

# Roxane Favier

## Maître de conférences en sciences de gestion

IREGE  
IAE Savoie Mont Blanc  
Université Savoie Mont Blanc  
4, chemin de Bellevue - Annecy-le-Vieux  
roxane.favier@univ-smb.fr



---

### FORMATION UNIVERSITAIRE

- **2014 - 2017 : Thèse de doctorat en Sciences de Gestion (spécialité Marketing)**, Université Toulouse 1 Capitole (Ecole Doctorale des Sciences de Gestion – Laboratoire TSM Research – UMR 5303 CNRS).

**Titre de la thèse :** Reconstruction discursive des carrières de pratiques oenophiles. Le cas des aficionados de vin en France et en Argentine.

Thèse soutenue publiquement le 01/12/2017 à l'Université Toulouse 1 Capitole – Proposition pour le prix de thèse.

- **2013 - 2014 : Master 2 – Recherche marketing (complément d'études)**, Toulouse School of Management, Université Toulouse 1 Capitole.

**Titre du mémoire :** Consommation culturelle et interprétative : Lady Gaga, la dialectique du sacré et du profane.

- **2012 - 2013 : Master 2 – Marketing des technologies innovantes**, Toulouse School of Management, Université Toulouse 1 Capitole.
- **2011 - 2012 : Master 1 – Marketing**, Toulouse School of Management, Université Toulouse 1 Capitole.
- **2010 - 2011: Licence Gestion**, Toulouse School of Management, Université Toulouse 1 Capitole.
- **2008 - 2010 : DUT – Information-Communication**, IUT, Université Paul Sabatier (Toulouse).

### EXPÉRIENCES PROFESSIONNELLES

- **Depuis le 1er septembre 2018 :** Maître de conférences, IAE Savoie Mont Blanc, IREGE, Université Savoie Mont Blanc.
- **Septembre 2017 à août 2018 :** Attachée Temporaire d'Enseignement et de Recherche, Toulouse School of Management, Université Toulouse 1 Capitole.
- **Septembre 2014 à septembre 2017 :** Doctorante contractuelle chargée d'enseignement, Toulouse School of Management, Université Toulouse 1 Capitole.
- **Février à mai 2016 :** Visiting Ph.D. Student, National University of Cuyo, Mendoza (Argentine), sous la direction du Pr. Maria Jimena Estrella Orrego.

## PUBLICATION

**Favier R.**, Galan J.-Ph., Galluzzo A. (à paraître), La crédibilité des dispositifs de jugement en question : la recherche d'autonomie des aficionados de vin. *Revue Française de Gestion* (article accepté pour publication). Rang 2 (FNEGE) / Rang 3 (CNRS) / Rang A (HCERES).

**Résumé** : Sur le marché du vin, les aficionados, en tant que consommateurs très réguliers et en voie d'expertisation, constituent des cibles importantes pour le marketing d'influence. Investir judicieusement dans les dispositifs de jugement où se constitue leur apprentissage œnophile est donc crucial. Cet article se propose de comprendre les critères qui commandent à la hiérarchisation des dispositifs de jugement chez les aficionados de vin. Basée sur une observation participante, une netnographie et des entretiens projectifs, cette recherche révèle une défiance des aficionados vis-à-vis des dispositifs verticaux et une valorisation des dispositifs favorisant l'autonomie et la participation, et préconise un renforcement des dispositifs de réseaux offline et online.

## PUBLICATION EN COURS

**Favier R.**, Galan J.-Ph., Galluzzo A., Désobjectiver les récits de carrière : le rôle des pratiques discursives dans l'appropriation de la culture œnophile en France et en Argentine. Soumis à la revue *Recherche et Applications en Marketing* (article en révision majeure). Rang 2 (FNEGE) / Rang 2 (CNRS) / Rang A (HCERES).

## CONFÉRENCES À COMITÉ DE LECTURE

**Favier R.** (2018), Analyse comparée de la critique vinicole amateur et professionnelle: enjeux d'une requalification, *13<sup>ème</sup> Journée du Marketing Agroalimentaire*, Montpellier, 21 septembre.

**Favier R.**, Galan J.-Ph., Galluzzo A. (2018), Career narratives of wine aficionados in France and Argentina: the role of discursive practices in the appropriation of oenophile culture (poster), *47<sup>ème</sup> European Marketing Academy Conference*, Glasgow, Scotland, 29 mai au 01 juin.

**Favier R.**, Galan J.-Ph., Galluzzo A. (2017), The role of public policies in the promotion of wine heritage, *40<sup>ème</sup> World Congress of Vine and Wine*, Sofia, Bulgaria, 29 mai au 02 juin.

**Favier R.**, Galan J.-Ph., Galluzzo A. (2017), Biographical repercussions as context of reproduction of social practices: an application to wine sector, *46<sup>ème</sup> European Marketing Academy Conference*, Groningen, Netherlands, 23-26 mai.

**Favier R.**, Galan J.-Ph., Galluzzo A. (2017), Le rôle de l'interdit dans la construction et le maintien d'un caractère sacré associé à un lieu : le cas de la cave à vins particulière, *33<sup>ème</sup> Congrès International de l'Association Française du Marketing*, Tours, 17-19 mai.

**Favier R.**, Galan J.-Ph., Galluzzo A. (2017), Les incidences biographiques comme contexte de reproduction des pratiques sociales : la question d'une carrière de pratiques de consommation de vin, *33<sup>ème</sup> Congrès International de l'Association Française du Marketing*, Tours, 17-19 mai.

**Favier R.**, Galan J.-Ph., Galluzzo A. (2016), Entre interdit et imaginaire, la sacralisation de la cave à vins particulière, *15<sup>ème</sup> Journées Normandes de Recherche sur la Consommation*, Caen, 24-25 novembre.

**Favier R.** (2016), Imaginaire du vin et marketing, *Symposium Iter Vitis France*, Cahors, 15-16 septembre.

**Favier R.**, Galan J.-Ph., Galluzzo A. (2016), Comment repenser les dispositifs de jugement ? La résistance et la recherche d'autonomie chez les consommateurs de vin, *32<sup>ème</sup> Congrès International de l'Association Française du Marketing*, Lyon, 18-20 mai.

**Favier R.** (2015), Consommation culturelle et interprétative : Lady Gaga, la dialectique du sacré et du profane, *14<sup>ème</sup> Journées Normandes de Recherche sur la Consommation*, Angers, 26-27 novembre.

**Favier R., Galan J.-Ph., Galluzzo A.** (2014), La dynamique du discours antagoniste sur les réseaux sociaux : émergence d'une contre-idéologie chez les fans de Dacia, *30<sup>ème</sup> Congrès International de l'Association Française du Marketing*, Montpellier, 12-14 mai.

### **THÈMES DE RECHERCHE**

Dispositifs de jugement, pratiques sociales, carrière, comportement du consommateur, aficionados, tourisme, agroalimentaire, culture œnophile.