

Aline DEGORRE

Maître de conférences en Sciences de Gestion

Faculté d'Economie et de Gestion, Aix-Marseille Université
CERGAM

PARCOURS UNIVERSITAIRE

2017 : Doctorat en Sciences de Gestion, Université Toulouse 1 Capitole (Ecole Doctorale des Sciences de Gestion EDSG478 – Laboratoire TSM Research – UMR5303 CNRS)

Thèse soutenue publiquement le 1^{er} décembre 2017 à l'Université de Toulouse – **Proposition pour le prix de thèse.**

- **Titre de la thèse** : Le placement de marques dans une expérience de consommation musicale : enjeux et mesure.
- **Jury** : Pr. Jean-Louis Moulins (Président), Pr. Marianela Fornerino (Rapporteur), Pr. Jean-François Lemoine (Rapporteur), Pr. Éric Vernet (Suffragant), Pr. Jean-Marc Décaudin (Directeur de thèse).

Résumé de la thèse : Du fait des mouvements anti-publicité de plus en plus virulents et des stratégies d'évitement des individus face à une forte pression publicitaire, il convient de repenser les stratégies de communication classiques des entreprises. Dans cette optique, le placement de marques apparaît comme une technique efficace pour promouvoir une marque, un produit ou un service auprès des consommateurs. Ce travail doctoral propose d'étudier l'impact du placement de marques sur le comportement du consommateur dans une expérience de consommation musicale. Dans ce cadre, la création d'un outil de mesure en temps réel, le *Continuous Responses Digital Interface*, sera présenté. Une expérimentation menée auprès de 240 personnes a permis de tester et de valider le modèle de recherche et l'outil CRDI sur deux supports audiovisuels différents. Les traitements statistiques réalisés à partir du logiciel SmartPLS mettent en lumière des effets mémoriels à courts termes du placement de marques présents dans le support audiovisuel. De plus, le modèle de recherche a été validé en mettant en évidence le rôle du *flow* comme médiateur de la relation entre l'immersion et la satisfaction globale.

2012 : **Master en Sciences de Gestion** option Conseil et Marketing Stratégique, parcours recherche, IAE Toulouse – Mention Bien.

2009 : **Licence en Sciences de Gestion** option Marketing-Vente, IAE Lille – Mention Bien.

FONCTIONS PROFESSIONNELLES

2017-2018 : Enseignante Contractuelle, TSM – Université Toulouse 1 Capitole.

2015-2017 : Attachée Temporaire d'Enseignements et de Recherche - IAE Toulouse – Université Toulouse 1 Capitole.

2012-2015 : Doctorante Contractuelle Chargée d'Enseignements - IAE Toulouse - Université Toulouse 1 Capitole.

DOMAINES DE RECHERCHE

Marketing expérientiel : cet axe est étudié sous l'angle du marketing sensoriel, notamment le marketing sonore. Il propose d'étudier plus particulièrement les concepts d'immersion et de flow et leurs impacts sur la satisfaction du consommateur et ses intentions d'achat.

Stratégie de communication : cet axe se propose d'étudier le placement de marques, son utilisation et son impact sur le comportement du consommateur notamment lors d'une expérience de consommation immersive.

Innovation méthodologique : cet axe de recherche a pour but de développer et démocratiser l'outil CRDI, permettant de mesurer de manière longitudinale les réactions émotionnelles des individus soumis à un stimulus. Développé et testé dans le cadre du travail de thèse, cet outil doit évoluer de manière à pouvoir être testé dans d'autres conditions d'expérience de consommation (consommation culturelle, touristique...).

Comportement du consommateur.

ACTIVITES DE RECHERCHE

Articles soumis :

- Degorre A., Galan J.Ph., La musique comme source d'immersion dans les jeux vidéo, *Revue Française de Marketing*, article soumis (janvier 2018). [Revue classée 4 FNEGE et C AERES].
- Galan J.-Ph., Giraud M., Degorre A., Epuisement des ressources et propension à payer, une application aux jeux vidéo, *Management & Avenir*, article soumis (février 2018). [Revue classée 4 CNRS, 4 FNEGE et C AERES].

Communications dans des congrès à comité de lecture :

- Degorre A., Loustaunau L., Décaudin J.M. (2018). Mesure longitudinale des réactions affectives lors d'une expérience de consommation : présentation de l'outil CRDI. *34^{ème} Congrès International de l'Association Française du Marketing*, Strasbourg, 16-19 mai.
- Degorre A. et Medic D. (2017). Incentive or Prevention? The impact of warning messages on consumer behavior. *46^{ème} Congrès International de l'EMAC*, Groningen, 23-26 mai.
- Degorre A. et Medic D. (2017), Incitation ou Prévention ? L'impact des messages d'avertissement sur le comportement du consommateur. *33^{ème} Congrès International de l'Association Française du Marketing*, Tours, 17-19 mai.
- Degorre A. (2016), Measuring immersion in real time: use of CRDI tool, *45^{ème} Congrès International de l'EMAC*, Oslo, 24-27 mai. **Papier sélectionné pour le prix du Best Paper Award based on a Doctoral Works.**
- Degorre A., Galan J-Ph et Giraud M. (2015). Contrôle, Flow et propension à payer : une application à l'expérience de jeu vidéo. *31^{ème} Congrès International de l'Association Française du Marketing*, Marrakech, 22-23 mai.

- Degorre A. et Galan J-Ph (2013). La musique comme source d'immersion dans les jeux vidéo. *29^{ème} Congrès International de l'Association Française du Marketing*, La Rochelle, 16-17 mai.

Valorisation de la recherche :

- Participation aux Journées d'Etudes Doctorales Interdisciplinaires (J.E.D.I.), 22 avril 2014, Toulouse 1 Capitole.
- Participation à la journée autour de la Musique entre Université et Scène Economique (M.U.S.E.), 17 novembre 2014, Métronum Toulouse.

Prix et distinctions :

- **Bourse EMAC** pour le papier *Measuring immersion in real time : use of CRDI tool*, classé parmi les 20 meilleurs de la catégorie *Best Paper Award based on a Doctoral Dissertation Work*, Congrès EMAC 2016.
- **Proposition au prix de thèse** pour la thèse soutenue le 01/12/2017 : « Le placement de marques dans une expérience de consommation musicale : enjeux et mesure ».

ADMINISTRATION ET ACTIVITES DE SUPPORT A LA RECHERCHE

2014-2017 : Secrétaire de l'axe marketing - Centre de Recherche en Management – Université Toulouse 1 Capitole.

2016 et 2017 : Comité d'organisation de la *Journée Toulousaine du Marketing* (09/09/16 et 13/10/17).

2016 : Comité d'organisation du *24^{ème} International Colloquium on Relationship Marketing* (08/09/16).