

GUILLARD Valérie

Maître de conférences HDR en Sciences de Gestion (Marketing)

Université Paris-Dauphine, PSL ★ Research University

CNRS, UMR (7088), DRM.

Place Maréchal de Lattre de Tassigny

74016 Paris

Née le 17 décembre 1973 à Bourg-en-Bresse (01)

✉ Adresse personnelle : 3 rue vieille de l'Hermitage, 95300 Pontoise

☎ 06 20 66 10 09 / 01 44 05 45 67

✉ valerie.guillard@dauphine.fr



FORMATION

- **2015 Diplôme d'Habilitation à Diriger des Recherches**
Titre du mémoire : Contributions à l'étude des relations des consommateurs aux objets : de leur possession à leur dépossession.
Coordinateur : Bernard Pras
Université Paris-Dauphine (CNRS, UMR 7088, DRM).
- **2009 Doctorat de Sciences de Gestion (marketing),**
Titre de la thèse : La tendance de certains consommateurs à tout garder
Directeur de thèse : Christian Pinson
Université Paris-Dauphine (CNRS, UMR 7088, DRM).
Prix de thèse pour publication délivré par la FNEGE
- **2008 CEFAG (Centre Européen de Formation Approfondie à la Gestion)**
Programme national et international proposé par la FNEGE
Invitée à l'université Catholique de Louvain (KUL) par Luk Warlop
- **2006 Master Marketing et Stratégie**, Université Paris Dauphine, mention bien
- **2003 Agrégation du secondaire** en économie et gestion administrative (rang : 9^{ième})
- **1997 Capet** en économie et gestion administrative (rang : 9^{ième})

ACTIVITES SCIENTIFIQUES

Publications dans des revues classées

- Guillard V. (2017), Understanding the process of the disposition of a loved one's possessions using a theoretical framework of grief, *Consumption Markets & Culture*, (à paraître).
- Guillard V. (2017), Comprendre la relation collaborative d'échange de temps au sein des Accorderies: une analyse via la théorie de l'échange social, *Revue Française de Gestion*, (à paraître).
- Roux D., Guillard V., Blanchet V. (2017), Of counter-spaces of provisioning: reframing the sidewalk as a "parasite" heterotopia, *Marketing Theory*, (à paraître).
- Borel S., Guillard V. et Roux D. (2016), Ce qui circule entre nous en ligne, *Revue du MAUSS*, <http://www.journaldumauss.net/?Ce-qui-circule-entre-nous-en-ligne>.

- Roux D., Guillard V. (2016), Circulations d'objets entre étrangers dans l'espace public : une analyse des formes de socialité entre déposeurs et glaneurs, *Recherche et Applications en Marketing*, 31, 4, 30-49.
- De Peyrelongue B., Masclef O, Guillard V. (2016), The need to give gratuitously: A relevant concept anchored in Catholic social teaching to envision the consumer behavior, *Journal of Business Ethics*, 1-17.
- Delacroix E. et Guillard V. (2016), Consumers who avoid relationships : social anxiety in commercial context, *Journal of Consumer Behavior*, 15, 4, 370-384.
- Guillard V., Johnson G. (2015), « Un vieux contre un neuf » : Une étude des réactions des consommateurs à l'égard des offres de reprise, *Décisions Marketing*, 78, Avril/juin, 29-44.
- Dion D., Sabri O, Guillard V. (2014) Home Sweet Messy Home: Managing Symbolic Pollution, *Journal of Consumer Research*, 41, 3, 565-589.
- Guillard V., Roux D. (2014), Macromarketing Issues on the Sidewalk: How "Gleaners" and "Disposers" (Re)Create a Sustainable Economy, *Journal of Macromarketing*, 34, 3, 291-312.
- Guillard V., Roux D. (2014), De la pauvreté à l'excentricité : le glanage comme révélateur des marges de la consommation, *Economies et Sociétés, «Études Critiques en Management»*, 3, 1, 117-142.
- Monjaret A., Guillard V. (2014), Objets bureaucratisés, objets domestiqués ? La fabrique ordinaire de la séparation entre le domicile et le travail, *Socio-anthropologie*, 30, 47-65.
- Guillard V., Pinson C. (2012), Comprendre et identifier les consommateurs qui ont tendance à "tout" garder, *Recherche et Applications en Marketing*, 27, 3, 57-79.
- Guillard V., Del Bucchia C. (2012), When Online Recycling Enables Givers to Escape the Tensions of the Gift Economy, *Research on Consumer Behaviour*, 14, 47-65.
- Delacroix E., Guillard V. (2012), La superstition du consommateur, *Revue Française du Marketing*, 239, 4/5, 53-68.
- Guillard V. et Renaudin V. (2012), « Un petit don, cher client ? » Quand le micro-don d'argent s'invite à la caisse des supermarchés », *Décisions Marketing-Tribunes de DM, Tribune « Managers »*, 66, 56-59.
- Guillard V. (2011), Pourquoi les consommateurs gardent-ils des objets alors qu'ils n'en ont plus l'utilité ? *Décisions Marketing*, 62, 57-65.
- Delacroix E., Guillard V. et Darpy D. (2011), Le consommateur radin : économe, avare ou malin, *Management et Avenir*, 47, 53-63.

Ouvrages

- Guillard V. (2014) (dir.), *Boulimie d'objets ; L'Être et L'Avoir dans nos sociétés*, Editeur : De Boeck.
- Guillard V. (2013), *Garder à tout prix, décryptage d'une tendance très tendance*, Editions Vuibert.

Participation à des ouvrages collectifs

- Johnson G., Guillard V. (2017), *Discriminations dans les services marchands : le cas des chambres d'hôtes en France*, in L'Etat des entreprises 2017, Dauphine Recherches en Management Dauphine, 30-41.
- Guillard V. (2016), *Quand nos déchets redeviennent des objets : quels enjeux pour les organisations?* in L'Etat des entreprises 2016, Dauphine Recherches en Management, 26-38.
- Guillard, V., Roux, D. (2015). Dons anonymes et rencontres urbaines. *Esprit*, (7), 40-53.
- Guillard V. (2015), Comment rater sa deuxième vie et devenir un déchet, dans Anstett E. et Ortar N. (dir.), *La deuxième vie des objets. Recyclage et récupération dans les sociétés contemporaines*, Editions Pétra, 73-93.
- Guillard V., Monjaret A. (2014), Le syndrome de la tortue, ou comment « trimballer » des objets entre domicile et travail. Se constituer un territoire minimal, protecteur et identitaire, dans Guillard V. (dir.), *Boulimie d'objets ; L'Être et L'Avoir dans nos sociétés*, Editeur : De Boeck.

- Guillard V. et Monjaret A. (2014), Un voyage pendulaire peu ordinaire : la circulation quotidienne des objets entre le domicile et le travail, dans Soullancé D. et Duhourcau J. L. (dir.), *Quand l'Homme voyage. Les passeurs d'empreintes...*, Paris, l'Harmattan, 413-433.
- Guillard V. (2013), *L'émergence de nouvelles entreprises pour gérer les objets d'occasion : quels enjeux ?* in L'Etat des entreprises 2013, Dauphine Recherches en Management, 23-34.

Communications dans des colloques avec actes

- Guillard V., Johnson G. (2017), « There will always be someone who will need it » : Exploring the discourses and the practices underlying the transnational circulation of second-hand objects by sub-saharian african diasporans living in France, *Marketing and Public Policy Conference*, Washington.
- Guillard V., Le Nagard-Assayag E. (2017), L'impact de l'obsolescence perçue des biens durables sur la décision de remplacement et la destinée de l'objet remplacé, *ASAC Conference (Administrative Sciences Association of Canada)*, Montréal.
- Guillard V. (2017), Comprendre le sentiment de gaspiller des objets via le concept d'utilité accumulée passée et d'utilité future, *33^e Colloque International de l'Association Française du Marketing*, Tours.
- Delacroix E., Guillard V., Johnson G., Roux D. (2017), Au-delà du gaspillage alimentaire : une analyse des représentations du gaspillage non-alimentaire, *33^e Colloque International de l'Association Française du Marketing*, Tours.
- Guillard V. et Le Nagard-Assayag E. (2016), Perceived obsolescence of durable goods : measurement and impact on replacement decisions, *EMAC*, Oslo, 24-28 mai.
- Borel S., Guillard V. et Roux D. (2016), Processus de cession d'objets sur internet : une analyse par la socialité des acteurs, *Actes du 32^e congrès de l'Association Française de Marketing*, Lyon, 18-20 mai.
- Borel S., Guillard V. et Roux D. (2016), L'hybridation des mondes domestiques et marchands sur les plateformes d'achat-vente et de don en ligne, *2nd International Workshop on the Sharing Economy*, ESCP Europe, 28-29 janvier.
- Guillard V. et Roux D. (2016), Offrir un cadeau d'occasion : une analyse par la théorie des conventions, *15th International Marketing Trends Conference*, Venice, 21-23 janvier.
- Guillard V. et Roux D. (2015), Le bon glaneur et le mauvais déposeur : une analyse des tensions morales autour du débarrassage et de la récupération des objets encombrants, *Journée d'étude de l'atelier « Deuxième Vie des Objets »*. *La morale des restes. Jeux de pouvoirs dans nos poubelles*, Paris 4 juin.
- Roux D. et Guillard V. (2015), What if 'the poor' aren't who we think they are?: How urban gleaners redefine the idea of poverty, *ESA 2015 (European Sociological Association)*, Prague, 25-28 août.
- Roux D. et Guillard V. (2015), Sharing practices in the making: how an informal system of disposing and gleaning nurtures the sharing economy, *1st International Workshop on the Sharing Economy*, Utrecht, 4-5 juin.
- Guillard V. et Roux (2015), Time swaps between collaborative consumers: analysis of the nature of interpersonal relationships through social exchange theory, *1st International Workshop on the Sharing Economy*, Utrecht, 4-5 juin.
- Guillard V. (2015), Quand l'économie collaborative conduit à échanger son temps : analyse des relations interpersonnelles au sein des Accorderies via la théorie des échanges sociaux, *31^{ième} Congrès de l'Association Française du Marketing*, Marrakech, 17-20 mai.
- Guillard V., Guiot D., Roux D. (2014), Reselling my gifts, A semiotic analysis of a taboo and its transgression, *Consumer Culture Theory*, Helsinki, 25-28 juin.
- Guillard V., Guiot D., Roux D. (2014), Revendre mes cadeaux ? Analyse sémiotique de la transgression d'un tabou, *30^{ième} Congrès de l'Association Française du Marketing*, Montpellier, 15-17 mai.
- Guillard V., Le Nagard-Assayag E. (2014), Mieux comprendre l'obsolescence perçue des produits durables par les consommateurs, *30^{ième} Congrès de l'Association Française du Marketing*, Montpellier, 15-17 mai.

- Roux D., Guillard V. (2014), The sidewalk as heterotopia: exploring a new contemporary utopia in consumption, *13th International Marketing Trends*, Venise, Janvier.
- Guillard V., Roux D. (2013), De la pauvreté subie à l'excentricité choisie : le glanage comme révélateur des marges de la consommation, *Colloque Pauvreté, Précarité et consommation*, IRG, Créteil, Octobre.
- Guillard V., Guiot D, Roux D. (2013), « Et si j'offrais un cadeau d'occasion ? » Dans quelle mesure les consommateurs s'affranchissent-ils des conventions pour offrir un cadeau d'occasion ?, *12^{ième} Journées Normandes de Recherches sur la Consommation*, Caen.
- Guillard V., Roux D. (2013), « Faire le trottoir », Quand glaneurs et déposeurs transforment la pratique des encombrants en système de don d'objets, *Congrès de l'Association Française du Marketing*, La Rochelle, 15 -17 mai.
- Guillard V. (2013), « Si je t'aide à gérer tes objets d'occasion, tu viens chez moi » ? Dans quelle mesure les offres de reprise des objets d'occasion incitent-elles les consommateurs à choisir une enseigne pour remplacer leurs produits ?, *29^{ième} Congrès de l'Association Française du Marketing*, La Rochelle, 15 au 17 mai.
- Guillard V., Roux D. (2013), Scouring the streets...When treasure seekers and discarders turn bulky waste collection into a gift economy, *Consumer Culture Theory Conference*, Tucson, june 13-16.
- Guillard V., (2013), What makes a hoarder decide to give things away to charity?, *EMAC*, Istanbul, June 4-7.
- Guillard V., Monjaret A. (2013), Sortie de piste: quel destin ? Quand nos objets dévient de la circulation domicile-travail, Workshop international dans le cadre du séminaire *Out of culture. La société par ses restes*, EHESS, SHADYC – Centre Norbert Elias, Marseille, 13 et 14 mai 2013 (responsable Frédéric Joulian, Agnès Jeanjean).
- Guillard V., Monjaret A. (2013), Quand les voyages du quotidien façonnent la relation aux objets, *XXV^{ème} journées scientifiques de la Société d'écologie humaine, Colloque international « Ecologie humaine en voyage*», Bordeaux, Cap Sciences, 19 et 20 septembre.
- Guillard V., Del Bucchia C., (2012), How about giving my things away over the Internet? When Internet makes it easier to give things away, *Advances in Consumer Research*, Octobre 2012, Vancouver.
- Guillard V. et Eva Delacroix (2012), « 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, *28^{ème} Congrès de l'AFM (Association Française du Marketing)*, Brest, Mai.
- Guillard V. et Eva Delacroix (2012), " 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, *European Marketing Academy Conference (EMAC)*, Lisbonne, Juin.
- Sabri O., Dion D., Guillard V. (2011), When possessions become taboo, *6th Workshop on Interpretive Consumer Research*, Odense, Mai.
- Delacroix E., Guillard V. (2010), Are you an early-bird or a night owl? Why are Diurnal types relevant for marketing? *EMAC*, Juin 2010, Copenhagen.
- Guillard V. (2010), Consumers' tendency to keep objects: definition and measure, *EMAC*, Juin 2010, Copenhagen.
- Guillard V., Monnot E. (2010), Proposition d'une typologie de consommateurs selon leurs motivations à vendre des objets dont ils n'ont plus l'utilité, Mai, Le Mans, *26^{ième} Congrès de l'AFM (Association Française du Marketing)*.
- Delacroix E., Guillard V. (2010), Matinal et/ou vespéral?, Étude des consommateurs à être du matin et/ou du soir et impacts sur leurs comportements de consommation, Mai, Le Mans, *26^{ième} Congrès de l'AFM (Association Française du Marketing)*.
- Guillard V. (2010), « Mais que vais-je faire de mon bric-à-brac ? » Étude des stratégies des consommateurs lorsqu'ils se souhaitent se débarrasser d'objets dont ils n'ont plus l'utilité, Mars, Rouen, *9^{ème} Journées normandes de recherche sur la consommation*.
- Guillard V. (2009), « Et si je le donnais sur Internet ? », Étude des motivations à donner via Internet des objets encore utilisables, Novembre, Dijon, *14^{ième} Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne*.

- Guillard V., Monnot E. (2009), « Do I sell or give them ? »: Understanding consumers' motivations to choose between reselling on the Internet and giving objects they do not use anymore, Juillet, Grèce, *Athens institute for education and research*.
- Guillard V. (2009), Comprendre la tendance de certains consommateurs à tout garder : un enjeu de taille pour les professionnels du don, Mai, Londres, *25^{ème} Congrès de l'Association Française du Marketing*.
- Delacroix E., Guillard V. (2009), Les superstitions du consommateur : proposition d'une échelle de mesure, Mai, Londres, *25^{ème} Congrès de l'Association Française du Marketing*.
- Guillard V. (2009), Comprendre la tendance de certains consommateurs à tout garder : une étude qualitative, Mars, Caen, *8^{ième} Journées Normandes de Recherche sur la Consommation*.
- Guillard V. (2008), Consumer reluctance to dispose of objects they do not use anymore: definition and measure, Septembre, Rome, *International Association for Research in Economic Psychology (IAREP)*.
- Delacroix E., Guillard V. (2008), Understanding, defining and measuring the trait of superstition, Septembre, Rome, *International Association for Research in Economic Psychology (IAREP)*.
- Butori R., Guillard V. (2008), Pourquoi les consommateurs n'organisent-ils pas leurs obsèques de leur vivant ? Juin, Brest, *2^{ième} Journée de l'Université de Bretagne Occidentale*.
- Colloque doctoral de l'AFM, 2008, *24^{ème} Congrès de l'Association Française du Marketing, Paris*.
- Colloque doctoral de l'EMAC, Mai 2008, Brighton.
- Butori R., Guillard V. (2008), La réticence des consommateurs à se plaindre : étude des déterminants, Janvier, *International Conference Marketing Trends, Venise*.
- Présentation de l'état d'avancement de ma thèse, *CCT (Consumer Culture Theory), Ankara (Turquie)*.

Contrats de recherche

- **Coordinatrice du projet Consci-gaspi (ADEME) (2015-2018).**

L'objectif de ce projet est de comprendre si / comment / pourquoi les individus ont le sentiment (ou non) de gaspiller des ressources au travers leurs usages (ou non usage) des objets. Cette compréhension vise notamment à tester l'efficacité de messages publicitaires pour prévenir le gaspillage. Financement sur 3 ans : 115 000 €.

- **Participation au projet PICO Les Pionniers du Collaboratif en réponse à l'appel à projet MOVIDA du Ministère de l'Ecologie, du Développement durable et de l'Energie (2015-2016)**

Ce projet, mené en collaboration avec l'IDDRI, l'Université Paris-Sud, OuiShare, la CNIID – Zero Waste France depuis décembre 2014, est dédié à l'étude des pratiques collaboratives et à leur impact économique, social et environnemental. Il questionne les rapports à l'achat/vente de biens d'occasion, au don, à la réparation et à la mutualisation des biens. Financement sur 1 an : 63 429 €.

- **Coordinatrice du projet RECHANGE (ADEME) (2011-2015).**

Le projet, nommé RECHANGE (Réticences à ECHANGER des objets dont les individus n'ont plus l'utilité), a eu pour objectif de comprendre les réticences des consommateurs à échanger des objets/déchets. Dans ce programme, ont été développés i) les réticences et motivations à échanger des objets entre les consommateurs sur internet ; ii) les réticences d'ordre économique, critique, sociale à bénéficier d'une offre de reprise ; iii) les freins normatifs à vendre des cadeaux et à acheter des cadeaux d'occasion ; iv) les transformations qu'un objet peut subir lors du passage, de la circulation entre le domicile et le travail. Ce projet a obtenu un budget de 131 385 euros sur 3 ans et 6 mois (2011- juin 2015). (Guillard V., (coord). 2015. *Réticences des individus à échanger des objets dont ils n'ont plus l'utilité*. Rapport final. ADEME. 83 pages).

- **Bénéficiaire du programme de recherche « Découverte Chine »** (Campus France, Agence française pour la promotion de l'enseignement supérieur, l'accueil et la mobilité internationale, www.campusfrance.org).

Ce programme a obtenu un budget de 1 850 euros. L'objectif était de se rendre à l'Université de Pékin pour initier des partenariats de recherche sur le thème des déchets (Novembre 2014).

Co-direction d'ouvrage

- Co-direction de l'ouvrage « *L'Etat des Entreprises* », Dauphine Recherches en Management, Collection Repères (Gestion), depuis mars 2017.

Participation à différentes tables rondes et présentations professionnelles

- Guillard V. et Roux D. (2016), La circulation d'objets entre étrangers dans l'espace public : quels enjeux ?, 3^{ème} Journée de la Prospective Nationale de Recherche Urbaine – PNRU – Organisé par le CNRS sur le thème « Économie politique et villes : Quelle place des villes dans la production et la circulation des richesses ? » - Université Paris Diderot, 1^{er} février.
- Guillard V. et Roux D. (2016), Une seconde vie pour les objets, Décideurs'Lab du programme MOVIDA (ADEME / MEDDE), Paris, 4 avril.
- Guillard V. (2014), « *De la nécessité d'être déviants pour être dans l'économie circulaire* », 1^{ères} assises de l'économie circulaire, Institut de l'économie circulaire, Ademe. Juin.
- Guillard V. (2013), « *Prévention & Gestion des déchets dans les territoires* », participation à une table ronde organisée par l'Ademe les 25 et 26 juin.
- Rieunier S., Chédotal C., Guillard V. (2012), *Le don d'objets*, Journée du fundraising, Paris.

Participation à des jurys de thèse

- Adèle Martin Gruen, Understanding consumer appropriation in access-based consumption as the creation of meanings : an investigation through design, sous la direction du professeur Denis Darpy (Dauphine Recherche en Management), 18 Avril 2017, Université Paris-Dauphine.
- Boudakary Sékou Coulibaly, Adoption et continuité d'usage du Mobile Money en Afrique de l'Ouest : Une explication par la susceptibilité à l'influence interpersonnelle et par les caractéristiques psychographiques de l'utilisateur, sous la direction du professeur Paul Valentin N'Gobo (Dauphine Recherche en Management), 27 Avril 2017, Université d'Orléans.

Activités d'évaluation d'articles à comité de lecture

- Dans des revues françaises. *Recherche et Applications en Marketing, Décisions Marketing, Management & Avenir*,
- Dans des revues internationales. *Journal of Macromarketing, Journal of Consumer Behaviour, Journal of Macromarketing*.
- Pour des colloques nationaux et internationaux : *International Conference Marketing Trends, Congrès de l'Association Française du Marketing, Colloque de l'EMAC, Colloque Consumer Culture Theory*.

Communication dans les médias

- La location d'objets (La Quotidienne, France 5, 12 octobre 2016)
- Le thème des cadeaux (Le Blog du Monde, juin 2014 ; Le Point n°2257 du 10/12/2015) ;
- Les modalités pour se débarrasser des objets (Le Progrès 26/12/2012; L'Est Républicain, 26/12/2012 ou encore le Dauphiné Libéré 28/12/2012) ;
- La tendance à « tout » garder (A Nous Paris, 2/8 septembre 2013 ; participation à l'émission de radio « Les experts » sur Europe 1 le 13 aout 2014 ; participation à l'émission de radio « On est fait pour s'entendre » sur RTL le 13 janvier 2015 ; le 9 avril 2015 ; le 17 novembre 2016) ;
- La boulimie d'objets (Stratégies du 30 octobre 2014 ; Fémina (www.femina.fr) du 15 décembre 2014 ; Libération du 26 décembre 2014 ; Le Huffingtonpost.fr du 07 janvier 2015 ; Challenge Soir

du 27 janvier 2015 ; La Voix du Nord, 28 mars 2015 ; M du Monde le 04 avril 2015 ; France Dimanche du 17 / 23 avril 2015).

- Le désordre (En 2017, je ne range plus, M le magazine du Monde du 30.12.2016)
- L'héritage (participation à l'émission de radio « On est fait pour s'entendre » sur RTL le 3 janvier 2017)

ACTIVITES PEDAGOGIQUES

Activités d'enseignement actuelles

- Marketing fondamental (L3, Dauphine Tunis)
- Marketing fondamental (Master 1 MIDO)
- Comportement du consommateur (Master 1, formation initiale et en apprentissage)
- Marketing des organisations non marchandes (M1 formation initiale et en apprentissage)
- Méthodes quantitatives (Master 1 et Master 2, parcours Recherche)
- Marketing du développement durable (Master 1 Développement durable)
- Encadrement des mémoires (Master 1 et 2)
- Suivi des apprentis (parcours de communication, business développement, luxe, Master 1 et 2)

Participation à la formation continue

- Executive Doctorate in Business Administration (EDBA, Beyrouth)
 - ✓ Atelier d'écriture : comment rédiger sa thèse et un article de recherche ?
 - ✓ Coaching individuel en méthodes quantitatives
- Executive Master (Maurice)
 - ✓ Les tendances de consommation (cours et ateliers)

Autres expériences d'enseignement (PRAG)

- Cours et travaux dirigés de micro-économie (Licence 1)
- Cours et travaux dirigés de macro-économie (Licence 1)
- Cours et travaux dirigés de comptabilité (Licence 2)
- Travaux dirigés de mathématiques appliqués à la gestion (Licence 1)

Responsabilités pédagogiques

- Depuis septembre 2016. Responsable de la Mention Marketing et Stratégie
 - ✓ Deux parcours de Master 1 et six parcours de Master 2
- 2014-2015. Responsable du parcours « communication » du Master Marketing et Stratégie
 - ✓ Remplacement des directrices

Ouvrage pédagogique

- Darpy D., Guillard V. (2016), *Le comportement du consommateur*, Dunod.