Valérie Guillard

Professeur des universités
DRM
valerie.guillard@dauphine.psl.eu

BIOGRAPHIE

Docteur en science de gestion, Valérie Guillard est Professeur à l'université Paris-Dauphine. Ses recherches portent sur la psychologie du consommateur, sur les pratiques des consommateurs à l'égard des objets de seconde main mais aussi sur le gaspillage, thème sur lequel elle coordonne un contrat de recherche financé par l'ADEME. Elles sont publiées dans différentes revues comme *Recherche et Applications Marketing, Décisions Marketing*, *Économie et Société, Esprit*, *Journal of Consumer Research*, *Journal of Macromarketing*, *Research and Consumer Behavior*.

FORMATION

2009	DOCTORAT

CARRIÈRE

Depuis 2017	Professeur des universités, Université Paris Dauphine
2010 - 2017	MAITRE DE CONFERENCES

ACTIVITÉS ÉDITORIALES

Depuis 2017	Membre du comité de lecture du "Journal of Macromarketing", Membre du comité éditorial
Depuis 2017	Membre du comité de lecture du "Journal of Consumer Behavior", Membre du comité éditorial

DIRECTION DE HDR

2020	Anti-consumption in context of crisis, Hélène Cherrier, Université Paris Dauphine

DIRECTION DE THÈSES

En cours

Redynamiser les territoires par les nouvelles initiatives agricoles : une approche par la création de valeur, Le Polles Beryl, Université Paris Dauphine

L'accès aux soins dans une perspective territoriale : une approche par la santé numérique, Loriot Amélie, Université Paris Dauphine

DAUPHINE, all rights reserved

Le(s) sens des pratiques de sobriété par les diasporas africaines en contextes européens et africains, Anzangossoue Ségolène, Université Paris Dauphine

Objectifs de développement durable des Nations Unies : De l'acte d'achat conscient à la transformation des organisations, Monnier Pierre, Université Paris Dauphine

Développement du construit de la sobriété, Grison-Montes Mayliss, Université Paris Dauphine

Soutenues

2024 Le modèle d'Identification des Résidents au Village Rural (IRVR) : étude de l'impact de la communication territoriale sur l'attractivité interne du territoire, Caitucoli Paul-Mathieu, Université Paris Dauphine

2023 Consommation de vêtements composés de matières textiles recyclées : une approche par la valeur perçue, Nicolas De Lamballerie Edith, Université Paris Dauphine

2022 La dépossession matérielle comme espace de convalescence : enquête sur la restauration des corps, des rythmes et des sensibilités en Anthropocène, Ben Kemoun Nathan, Université Paris Dauphine

PRIX ET DISTINCTIONS

2015 Prix 2015 de la fondation Dauphine - Prix de la publication

DAUPHINE, all rights reserved

PUBLICATIONS

Articles

Loriot, A., V. Guillard, F. Larceneux, J.-P. Bertocchio, "Patients' Representations of Perceived Distance and Proximity to Telehealth in France: Qualitative Study", *Journal of Medical Internet Research*, 2024, vol. 26, pp. e45702

Loriot, A., F. Larceneux, V. Guillard, "Redéfinition d'une juste proximité entre patients et professionnels de santé dans le cadre d'une téléconsultation : une analyse par le sentiment de care", *Recherche et applications en marketing (French edition)*, 2024, vol. 0, no. 0, pp. 1-26

Larceneux, F., P.-M. Caitucoli, V. Guillard, "Go Home! Beyond the urban-rural divide in France: an analysis of 'mental proximity' to the benefit of territorial development", *Regional Studies*, 2023, vol. 1, no. 10

de Lamballerie, E., V. Guillard, "Vers une prise de conscience des enjeux éthiques des matières textiles par les consommateurs dans le cadre de la transition écologique", *Recherche et applications en marketing (French edition)*, 2023, vol. 38, no. 3, pp. 7-34

Guillard, V., E. Le Nagard, G. De Campos Ribeiro, "A typology of consumers regarding perceived obsolescence: The paradox of eco-conscious consumers", *Journal of Cleaner Production*, 2023, vol. 412, pp. 137202

Guillard, V., "Comment déconsommer et faire face à sa sphère sociale : Une analyse du défi «Rien de neuf» par la théorie de Goffman", *Revue française de gestion*, 2023, vol. 2023/3, no. 310, pp. 39-61

de Lamballerie, E., V. Guillard, "Consumers' awareness of the ethical issues associated with textile materials in the context of the ecological transition", *Recherche et Applications en Marketing (English Edition)*, 2023, vol. 38, no. 3, pp. 5-31

Caitucoli, P. -M., N. Ben Kemoun, V. Guillard, "La déconsommation en ruralité comme axe de développement territorial?", *Revue d'économie régionale et urbaine*, 2022, pp. 5-24

Guillard, V., "Comprendre le gaspillage perçu des objets, L'importance de leurs utilités passé et future pour leur possesseur et pour autrui", *Revue française de gestion*, 2019, vol. 45, no. 280, pp. 91-108

Guillard, V., "Le gaspillage perçu des objets : une analyse par les théories de la distance psychologique et des niveaux de représentation", *Décisions Marketing*, 2019, vol. 93, no. Janvier-Mars, pp. 11-32

Guillard, V., "Anti-consumption Consciousness in Pursuit of Sustainability", *Journal of Public Policy & Marketing*, 2018, vol. 37, no. 2, pp. 274-290

Guillard, V., "D'une économie linéaire à une économie circulaire", *Economie et management*, 2018, no. 168, pp. 22-29

Delacroix, E., V. Guillard, "Consumers who avoid relationships : manifestations of social anxiety in commercial contexts", *Journal of Consumer Behaviour*, 2016, vol. 15, no. 4, pp. 370-384

Guillard, V., G. D. Johnson, "« Un vieux contre un neuf » : une étude des réactions des consommateurs à l'égard des offres de reprise", *Décisions Marketing*, 2015, no. 78, pp. 29-44

Roux, D., V. Guillard, "Macromarketing Issues on the Sidewalk: How "Gleaners" and "Disposers" (Re)Create a Sustainable Economy", *Journal of Macromarketing*, 2014, vol. 34, no. 3, pp. 291-312

Guillard, V., D. Roux, "De la pauvreté à l'excentricité : le glanage comme révélateur des marges de la consommation", *Economies et sociétés. Série KC, Economie de l'Entreprise. Etudes critiques en management*, 2014, vol. 48, no. 3, pp. 117-142

Dion, D., O. Sabri, V. Guillard, "Home Sweet Messy Home: Managing Symbolic Pollution", *Journal of Consumer Research*, 2014, vol. 41, no. 3, pp. 565-589

Monjaret, A., V. Guillard, "Objets bureaucratisés, objets domestiqués ? La fabrique ordinaire de la séparation entre le domicile et le travail", *Socio-anthropologie*, 2014, no. 30, pp. 45-62

Delacroix, E., V. Guillard, "La superstition : définition et mesure", *Revue française du marketing*, 2012, no. 239, pp. 29-53

Guillard, V., C. Pinson, "Comprendre et identifier les consommateurs qui ont tendance à "tout" garder", *Recherche et applications en marketing*, 2012, vol. 27, no. 3, pp. 57-79

Guillard, V., C. Del Bucchia, ""How About Giving My Things Away Over The Internet?" When Internet Makes It Easier To Give Things Away", *Advances in Consumer Research*, 2012, vol. 40, pp. 630-631

Guillard, V., "Les consommateurs qui gardent des objets alors qu'ils n'en ont plus l'utilité", *Décisions Marketing*, 2011, no. 62, pp. 57-65

Darpy, D., E. Delacroix, V. Guillard, "Le radin : économe, avare ou malin ?", *Management & Avenir*, 2011, vol. 7, no. 47, pp. 79-97

Chapitres

Guillard, V., S. Monjon, J.-S. Beuscart, J.-M. Josset, "Savoir, vouloir et faire : quelles pratiques de sobriété numérique ?" dans *L'état du management 2023*., Sébastien Damart, Sarah Lasri et Céline Marie Michaïlesco Eds, La Découverte, pp. 128, 2023

Caitucoli, P.-M., V. Guillard, F. Larceneux, "La campagne et la ville s'opposent-elles toujours ? Les représentations des mondes rural et urbain entre idylle et enfer" dans *L'état du management 2021*., Ed., La Découverte, pp. 77-91, 2021

Johnson, G. D., V. Guillard, "Discriminations dans les services marchands : le cas des chambres d'hôtes en France" dans *L'Etat des entreprises 2017*., Dauphine Recherches Management Ed., La Découverte, pp. 32-43, 2017

Guillard, V., "Comment rater sa deuxième vie et devenir un déchet. À propos des objets et des hommes" dans *La Deuxième Vie des objets : recyclage et récupération dans les sociétés contemporaines*., Elisabeth Anstett et Nathalie Ortar Ed., Editions Petra, pp. 73-93, 2015

Del Bucchia, C., V. Guillard, "When Online Recycling Enables Givers to Escape the Tensions of the Gift Economy", Scott, Linda Eds, Research in Consumer Behavior, pp. 47-65, 2012

Guillard, V., "L'émergence de nouvelles entreprises pour gérer les objets d'occasion : quels enjeux ?" dans *L'état des entreprises 2013*., Pezet, Anne Eds, La Découverte, pp. 23-34, 2012

Ouvrages

Guillard, V. - "Comment consommer avec sobriété" - 2021, *De Boeck*

Darpy, D., V. Guillard - "Comportements du consommateur" - 2016, *Dunod*, Paris

Guillard, V. - "Boulimie d'objets, l'être et l'avoir dans nos sociétés" - 2014, *De Boeck*, Louvain-la-Neuve

Guillard, V. - "Garder à tout prix : décryptage d'une tendance très tendance" - 2013, *Vuibert*, Paris

Communication dans une conférence avec actes

Loriot, A., F. Larceneux, V. Guillard, "Une approche sémiotique des représentations de la e-santé par la proximité et la distance perçue", *Association Française de Marketing*, 2023

Delacroix, E., V. Guillard, "Understanding, defining and measuring the trait of superstition" dans *Selected Proceedings of the IAREP/SABE 2008 Conference at LUISS in Rome*, *Luiss University Press*, 2008, Rome, ITALIE

Communication dans une conférence sans actes

Nicolas De Lamballerie, E., V. Guillard, ""Savez-vous de quoi est composé ce vêtement que vous avez sur le dos ?" Une analyse de la conscience de la matière des vêtements" dans *37ème Congrès International de l'Association Française du Marketing*, 2021, Angers, FRANCE

Nicolas De Lamballerie, E., V. Guillard, "Mieux comprendre le gaspillage des objets : Une approche exploratoire par les imaginaires" dans *19èmes Journées Normandes de Recherche sur la Consommation*, 2020, FRANCE

Guillard, V., P. -M. Caitucoli, F. Larceneux, "Pour un renouvellement du concept d'attractivité rurale: les motivations et freins des néoruraux français évoqués par la presse" dans *35ème Congrès International de l'Association Française du Marketing : L'attractivité territoriale*, 2019, Le Havre, FRANCE

Caitucoli, P. -M., N. Ben Kemoun, L. Brice, V. Guillard, S. Hoibian, N. Rezoug, "Comment les pratiques de circulation des objets sont-elles cadrées par le média télévisuel ?" dans *5ème Journée de Recherche en Marketing du Grand Est*, 2019, Strasbourg, FRANCE

Guillard, V., "Proposition d'une typologie de consommateurs selon leur conscience de gaspiller des objets" dans *ASAC (Administrative Sciences Association of Canada) 2019*, 2019, St Catharines, CANADA

Caitucoli, P.-M., V. Guillard, F. Larceneux, "Pour un renouvellement du concept d'attractivité rurale: les motivations et freins des néoruraux français évoqués par la presse" dans *35ème Congrès International de l'Association Française du Marketing*, 2019, Le Havre, FRANCE

Delacroix, E., V. Guillard, "Dans quelle mesure un consommateur perçoit-il qu'il gaspille ? Une approche situationnelle" dans *Congrès de l'Association Française de Marketing*, 2018, Strasbourg, FRANCE

Guillard, V., E. Delacroix, "Dans quelle mesure un consommateur perçoit-il qu'il gaspille des objets ? Une approche situationnelle" dans *34è Colloque International de l'Association Française du Marketing*, 2018, Strasbourg, FRANCE

Guillard, V., "Dans quelle mesure la consommation basée sur l'accès est-elle accessible ? Le cas de la location de vêtements haut de gamme pour un usage quotidien" dans *34è Colloque International de l'Association Française du Marketing*, 2018, Strasbourg, FRANCE

Delacroix, E., V. Guillard, "Les goodies ont-ils de la valeur pour ceux qui les reçoivent ?" dans *34è Colloque International de l'Association Française du Marketing*, 2018, Strasbourg, FRANCE

Delacroix, E., V. Guillard, "Qu'est-ce que gaspiller un objet pour les consommateurs? Triangulation des méthodes pour définir et conceptualiser le gaspillage des objets" dans *4ème Journée de Recherche en Marketing du Grand Est*, 2018, Mons, BELGIQUE

Delacroix, E., V. Guillard, G. D. Johnson, D. Roux, "Au-delà du gaspillage alimentaire : une analyse des représentations du gaspillage non-alimentaire" dans *Congrès de l'Association Française de Marketing*, 2017, Tours, FRANCE

Guillard, V., G. D. Johnson, "There Will Always Be Someone Who Will Need it': African Diasporic Households and the Circulation of Second-Hand Objects" dans *2017 AMA Marketing & Public Policy Conference*, 2017, Washington D.C, ÉTATS-UNIS

Roux, D., V. Guillard, "Sharing practices in the making: how an informal system of disposing and gleaning nurtures the sharing economy" dans *1st International Workshop on the Sharing Economy*, 2015, Utrecht, PAYS-BAS

Guillard, V., D. Roux, "Time swaps between collaborative consumers: analysis of the nature of interpersonal relationships through social exchange theory" dans *1st International Workshop on the Sharing Economy*, 2015, Utrecht, PAYS-BAS

Roux, D., V. Guillard, "Le trottoir comme hétérotopie : exploration d'une nouvelle utopie contemporaine dans la consommation" dans *13th International Marketing Trends Conference*, Janvier, 2014, Venise, ITALIE co-auteurs présentés

Guillard, V., "What Makes A Hoarder Decide To Give Things Away To Charity?" dans *European Marketing Academy 42th Annual Conference - EMAC 2013*, Juin, 2013, Istanbul, TURQUIE

Guillard, V., E. Delacroix, "'I hope this seller won't talk to me!' Social anxiety and the influence of verbal intimacy on the intention to return to a store" dans *EMAC : 41st annual conference*, Mai, 2012, Lisbonne, PORTUGAL co-auteurs présentés

Delacroix, E., V. Guillard, ""J'espère que ce commerçant ne me parlera pas !" : l'effet de l'anxiété sociale et du degré d'intimité de la conversation sur l'intention de revenir dans le point de vente" dans *28ème Congrès International de l'Association Française du Marketing (AFM)*, Mai, 2012, Brest, FRANCE co-auteurs présentés

Sabri, O., V. Guillard, D. Dion, "When Possessions become Impure: Tabouization of Untidiness" dans *6th Workshop on Interpretive Consumer Research*, Mai, 2011, Odense, DANEMARK co-auteurs présentés

Delacroix, E., V. Guillard, "Are You An Early Bird Or A Night Owl? Why Are Diurnal Types Relevant For Marketing?" dans *39th European Marketing Academy Conference (EMAC)*, Juin, 2010, Copenhague, DANEMARK co-auteurs présentés

Guillard, V., "Consumers' Tendency To Keep Objects: Definition And Measure" dans *39th European Marketing Academy Conference (EMAC)*, Juin, 2010, Copenhague, DANEMARK

Monnot, E., V. Guillard, "Comprendre les motivations et freins des consommateurs à utiliser Internet pour revendre des objets encore utilisables mais dont ils n'ont plus l'utilité" dans *26ème Congrès de l'AFM*, Mai, 2010, Le Mans, FRANCE co-auteurs présentés

Guillard, V., E. Delacroix, "Êtes-vous matinal et/ou vespéral ? Étude de la tendance des consommateurs à être du matin et/ou du soir et influence sur leurs comportements de consommation" dans *26ème Congrès de l'AFM*, Mai, 2010, Le Mans, FRANCE co-auteurs présentés

Delacroix, E., V. Guillard, "Les superstitions du consommateur: définition, mesure et impact sur le comportement d'achat" dans *25ème congrès de l'AFM (Association Française de Marketing)*, Mai, 2009, Londres, ROYAUME-UNI co-auteurs présentés

Guillard, V., "« Et si je les donnais via Internet ? » Étude des motivations des consommateurs à utiliser Internet pour donner des objets encore utilisables mais dont ils n'ont plus l'utilité" dans *14èmes Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne (JRMB) - DISTRIBUTION, ACHAT, CONSOMMATION Produits, services, culture, loisirs, tourisme*, Novembre, 2009, Dijon, FRANCE

Guillard, V., R. Butori, "Identifier et comprendre les consommateurs insatisfaits qui ont tendance à ne pas se plaindre" dans *7 th International Congress Marketing Trends (EMAC)*, Juin, 2008, Venise, ITALIE co-auteurs présentés