

AVIS DE SOUTENANCE DE THÈSE

DOCTORAT (Arrêté du 26 août 2022 modifiant l'arrêté du 25 mai 2016)

Madame Sarah PERONNE

candidate au diplôme de Doctorat de l'Université d'Angers, est autorisée à soutenir publiquement sa thèse

le 03/12/2024 à 10h00

Faculté de droit, d'économie et de gestion

Salle du Conseil

13, allée François Mitterrand

BP 13633

49036 ANGERS Cedex 01

sur le sujet suivant :

**Consommation expérientielle contre-hédonique :
conceptualisation des mécanismes sous-jacents
et proposition d'une typologie de consommateurs**

Directrice de thèse : **Madame Sandra CAMUS**

Composition du jury :

Monsieur Olivier BADOT, Professeur des Universités associé ESCP / Université de Caen Normandie, Rapporteur

Madame Sandra CAMUS, Professeure des Universités Université d'Angers, Directrice de thèse

Monsieur Bernard COVA, Professeur HDR KEDGE Business School , Rapporteur

Madame Isabelle FROCHOT, Maîtresse de Conférences HDR Université de Bourgogne, Examinatrice

Madame Nil OZCAGLAR-TOULOUSE, Professeure des Universités Université de Lille, Examinatrice

Madame Christine PETR, Professeure des Universités Université de Bretagne Sud, Examinatrice

Résumé de la thèse

De nombreux consommateurs s'engagent volontairement dans des expériences douloureuses, communément qualifiées de contre-hédoniques. Cette thèse vise à comprendre les mécanismes qui expliquent et structurent ces expériences, ainsi que les caractéristiques des consommateurs qui y participent. La présente étude adopte une posture d'induction cadrée, permettant d'explorer le terrain avec un cadre théorique et des questions de recherche tout en laissant place à la sérendipité. Une ethnographie multi-cas a été réalisée sur quatre expériences : une course dans la boue, une retraite silencieuse, un séjour de bains glacés et une expérience horrifique. Grâce à une analyse comparative inter-cas, les mécanismes sous-jacents à ces expériences ont été conceptualisés. Les résultats montrent que le succès d'une expérience contre-hédonique dépend des stratégies d'adaptation adoptées par les individus pour maintenir un équilibre sensoriel (douleur stimulante sans être intolérable) et ressentir une co-activation d'émotions négatives et positives. Cet équilibre entre les aspects pénibles et plaisants attire les consommateurs et caractérise la consommation expérientielle contre-hédonique. La dimension positive existante incite à reconsidérer le terme "contre-hédonique" en faveur de "bittersweet". Enfin, une typologie de six profils de consommateurs est proposée, mettant en lumière des différences individuelles telles que le niveau de stimulation optimal, les motivations personnelles et la perception de la douleur. La recherche présente des contributions théoriques, des préconisations managériales et une réflexion méthodologique, notamment sur la conduite d'une ethnographie en contextes extrêmes.