

Laboratoire REGARDS EA 6292
Université de Reims Champagne-Ardenne
UFR des Sciences Économiques, Sociales et de Gestion
57 bis, rue Pierre Taittinger 51096 Reims Cedex, FRANCE



GICQUEL YOHAN

Corps-grade : MCF

Section : 06 Sciences de gestion

Statut : Membre

E-mail : yohan.gicquel@univ-reims.fr

Mots-clés

Comportement du consommateur, déviance, (a)normalité, méthodologie qualitative, ethnopsychologie

Production scientifique (2010-2016)

Publications 2010-2016 :

- *Articles en revues classées HCERES/CNRS à comité de lecture (Économie - Gestion)*

Gicquel Y. (2013) Où s'approvisionne la déviance ? Le graffiti au prisme d'un commerce de peinture, *Terrains et Travaux*, 22 (1), 135-152.

Amine A., **Gicquel Y.** (2011) Rethinking resistance and anti-consumption behaviors in the light of the concept of deviance, *European Journal of Marketing*, 45 (11-12), 1809-1819.

- *Activités « Internet » (animation d'un blog ou billet rédigé pour un blog...)*

Gicquel Y., Bonnemaizon A. (2014), *La consommation en temps de crise au prisme de l'anthropologie*, AFM, Tribune [[en ligne](#)].

Gicquel Y. (depuis 2015), *devianthought.com*

Communications en colloques internationaux et nationaux 2010-2016 :

- *Communications orales internationales*

Gicquel Y. (2013) *Seduction of deviance: an overview*, 42th Emac Conference, Istanbul, 4th-7th June.

Gicquel Y., Amine A. (2010) *Resistance, consumption and deviance*, ICAR/NACRE, Proceedings on Anti-consumption and Consumer Resistance Concepts, concerns, conflicts and converge, Marseille, 15th-16th June.

- *Communications orales nationales*

Gicquel Y. (2016) *La pratique excessive de l'alcool des jeunes à l'épreuve de la gouvernementalité*. Journée de Recherche en Marketing du Grand Est, Reims, 1 avril.

Gicquel Y. et Odou P. (2016) *Pour une microphysique de l'entretien individuel. Une approche foucauldienne*. Colloque Penser Critique. La consommation à travers les mondes de Foucault, Reims, 31 mars.

- Gicquel Y.** (2015) *Jouir à tout prix. L'expérience de la pratique de soi chez les hommes gays.* Journées Normandes de Recherche sur la Consommation, Angers, 27 et 28 novembre.
- Gicquel Y.** (2015) avec Odou P., *Microphysique du pouvoir dans l'entretien.* Journées Normandes de Recherche sur la Consommation, Angers, 27 et 28 novembre.
- Gicquel Y.** (2013) *Consommateurs vulnérables et apologie de la vulnérabilité,* Colloque Pauvreté, précarité et consommation, Univ. Paris-Est, 25 oct.
- Gicquel Y.** (2012) *Le travail d'authentification de l'objet déviant: quelle posture pour le chercheur ?* Colloque Gérer les comportements déviants, Université Paris-Est, 30 mars.

Conférences invités 2010-2016 :

- Gicquel Y.** (2016) *Ethnographie et déviance,* NEOMA, Reims.
- Gicquel Y.** (2015) *Libéralisme, territoire et pratiques de consommation,* ENA Alger, Algérie.
- Gicquel Y.** (2015) *Libéralisme, territoire et consommation,* Université de Tizi-Ouzou, Algérie.
- Gicquel Y.** (2015) *Libéralisme, territoire et consommation,* Université d'Alger, Algérie.
- Gicquel Y.** (2015) *Libéralisme, territoire et consommation,* Université de Bejaia, Algérie.
- Gicquel Y.** (2014) *Enquêter sur les terrains à risque : un chercheur sur la brèche,* Les méthodes d'observation: une diversité d'approches et d'exploitation pour une diversité de concepts théoriques, Association Française de sociologie (RT11) et Association Française de Marketing, Paris, 10 oct 2014.
- Gicquel Y.** (2013) *Apprendre des mondes Howard S. Becker,* 10 oct. Université Paris-Est.
- Gicquel Y.** (2012) *Le travail d'authentification de l'objet déviant: quelle posture pour le chercheur ?* Colloque Gérer les comportements déviants, Université Paris-Est, 30 mars.

Rayonnement et attractivité académiques (2010-2016)

- *Organisation de manifestations scientifiques (colloques, journées d'étude)*

- **31 mars 2016 :** Colloque Penser Critique. La consommation à travers les mondes de Foucault, Université de Reims, avec Roux D.
- **25 octobre 2013 :** Colloque Pauvreté, précarité et consommation, Université Paris-Est, avec Bonnemaizon A. et Amine A.

- *Participation à des réseaux scientifiques*

- Membre de l'Association Française de Marketing
- Membre du Cercle de l'ObSoCo (Observatoire Société et Consommation), co-présidé par Nathalie Damery, Philippe Moati et Robert Rochefort : <http://www.asso-lobsoco.org/>
- Membre du bureau du RT11 (réseau technique « Sociologie de la consommation et des usages ») de l'Association Française de Sociologie.
- Membre du bureau du RT13 (réseau technique « Normes, déviance et réactions sociales ») de l'Association Française de Sociologie.
- Membre de l'Association for Consumer Research (Etats-Unis),
- Membre de Transformative Consumer Research (Etats-Unis).

- *Responsabilités scientifiques, pédagogiques ou électorales*

- Co-responsable avec Roux D. du Comité scientifique du Colloque Penser Critique. La consommation à travers les mondes de Foucault, Université de Reims, 31 mars 2016.
- Responsable du master 2 marketing et communication, Université de Reims, depuis 2015
- Responsable du master métiers de l'éducation et de la formation en gestion, Université de Reims, depuis 2015
- Responsable de l'UE *Socio-anthropologie de l'alimentaire et enjeux de la communication* du Master 2 Analyse des Risques des Bio contaminants liés à l'Alimentation Humaine et Animale, Université Paris-Est.

- *Prix et distinctions reçus*

Médaillé de l'Académie des Sciences Économiques et Commerciales pour la publication de l'ouvrage *Nous les consommateurs. Propos et théories sur le comportement du consommateur et de l'acheteur*, Éditions le Génie des Glaciers (2008).

Interactions avec l'environnement social, économique et culturel (2010-2016)

Partenariats avec des acteurs socio-économiques, participation à la diffusion de la culture scientifique, productions et réalisations avec des partenaires non-académiques. Les listes des brevets, des contrats industriels, des contrats sur financement privé, etc. sont à lister ici. À cet effet, vous devez préciser : le nom du contrat - le type, la période et le montant du financement – ainsi que les mots-clés.

- Partenariats avec des acteurs socio-économiques

. Membre permanent du Comité d'Ethique programme jeunesse France Télévision, Lagardère.