



# Philippe ROBERT-DEMONTROND

## Professeur agrégé des Universités

Les recherches entreprises relèvent de disciplines variées, en sciences de gestion, et mobilisent des théories et méthodes issues de champ disciplinaires également variés, en dehors de sciences de gestion.

En sciences de gestion, les recherches effectuées s'inscrivent pour l'essentiel dans le champ du marketing, mais comptent également plusieurs travaux en gestion des ressources humaines et en management des organisations.

Les théories et méthodes exploitées relèvent notamment, originellement, de la biophysique et du connexionnisme, puis des neurosciences et de la psychologie cognitive, pour la modélisation des processus de décision et l'optimisation des formes organisationnelles ; elles procèdent également de la psychologie clinique, pour l'étude des effets psychiques sur les salariés de certaines formes organisationnelles ; puis (plus récemment) de l'analyse de discours, de la sociologie, de l'anthropologie, de l'ethnographie, pour notamment l'étude des imaginaires de consommation.

> **Laboratoire de recherche** : CREM UMR CNRS 6211

> **Responsable pédagogique** :

- [Master Marketing et Vente, parcours Études et Recherche Marketing](#)
- [Master Marketing et Vente, parcours Management et Développement de Projets Marketing](#)

> **Recherche et Entreprise** :

### Rayonnement scientifique

#### Projets scientifiques

- Participation depuis 2012 à un projet ANR (plus de 500 000 euros de budget) - DIACODD (Distribution Alimentaire, Consommateurs et Développement Durable) avec des partenaires de : AgroParisTech - UMR GENIAL ; ESDES - Ecole de Management de Lyon ; Université Paris Est Créteil - IRG
- Pilotage d'une équipe de 4 chercheurs permanents, sur Rennes 1 - une thèse étant par ailleurs financée sur le projet

#### Manifestations scientifiques

- Les Amaps : chimères éphémères ?; Conférence sur La RSE au cœur des hommes et des organisations, La Rochelle, 4 février 2016
- Les Amaps, figures de la résistance, Journée d'études Transconcepts sur Figures de la résistance, Le Havre, 25 septembre 2015
- Table ronde sur La consommation par l'ethnographie, journée d'étude de l'AFM et du réseau thématique RT11 « Sociologie de la Consommation et des Usages » de l'AFS sur la thématique « Diversité d'approches et d'exploitation des méthodes d'observation pour une diversité de concepts théoriques », 10 octobre 2014
- Table ronde introductive du Colloque « Pauvreté, précarité et consommation », Paris, 25 octobre 2013
- Table ronde « Contradictions et paradoxes du consommateur », 20ème Congrès E. Thil, Paris, 2-4 octobre 2013
- Enjeux éthiques autour de la consommation, 3ème journée Ethique et management, Paris, mars 2013

#### Expertises

- De 2012 à 2014 : Responsable de la rubrique "Livres" des Tribunes@AFM (Association Française de Marketing)
- De 2011 à 2014 : Membre du comité de rédaction de la revue Recherche et Applications en Marketing ; Responsable de la rubrique " Bibliographie "
- Membre de comités de lecture : de la revue Finance, Comptabilité, Stratégie, de la revue Management et Avenir, de la revue Zeitschrift für Sozialmanagement/Journal of Social Management, de la revue Décisions Marketing, de la revue Perspectives Culturelles de la Consommation, de la revue Question(s) de management, de la revue Management et sciences sociales (avec également la fonction de conseiller éditorial), de la revue Recherche et Applications en Marketing, de la collection Versus, aux Editions EMS.
- Membre de comités scientifiques : de la revue Sciences de la Société, de la revue Gestion 2000, de la revue Gestion, de la revue Systèmes d'Information et Management, de la revue Economie et solidarités, de la Revue de l'Organisation Responsable, de la revue Management International, de la revue Journal of Marketing Trends, de la Revue Interdisciplinaire sur le Management et l'Humanisme

*Toutes les infos complètes sont sur le CV en format pdf*

### Thèmes de recherche

Marketing, management des organisations

**Mots-clés** : Epistémologie, anthropologie des marchés, ethnomarketing, modélisation biomimétique

### Activités pédagogiques

#### Enseignements principaux

- Anthropologie et management des organisations.
- Initiation à la recherche.
- Epistémologie des sciences de gestion
- Labellisation sociale et développement durable

- Marketing interculturel
- Méthodes qualitatives et techniques de créativité
- Marketing sensoriel et expérientiel
- Management stratégique

## Activités de recherche

### Articles dans des revues classées

---

- ROBERT-DEMONTROND P., DABADIE I. (2016), **Posséder autrement : une approche socio-anthropologique de la consommation collaborative**, *Management & Avenir*, 2016, 88, 6 [CNRS 4 / HCERES C]
- ROBERT-DEMONTROND P., BASSO F., BOUILLÉ J., LE GOFF K., OULLIER O. (2016), **Assessing the role of shape and label in the misleading packaging of Food Imitating Products: From empirical evidence to policy recommendation**, *Frontiers in Psychology*, 2016, 7, 450
- ROBERT-DEMONTROND P., BOUILLÉ J. (2016), **Webactivism and the dynamics of consumerist resistance: analytical framework and experimental study**, *RIMHE, la Revue Interdisciplinaire, Management, Homme & Entreprise*, 2016, 24, 4 [HCERES C]
- ROBERT-DEMONTROND P., CROIZEAN J.-P., BOUILLÉ J., ALLANO M. (2016), **Grande distribution et sobriété carbone. Une analyse néo-institutionnaliste des divergences et convergences dans les discours et les pratiques des distributeurs généralistes**, *Management International*, 2016 [CNRS 3 / HCERES A]
- ROBERT-DEMONTROND P., BOUILLÉ J., BASSO F. (2016), **La rhétorique incarnée de l'activisme consommériste au regard de la théorie de la métaphore conceptuelle: étude exploratoire et perspectives de recherche**, *Recherche et Application en Marketing*, 31, 2, 2016, pp. 1-27 [CNRS 2 / HCERES A]
- ROBERT-DEMONTROND P., BOUILLÉ J. (2015), **Webactivisme et dynamiques de la résistance consommériste. Cadre analytique et étude expérimentale**, *Revue Interdisciplinaire Management, Homme(s) & Entreprise*, 16, 2, pp. 37-59 [HCERES C]
- ROBERT-DEMONTROND R., BOUILLÉ J. (2015), **Webactivism and consumer resistance**, *Revue Interdisciplinaire Management, Homme & Entreprise, Emerald Group Publishing Limited, mars/avril 2015*, 16, 37-59
- ROBERT-DEMONTROND P. (2015), **De la pauvreté à la simplicité volontaire : étude exploratoire d'une cité en construction**, *Economie et Société*, série KC, 4, 2, pp. 297-323 [HCERES C]
- ROBERT-DEMONTROND R., BASSO F., HAYEK-LANTHOIS M., ANTON J.-L., NAZARIAN B., ROTH M. & OULLIER O. (2014), **Why people drink shampoo? Food Imitating Products are fooling brains and endangering people for marketing purposes**, *PLoS ONE*, 2014, septembre, vol 9, n°9, NC
- JOYEAU A., ROBERT-DEMONTROND P. (2014), **La recherche herméneutique en management face à la juridictionnalisation de l'activité scientifique : analyse du problème et exploration de réponses**, *Management International*, Vol 18, n° 2, hiver 2014 [HCERES A]
- ROBERT-DEMONTROND P., BASSO F., BOUILLÉ J. (2014), **Mesurer la force persuasive de l'activisme consommériste : une étude expérimentale de la théorie des cités appliquée aux food imitating products**, *Recherche et Application en Marketing*, 29, 1, pp. 79-113 [HCERES A]
- ROBERT-DEMONTROND R., JOYEAU A., BEAUDOUIN V., BELLION A., SUGIER L. (2013), **De l'Odyssée à l'Illiade: stratagèmes et compétences pratiques en ethnomarketing**, *Recherche et Applications en Marketing*, 2013 novembre, vol 28, n°4, 103-127, [CNRS 2 / HCERES A]

### Ouvrages/Chapitres d'ouvrages

---

- ROBERT-DEMONTROND P., BEAUDOUIN V., **Les AMAP : état des lieux**, in L. Lavorata (ed), *Marketing et développement durable - Du distributeur au consommateur*, Paris, Economica, 2016, p. 84-101
- ROBERT-DEMONTROND P., DUONG L., **Le consentement à payer des consommateurs pour la labellisation sociale**, in L. Lavorata (ed) *Marketing et développement durable - Du distributeur au consommateur*, Paris, Economica, 2016, p. 164-177
- ROBERT-DEMONTROND P., **Petite philosophie de l'accumulation des objets**, in V. Guillard (ed), *Boulimie d'objets : l'être et l'avoir dans nos sociétés*, Bruxelles, De Boeck, 2014
- ROBERT-DEMONTROND P., BOUILLÉ J., **Sartre et la chair du buvard**, in P. Robert-Demontrond et E. Rémy (eds), *Regards croisés sur la consommation*, Tome 1, Caen, EMS, 2014
- ROBERT-DEMONTROND P., REMY E., ROLLAND P., **Durkheim et la naissance d'une sociologie : Linéaments de l'individualisme et de la sacralité de la consommation**, in P. Robert-Demontrond et E. Rémy (eds), *Regards croisés sur la consommation*, Tome 1, Caen, EMS, 2014
- ROBERT-DEMONTROND P., REMY E., **Lévy-Bruhl une anthropologie des mentalités**, in P. Robert-Demontrond et E. Rémy (eds), *Regards croisés sur la consommation*, Tome 1, Caen, EMS, 2014
- ROBERT-DEMONTROND P., BASSO F., **Merleau-Ponty et la chair du monde**, in P. Robert-Demontrond et E. Rémy (eds), *Regards croisés sur la consommation*, Tome 1, Caen, EMS, 2014

### Communications/Colloques

---

ROBERT-DEMONTROND P., KRITA O. (2017), **Pastiches et parodies du politique en publicité : Petite herméneutique du phénomène et de ses jugements par les consommateurs**, 16èmes JNRC, Le Havre, 23-24 novembre 2017

KRITA O., AKIL H., ROBERT-DEMONTROND P. (2017), **Humour politique et publicité : Influence du signifiant politique et du type d'humour sur l'attitude envers l'annonce**, 16èmes JNRC, Le Havre, 23-24 novembre 2017

ROBERT-DEMONTROND P., JOYEAU A., **Ce dont « l'empreinte carbone » est le nom : enquête sur l'acceptabilité sociale d'un dispositif commercial de lutte contre le changement climatique**, 15èmes JNRC, Caen, 24-25 novembre 2016

ROBERT-DEMONTROND P., **Petite ethnographie de l'offre à boire, en Corse et en Bretagne**, 15èmes JNRC, Caen, 24-25 novembre 2016

ROBERT-DEMONTROND P., DANIEL M., BOUILLÉ J., TROIVILLE J., CROIZEAN J-P., **Gouvernementalité et physicalité du consommateur citoyen dans la lutte contre le changement climatique : proposition d'un programme de recherche autour de la grounded cognition**, 15èmes JNRC, Caen, 24-25 novembre 2016

ROBERT-DEMONTROND P., BELLION A., **De la gouvernance de l'innovation à la résistance du consommateur : quel modèle de relations publiques pour la gestion de l'innovation technoscientifique**, 15èmes JNRC, Caen, 24-25 novembre 2016

ROBERT-DEMONTROND P., **Quelles fonctions, quelle place pour le commerce, face à la numérisation généralisée de la vie quotidienne? Ce qu'en disent, peuvent en dire, les recherches en sciences humaines**, 19ème colloque Etienne Thil, Roubaix, 14 octobre 2016

ROBERT-DEMONTROND P., AKIL H., BOUILLE J., **'Global warming', 'climatic change' or 'climate imbalance' ? An experimental study on the effectiveness of climate change semantic expressions and imagery**, EURAM 2016 Conference, Paris, 1-4 juin 2016

DABADIE-MOUNIER I., ROBERT-DEMONTROND P., **Cosmology of non-possession: an anthropological approach to collaborative consumption**, Sharing Economy Workshop, Paris, 28-29 janvier 2016

ROBERT-DEMONTROND P., AKIL H., BOUILLE J., **The Impact of Climate Change Communication on Materialistic and Environmental Tendencies of Consumption: A Terror Management Theory Perspective**, 14èmes JNRC, Angers, 26-27 novembre 2015

ROBERT-DEMONTROND P., BELLION A. BOUILLE J., **Les nanomondes comme volonté et comme (arène de) représentations : une étude ethnomarketing du rôle des imaginaires dans la construction d'un marché innovant**, 14èmes JNRC, Angers, 26-27 novembre 2015

ROBERT-DEMONTROND P., BEAUDOIN V., MOUNIER I., **Les mondes amapiens au prisme de la Cultural Theory - perspectives anthropologiques sur une forme originale de résistance au marché**, 14èmes JNRC, Angers, 26-27 novembre 2015

ROBERT-DEMONTROND P., DABADIE I., **Cosmologies de la non-possession: une approche socio-anthropologique de la consommation collaborative**, 14èmes JNRC, Angers, 26-27 novembre 2015

ROBERT-DEMONTROND P., FOUTREL S., **Marquage territorial : une analyse par la cartographie cognitive appliquée au cas « Produit en Bretagne »**, 14èmes JNRC, Angers, 26-27 novembre 2015

ROBERT-DEMONTROND P., ALLANO FREY M., BOUILLE J., CROIZEAN J-P., **La lutte contre le changement climatique comme processus d'institutionnalisation: une étude exploratoire de la thématique «sobriété carbone» appliquée au champ de la grande distribution française**, 13èmes JNRC, Rouen, 27-28 novembre 2014

ROBERT-DEMONTROND P., ABESSOLO G., **Une exploration socio-anthropologique d'ilots (ou de continent?) de rationalité enchantée dans les univers de la consommation**, 13èmes JNRC, Rouen, 27-28 novembre 2014

ROBERT-DEMONTROND P., AKIL H. et BOUILLE J., **Changement climatique et communications pour une consommation sobre : définition d'un programme de recherche**, 13èmes JNRC, Rouen, 27-28 novembre 2014

ROBERT-DEMONTROND P., SCHMIDT C. et MOUNIER I., **Merleau-Ponty et le tournant somatique en sciences de l'homme et de la société : perspectives pour l'ethnomarketing**, 13èmes JNRC, Rouen, 27-28 novembre 2014

ROBERT-DEMONTROND P., ALLANO-FREY M., BOUILLE J., CROIZEAN J-P., **Grande-distribution et sobriété Carbone. Une analyse néo-institutionnaliste des divergences et convergences dans les discours et les pratiques des distributeurs généralistes Auchan, Casino et Carrefour**, RIODD, Paris, Octobre 2014

ROBERT-DEMONTROND P., BASSO F., BOUILLE J., LE GOFF K., OULLIER O., **A methodological approach of Food Imitating Products using Implicit Association Test**, 25th Association for Psychological Science Annual Convention, Washington, 23-26 mai 2013

ROBERT-DEMONTROND P., HAYECK M., ANTON JL., NAZARIAN B. OULLIER O., **An embodied approach of Food Imitating Products using FMRI**, 25th Association for Psychological Science Annual Convention, Washington, 23-26 mai 2013

ROBERT-DEMONTROND P., BOUILLE J., LE GOFF K., OULLIER O., **De l'impensé marketing à l'implicite cognitif du design émotionnel : une approche méthodologique des Food Imitating Products par le test des associations implicites**, 29ème Congrès de l'AFM, La Rochelle, 16-17 mai 2013

## Autres productions

---

## Direction de thèses

---

Le consommateur à compétence réduite en littératie face au labyrinthe marchand de la grande distribution : une étude ethnosociologique de l'expérience de magasinage

Doctorant : EL HEJRAOUI Abdelkader

Date : 22/10/2018 Direction de thèse : [ROBERT-DEMONTROND Philippe](#)

Une approche socio-anthropologique de la consommation collaborative focus sur les nouveaux rapports à la propriété  
Docteurant : DABADIE-MOUNIER Isabelle  
Date : 04/12/2017 Direction de thèse : [ROBERT-DEMONTROND Philippe](#)

Proposition et développement d'un programme de recherche sur l'efficacité des registres communicationnels de lutte contre le changement climatique. Le cas de la consommation sobre en carbone.  
Docteurant : AKIL Hussein  
Date : 24/05/2017 Direction de thèse : [ROBERT-DEMONTROND Philippe](#)

Compréhension et appropriation du développement durable et de la responsabilité sociale des entreprises dans le contexte marocain (cas des entreprises agroalimentaires). Une approche par le processus d'institutionnalisation  
Docteurant : BOUKIL Aouatif  
Date : 03/11/2016 Direction de thèse : [ROBERT-DEMONTROND Philippe](#), [JOYEAU Anne](#)

Le comportement du consommateur à l'égard des circuits courts alimentaires : une étude anthropologique du mouvement AMAP  
Docteurant : BEAUDOUIN Vanessa  
Date : 05/12/2014 Direction de thèse : [ROBERT-DEMONTROND Philippe](#)

Une approche sémantique et dialogique de l'innovation « en train de se faire », entre co-construction de sens et activisme de la signification : une application au marché des nanotechnologies  
Docteurant : BELLION Amélie  
Date : 17/11/2014 Direction de thèse : [ROBERT-DEMONTROND Philippe](#)

Les logiques décisionnelles du marquage territorial : une analyse par la cartographie cognitive appliquée au cas de "Produit en Bretagne"  
Docteurant : Sylvie FOUTREL - CADIOU  
Date : 21/12/2012 Direction de thèse : [ROBERT-DEMONTROND Philippe](#)

La mobilité géographique des salariés à l'échelle infranationale : une étude ethnosociologique des difficultés vécues  
Docteurant : SCHMIDT Céline  
Date : 05/12/2012 Direction de thèse : [ROBERT-DEMONTROND Philippe](#)

Le marketing face à ses résistances : une ethnographie des imaginaires et des pratiques de consommation des "objecteurs de croissance"  
Docteurant : SUGIER Laure  
Date : 20/11/2012 Direction de thèse : [ROBERT-DEMONTROND Philippe](#)

Des expériences sensorielles aux sens des expériences : une approche CCT de l'expérience des touristes au restaurant  
Docteurant : MATSON Sheila  
Date : 08/06/2012 Direction de thèse : [ROBERT-DEMONTROND Philippe](#)

L'incorporation des Food Imitating Products : la métaphore alimentaire des produits d'hygiène entre marketing, santé publique et neurosciences sociales  
Docteurant : BASSO Frédéric  
Date : 29/12/2011 Direction de thèse : [ROBERT-DEMONTROND Philippe](#)

L'influence du webactivisme sur les intentions comportementales de résistance des consommateurs  
Docteurant : BOUILLÉ Julien  
Date : 08/12/2010 Direction de thèse : [ROBERT-DEMONTROND Philippe](#)

Apports du concept d'imaginaire pour l'étude des cultures de consommation  
Docteurant : TORCHE M.  
Direction de thèse : [ROBERT-DEMONTROND Philippe](#)