

# Comprendre les enjeux sociétaux du packaging

Composante  
**Institut d'Administration des Entreprises (IAE)**

## En bref

- # **Langue(s) d'enseignement:** Français
- # **Méthodes d'enseignement:** En présence
- # **Organisation de l'enseignement:** Formation initiale
- # **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

---

## Présentation

### Description

L'enseignement d'enjeux sociétaux du packaging soulève la question de la place du pack dans nos sociétés contemporaines. Plusieurs axes de réflexion sont abordés. Quelle peut être la contribution de la sociologie économique à la compréhension de ce qu'est le packaging ? Le packaging, vecteur qualitatif des marques ? Quelle protection juridique des packs et des marques ?

### Objectifs

Le cours Enjeux sociétaux du packaging prolonge les cours de sociologie des pratiques de consommation et des enjeux de la propriété intellectuelle de la première année de master. L'objectif est d'appliquer au packaging les raisonnements abordés en M1 pour s'interroger sur sa portée sociologique.

Le faible nombre de travaux des sciences humaines et sociales consacrés à l'objet « packaging » laisse une large place aux initiatives des étudiants pour creuser des sujets qui les intéresseraient. En plus des thématiques imposées, les étudiants ont la liberté de définir des sujets dont l'exploration leur tient à cœur.

## Heures d'enseignement

CM CM 30h

## Pré-requis obligatoires

Le cours s'appuie largement sur les enseignements de master 1. Une maîtrise du raisonnement sociologique, une bonne connaissance des théories de sociologie du marché et de sociologie des goûts est demandée. De même, la connaissance des fondements du droit de la propriété intellectuelle est requise.

## Programme détaillé

Le cours conduit sous un format de classe inversée, permet de se saisir de questionnements sociologiques sur le packaging. Les étudiants réalisent un travail de recherche à partir de la littérature académique pour étayer leur réflexion. Des restitutions orales (format libre) et écrites aux autres étudiants sont attendues.

Organisation des séances :

Séance 1 : exposé des attendus du cours, constitution des groupes de travail et définition collective des thématiques abordées.

Séance 2 : travail en groupe, définition des problématiques, rappels de cours selon les demandes.

Séances 3 et 4 : restitutions orales et discussion de thématiques.

Séances 5 et 6 : analyse de mini cas juridiques et rappels de cours selon les besoins.

Séances 7,8,9 : packaging et qualité, la gestion de la qualité, approche technique, managériale et sociétale – mise en situation et rappel de cours en fonction des besoins.

## Compétences visées

Définir l'acceptabilité sociale d'un packaging.

Élaborer un raisonnement sociologique problématisé et en proposer des pistes de traitement empirique.

Identifier les risques en termes de propriété intellectuelle et socioéconomiques d'un packaging.

## Bibliographie

Barrey, Sandrine, Franck Cochoy, et Sophie Dubuisson-Quellier. « Designer, packager et merchandiser : trois professionnels pour une même scène marchande ». *Sociologie du Travail* 42, n° 3 (9 juillet 2000) : 457#82.

Cochoy, Franck. *Une sociologie du packaging ou L'âne de Buridan face au marché*. Sciences sociales et sociétés. Paris : Presses Universitaires de France, 2002.

Lemieux, Cyril. « À quoi sert l'analyse des controverses#? » *Mil neuf cent. Revue d'histoire intellectuelle* n° 25, n° 1 (2007) : 191#212.

Polanyi, Karl. *La grande transformation# : aux origines politiques et économiques de notre temps* Tel. Paris : Gallimard, 2009.

---

## Infos pratiques

### Lieu(x)

# Angoulême

### En savoir plus

# <https://iae.univ-poitiers.fr/>