

Éric REMY

Coordonnées professionnelles :

Université Toulouse III - Paul Sabatier
FSI - 118 Route de Narbonne
31062 Toulouse Cedex 9

Mail : eric.remy@univ-tlse3.fr

Fonctions

Depuis 2010	Professeur des Universités
2000/2010	Maître de Conférences
1998/2000	ATER
1994/1998	Vacataire - Rédacteur production (MATMUT)
1988/1994	Surveillant d'externat

Titres universitaires

2008	Habilitation à Diriger des Recherches
2000	Docteur en Sciences de Gestion
1995	DEA de Sciences de gestion
1993	Maîtrise de Sciences économiques - Mention économie d'entreprise
1991	DEUG de Sciences économiques

Thèse de doctorat en Sciences de gestion

« Le lien social dans les échanges marchands de service : Concept de services de lien et habillage social ».

Membres du Jury : Pr Ernest GIBERT (Directeur), Pr Pierre-Louis DUBOIS (Rapporteur), Pr Marc FILSER (Rapporteur), M. Bernard COVA, M. Pierre-Yves GOMEZ, Pr Éric VATTEVILLE (Président) - Mention très honorable à l'unanimité, janvier 2000 à l'université de Rouen

Habilitation à Diriger des Recherches

« Compréhension et Valorisation du lien social dans les pratiques marketing »

Membres du Jury : Pr Joël BREE (Coordinateur), Pr Richard LADWEIN (Président), Pr Marc FILSER (Rapporteur), Pr Abdelmajid AMINE (Rapporteur), M. Olivier BADOT (Rapporteur), M. Bernard COVA (Suffragant)

Responsabilités en matière de recherche

Responsabilités académiques

De 2015 à 2019. Directeur du NIMEC (Normandie Innovation Marché Entreprise et Consommation), **laboratoire de sciences de gestion des universités de Rouen, Caen et Le Havre**. Ce laboratoire comprend 85 enseignants chercheurs et 50 doctorants. Il s'organise autour de trois thématiques : Innovation et coopération ; cultures, identités et consommation ; Comportement organisationnel et postures managériales. <https://www.nimec.fr/>

De 2010 à 2015. Directeur délégué du NIMEC sur le site de l'université de Rouen. Le site de Rouen comprend 25 enseignants chercheurs et 10 doctorants. Au titre de directeur délégué, j'ai été notamment coordinateur de deux projets auprès de l'Institut de Recherche Interdisciplinaire Homme Société : "Cultures de Consommation et Identités" et "Hospitalité et Stratégies de développement régional".

De 2014 à 2017. Directeur adjoint de l'Ecole Doctorale Economie-Gestion Normandie. Cette école doctorale comprend trois laboratoires d'économie et le laboratoire normand de gestion.

De 2013 à 2018. Président du Conseil Scientifique de la faculté de Droit, Sciences Economiques et Gestion de l'université de Rouen. Ce conseil avait pour objectif de coordonner l'organisation d'activités scientifiques des laboratoires de droit (CUREJ), d'économie (CREAM) et de gestion (NIMEC).

Responsabilités scientifiques

2018 - 2020 - Porteur du projet ESADICAS (pour Etude Socio-Anthropologique de Dispositifs Collectifs d'Acculturation à la Sobriété). Ce projet est financé par l'ADEME pour un montant de 142 000 €, dans le cadre du programme « *aide à la connaissance, recherche, développement et innovation* », pour une durée de 27 mois. Il associe des collègues de trois laboratoires (NIMEC, CREM de Rennes 1 et IRG de Paris-Est Marne la Vallée), et comprend des partenariats (SCIC et/ou SCOP) comme ENERCOOP ou Alterconso. Ce projet a pour point de départ le constat qu'une partie des émissions carbone est liée aux modes de consommation (près de 50% seraient imputables aux consommateurs) ; et que pour modifier ces modes de consommation, se développent des structures (souvent coopératives) qui cherchent, via des dispositifs organisationnels, à accompagner les individus vers des pratiques plus respectueuses de l'environnement. Notre projet cherche ainsi à apporter des éléments de réponses aux questions suivantes : quels sont les freins (individuels, sociaux et managériaux) au développement de ces structures ? qu'est-ce qui empêche ou freine les individus à participer à ces dispositifs ? comment favoriser l'acculturation du plus grand nombre à ces structures ?

Directeur de la collection VERSUS (aux Editions EMS). Cette collection a pour objectif de donner une visibilité aux questions et controverses posées à la société par la gestion des organisations. Ce faisant elle propose un regard alternatif et décalé sur cette discipline et ses pratiques. Ouvrages déjà parus : *Violences au travail* de Caroline Cintas (Labélisé FNEGE) ; *Innovations managériales en établissements de santé* de Sébastien Damart ; *Regards croisés sur la consommation Tomes 1 et 2* coordonné par Philippe Robert-Demontrond et Eric Rémy (Labélisé FNEGE) ; *Les récits de vie en sciences de gestion* de Thierno Bah, Louis-César Ndione et Alexandre Tiercelin (Labélisé FNEGE) ; *Le consommateur coproducteur de valeur* de Gilles Marion ; Malaise dans la société de consommation (Labélisé FNEGE - Prix de l'académie des Sciences Commerciales) ; *Protection des consommateurs* coordonné par Dominique Roux et Lydiane Nabec ; *Beauté ethnique sous tension* de Virginie Silhouette-Dercourt ; *Gestion des Entreprises Sociales et Solidaires* coordonné par Amina Beji-Bécheur, Pénélope Codello et Pascale Chateau-Terrisse (Labélisé FNEGE) ; *Ethnographier la consommation*, coordonné par Philippe Robert-Demontrond (Labélisé FNEGE), *Michel Foucault et la consommation*, coordonné par Dominique Roux et Yohan Gicquel (Labélisé FNEGE). <http://www.editions-ems.fr/livres/collections/versus.html>

Cofondateur et coordinateur des Journées Normandes de Recherches sur la Consommation avec le Professeur Joël Brée : Ces journées réunissent, tous les ans depuis 2002, une soixantaine de chercheurs issus de différentes disciplines autour du thème général de la consommation. Un accent particulier est mis sur la consommation des jeunes et les approches de type Consumer Culture Theory.

Cofondateur et membre du comité de rédaction de la revue interdisciplinaire les Carnets de la Consommation. Cette revue se positionne comme une revue de référence, de haut niveau scientifique témoignant de la pertinence et de la possibilité de pensées interdisciplinaires sur des pratiques et représentations, des thèmes et des problèmes méthodologiques ayant pour objet la consommation, son organisation, son développement et ses évolutions

Publications et productions scientifiques

Thèmes de recherche

Mes axes de recherche se sont construits et développés autour de trois principaux thèmes :

Le premier a pour objet les problématiques marketing liées à la création, à la gestion et à la valorisation des relations et interactions sociales entre les organisations et leurs clients. Il s'agit d'appréhender les tensions stratégiques et opérationnelles en jeu lorsque les acteurs du marché, pour développer leurs activités, « habillent » leur offre d'éléments non-marchands. Ce que nous avons appelé l'habillage socio-culturel de l'offre nous permet d'aborder des questions autour du type de lien social offert par le marché mais également les résistances et alternatives dont il fait l'objet.

Le second concerne l'appréhension de la consommation dans une lecture compréhensive. Il s'agit de voir comment les représentations et pratiques de consommation prennent sens en référence à l'appartenance à des cultures sous-jacentes (ex. régionales, migratoires, genrées, sociales etc.). C'est à partir de ces registres culturels que l'on peut comprendre le rôle de la consommation, et donc du marché comme pourvoyeurs de ressources et compétences, dans la construction identitaire des individus contemporains.

Le troisième thème, engagé plus récemment, reprend des problématiques précédentes mais dans l'objectif plus normatif de proposer une lecture et des pratiques d'accompagnement de changements de consommation induits par les luttes contre le réchauffement climatique. Il est alors question de s'intéresser à la compréhension des modalités de développement de consommations alternatives, collaboratives et responsables en identifiant des freins psychologiques, sociaux et organisationnels.

En matière d'outils, mes travaux s'appuient sur des bases méthodologiques et théoriques qui se sont étoffées au cours du temps. Au niveau méthodologique principalement autour des méthodes qualitatives (entretiens, ethnographie, récits de vie, photo-élicitation). Au niveau théorique essentiellement autour des approches socio-anthropologiques (culture, socialisation, don, lien social, identité, pouvoir). Ces outils sont également potentiellement utilisables pour de nouveaux terrains et questionnement managériaux au-delà du seul champ du marketing, comme ceux de la gestion et des innovations managériales ou de la stratégie et du positionnement des organisations.

Projets en cours

Version 2. Liquid and solid hybridization in consumption practices: the case of book consumption, **Consumption Markets & Culture** (HCERES rang B - CNRS Rang 3), avec Kenza Marry et Joël Brée.

Version 1. For improved adoption of management innovations in organisations: the contributions of 'economies of worth', **International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management** (HCERES rang C - CNRS rang 4) avec Manh Hung Nguyen et Sonia Adam-Ledunois.

En préparation : restitution des résultats puis proposition d'une publication à partir d'une recherche-intervention sur les changements de modalités de l'accueil au Secours Populaire.

Publications et productions scientifiques

Articles dans des revues à comité de lecture

- 2019. L'impact de la globalisation sur les systèmes de don : le cas de la migration sénégalaise, **Recherche et Applications en Marketing**, à paraître, avec Louis-Cesar Ndione (HCERES Rang A - CNRS Rang 2)
- 2019, Le marché entre violence symbolique et émancipation. Le cas des Hardcore gameuses, **Recherche et Applications en Marketing**, à paraître, avec Alexandre Tiercelin (HCERES Rang A - CNRS Rang 2)
- 2018, Joindre l'image à la parole pour comprendre le sens culturel des pratiques : Ce que révèle la photo-élicitation, **Recherche et Applications en Marketing**, Volume 33, Issue 3, pp. 65-89, avec Louis-Cesar Ndione (HCERES Rang A - CNRS Rang 2)
- 2018, Migrants going back homeland for holidays : Rituals and practices of Senegalese migrants in France, **Annals of Tourism Research**, Vol. 70, pp 25-38, avec Louis-Cesar Ndione et Alain Decrop Bah (HCERES Rang A - CNRS Rang 3)
- 2017. Ethnicité de la consommation et retours temporaires au pays d'origine: le cas de la figure des Venants sénégalais.», **Recherche et Applications en Marketing**, Volume 32, Issue 4, October 2017 pp. 58-76 avec Louis-Cesar Ndione et Thierno Bah (HCERES Rang A - CNRS Rang 2)
- 2016. De Bourdieu à Lahire : déterminismes sociaux et pratiques de consommation, **Recherche et Applications en Marketing**, 1, avec Caterina Trizzulla et Renaud Garcia-Bardidia (HCERES Rang A - CNRS Rang 2)
- 2014. L'enracinement dans les cultures régionales pour créer des marques fortes, **la revue AME (Annales Méditerranéennes de l'Economie)**, 2^{ème} semestre 2014, avec Delphine Dion et Lionel Sitz
- 2014. Coordination du numéro 44 de la **Revue du MAUSS**, Consommer/Donner, S'adonner. Les resorts de la consommation, 2^{ème} semestre 2014, avec Alain Caillé, Philippe Chaniel, Bernard Cova et François Gauthier (Liste HCERES Sociologie)
- 2014. La consommation en clé de don : état des lieux rétrospectif et prospectif, **Revue du MAUSS**, 44, avec Bernard Cova (Liste HCERES Sociologie)
- 2014. Sacré Noël, **Revue du MAUSS**, 44, avec Richard Ladwein (Liste HCERES Sociologie)
- 2012. La consommation illégale de musique numérique : y résister ou se l'approprier, **Décisions Marketing**, 68, *Rubrique Digitale*, avec Jean-Philippe Nau et Renaud Garcia-Bardidia, (HCERES Rang B - CNRS Rang 3)
- 2012. Ce que donnent les hommes qui font les courses !, **Revue du MAUSS**, 39, avec Julien Rémy, 1, 39 (Liste AERES Sociologie)
- 2012. Ethnicité réflexive : légitimité et authenticité des affiliations ethniques régionales le cas du régionalisme, **Recherche et Applications en Marketing**, vol 26, 1, avec Delphine Dion et Lionel Sitz (HCERES Rang A - CNRS Rang 2)
- 2011. From consumer resistance to anti-consumption? Insights from downloaders' careers, **European Journal of Marketing**, vol 45, 11/12, 1789-1798, co-écrit avec Jean-Philippe Nau et Renaud Garcia-Bardidia (Liste HCERES Rang B - CNRS Rang 3)
- 2011. Embodied ethnicity: the culture grounded in the body, **Consumption Market & Culture – Numéro spécial Ethnicity and Consumption** Eds Peñaloza L. Ozcaglar-Toulouse N. et Askergaard S, vol 14, 3, 311-331, Sept, co-écrit avec Delphine Dion et Lionel Sitz (Liste HCERES Rang B - CNRS Rang 3)
- 2010. Gestion des relations et des tensions entre l'industrie musicale et les sous-cultures juvéniles : le cas de l'Electrodance, **Décisions Marketing**, Numéro spécial Marketing des Arts et de la Culture, 60, Octobre-Décembre, co-écrit avec Baptiste Cléret (HCERES Rang B - CNRS Rang 3)
- 2010. Comment exploiter les cultures régionales en Marketing ?, **Décisions Marketing**, 57, co-écrit avec Delphine Dion et Lionel Sitz (HCERES Rang B - CNRS Rang 3)
- 2009. Regard historique sur l'évolution expérientielle de la distribution, **Gestion 2000**, vol 4, Juillet-Aout (HCERES Rang C)
- 2008. La septimanie ou la résistance au marketing politique, **Décisions Marketing**, *Rubrique "A propos de"*, 49 (HCERES Rang B - CNRS Rang 3)
- 2007. De Que choisir ? à Casseurs de pub : entre récupération marketing et nouvelles figures consuméristes, **Décisions Marketing**, 46 (HCERES Rang B - CNRS Rang 3)
- 2006. Marketing stratégique et distribution à l'aune du marketing expérientiel : Porter aux pays des merveilles, **Décisions Marketing**, *Rubrique "Stratégies"*, 42, co-écrit avec Adeline Ochs (HCERES Rang B - CNRS Rang 3)
- 2004. Voyage en pays Bio, **Décisions Marketing**, 33 (HCERES Rang B - CNRS Rang 3)

- 2002. Social linking and Human Resources Management in the Service Sector, *The Service Industries Journal*, vol. 22, N°1, January, co-écrit avec Sandrine Kopel
- 2001. Le lien social dans le marketing des services, *Revue Française de Marketing*, vol. 1, 181. (HCERES Rang C)
- 2000. Avantage concurrentiel dans les entreprises de service : le lien social et ses implications GRH, *Gestion 2000*, vol. 4, juillet-Août, co-écrit avec Sandrine Kopel (HCERES Rang C).

Ouvrages

- 2016. **Regards Croisés sur la consommation**. Tome 2 : Des structures aux retours de l'acteur, Collection Versus, Editions EMS, octobre, en coordination avec Philippe Robert-Demontrond.
- 2015. **Regards Croisés sur la consommation**. Tome 1 : Du fait social à la question du sujet, Collection Versus, Editions EMS, octobre, en coordination avec Philippe Robert-Demontrond.
- 2003. **Sociétés, Consommation et Consommateurs**, Collection Sciences Humaines et Sociales, Editions L'Harmattan, en coordination avec Marc Filsler, Dominique Desjeux et Isabelle Garabuau.

Chapitres d'ouvrage

- 2019. **Ce que nous disent les grands auteurs en Sciences Humaines et Sociales sur l'échange marchand contemporain : lectures de Durkheim, Mauss et Bourdieu**, in La reconfiguration des échanges marchands, coordonné par Damien Hallegatte, Editions Presses Universitaires de Québec, à paraître.
- 2017. **Ce que le populaire fait à la consommation**, in Marketing et pauvreté : Etre pauvre dans la société de consommation, coordonné par Eve Delacroix et Hélène Gorge, Collection Societing, Editions EMS, (Prix EFMD FNEGE 2018 du meilleur ouvrage en management dans la catégorie ouvrage collectif de recherche)
- 2017. **Au cœur du phénomène collaboratif : l'entraide**, in La consommation collaborative, Enjeux et défis de la nouvelle société du partage, coordonné par Alain Decrop, éditions De Boeck, Bruxelles, (chapitre co-écrit avec Bernard Cova)
- 2017. **Que faire des traces de la musimorphose ? Quelques réflexions sur une micro-archéologie des pratiques de consommation**, in *Musimorphoses*, coordonné par P. Le Guern, éditions Hermann, Paris. (chapitre co-écrit avec Renaud Garcia-Bardidia, Jean-Philippe Nau et Dominique Roux)
- 2015. **Le Téléchargement et les jeunes : entre digital natives et héritiers ?** In *Digital Natives et consommation*, coordonné par Brée J. et Stenger T., Editions EMS (chapitre co-écrit avec Renaud Garcia-Bardidia et Jean-Philippe Nau)
- 2014. **De l'habillage au déshabillage de la Fnac**, in Repenser le commerce : vers une perspective culturelle de la distribution, sous la direction de Collin-Lachaud I., Collection Societing, Editions EMS, (chapitre co-écrit avec Baptiste Cleret) - (Ouvrage Labellisé par le Collège de Labellisation de la FNEGE)
- 2013. **Le petit bourgeois chez Babou ou le parcours d'une hétéroshoppie**, in *Le consommateur malin face à la crise ?*, coordonné par Clochard F. ; Desjeux D. et Gouin S., Editions l'Harmattan, Collection Dossiers Sciences Humaines et Sociales
- 2013. **Être malin contre le marché ? Le cas du téléchargement illégal d'oeuvres culturelles**, in *Le consommateur malin face à la crise ?*, coordonné par Clochard F. ; Desjeux D. et Gouin S., Editions l'Harmattan, Collection Dossiers Sciences Humaines et Sociales
- 2012. **L'éthnicité régionale en France**, in *La fabrique de l'éthnicité : consommation et marketing*, coordonné par Amina Béji-Bécheur A. et Özçağlar-Toulouse N., collection Societing, Editions EMS, (chapitre co-écrit avec Delphine Dion et Lionel Sitz)
- 2011. **En quoi l'économie de la fonctionnalité interroge-t-elle les pratiques et orientations actuelles du marketing ?** in *L'économie de la fonctionnalité : une voie nouvelle vers un développement durable*, collection dirigée par Hubault F. et Du Tertre C (Coord) Ed Octares,.
- 2011. **Quand les hommes s'y collent !** in *Les petites histoires extraordinaires des courses ordinaires – Ethnographie des courses*, coordonné par Barth I. et Antéblan B., collection Societing, Editions EMS
- 2009. **Du marketing à ses résistances : une analyse par la sociologie de la traduction** in *Marketing et résistances des consommateurs*, coordonné par Roux D. Editions Economica (chapitre co-écrit avec Dominique Roux – Paris XI)

- 2009. **Thématisation de l'offre et théâtralisation des lieux de vente**, in *Le marketing Sensoriel du point de Vente*, chapitre 2, coordonné par Rieunier S., Éditions Dunod, 3ème Edition (chapitre co-écrit avec Michel Genric)
- 2007. **I fell good out of the market ! Struggles and fun consumer driven experiences**, in *Experiential Marketing : A view from the south*, chapitre 4, coordonné par A. Carù et B. Cova, Editions Routledge, Londres (Chapitre Co-écrit avec Véronique Cova)
- 2006. **Thématisation de l'offre et théâtralisation des lieux de vente**, in *Le marketing Sensoriel du point de Vente*, chapitre 2, coordonné par Rieunier S., Éditions Dunod, Paris – 2^{de} Edition
- 2005. **Régionalisme et consommation : le cas de la Catalogne Nord**, in *Marketing Méditerranée et Postmodernité*, chapitre 3, coordonné par Silva F., Carù A. et Cova B., Éditions Euromed, Marseille
- 2003. Coordination d'un ouvrage : **Sociétés, consommation et consommateurs**, avec Garabuau-Moussaoui I., Desjeux D. et Filser M., L'Harmattan, Paris
- 2002. **Comment thématiser le point de vente ?**, in *Le marketing Sensoriel du point de Vente*, chapitre 2, coordonné par Rieunier S., Éditions Dunod, Paris

Communications avec actes dans un congrès international ou national

- 2017. **When the Economies of Worth revisits managerial innovation The case of Sisterhood program in Vietnam**, 2^{ème} Abbé Grégoire Innovation Day, mars, co-écrit avec Man-Hung Nguyen et Sonia Adam-Ledunois.
- 2014. **Globalization and distance, linking food identity and destination in tourism**, 3rd International Congress UNESCO chair unitwin Network "Culture, Tourism, Development" – Tourism and Gastronomy Heritage – Foodscapes, Gastroretions and Gastronomy Tourism, Barcelona, June 16-20, co-écrit avec Ha Thi Thuy Duong
- 2014. **Lire Lahire en Consumer Culture Theory : apports d'une sociologie à l'échelle individuelle**, 30^{ème} Congrès International de l'Association Française de Marketing, Montpellier, mai, co-écrit avec Renaud Garcia-Bardidia, actes cédérom
- 2013. **Pauvreté réelle et pauvreté intégrée : résister ici pour mieux consommer là-bas : le cas des travailleurs Soninkés dans les foyers africains de Rouen**, *Colloque Pauvreté, Précarité et Consommation*, IAE Gustave Eiffel, Octobre, co-écrit avec Cesar Ndione
- 2013. **De l'économie du don à la domination symbolique : le cas de l'immigration soninké**. *Congrès de l'Association Française de Sociologie*, Nantes, septembre, co-écrit avec Cesar Ndione.
- 2013. **Dominant/dominé dans l'interaction du chercheur et de son objet**, *Congrès de l'Association Française de Sociologie*, Nantes, septembre, co-écrit avec Pascal Rolland, Pascale Ezan et Betty Mercier-Lefèvre.
- 2013. **Giving with the hand that bites : A fresh perspective on cummunal consumer loyalty programs**, European Conference of the Association for Consumer Reserch, Barcelone, juillet, co-écrit avec Bernard Cova
- 2012. **Coordinateur de la session spéciale : Fairs and Popular Culture**, *Consumer Culture Theory Conference*, Oxford, aout, En collaboration avec des chercheurs du CETAPS (laboratoire de STAPS de l'université de Rouen) dans le cadre du projet GRR « Patrimoine de l'éphémère et culture populaire »
- 2010. **J'irai dormir chez vous ! : Itinéraires et différences culturelles de l'hospitalité**, *Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne*, Dijon, Novembre, actes cédérom, co-écrit avec Baptiste Cleret, Julie Leroy, Alexandre Tiercelin et César Ndione
- 2010. **Les apports de la sociologie de la traduction au marketing stratégique : Le cas de la guerre du camembert**, *Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne*, Dijon, Novembre, actes cédérom, co-écrit avec Dominique Roux
- 2010. **Ma région je l'ai dans la peau : une lecture phénoménologique de l'ethnicité** : 26^{ème} Congrès International de l'Association Française de Marketing, Le Mans, mai, co-écrit avec Delphine Dion et Lionel Sitz, actes cédérom.
- 2009. **Entre diffusion et banalisation : de la sous-culture Electro Dance à la communauté de marque Tecktonik**, *Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne*, Dijon, Novembre, actes cédérom, co-écrit avec Baptiste Cleret
- 2009. **Embodied ethnicity: the culture grounded in the body**, *International Conference Immigration, Consumption, and Markets*, Lille, Mai, co-écrit avec Delphine Dion, et Lionel Sitz

- 2009. **Exploration des racines socio-culturelles de la consommation : le sentiment régional**, 25^{ème} Congrès International de l'Association Française de Marketing, Londres, mai, co-écrit avec Delphine Dion et Lionel Sitz, actes cédérom.
- 2008. **Comment exploiter les cultures régionales en marketing**, Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne, Dijon, Novembre, actes cédérom, co-écrit avec Delphine Dion, Pascale Ezan et Lionel Sitz
- 2008. **Critique et résistance au marketing : l'apport de la sociologie de la traduction**, 24^{ème} Congrès International de l'Association Française de Marketing, Paris, mai, co-écrit avec Dominique Roux, actes cédérom.
- 2007. **Quand les hommes font les courses**, Journées de Recherche de Marketing de Bourgogne, Dijon, Novembre, actes cédérom
- 2006. **Consommer sans limites ou les affres de la liberté : le téléchargement de produits culturels**. Journées de Recherche de Marketing de Bourgogne, Dijon, Novembre, co-écrit avec Renaud Garcia-Bardidia, actes cédérom
- 2006. **Services de téléchargement sur Internet : de la régulation et de la gouvernance à partir des pratiques de consommation**, The European Resarch Network on Services and Space, 16th Annual International Conference : Services Governance : Regulation and Public Policies, septembre, Lisbonne, Portugal, co-écrit avec Renaud Garcia-Bardidia, actes cédérom.
- 2005. **Michaël Porter au pays des merveilles. Les Tribulations d'un petit bourgeois chez Babou**. Journées de Recherche de Marketing de Bourgogne, Dijon, Novembre, actes cédérom
- 2004. **De Que Choisir ? à Casseurs de pub : l'émergence de nouvelles figures consuméristes**, Journées de Recherche de Marketing de Bourgogne, Dijon, Novembre, actes cédérom
- 2004. **Marketing expérientiel et GRH : Vers une nouvelle tyrannie des clients ?**, 20^{ème} Congrès International de l'Association Française de Marketing, Saint Malo, mai, co-écrit avec Sandrine Kopel, actes cédérom.
- 2002. **Entre critiques et boucles de récupérations : essai de marketing réflexif**, Journées de Recherche de Marketing de Bourgogne, Dijon, Novembre, Actes Marc Filser Ed.
- 2001. **Comment et où classer la valeur de lien en marketing ?**, 17^{ème} Congrès International de l'Association Française de Marketing, Deauville, mai, co-écrit avec Bernard Cova, actes cédérom.
- 2001. **Lien social et activités de service : le concept de services de lien**, Conférence Internationale sur le Management des services, mars, Angers, Actes aux Presses de l'Université d'Angers.
- 2000. **La gestion du lien social dans les entreprises de service ou le nécessaire partage des valeurs sociales et culturelles des clients**, The European Resarch Network on Services and Space, 10th Annual International Conference : Beyond the Economic ?, octobre, Bergen, Norvège, co-écrit avec Sandrine Kopel, actes cédérom.
- 2000. **Le lien social : entre fidélité des clients et compétences des salariés**, 3^{ème} Colloque E. Thil, septembre, La Rochelle, co-écrit avec Sandrine Kopel, actes cédérom.
- 1999. **La notion de services de lien : éléments de socialisation des activités de service**, 15^{ème} Congrès International de l'Association Française de Marketing, Strasbourg, mai.

Conférences ou Communications orales dans un congrès national ou international sans actes

- Conférence invité : « Le lien social », Colloque OPDE (des Outils Pour Décider Ensemble), 2016, Rouen.
- « Fêtes foraines et culture populaire », Conférence dans le cadre des 10^{èmes} journées d'études en Marketing Méditerranéen, juin 2012, Euromed, Marseille.
- « From consumer resistance to anti-consumption ? Insights from downloaders' careers », ICAR-NACRE Symposium 2010: Anti-consumption and Consumer Resistance, juin 2010, Marseille, avec J.P. Nau et R. Garcia-Bardidia (Université de Nancy).
- Conférence invité : « Quand la sphère marchande ne suffit plus », Les 50 ans de la MACIF dans l'économie sociale, juin 2010, Ax les Thermes.
- « Le téléchargement illégal entre apprentissages de la déviance et ajustements compensatoires : quand le consommateur est en charge de la morale du marché », 1^{ère} journée le travail du marché : Arbitrer les Attachements, RT 11, Sociologie de la consommation et des usages, Association Française de Sociologie, mars 2010, Paris.

- Conférence invité : « Marketing in a Hypermodern Society », **4th International Research Days on Marketing Communications**, mars 2009, Aarhus, Denmark.
- « Transmission, regionalism and consumption : an ethno-familial approach in northern Catalonia », **4th EIASM, Workshop on Interpretative Consumer Research**, avril 2007, Marseille, co-écrit avec Renaud Garcia-Barbadia
- « Les tribulations d'un petit bourgeois chez Babou », **2^{ème} congrès de l'Association Française de Sociologie**, septembre 2006, Bordeaux.
- Conférence invité « Le personnel de vente et l'habillage social de la relation marchande », **Groupe de travail de l'ANVIE** sur le marketing du point de vente coordonné par M. Filser, octobre 2006, Paris.
- « La thématisation : révolution ou nouvelle forme de vente ? Une analyse à partir des discours et des pratiques de vente », **Journées Histoire et Gestion**, octobre 2005, Toulouse, co-écrit avec Sandrine Kopel.
- Conférence invité « Quels modèles stratégiques pour la distribution dans le XXI^{ème} siècle », **colloque ESC Rouen** : Enjeux et perspectives pour la distribution, juin 2006, Rouen.
- « Septimanie contre Burro Catalan », **3^{èmes} journées d'études en Marketing Méditerranéen**, Euromed, avril 2006, Marseille
- « *Vendeurs, perceptions et comportements des consommateurs* », **Observatoire du Shopping**, rencontres de la productivité du point de vente, organisées par Marc Filser, juin 2005, Paris.
- « Equipes du point de vente et perception de l'enseigne par le consommateur », Conférence aux **5^{ème} assises de la vente**, mars 2005, IAE de Lyon.
- « *Régionalisme et consommation : le cas de la Catalogne Nord*, **1^{ères} journées d'études en Marketing Méditerranéen**, avril 2004, Euromed Marseille.
- « La place du non-marchand dans la relation de service », **colloque organisé par l'ADBS** : Médiation et technologies de l'information : regards croisés, octobre 2003, ESCP-EAP, Paris.

Publications dans des revues électroniques à comité de lecture

- **L'identité régionale par la consommation**, dans © Revue Marketing Territorial, 2 | hiver 2019, URL : <http://publis-shs.univ-rouen.fr/rmt/index.php?id=323>.
- Tribunes @ AFM, **Can Consumers escape the Gift ?**, mai, 2014, co-écrit avec Bernard Cova, disponible sur <http://afm.inie.makoa.fr/1-afm-association-francaise-du-marketing/125-ressources/325-a-propos-de.aspx>
- **Les Tribulations d'un petit bourgeois chez Babou**. *Consommations et sociétés*, n°7, 2007, www.argonautes.fr
- **Le téléchargement de produits culturels**, *Consommations et Sociétés*, n°7, 2007, www.argonautes.fr, co-écrit avec Renaud Garcia-Bardidia

Encadrement doctoral et participation à des jurys

Direction de thèses soutenues

- **Manh-Hung Nguyen** (post-doc EM Grenoble) : « *An Economies of Worth perspective of a management innovation adoption process in organisation : The case of social franchising in the Health sector in Vietnam* » (2018)
- **Mailys Torché** (maître de conférences à l'université de Toulon) : « *Création de soi et imaginaire de consommation : une étude ethnographique de consommateurs Geeks* » (2016).
- **Thi Thu Ha Dang** (enseignante au Vietnam) : « *Changement de consommation et transition de la société vietnamienne à partir des pratiques et récits de ménages à Hanoï et à Hoabinh* » (2015).
- **Ha Thi Thuy Duong** (enseignante au Vietnam) : « *Tourisme gastronomique au Vietnam : une connexion entre expérience de consommation des touristes et identité culturelle* », (2015).
- **Louis-Cesar Ndione** (maître de conférences à l'université de Reims) : « *Acculturations du consommateur à partir des parcours migratoires. le cas des venants sénégalais* » (2013). Prix de Thèse de la Fondation Flaubert.
- **Alexandre Tiercelin** (maître de conférences à l'IUT de Troyes) : « *Les transgressions des normes de marché. le cas des hardcore gameuses* » (2013).
- **Baptiste Cléret** (maître de conférences à l'université de Rouen) : « *Approches contextualisées des comportements de consommation culturelle des jeunes : regards ethnographiques sur le rap et l'electrodance* » (2011).

Direction de thèses en cours

- En codirection avec Joël Brée : **Kenza Guenoun** (allocation ministérielle en 2015) - Mutations du secteur de la littérature jeunesse à l'aune de la société liquide.
- En co-encadrement avec Baptiste Cléret (IAE de Rouen) : **Boris Collet** (allocation ministérielle en 2015) - La valeur et marchandisation de l'indépendance : le cas du rock indé.
- En co-encadrement avec Baptiste Cléret (IAE de Rouen) : **Cerise Thorel** (allocation ministérielle en 2017) - Mutations des centres-villes et de leurs espaces marchands; approche ethnographique.

Participation à neuf jurys d'Habilitation à Diriger les Recherches et à 45 jurys de thèse.

Rayonnement

- Depuis 2017 - Bénéficiaire de la Prime d'Encadrement Doctoral et de Recherche.
- 2013-2017 - Bénéficiaire de Prime d'Excellence Scientifique.
- Prix EFMD FNEGE du meilleur ouvrage en management dans la catégorie ouvrage collectif de recherche pour les deux tomes de **Regards Croisés sur la consommation. Tome 1 : Des structures aux retours de l'acteur**, Tome 2 : **Des structures aux retours de l'acteur**, Collection Versus, Editions EMS, 2015 & 2016.
- Expert HCERES
- Coprésident du comité scientifique du 35ème congrès de l'Association Française de Marketing avec Joël Brée et Pascale Ezan.
- Membre de comités de lecture : *Décisions Marketing* ; *Recherche et Applications en Marketing* ; *Revue Management & Avenir*.
- Évaluateur : *Revue Française de Gestion* ; *Finance Contrôle et Stratégie* ; *Consumption Market and Culture* ; *European Journal of Marketing* ; *International Journal of Retail & Distribution* ; *Gestion 2000*
- Membre de comités scientifiques : Congrès international de l'AFM ; Journées Normandes de Recherches sur la Consommation ; Journées de Marketing Agro-Alimentaire ; Colloque Etienne Thil ; Congrès Paris-Venise.
- Réalisation de missions d'expertise scientifique de dossiers CIFRE pour l'ANRT

International

- Conférence invité : « Marketing in a Hypermodern Society », **4th International Research Days on Marketing Communications**. mars 2009, Aarhus, Denmark.
- Présentation des travaux de recherche à **l'Université de Girona** - Faculté des sciences économiques et de l'entreprise (Espagne) avril 2010.
- Séjour Erasmus à **l'Université de Girona** (Espagne) – Faculté du Tourisme - mai 2012.
- Conférence invité : « L'apport des grands auteurs en SHS pour comprendre les reconfigurations de l'échange marchand », **Congrès de l'Association Francophone pour le Savoir (ACFAS)**, mai 2018, Chicoutimi, Quebec.

Responsabilités administratives et enseignements

Responsabilités administratives

- Membre élu du conseil de gestion de la faculté de Droit, Sciences Economiques et Gestion (de 2010 à 2016)
- Membre élu du conseil de gestion de l'IAE de Rouen (de 2003 à 2018)
- Président de la section 06 de l'université de Rouen (de 2010 à 2018).

Responsabilités pédagogiques

- **Responsable de la spécialité marketing du Master Sciences du management** de l'IAE de Rouen (2004-2009). Il s'agit d'une offre de formation que nous avons créée depuis 2003 avec le professeur Abdelmajid Amine (qui a quitté l'IAE de Rouen en 2005).
- **Responsable du MAE (Master Administration des Entreprises) de 2000 à 2004.** Durant cette période ce diplôme comprenait quatre promotions : une en formation initiale et trois en formation continue. Outre la coordination des différentes formations, l'organisation des cursus et la préparation du quadriennal 2004-2008, j'ai participé au projet d'harmonisation de cette formation au sein de la commission "enseignement" du réseau national des IAE.

Enseignements

Depuis 1998, j'ai enseigné dans la plupart des niveaux proposés en licence et master (professionnel et recherche) les différents cours suivants, regroupés en blocs de compétences :

Bloc de compétences	Cours	Niveaux
Management et organisations	Théories des organisations Problèmes managériaux contemporains Politique générale d'entreprise Management stratégique Introduction à la gestion des organisations Economie d'entreprise	M1 L2 L3/M1 M2 IUT, Ecole ingénieur L3
Marketing et consommateur	Marketing stratégique Introduction au marketing Marketing des services Satisfaction des résidents et patients Marketing et secteur de la santé Marketing expérientiel Marketing de la distribution Comportement du consommateur Approches socio-anthropologiques de la consommation Approches psychologiques de la consommation Ethnomarketing	M2 L1, IUT, Ecole ingénieur M1 M2 M1 M1 IUT IUT, M2 M2 M2 M2, Master Recherche
Méthodologies	Approches qualitatives Méthodologie de la recherche Traitement de données qualitatives Méthodes Ethnographiques Etudes de marché	M2, Master Recherche M2 M1 M2, Ecole doctorale IUT, M1
Encadrements et suivis de stages	Suivi d'étudiants en stage (en moyenne 15 par an) Suivi d'étudiants en alternance (en moyenne 8 par an) Tuteur d'étudiants pour le Mémoire de recherche (en moyenne 2 par an)	L3, M1, M2 M1, M2 Master Recherche

Dans la mesure du possible mes enseignements se font en classe inversée, en appui avec les potentialités offertes en la matière par la plateforme Moodle de l'université. En outre, avec plusieurs collègues nous avons expérimenté plusieurs innovations pédagogiques, comme le travail sur la base de cas issus de séries TV (ex. The Wire) et avec la création d'un site dédié sur lequel les étudiants peuvent proposer des post (managers en série) ; la mise en place de débats mouvants filmés ou non autour de thèmes de gestion (leadership, entreprise libérée, confrontations d'auteurs etc.) et/ou de consommation ; la mise en place sur la faculté d'enquêtes et expérimentations (blind test, photo-élicitation, tests de représentations etc.) ; la mise en situation d'études et de recherches sur le terrain (ethnomarketing sur une semaine).