d'échelle de la diffusion de la culture de sobriété qu'ils prônent et les limites qu'ils rencontrent.

Plus précisément, nous souhaitons répondre aux questions suivantes : pourquoi les consommateurs ne veulent-ils pas changer de comportement individuellement malgré les nombreuses injonctions discursives auxquelles ils sont soumis ? En quoi et comment les projets coopératifs se présentent-ils comme des leviers pour accompagner les transformations des comportements de consommation vers une certaine culture de la sobriété ? A quelles conditions ces dispositifs favorisent-ils une démocratisation de pratiques ou pourquoi se heurtent-ils à des problématiques de diffusion et à des limites de fonctionnement ?

Les SCIC sont récentes (loi de 2001). Il s'agit d'une forme d'entreprise caractérisée par le multisociétariat (salariés/producteurs, consommateurs/usagers ainsi que toute personne physique ou morale intéressée par le projet). Particulièrement ancré dans un territoire, ce type de structure réunit les parties prenantes partageant un intérêt collectif et vise des projets durables et inclusifs. Selon la Confédération Générale des Sociétés Coopératives et participatives (<http://www.les-scic.coop/sites/fr/les-scic/l-annuaire-scic/index.html>), les sociétés coopératives d'intérêt collectif (Scic) en activité au 1^{er} Mars 2017 sont au nombre de 611 (nombre multiplié par trois depuis 2010).

Nous étudierons notamment, les dispositifs de participation de deux SCIC :

-- **la SCIC Enercoop** : elle promeut un nouveau modèle de production d'énergie. « Enercoop essaime son modèle à l'échelle régionale afin de créer un lien direct entre producteurs et consommateurs et faciliter la réappropriation citoyenne de l'énergie. Il existe aujourd'hui 10 coopératives qui couvrent l'ensemble de l'hexagone. » <http://www.enercoop.fr/les-cooperatives>

Nous étudierons principalement les dispositifs d'inclusion et de participation mis en oeuvre au sein de la coopérative Enercoop Languedoc Roussillon (accord donné par l'entreprise) puis l'écosystème Enercoop au niveau du territoire de la région Occitanie. Enfin nous avons la possibilité d'accéder au réseau des "animateurs de la vie coopérative" d'Enercoop à un niveau national. Cela permettra d'approfondir l'analyse des dispositifs de participation mis en oeuvre au sein d'Enercoop

- **la SCIC Alter-Conso** (www.alter-conso.org/) est engagée dans la distribution hebdomadaire de paniers issus de l'agriculture biologique, locale et paysanne, dans 14 lieux de distribution de l'agglomération lyonnaise. Elle compte environ 800 sociétaires, répartis en 4 collèges de vote : salariés, producteurs, adhérents-consommateurs, sympathisants. Elle se définit comme un « système solidaire entre producteurs et consommateurs via une distribution hebdomadaire de paniers agricoles locaux ». Alter conso a donné son accord pour être intégrée dans cette étude dans la suite de la thèse de doctorat de Marion Maignan.

II. Positionnement et bénéfices

1. Etat de l'art et enjeux scientifiques et méthodologiques

L'actualité est marquée par le développement de comportements de consommation auxquels la littérature académique prête différents noms : consommation « éthique » (Cherrier, 2007), ou « socialement responsable » (Francois-Lecompte et Valette-Florence, 2006), consommation « citoyenne » (Trentmann, 2007), « politique » (Micheletti, 2003), ou « critique » (Pleyers, 2011), consommation « consciente » (Szmigin et al., 2009), ou encore

« engagée » (Dubuisson-Quellier, 2009). En chaque cas il s'agit, reprenant ici les catégories théoriques de Weber (1905), d'un changement dans le comportement économique des consommateurs, passant d'une logique d'action de type « rationalité pratique » ou « en finalité » (optimisant les choix par comparaison systématique des alternatives), à une logique d'action de type « rationalité axiologique » ou « en valeur » (déterminant les choix par vérification de leur conformité à des critères individuellement retenus, par conviction, comme des contraintes normatives inconditionnelles). Ou encore, il s'agit du glissement d'une logique de « rationalité formelle » à une logique de « rationalité matérielle » : la pensée des échanges économiques n'est alors pas focalisée sur les produits en jeu, mais prend en considération d'autres enjeux, dont ceux écologiques, environnementaux. Ce passage d'une logique à une autre signale un phénomène de transition culturelle. La question qui se pose est d'appréhender dans quelle mesure les dispositifs d'action individuelle collectivisée peuvent faciliter ou non l'acculturation à ces changements de consommation. En lien, il convient d'identifier les phénomènes d'inclusion et d'exclusion plus ou moins implicites qui se jouent dans ces collectifs, dans quelle mesure ils participent, encouragent mais aussi dégradent dans la durée l'engagement des consommateurs dans des modifications de sa consommation.

Pour répondre à ces questionnements et dans la démarche socio-anthropologique qui est la nôtre, à la suite de la phase d'état de l'art sur les différents éléments conceptuels constitutifs de la problématique, nous proposons de mobiliser diverses méthodes afin de constituer du matériau informatif. Nous adoptons ainsi la logique d'« engagement polymorphique » préconisée par Gusterson (1997) - engagement empirique multipliant les sites, les types d'investigations et les méthodes de production des informations - chacune supportant un objectif de recherche particulier et/ou permettant une triangulation des données.

Seront ainsi mobilisées, les techniques : i) d'entretiens centrés (enregistrés et retranscrits) conduits d'une part auprès d'un échantillon de consommateurs sélectionnés dans une logique de diversité des profils relativement à leur engagement dans une démarche de sobriété et d'autre part auprès d'un échantillon de membres des collectifs étudiés (la taille de l'échantillon sera définie au regard du principe de saturation théorique) ; ii) d'observation flottante (Pétonnet, 1982), sur longue période ; iii) d'autoethnographie (cf. Ellis et al. 2011) fondée sur l'expérience vécue par l'un des chercheurs ; iv) collecte de données secondaires notamment par ethnographie virtuelle (cf. Hine, 2000), méthode plus souple que la netnographie en ce qu'elle s'accommode d'une recherche intermittente, sur une longue période de temps, au gré des opportunités (blogs, forums, commentaires en ligne d'articles de presse).

L'analyse des données textuelles recueillies suivra les principes définis par Paillé et Mucchielli (2011), qui préconisent une analyse de contenu thématique manuelle à l'aide des catégories conceptualisantes. La démarche, itérative – abductive – est caractérisée par des allers-retours continus entre l'analyse, l'interprétation des données et la confrontation avec la littérature. Plus qu'une description des données produites, c'est leur théorisation (Point et Voynnet-Fourboul, 2006) que nous ambitionnons ici.

Dans cette perspective, nous suivrons le paradigme de Spiggle (1994), privilégiant un procédé en deux temps : celui de l'analyse - qui consiste à donner du sens aux données, les disséquer, les trier et les reconstruire - ; puis celui de l'interprétation - qui implique d'accéder au niveau plus abstrait de la conceptualisation.

2. Caractère innovant et positionnement du projet

Le caractère innovant de ce projet est d'appréhender les initiatives originales de transitions écologiques et sociales portées par des collectifs de consommateurs comme des dispositifs d'acculturation à une consommation plus sobre et d'identifier les modalités de participation favorisant l'inclusion/exclusion dans ces projets.

Plus précisément, le projet d'étude des résistances et des motivations aux projets des coopératives de consommateurs et des SCIC ouvre la voie à la compréhension des leviers stimulant ou freinant des consommateurs à penser collectivement des modes de consommation alternatifs, des formes d'enclaves non marchandes régies par des valeurs d'usage plutôt que par les valeurs d'échange monétaire. Il répond en ce sens à la compréhension de l'émergence mais aussi à la résistance à **une culture de consommation** ancrée dans l'ambition d'un développement durable et d'une économie inclusive.

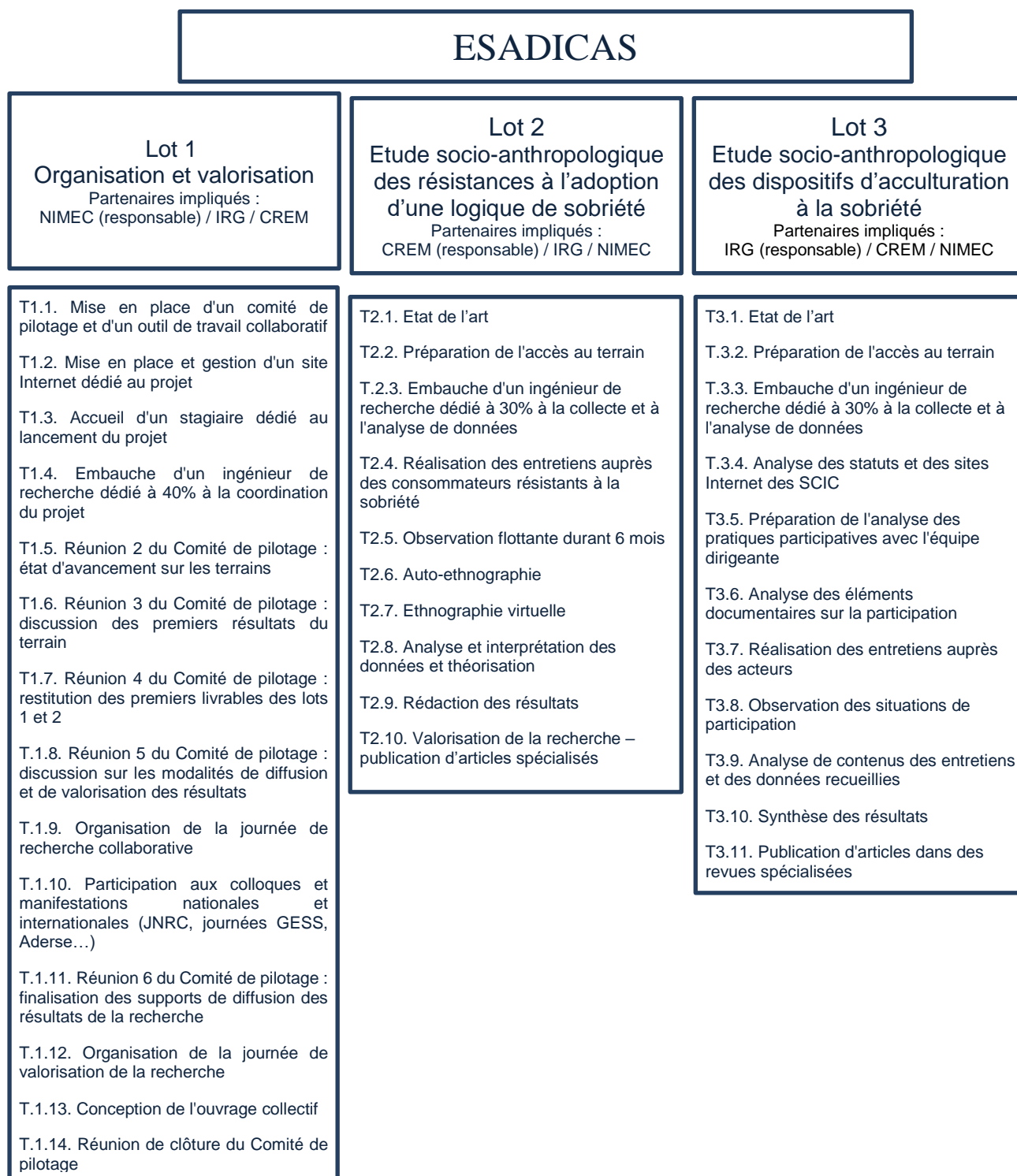
L'étude approfondie des organisations identifiées comme porteuses d'innovations sociales et de transformations des modes de consommation et de production permettra de décrire les pratiques sociales à l'œuvre notamment en terme de fonctionnement démocratique, et de gestion des tensions pour maintenir le projet d'intérêt collectif durablement. Il s'agira notamment de repérer les dispositifs de participation des consommateurs et leurs effets sur le maintien de l'engagement collectif et le changement de comportement individuel (inclusion ou exclusion). L'étude longitudinale sera un moyen de saisir comment est géré le changement d'échelle d'une organisation pour élargir la cible des publics impliqués. A cet égard, les études de cas nous permettront de comprendre les modalités, les résistances et les facteurs de diffusion d'un modèle coopératif de consommation et de production d'une part d'énergies renouvelables et d'autre part de consommation locale.

Enfin, ces études de cas seront l'occasion d'identifier les dispositifs pertinents pour faire participer les consommateurs aux transformations des modes de consommation et de production. Il s'agira de qualifier les outils/dispositifs à mettre en place selon les niveaux de participation souhaités par les individus dans les collectifs pour faciliter leur engagement sur le long terme ou selon les seuils de participation subis par les individus (capacités, accessibilité, agence, au sens d'Armatya Sen (2009)². La participation étant ici considérée comme un moyen de motiver les consommateurs et de développer leur pouvoir d'agir mais aussi une frontière pour ceux qui ne se pensent pas capables ou ne sont pas considérés en capacité de participer. Ce sont donc ces frontières ou seuils que nous souhaitons identifier au sein des collectifs de consommateurs, dans un double objectif : les repérer comme limite à la diffusion des nouveaux modes de consommation mais aussi repérer les solutions trouvées par les acteurs et en proposer pour les dépasser et favoriser l'inclusion du plus grand nombre dans des projets de transformation des comportements de consommation. Ces résultats donneront des clés aux pouvoirs publics pour identifier et qualifier des projets de collectifs de citoyens inclusifs et les accompagner par la formation et l'accès à des outils et des dispositifs favorisant la participation du plus grand nombre.

² GLOSSAIRE « LES MOTS DE SEN... ET AU-DELÀ », Revue Tiers Monde 2009/2 (n° 198), p. 373-381.

III. Programme de travail

1. Programme scientifique et structuration du projet



2. Management du projet

La coordination du projet est portée à titre principal par le NIMEC (Université de Rouen Normandie) dans le cadre du lot 1 du projet, dont le responsable est Eric Rémy, Professeur des Universités. Le NIMEC sera donc l'interlocuteur privilégié de l'Ademe pour le suivi administratif et financier du projet et la remontée des informations.

Elle assurera par ailleurs l'organisation des événements qui ponctueront ce projet (journée de recherche collaborative, table-ronde dans le milieu académique et journée de clôture du projet à destination du grand public), ainsi que la publication d'un ouvrage collectif restituitif de l'étude socio-anthropologique de dispositifs collectifs d'acculturation à la sobriété, objet de ce projet.

Elle s'appuiera pour cela sur la mise en place d'un outil de travail collaboratif en ligne ainsi que sur un comité de pilotage composé des responsables des trois lots, d'un représentant de l'Ademe et de deux représentants des acteurs sollicités lors des enquêtes de terrain, afin de garantir l'adéquation entre le projet et son impact potentiel pour les acteurs du monde socio-économique concernés. Des réunions de ce comité seront organisées à chaque étape-clé du projet afin de valider la réalisation des objectifs fixés et de lancer l'étape suivante.

Les trois équipes travailleront en lien étroit sur le terrain Enercoop favorisant une unité d'étude de cas. Une convention de recherche partenariale qualifiant le partage des données sera établie entre les différentes équipes et les SCIC étudiées. Ce type de convention a déjà été réalisé lors de précédents projets de recherche partenariale.

3. Description des travaux par lot

Lot n° 1 : Coordination et valorisation du projet	
Responsable du lot	Eric Rémy , NIMEC, Université de Rouen Normandie
Durée	2 ans
Début	1 ^{er} mars 2018
Partenaires impliqués	CREM – Université de Rennes IRG – Université Paris Est
Livrable(s) associé(s)	D1.1. Site Internet et outil collaboratif D1.2. Journée de recherche collaborative avec les participants au projet D1.3. Participation aux colloques et manifestations nationales et internationales (JNRC, journées GESS, Aderse...) D1.4. Journée de valorisation du projet de recherche D1.5. Ouvrage collectif
Contenu	
Objectifs	<ul style="list-style-type: none">- Organisation du travail entre les partenaires- Mettre en place des actions de valorisation de la recherche- Développer des actions visant l'opérationnalisation des préconisations proposées

Critères de réussite	<ul style="list-style-type: none"> - Respect des objectifs, du calendrier et du budget prévisionnel du projet - Diffusion effective des résultats et des préconisations dans le monde socio-économique
Programme détaillé des travaux	<p>T1.1. Mise en place d'un comité de pilotage et d'un outil de travail collaboratif</p> <p>T1.2. Mise en place et gestion d'un site Internet dédié au projet</p> <p>T1.3. Accueil d'un stagiaire dédié au lancement du projet</p> <p>T1.4. Embauche d'un ingénieur de recherche dédié à 40% à la coordination du projet</p> <p>T1.5. Réunion 2 du Comité de pilotage : état d'avancement sur les terrains</p> <p>T1.6. Réunion 3 du Comité de pilotage : discussion des premiers résultats du terrain</p> <p>T1.7. Réunion 4 du Comité de pilotage : restitution des premiers livrables des lots 1 et 2</p> <p>T.1.8. Réunion 5 du Comité de pilotage : discussion sur les modalités de diffusion et de valorisation des résultats</p> <p>T.1.9. Organisation de la journée de recherche collaborative</p> <p>T.1.10. Participation aux colloques et manifestations nationales et internationales (JNRC, journées GESS, Aderse...)</p> <p>T.1.11. Réunion 6 du Comité de pilotage : finalisation des supports de diffusion des résultats de la recherche</p> <p>T.1.12. Organisation de la journée de valorisation de la recherche</p> <p>T.1.13. Conception de l'ouvrage collectif</p> <p>T.1.14. Réunion de clôture du Comité de pilotage</p>
Contributions des partenaires	<p>NIMEC</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mise en place et suivi du comité de pilotage, de l'outil collaboratif, du site Internet - Organisation des journées de recherche et de valorisation - Publication de l'ouvrage collectif <p>CREM / IRG</p> <ul style="list-style-type: none"> - Participation à chaque réunion du comité de pilotage - Contributions aux journées de recherche et de valorisation, au site Internet et à l'outil collaboratif, à l'ouvrage collectif
Méthodes et choix privilégiés	Outil collaboratif, réunions du comité de pilotage à chaque étape-clé du projet, site Internet, journées de recherche et de valorisation, publication d'un ouvrage collectif
Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> - Articulation optimale du travail des différents partenaires et des différents lots - Préconisations pour l'Ademe et les acteurs socio-économiques spécialisés - Diffusion des résultats du projet vers le grand public

Lot n° 2 : Etude socio-anthropologique des résistances à l'adoption d'une logique de sobriété		
Responsable du lot	Philippe Robert-Demontrond , CREM, Université de Rennes 1	
Durée	18 mois	
Début	1 ^{er} mai 2018	
Partenaires impliqués	NIMEC – Université de Rouen Normandie	IRG – Université Paris Est

Livable(s) associé(s)	<p>D2.1. Rapport sur les seuils/frontières pour les consommateurs ne participant pas à une logique de sobriété</p> <p>D2.2. Rapport sur les capacités, fragilités et vulnérabilités des acteurs exclus ou se sentant exclus des collectifs soutenant des projets de transition écologique, économique et social.</p> <p>D2.3. Publication d'articles académiques, dans une revue de rang A et dans une revue de rang B</p>
Contenu	
Objectifs	Comprendre pourquoi des consommateurs refusent de participer aux transitions écologiques, économiques et sociales voire s'en sentent exclus et <i>persona non grata</i>
Programme détaillé des travaux	<p>T2.1. Etat de l'art</p> <p>T2.2. Préparation de l'accès au terrain</p> <p>T.2.3. Embauche d'un ingénieur de recherche dédié à 30% à la collecte et à l'analyse de données</p> <p>T2.4. Réalisation des entretiens auprès des consommateurs résistants à la sobriété</p> <p>T2.5. Observation flottante durant 6 mois</p> <p>T2.6. Auto-ethnographie</p> <p>T2.7. Ethnographie virtuelle</p> <p>T2.8. Analyse et interprétation des données et théorisation</p> <p>T2.9. Rédaction des résultats</p> <p>T2.10. Valorisation de la recherche – publication d'articles spécialisés</p>
Contributions des partenaires	<p>CREM</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réalisation des entretiens et de l'observation flottante (terrain : Bretagne) - Réalisation de l'autoethnographie et de l'ethnographie virtuelle - Analyse et interprétation des données et théorisation - Rédaction des résultats et publication d'articles spécialisés <p>NIMEC / IRG</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réalisation d'entretiens (terrain NIMEC : Normandie / Catalogne / terrain IRG : Paris / Lyon) - Participation à l'analyse des données, à la rédaction des résultats et à la publication d'articles
Méthodes et choix privilégiés	<ul style="list-style-type: none"> - Recueil de données par 5 chercheurs, sur plusieurs terrains (Bretagne, Normandie, Catalogne), sur une temporalité étendue - Démarche socio-anthropologique selon la logique d'« engagement polymorphe » préconisée par Gusterson (1997)
Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> - Identification des seuils / frontières pour les consommateurs ne participant pas à la sobriété - Identification des leviers favoriser l'inclusion de ces consommateurs dans les projets de transformation des comportements de consommation - Publication d'articles dans des revues spécialisées de rang A et de rang B

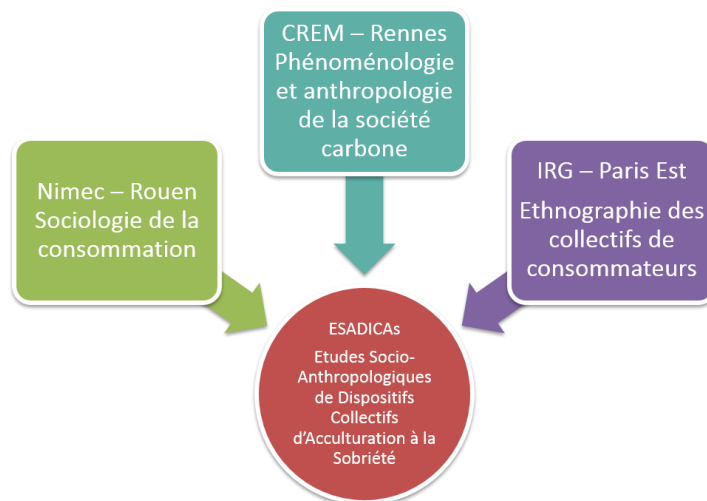
Lot n° 3 : Etude socio-anthropologique des dispositifs collectifs d'acculturation à la sobriété	
Responsable du lot	Amina Béji-Bécheur , IRG, Université Paris Est
Durée	18 mois
Début	1 ^{er} mai 2018
Partenaires impliqués	CREM – Université Rennes 1 NIMEC – Université Rouen Normandie
Livable(s) associé(s)	D.3.1. Rapport sur les profils d'engagement et de participation des individus dans les collectifs de consommateurs D3.2. Rapport d'analyse des dispositifs participatifs et de leurs effets sur l'engagement D3.3. Méthodologie pour favoriser la participation des consommateurs résistants aux dispositifs collectifs d'acculturation D3.4. Publication d'articles académiques, dans une revue de rang A et dans une revue de rang B
Contenu	
Objectifs	Etudier les modes de participation mis en place dans les collectifs de consommateurs pour répondre à trois questions centrales : <ul style="list-style-type: none"> - Pourquoi les individus adhèrent-ils au projet collectif de transition écologique, économique et sociale ? - Dans quelle mesure les dispositifs de participation encouragent-ils, maintiennent-ils ou dégradent-ils l'engagement dans la durée ? - Comment faire participer les individus se sentant exclus de ces collectifs ?
Programme détaillé des travaux	T3.1. Etat de l'art T3.2. Préparation de l'accès au terrain : contact avec les dirigeants de SCIC et construction d'un accord sur le protocole méthodologique (accord obtenu) T.3.3. Embauche d'un ingénieur de recherche dédié à 30% à la collecte et à l'analyse de données T3.4. Analyser les statuts et des sites internet des SCIC choisies (1er niveau d'analyse du sens donné à l'action, des buts recherchés, des acteurs en présence et du contexte de création) T3.5. Préparer l'analyse des pratiques participatives avec l'équipe dirigeante pour : 1/ Présenter l'étude et construire une démarche collaborative, 2/ Identifier les parties-prenantes à interviewer, 3/ Identifier les éléments documentaires nécessaires à l'analyse de la participation (compte rendus de CA, relevés de décisions, bilans, certification, organigramme, etc.) et 4. Définir les temps où l'équipe pourra être en observation (CA, réunion, ou mise en œuvre d'activités par exemple) pour recueillir des données (photos ; discours ; écrits ; etc.) T3.6. Analyser les éléments documentaires sur la participation T3.7. Interviewer les acteurs T3.8. Observer des situations de participation T3.9. Analyse de contenus des entretiens et des données recueillis T3.10. Synthétiser les résultats T3.11. Publier des articles dans des revues spécialisées de rang A et de rang B

Contributions des partenaires	<p>IRG /NIMEC/CREM</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recueil et analyses des données sur les terrains - Synthèse des résultats et publication d'articles dans des revues spécialisées
Méthodes et choix privilégiés	<p>Les données vont être recueillies auprès de deux SCIC (contacts existants avec Enercoop et Alter conso) sur une temporalité étendue. Ces terrains sont déjà ouverts aux chercheurs en raison des partenariats existants : Enercoop a participé aux ateliers de recherche organisés dans le cadre du projet Picri pap-scic en partenariat avec la CG Scop qui a renouvelé sa volonté de partenariat de recherche avec l'IRG (convention en annexe),</p>
Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> - Identification au sein des organisations étudiées des dispositifs de participation des consommateurs et de leurs effets sur le maintien de l'engagement collectif et le changement de comportement individuel - Publication d'articles dans des revues spécialisées de rang A et de rang B

IV. Partenariat

1. Description, adéquation et complémentarité des partenaires

Les trois équipes partenaires sont complémentaires en termes de méthodologies et de thématiques d'études sur les transitions écologiques, économiques et sociales.



Partenaire 1 – Normandie Innovation Marché Entreprise et Consommation (NIMEC), Université de Rouen, Université de Caen et Université du Havre

Le NIMEC est le laboratoire des Sciences de gestion des universités de Rouen, Caen et le Havre. Il est reconnu « équipe d'accueil » EA-969. Il compte, sur l'ensemble de la Normandie, 75 enseignants-chercheurs et une cinquantaine de doctorants. Les chercheurs impliqués dans le présent projet s'inscrivent principalement dans les thèmes « Cultures, identités et consommation » et « Comportement organisationnel et postures managériales ». Le premier thème s'intéresse principalement au champ de la consommation dans une optique socio-anthropologique. En ce sens, loin de s'apparenter à un acte de destruction des produits, nous concevons la consommation comme un ensemble d'activités structurant des relations humaines et des identités individuelles multiples. C'est en cela que nous pouvons proposer de multiples travaux portant sur les cultures de consommation. Le second thème porte attention à la vie de l'organisation, aux dynamiques internes et à l'influence de l'organisation sur les salariés et la performance qu'elle soit économique, sociale ou environnementale. Dans ce cadre, nous voyons les organisations comme soumises à des nouveaux enjeux, à des rapports au travail évolutifs et à des modifications des rôles des managers.

Plusieurs personnes seront mobilisées pour la coordination du projet et pour participer aux travaux de terrain des lots 2 et 3 : **Eric Rémy** (professeur des universités et directeur du NIMEC), **Renaud-Garcia Bardidia** (professeur des universités et co-responsable du thème « Cultures, identités et consommation »), **Youcef Bousalham** (maître de conférences, chercheur dans le domaine de l'économie sociale et solidaire), **Olivier Desplébin** (maître de conférences, projet de recherche en cours au niveau local avec l'Adress), **Gérald Orange** (professeur émérite, ancien rédacteur en chef de la revue Politique et Management Public), **Claire François** (ingénieur d'études « Gestion et pilotage »). Le NIMEC prévoit par ailleurs

pour ce projet l'embauche d'un **chercheur en post-doctorat** pour d'une part être référent sur la coordination du projet, d'autre part, participer à l'analyse des données récoltées sur le terrain dans le cadre des lots 1 et 2.

Partenaire 2 – Centre de Recherche en Economie et Management (CREM), Université de Rennes 1

Le CREM est une UMR CNRS (6211). L'unité compte une centaine d'enseignants-chercheurs et une centaine de doctorants. Les chercheurs impliqués dans ce projet sont engagés dans l'étude des comportements de consommation en lien avec les enjeux sociétaux du développement durable.

Le lot 3 sera piloté par **le professeur Robert-Demontrond**, docteur en sciences de gestion et docteur en philosophie, auteur ou co-auteur de 83 articles publiés dans des revues académiques, nationales et internationales, et directeur ou co-directeur de 11 ouvrages scientifiques (6 ouvrages d'épistémologie et de méthodologie, 1 ouvrage portant sur la responsabilité sociale de l'entreprise, 1 ouvrage portant sur la dynamique des métiers, 1 ouvrage portant sur l'anthropologie du sacré et les sciences de gestion, 2 ouvrages portant sur la *Consumer Culture Theory*). Depuis une décennie, ses recherches se polarisent sur les approches phénoménologiques et ethnographiques de problèmes relevant de variations dans la donation de sens et des imaginaires de consommation – avec un focus sur la question de la sobriété, du changement climatique, de la simplicité volontaire, de la consommation collaborative, des logiques de résistance.

Anne Joyeau, maître de conférences, travaille notablement avec lui sur les problématiques d'économie sociale et solidaire et les comportements socialement responsables, dans une perspective qui relève des *Critical Management Studies* (CMS). **Vanessa Beaudoin** et **Isabelle Mounier** développent des recherches ancrées dans le courant de la *Cultural Consumer Theory* (CCT). La première, docteur en sciences de gestion, étudie les imaginaires de consommation dans les Amaps, sujet sur lequel elle a récemment soutenu une recherche doctorale. La seconde finalise actuellement une thèse en sciences de gestion, relative à l'analyse des imaginaires de la non-possession, dans le champ de la consommation collaborative.

Partenaire 3 – Institut de Recherche en Gestion (IRG), Université Paris-Est

Centre de recherche en Sciences de Gestion de l'Université Paris-Est, l'Institut de Recherche en Gestion (IRG) est reconnu « équipe d'accueil » EA-2354. L'IRG compte 75 enseignants-chercheurs et une cinquantaine de doctorants. Le présent projet s'inscrit dans l'axe Innovations, résistances et transformations des marchés de l'IRG. Les chercheurs impliqués dans ce projet ont eu l'occasion d'étudier les SCIC dans le cadre du projet Picri Pap-Scic (Projet pour institutions- citoyens pour la recherche et l'innovation – Pilotage alternatif des performances, cas des sociétés coopératives d'intérêt collectif - site www.popess.fr) réalisé en partenariat avec la CG Scop et financé par la région Ile de France entre 2014 et 2016.

Le lot 3 sera piloté par **le professeur Amina Béji-Bécheur** qui a coordonné le projet Pap-scic. Docteur et HDR en Sciences de gestion, elle a publié de nombreux articles et un ouvrage

sur la thématique du commerce équitable et de sa diffusion comme innovation sociale. Ses travaux portent actuellement sur l'étude des sociétés coopératives incluant les consommateurs en questionnant notamment leur participation aux organes de gouvernance et les dispositifs favorisant ou limitant leur inclusion.

Audrey Bonnemaizon maître de conférences travaille quant à elle sur les modalités de la participation des consommateurs depuis de nombreuses années. **Alix Poels** maître de conférences étudie les comportements des consommateurs face à la gratuité et les transformations à l'œuvre dans les modes de consommation. **Marion Maignan** a réalisé son doctorat sur l'étude des innovations sociales portées dans les SCIC au travers d'une étude de cas approfondie dans une SCIC circuit court agricole. Enfin, **Hajar El Karmouni** finalise son travail doctoral relatif à l'analyse du travail et de la participation des membres d'une coopérative de consommateurs (La Louve).

2. Qualification du coordinateur du projet

Eric Rémy, coordinateur du projet est professeur des sciences de gestion à l'université de Rouen. Il dirige le NIMEC, laboratoire des sciences de gestion des universités de Rouen, Caen et du Havre (75 enseignants chercheurs et 50 doctorants). Il est auteur ou co-auteur d'une trentaine d'articles publiés dans des revues académiques, nationales et internationales. Il est co-organisateur avec le professeur Joël Brée des Journées Normandes de Recherches sur la Consommation qui regroupent tous les ans depuis 2002 une cinquantaine de chercheurs français et européens. Ses travaux portent sur les approches socio-anthropologiques de la consommation qu'il est amené à aborder autour de différentes cultures de consommation. Il est coordinateur (avec le professeur Philippe Robert-Demontrond) des deux tomes « Regards croisés sur la consommation » (Prix EFMD FNEGE du meilleur ouvrage en management - catégorie ouvrage de recherche collectif). Il est membre du Réseau Thématique « Consommations et Usages » de l'Association Française de Sociologie. Il dirige la collection VERSUS aux éditions EMS. Il est également expert à l'Association Française de Marketing. Actuellement ses recherches portent principalement sur les spécificités de la consommation des classes populaires et des populations pauvres. Le NIMEC est par ailleurs porteur sur le site de Rouen d'un projet d'étude de terrain avec l'Adress. La coordination sera réalisée en collaboration avec l'ingénieur d'études du laboratoire et un chercheur en post-doctorat, embauché spécifiquement pour le projet et qui sera référent pour sa coordination.

V. Valorisation et impact

1. Valorisation scientifique et technique

Partenaire(s) impliqué(s)	Action de valorisation	Apport	Date
Edition de supports de communication			
Partenaire 1	Mise en place et gestion d'un site Internet dédié au projet	Diffusion des résultats du projet aux acteurs spécialisés et au grand public par un contenu multimédia diversifié	Mars 2018 / actualisation tout au long du projet
Présentation des résultats à un groupe d'échange, un groupe de travail ou un colloque			
Partenaire 1 (en collaboration avec les partenaires 2 et 3)	Intégration de l'Ademe et des acteurs impliqués sur le terrain dans les comités de pilotage du projet	Co-construction des méthodes d'accès au terrain et échanges sur les résultats de la recherche	Mars 2018 / tout au long du projet
	Organisation de la journée de recherche collaborative avec l'Ademe et les acteurs impliqués sur le terrain	Retours et discussion sur les résultats des enquêtes	Octobre 2019
	Organisation de la table-ronde lors des 18èmes Journées normandes de recherche sur la consommation (JNRC)	Soumission des résultats à la communauté académique	Novembre 2019
Organisation d'évènements			
Partenaire 1 (en collaboration avec les partenaires 2 et 3)	Organisation d'une journée de valorisation des résultats du projet	Diffusion des résultats à destination le grand public	Février 2020
Publications			
Partenaire 1 (en collaboration avec les partenaires 2 et 3)	Ouvrage collectif restituitif du projet et des bonnes pratiques dégagées à l'attention de l'Ademe et des acteurs du monde socio-économique intéressés	Diffusion des résultats auprès des acteurs du domaine et du grand public	Avril 2020
Partenaire 2	Rapport de recherche : Etude des résistances à la sobriété	Analyse des résistances et des bonnes pratiques à destination des acteurs du domaine	Août 2019
	Rapport sur les capacités, fragilités et vulnérabilités des acteurs exclus ou se sentant exclus des collectifs soutenant des projets de transition écologique, économique et sociale		Août 2019

	Publication d'articles académiques dans une revue de rang A et dans une revue de rang B	Diffusion des résultats auprès du monde académique et des acteurs du domaine	Octobre 2019
Partenaire 3	Rapport sur les profils d'engagement et de participation des individus dans les collectifs de consommateurs	Analyse des résistances et des bonnes pratiques à destination des acteurs du domaine	Août 2019
	Rapport d'analyse des dispositifs participatifs et de leurs effets sur l'engagement		Août 2019
	Publication d'articles académiques dans une revue de rang A et dans une revue de rang B	Diffusion des résultats auprès du monde académique et des acteurs du domaine	Octobre 2019

2. Impact pour l'ADEME et ses partenaires

Les résultats du lot 2 sur la compréhension des résistances à la société de sobriété pourront aider les instances publiques en leur fournissant des registres de communication de manière à lever les freins vis à vis de la sobriété. Le lot 3 étudie les effets des modalités de la participation sur l'acculturation à la sobriété et vise à produire un guide des bonnes pratiques et une méthodologie pour accompagner, soutenir et favoriser la participation d'une diversité d'utilisateurs / bénéficiaires à des projets d'éco-activités portés par des acteurs privés ou publics en réduisant les risques d'exclusion des personnes ne se sentant pas en capacité d'agir.

Ces résultats seront restitués à l'Ademe et aux acteurs intéressés avec lesquels des liens pré-existent au projet (SCIC Enercoop et Alter conso, CG Scoop, La Louve, Adress) dans le cadre des réunions du Comité de pilotage, à l'occasion de la journée de recherche collaborative, de la journée de valorisation de la recherche et par le biais de l'ouvrage collectif qui sera publié à l'issue du projet.

VI. Analyse des risques

- **Lot 1**

Risques et solutions de repli

Dans le cas où les déplacements pour les réunions de départ ne seraient pas possibles, nous envisagerions de le faire sous forme de visio-conférence. Un outil collaboratif facilitera les échanges tout au long du projet. En cas de problèmes de mise en œuvre des journées d'étude, nous pourrions proposer des sessions spéciales dans des congrès.

- **Lot 2**

Risque : accès au terrain

Solution de repli : renforcer l'ethnographie virtuelle

- **Lot 3**

Risque : accès terrains prévus

Solution de repli : contact direct avec d'autres SCIC et coopératives de consommateurs

VII. Bibliographie

- Béji-Bécheur A. et Codello-Guijarro P., Gestion des entreprises sociales et solidaires, *Revue Française de Gestion*, 2015/1 (n°46)
- Cherrier H (2007) Ethical consumption practices: Co-production of self-expression and social recognition. *Journal of Consumer Behaviour* 6(5) : 321–335.
- Chessel M et Cochoy F (2004) Autour de la consommation engagée : enjeux historiques et politiques. *Sciences de la société* 62: 3-14.
- Clarke N (2008) From ethical consumerism to political consumption. *Geography Compass* 2(6): 1870-84.
- Devinney MT, Auger P and Eckhardt GM (2010) *The Myth of Ethical Consumer*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dubuisson-Quellier S (2009) *La consommation engagée*. Paris : Presses de Sciences Po.
- Ellis C, Adams TE et Bochner AP (2011) Autoethnography: An overview. *Historical Social Research* 36(138): 273-290.
- Francois-Lecompte A et Valette-Florence P (2006) Mieux connaître le consommateur socialement responsable. *Décisions Marketing* 41: 67-80.
- Gusterson H. (1997), Studying up Revisited, *PoLAR*, 20, 1, 114–19.
- Hine C. (2000), *The virtual Ethnography*, Trowbridge, Sage Publications.
- Micheletti M (2003) *Political Virtue and Shopping: Individuals, Consumerism, and Collective action*. New York : Palgrave Macmillan.
- Paillé P. et Mucchielli A. (2011), *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*, Paris, Armand Colin.
- Pétonnet C. (1982), L'observation flottante. L'exemple d'un cimetière parisien, *L'Homme*, 22, 4, 37-47.
- Pleyers G (2011) *La consommation critique. Mouvements pour une alimentation responsable et solidaire*. Paris: Desclée de Brower.
- Point S. et Voynnet Fourboul C. (2006), Le codage à visée théorique, *Recherche et Applications en Marketing*, 21, 4, 62-78.
- Sassatelli R (2006) Virtue, responsibility and consumer choice. Framing critical consumer-ism. In: Brewer J and Trentmann F (éd.) *Consuming Cultures*. Oxford: Berg, pp. 219–250.
- Spiggle S. (1994), Analysis and interpretation of qualitative data in consumer research, *Journal of Consumer Research*, 21, 3, 491-503.
- Szmigin I, Carrigan M et McEachern MG (2009) The conscious consumer: Taking a flexible approach to ethical behavior. *International Journal of Consumer Studies* 33(2): 224–231.
- Trentmann F (2007) Citizenship and consumption. *Journal of Consumer Culture* 7(2) : 147-158.
- Weber M (1905) *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme*. Paris : Gallimard, 2003.

VIII. Rapports et suivi

1. Valorisation scientifique et technique

- **Des réunions de suivi** seront organisées entre l'ADEME et les **chercheurs sur une base au minimum annuelle**.
- **Un rapport intermédiaire** sera remis à l'ADEME dans **un délai de treize (13) mois** à compter de la date de notification de la convention. Il rendra compte de l'état de l'art, de la méthodologie mise en œuvre sur les terrains de recherche et des résultats remontés des différents terrains ainsi que de la validation des deux premiers jalons du projet.
- **Le rapport final** sera adressé à l'ADEME au plus tard quarante-cinq (45) jours avant la fin de la durée contractuelle de l'opération (cf. article 3 de la convention). Le rapport final comprendra notamment la bibliographie sur le sujet, l'analyse de l'ensemble des données collectées, les préconisations synthétisées à destination des « décideurs ». Ce rapport présentera la totalité du projet de recherche et, à cet effet, pourra reprendre des éléments du rapport intermédiaire. Ce rapport pourra être mis en ligne sur le site internet de l'ADEME. Si des éléments pouvaient poser des problèmes de confidentialité liés notamment au respect de personnes interviewées, compte-rendu de réunions et autres documents bruts, ces éléments seront clairement identifiés dans un rapport annexe afin de ne pas être joints au rapport final diffusable.
- **Une synthèse graphique des principaux résultats** de la recherche
- **Guide de sensibilisation des consommateurs résistants aux pratiques de sobriété**
- **Une synthèse des principaux résultats comme décrite ci-dessous :**
La synthèse devra être indépendante du rapport final et être compréhensible par un large public. En première partie, elle contiendra un résumé de la méthode et des principales conclusions de l'étude. Ce résumé n'excèdera pas 5 pages. En deuxième partie, cette synthèse restituera les principaux éléments dégagés par la recherche. Les tableaux et représentations visuelles seront privilégiées. En totalité, cette synthèse ne devrait pas excéder 30 pages.
- **Une note synthétique de recommandation de politique publique « policy brief »** comme décrit dans le paragraphe ci-après.
- **Un diaporama de présentation des principaux résultats du projet** sous format Powerpoint.

Ces rapports et synthèse devront respecter les recommandations du « guide pour la rédaction des rapports concernant les recherches et études réalisées avec l'aide financière de l'ADEME » qui sera communiqué au bénéficiaire.

Les échanges de documents seront préférentiellement réalisés grâce à la plateforme d'appel à projet de l'ADEME selon les modalités qui seront communiquées au bénéficiaire.

Le bénéficiaire informera l'ADEME des publications d'articles et des communications dans des congrès liés à l'étude et communiquera les articles au chargé de suivi technique de la convention.

Le compte rendu et/ou les actes des journées de recherche organisées à l'issue de travaux pourront être adressés à l'ADEME après la fin de la convention.

2. Valorisation opérationnelle des travaux (préconisations de l'APR TEES)

Au moins une demi-journée par an (organisée par l'ADEME) pourra être prévue avec les équipes de recherche afin d'échanger sur les besoins opérationnels de l'Agence, sur les prolongements et les implications possibles des recherches qu'elle finance. Ces réunions ont pour but d'aider les équipes de recherche à produire les recommandations les plus pertinentes et d'aider les équipes de l'ADEME à s'en approprier les résultats. Chaque recherche financée fera donc l'objet, en complément du rapport final, d'une note synthétique de recommandation de politique publique (« policy brief »), issue notamment des échanges avec l'ADEME. Il s'agit ici de faire en sorte que les savoirs ainsi générés sur les pratiques et les leviers et freins à leurs évolutions soient pris en compte dans l'élaboration et la mise en œuvre des projets et programmes des acteurs publics et privés.

Dans cet esprit et en plus de ces demi-journées avec l'ADEME, des journées de travail avec des parties prenantes et/ou d'appariement avec de futurs partenaires éventuels pourront être également organisées (par l'ADEME).

Les équipes de recherche s'engagent à se rendre disponibles pour participer activement à ces différents types de réunion ainsi qu'aux événements (colloques et journées techniques) que l'ADEME est susceptible d'organiser.

IX. Contacts

1. Pour l'Ademe

- **Marianne BLOQUEL** (02 41 20 41 67 - marianne.bloquel@ademe.fr) sera chargée du suivi de la recherche.
- **Véronique BOULAY** (02 41 20 42 82 – veronique.boulay@ademe.fr) sera chargée du suivi administratif et financier.

2. Pour l'Université de Rouen Normandie

- **Éric REMY** (06 70 37 85 41 – eric.remy@univ-rouen.fr) sera chargé du suivi de la recherche.
- **Claire FRANCOIS** (02 32 76 98 19 – claire.francois3@univ-rouen.fr) sera chargée du suivi administratif et financier.

3. Pour l'Université de Rennes 1

- **Philippe ROBERT-DEMONTROND** (02 23 23 78 46 – philippe.robert@univ-rennes1.fr) sera chargé du suivi de la recherche.
- **Annie-Claude JULIENNE** (02 23 23 37 41 – annie-claude.julienne@univ-rennes1.fr) sera chargée du suivi administratif et financier.

4. Pour l'IAE Gustave Eiffel

- **Amina BEJI-BECHEUR** (01 60 95 72 35 – amina.becheur@u-pem.fr) sera chargée du suivi de la recherche.
- **Bertrand ALLIOT** (01 60 95 71 75 – dvr@u-pem.fr) sera chargé du suivi administratif et financier.