

## **Maud HERBERT**

**Maître de conférences à l'Université Lille 2**  
**Enseignant chercheur affilié au laboratoire LSMRC EA 4112**  
**MERCUR Université de Lille – SKEMA business school**  
[maud.herbert@univ-lille2.fr](mailto:maud.herbert@univ-lille2.fr)

IMMD – Institut du Marketing et du Management de la Distribution (UFR)  
6, rue de l'Hôtel de ville BP59 - 59051 - Roubaix Cedex 01

### **Parcours universitaire**

---

Depuis 2008	Maître de conférences en sciences de gestion. Université de Lille 2, Institut du Marketing et du Management de la Distribution (IMMD) Roubaix.
2006-2008	Maître de conférences en sciences de gestion. Université du Littoral Côte d'Opale (sites de Boulogne sur mer et Dunkerque).
Décembre 2005	Docteur en Sciences de Gestion (CNU 06)
2003-2005	Attaché Temporaire d'Enseignement et de Recherche Université Paris-Dauphine.
2000-2003	Allocataire de recherche, enseignant vacataire, Université Paris-Dauphine.

### **Principaux thèmes de recherche**

---

#### **\* Epistémologie et méthodologie des recherches en marketing**

- Comportements des consommateurs en situation de questionnement
- Qualité des mesures dans les méthodologies quantitatives et qualitatives
- Dispositifs méthodologiques et techniques innovantes
- Ethique dans les pratiques d'études marketing
- Responsabilité des chercheurs et des praticiens dans leur démarche de recherche

#### **\* Sujets sensibles et consommation minoritaire**

- Consommation identitaire des consommateurs en situation de minorité ou d'exclusion (ethniques, pauvres, illettrés), représentation sociale de la minorité.
- Compétences des populations minoritaires
- Questionnement des pratiques de marketing traditionnel

## \* **Rapports aux possessions matérielles et symbolique collective**

- Pratiques de sobriété dans la consommation et délaissement des possessions
- Dynamiques individuelle et collective des changements dans la consommation
- Enjeux de la consommation collaborative

## **Publications et Communications**

---

### **P-1. Thèse**

Thèse de doctorat soutenue le 8 décembre 2005 : Titre : « *Le comportement de réponse de l'individu en situation de questionnement : le biais du répondant en comportement du consommateur* » sous la direction de Pr. Jean Perrien (UQAM, Canada)

Jury de soutenance : Pr. Christian Pinson (président), professeur à l'INSEAD, Pr. Alain Jolibert (rapporteur), professeur à l'Université de Grenoble II, Pr. Eric Verette (rapporteur), professeur à l'Université de Toulouse I, Pr. Denis Darpy (suffragant), professeur à l'Université Paris Dauphine, Pr. Jean Perrien, (directeur), professeur à l'Université du Québec à Montréal.

*Mention très Honorable avec les félicitations du jury, subvention pour publication et proposition pour le prix de thèse.*

### **Prix de l'académie commerciale 2007**

### **P-2. Revues avec comité de lecture**

- 2014 « What do we really need ? Questioning consumption through sufficiency » **Journal of Macromarketing** avec Hélène Gorge, Nil Ozçaglar-Toulouse et Isabelle Robert. 1-12.
- 2014 « Materialism : the good, the bad and the ugly », **Journal of Marketing Management**, septembre (*online*) avec L. J. Shrum, Tina M. Lowrey, Mario Pandelaere, Ayalla A. Ruvio, Elodie Gentina, Pia Furchheim, Maud Herbert, Liselot Hudders, Inge Lens, Naomi Mandel, Agnes Nairn, Adriana Samper, Isabella Soscia & Laurel Steinfield
- 2012 « Substitution d'enseignes : quelle création de valeur pour le client ? », **Décisions Marketing**, avec Collin-Lachaud, I. et de Pechpeyrou P.

- 2011 « Étudier l'ethnique. La construction de la responsabilité des chercheurs face à un sujet sensible » avec Béji-Bécheur A. et Ozcaglar-Toulouse N., **Revue Française de Gestion**, volume 37/216 ; p. 111 à 128.
- 2009 « L'ethnicité du consommateur : un état des recherches » en collaboration avec Ozcaglar-Toulouse N., Béji-Bécheur A., Fosse-Gomez M-H., Zouaghi S., **Recherche et Applications en Marketing**, vol. 24, n°4.
- 2004 « Réunion de consommateurs : comprendre les motivations de la participation », **Décisions Marketing**, n°36 (octobre-décembre), pp. 27-38.

### **P-3. Communications dans des colloques ou des journées avec actes**

- 2014 « Réflexions sur l'illettrisme et la consommation : de la vulnérabilité dans le marché...au marché de la vulnérabilité ? » *Actes des 13<sup>ème</sup> Journées Normandes de Recherche sur la Consommation*, de 27 et 28 novembre, Rouen.
- 2014 « Re-examining collaborative consumption : a consumer perspective » in special session « Access-based Consumption : critique and development » Helsinki, Finlande, du 26 au 29 juin (Competitive session) avec Collin-Lachaud Isabelle.
- 2014 « Understanding Consumption through Sufficiency », Consumer Culture Theory Conference, Helsinki, Finlande, du 26 au 29 juin (Competitive session) avec Hélène Gorge, Nil Ozçaglar-Toulouse et Isabelle Robert.
- 2013 « What about morality and Brand ? » Consumer Culture Conference, Tucson, Arizona, du 13 au 16 juin, avec Benmecheddal Ahmed et Özçaglar-Toulouse Nil.
- 2013 « Je consomme, mais je me soigne » : consommation collaborative et processus de rédemption matérialiste », *Actes des 12<sup>ème</sup> Journées Normandes de Recherche sur la Consommation*, Université de Caen, 28-29 Novembre avec Collin-Lachaud I., Chochois A. (Novembre)
- 2013 « Devoir ou vouloir réduire sa consommation : explorer les éléments structurants de la sobriété », *Journées de recherche Pauvreté, Précarité et Consommation*, IAE de Créteil, avec Gorge Hélène,

Ozcaglar-Toulouse Nil, et Robert Isabelle. (octobre).

- 2010 «Consommation de médias et construction identitaire des enfants d'immigrés » avec Stamboli C., Actes des 9ème Journées Normandes de Recherches sur la Consommation, 25 et 26 mars, Rouen.
- 2009 « Ethnicité et consommation de média : un cas français » en collaboration avec Hadj Hmida M., Actes des 8ème Journées Normandes de Recherches sur la Consommation, 12 et 13 mars 2009, Caen.
- 2009 « Comprendre la construction d'un produit ethnique : analyse et appropriation du discours d'un magazine à destination des femmes de culture maghrébine en France », 14ème Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne, 12 et 13 novembre 2009, Dijon.
- 2009 « Mon Champion devient Carrefour Market, ah bon...et qu'est-ce que ça change ? » : transfert et création de valeur pour le client dans le cadre d'une substitution d'enseignes » avec Collin-Lachaud I, et de Pechpeyrou P., 12ème colloque Etienne Thil, 8 et 9 octobre 2009, La Rochelle.
- 2008 « Mesure des préoccupations éthiques dans le contexte de la consommation : un état de l'art. », avec Delbende V., Colloque International : Services, Innovation et Développement Durable, Poitiers, 27-28-29 mars.
- 2007 « Que se passe-t-il lorsque les répondants à un questionnaire tentent de deviner l'objectif de recherche ? Le biais du répondant : conceptualisation, mesure et étude d'impact », Actes du XXIIIème congrès international de l'Association Française du Marketing, Aix les Bains, 30 et 31 mai.
- 2006 « Les consommateurs et les études marketing ». Forum L'Esprit de l'Innovation II, Colloque International Transdisciplinaire, Dunkerque, 26 - 30 septembre.
- 2003 « Erreur de mesure liée au comportement expérimental du sujet : les artéfacts de la demande en comportement du consommateur ; état de l'art et perspectives. ». Actes du XIXème congrès international de l'Association Française du Marketing, Tunis.

#### **P-4. Chapitres d'ouvrage**

- 2015 « Sobriétés et normes de consommation : une analyse des pratiques

de sobriété volontaires et contraintes » A paraître.

- 2014 « Faire ses courses alimentaires en 2025 en France : vers une distribution liquide ? » avec I. Collin-Lachaud, Pascaline Defives, Isabelle Robert et Florent Saucède. Chapitre 15 dans *Repenser le commerce* sous la direction d'I. Collin-Lachaud (ems éditions)
- 2014 « Repenser la production du consommateur dans la distribution: prosumer et distribucoeur » avec Cova B. Chapitre 8 dans *Repenser le commerce* sous la direction d'I. Collin-Lachaud (ems éditions)
- 2012 « les médias ethniques » dans *L'ethnicité: fabrique marketing?*, eds. Beji-Bécheur A. and Ozçaglar-Toulouse N., Paris, Management et Société, 23 50.
- 2008 / 2013 « Les biais d'organisation du questionnaire » dans « l'enquête », *Méthodologie de la Recherche*, Gavard-Perret M-L, Gotteland D., Haon C., Jolibert A., Paris : Pearson Education.
- 2008 « Du renouveau dans la méthode des entretiens » dans *A la recherche du consommateur – de nouvelles techniques d'étude pour comprendre ses clients*, sous la direction de Delphine Dion, Paris : Dunod.
- 2007 « Les consommateurs et les études marketing : cognition, information et décision » dans *La gouvernance de l'innovation, marché et organisations*, sous la direction de S. Bouffillier et D. Uzunidis, Paris : L'Harmattan.

#### **P-5. Revues sans comité de lecture et autres communications**

- 2015 « Questioning the transformative power of collaborative consumption : A bourdieusian analysis, Workshop International sur la consommation collaborative, Université de Namur, 24 avril. Avec Collin-Lachaud Isabelle.
- 2014 « consommation collaborative, les enjeux » dans le cycle économie participative, MESHS Lille, Le 4 décembre. Avec Robert Isabelle.
- 2014 « la consommation collaborative et ses différents modèles », Intervention en session plénière, Université d'été NFID (Nord France Innovation Développement), le 4 juillet, le Louvre Lens.
- 2008 « Peut-on faire rimer marketing et éthique ? », *Innov.doc* n°34, janvier.

- 2008 « consommation médiatique et marketing ethnique », séminaire Migrinter et Minoritymédia, Poitiers, 14 mai.
- 2007 « La responsabilité sociale des entreprises : le cas des moyennes entreprises du Littoral dunkerquois » en collaboration avec Laperche B., Forum Facil, 15 mars.
- 2006 « Se préoccuper de la qualité des mesures dans un contexte académique », Séminaire thématique sur la qualité organisé par l'Université de Cergy Pontoise. Paris, 9 juin.
- 2004 « Petit abrégé pour mieux comprendre la notion de méthode expérimentale et ses enjeux méthodologiques », Cahier de Recherche du DMSP- Paris- Dauphine, n°340.
- 

### **Activités scientifiques annexes**

- Organisation du séminaire doctoral « Seminar on Qualitative Methods and Research Design » - CCT Doctoral School.
  - Assistante à la première édition en 2008.
  - Co-organisatrice en 2011 et 2013 avec Nil Ozçaglar-Toulouse
  - Organisatrice en novembre 2015.
- Relecteur pour les colloques Etienne Thil, AFM, CCTConference
- Reviewing pour les revues Revue Française de Gestion, Decisions Marketing et Recherche et Applications en Marketing, Journal of Marketing Management.

### **Affiliations**

- Membre du projet ANR Jeunes Chercheurs ETHNOS (2007-2010)
- Membre du projet SOBRIETES (2010-2013)
- Membre de l'Association Française du Marketing
- Membre de l'association CCT (consumer culture theory)

### **Prix**

- 2007 Prix de l'Académie des Sciences commerciales pour le travail de thèse.