

# Boris Collet

## Maître de conférences en sciences de gestion

Université Savoie Mont Blanc  
IAE Savoie Mont Blanc – IREGÉ  
BP 1104 - 73011 Chambéry Cedex

boris.collet@univ-smb.fr  
+33 6 50 21 77 98

 <https://orcid.org/0000-0002-7143-264X>



## Fonctions occupées

Depuis 2023      **Maître de Conférences**, IREGÉ (EA 2426), Université Savoie Mont-Blanc  
2021-2023      **Post-doctorant**, LUMEN (ULR 4999), Université de Lille  
2019-2021      **ATER temps plein**, IAE de Rouen Normandie  
2015-2018      **Doctorant contractuel (MESR)**, NIMEC (EA 969), Normandie Université

## Parcours académique

2021      **Qualification aux fonctions de Maître de conférences en Sciences de gestion et du management**, Section 6 CNU (n°21206322123)

2020      **Doctorat en Sciences de Gestion**, Normandie Université  
Titre de la thèse : « Formation et dynamiques d'une catégorie de marché alternatif : une approche sociogénétique et ethnographique des musiques indépendantes », soutenue le 3 décembre 2020, Université de Rouen Normandie  
Jury : Pr. Éric Rémy, Université Toulouse III Paul Sabatier (Directeur), Pr. Renaud Garcia-Bardidia, Université de Rouen Normandie (Directeur), Pr. Philippe Robert-Demontrond, Université de Rennes 1 (Rapporteur), Pr. Dominique Roux, Université de Reims (Rapportrice), Pr. Nil Özçağlar-Toulouse, Université de Lille (Présidente), Dr. Baptiste Cléret, Université de Rouen Normandie (Examineur), Pr. Delphine Dion, ESSEC Business School (Examinatrice), Pr. Joonas Rokka, EM Lyon Business School (Examineur)

2014      **Master 2 Recherche et Conseil**, IAE de Caen

2013      **BBA**, ESSEC Business School

## Prix et distinctions

2023      Per Østergaard Award for Best Paper, Consumer Culture Theory Conference  
2024      ACR-AMA Grants on Transformative Consumer Research (2000\$)

## Travaux de recherche

**Thèmes de recherche** : Dynamiques de marchés ; Cultures de consommation alternatives ; Marketing et management de l'art, de la culture et du tourisme ; Anthropocène, relations humain-nature et bifurcation écologique ; Analyse qualitative, méthodes ethnographiques et historiques

**Articles de recherche dans des revues à comité de lecture :**

- Collet B. et Gruen A. (à paraître), Plantasia, a Phytography of a Sunflower, *Journal of Customer Behaviour*.
- Thorel C., Collet B. et Cléret B. (2024) Outside in: the atmospheric disruptions of popular culture. *Journal of Marketing Management* 40(15–16): 1513–1528. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2024.2438808> (ABS : 2 – HCERES : 3 – FNEGE : 3)
- Collet B., Rémy E. et Cléret B. (2023) The Role of Joint Dynamics in the Evolution of Alternative Market Categories. A Sociohistorical Approach to Independent Music. *M@n@gement* 26(4): 83–100. <http://dx.doi.org/10.37725/mgmt.2023.6050> (ABS : 1 – HCERES : A – FNEGE : 2)
- Collet B. et Rémy E. (2023) Exploring the (un)changing nature of cultural intermediaries in digitalised markets: insights from independent music. *Journal of Marketing Management* 39(5–6): 443–469. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2022.2118814> (ABS : 2 – HCERES : 3 – FNEGE : 3)
- Collet B. et Garcia-Bardidia R. (2023) Plateformes et supports : une étude des formes de mise en valeur des musiques indépendantes par ses dispositifs, *Volume !. La revue des musiques populaires* 20(1): 77–88. <https://doi.org/10.4000/volume.11573>
- Collet B. (2020) « No Jury, No Prizes ». Aux origines de l'indépendance. Étude d'un marché alternatif : l'émergence de l'art indépendante en France et aux États-Unis (1884-1922), *Carnets de la Consommation*, n° 2. <https://doi.org/10.48748/3FMV-G157>

**Chapitres d'ouvrage :**

- Collet B. (2022), L'intermédiation culturelle en régime numérique : un regard par la consommation et la production musicales et leurs enjeux éthiques. In: Bourgeon-Renault D, Petr C, and Jarrier E (eds) *Théories et pratiques du marketing de la culture et du tourisme dans un contexte d'innovation*. Lectures / Relectures. Éditions EMS, pp. 231–248.

**Communications dans des colloques nationaux et internationaux à comité de lecture :**

- Gorge H., Collet B. et Rémy E. (2024) Une exploration de la consommation émotionnelle dans un territoire vulnérable : les Martiniquais face à l'érosion du littoral (et autres catastrophes environnementales), *23èmes Journées Normandes de Recherche sur la Consommation*, Rouen, France, 15-16 novembre 2023.
- Thorel C. et Collet B. (2024) Atmosphère urbaine et consommation : une ethnographie sensible du centre-ville de Rouen, *23èmes Journées Normandes de Recherche sur la Consommation*, Rouen, France, 15-16 novembre 2023.
- Collet B. (2023) Vers une consommation culturelle responsable ? Quelques réflexions sur l'éthique et l'esthétique, *22èmes Journées Normandes de Recherche sur la Consommation*, Cherbourg, France, 16-17 novembre 2023.
- Collet B. (2023) Etho-ethnography and Animals as Consumers: Towards an Animal Turn in Consumer Research, *Consumer Culture Theory Conference*, Lund, Suède, 27-30 juin 2023.
- Ayoz S., Collet B., Gorge H., Thompson C. (2023) Feeling Dystopia: The Emotional Repertoire of Childfree Consumers in the Anthropocene, *Consumer Culture Theory Conference*, Lund, Suède, 27-30 juin 2023.
- Collet B. (2022) Penser l'animal comme consommateur. Un tournant ontologique en consumer research, *21èmes Journées Normandes de Recherche sur la Consommation*, Le Havre, France, 17-18 novembre 2022.

- Collet B.** et Garcia-Bardidia R. (2022) Musique partout, justice nulle part ? Explorer les formes de mise en valeur de la musique par ses dispositifs, *21èmes Journées Normandes de Recherche sur la Consommation*, Le Havre, France, 17-18 novembre 2022.
- Collet B.**, Gorge H., Ayozy S., Thompson C. (2022) Consumer Anxieties in the Age of Multiple Crises: Understanding the Consumption Consequences of Voluntary Childlessness, *11th EIASM Interpretive Consumer Research Workshop*, Liverpool, UK, 9-10 juin 2022.
- Collet B.** (2022) La scène comme outil d'analyse des dynamiques de marche : éclairages à partir du cas des musiques indépendantes, *38ème Congrès International de l'AFM*, Tunis, Tunisie, 18-20 mai 2022.
- Garcia-Bardidia R., Jarrie E., **Collet B.** (2022) Les scènes, entre lieux et espaces sociaux : apports des *Popular Music Studies* en marketing, *38ème Congrès International de l'AFM*, Tunis, Tunisie, 18-20 mai 2022.
- Collet B.** et Gorge H. (2021) Appréhender la notion de culpabilité dans la transition environnementale : une étude exploratoire des mouvements "no kids", *20èmes Journées Normandes de Recherche sur la Consommation*, Rouen, France, 18-19 novembre 2021.
- Cléret B., **Collet B.**, Thorel C. (2021) Outside In: quand les dynamiques sociales infiltrent l'expérience extraordinaire de la foire (10min), *37ème Congrès International de l'AFM*, Angers, France, 19-21 mai 2021.
- Cléret B., **Collet B.**, Thorel C. (2020) Outside In: when social dynamics infiltrate the social dynamics of the fair (10min). *NA - Advances in Consumer Research Volume 48*, Paris, France, 1-4 octobre 2020.
- Collet B.** (2019) L'indépendance dans le champ musical, émergence et dynamiques d'une catégorie de marché. *Workshop : L'industrie musicale : nouvelles directions, nouvelles interrogations*, Strasbourg, France, 5-6 décembre 2019.
- Collet B.** (2019) « No Jury, No Prizes ». Étude de la formation d'un marché parallèle et de ses dispositifs : l'émergence du sous-champ de l'art indépendant en France et aux États-Unis (1884-1922), *Journée Histoire et Consommation (Alcor-GIT AFM)*, Reims, France, 29 juin 2019.
- Collet B.** (2018) L'indépendance : aux origines d'une logique artistique et de marché, *17èmes Journées Normandes de Recherche sur la Consommation*, Rouen, 21-23 novembre 2018.
- Collet B.** et Torché M. (2018) How to Produce Knowledge in Familiar Context? A Comparative View of Two Native Researchers on The Tale of Reflexivity. *Consumer Culture Theory Conference (poster session)*, Odense, Danemark, 28 juin-1 juillet 2018.
- Torché M. et **Collet B.** (2017) L'engagement du chercheur indigène : comment accéder à l'étrangeté sur un terrain familier ? Entretiens croisés de deux chercheurs indigènes. *Ethnographies Plurielles #7 - Ethnographies et Engagements*, Rouen, France, 9-10 novembre 2017.
- Collet B.** (2016) Towards an interpretative approach of artistic value: an exploratory study of indie music, *Arts, Cultural and Creative Industries Symposium - International Marketing Trends Conference*, Turin, Italie, 23-24 septembre 2016.
- Collet B.** (2016) Digital Revolution, Analog Resistance, *Consumer Culture Theory Conference (art gallery)*, Lille, France, 7-9 juillet 2016.

### Activités d'évaluation :

- *Recherche et Applications en Marketing ; Marketing Theory ; Décisions Marketing ; Interrogations ?* ; Association Française du Marketing ; Consumer Culture Theory Conference ; Journées d'Histoire du Management et des Organisations

**Responsabilités collectives et administratives :**

2025-2029	<b>Responsable scientifique du projet ANR (AAPG) ECOS</b> (The Emotional Consumption of vulnerable Spaces)
2024-2028	<b>Membre élu au Conseil du laboratoire IREGE</b> (Université Savoie Mont Blanc)
2025-2028	<b>Membre élu au Comité consultatif</b> du laboratoire IREGE (Université Savoie Mont Blanc)
2025	Membre du comité scientifique élargi du <i>41ème Congrès International de l'Association Française du Marketing</i>
Depuis 2023	Chargé de communication du réseau ALCOR (GIT-AFM)
2023	Organisateur de la journée de recherche <i>Thinking About Limits: Multidisciplinary Perspectives on Consumption, Demography and Fertility in a Post-Growth Era</i> , IAE Lille, 15 juin 2023
2022	Membre du comité d'organisation des <i>27èmes Journées d'histoire du management et des organisations</i> , Lille, 17-18 mars 2022
2014-2020	Membre du comité d'organisation des <i>Journées Normandes de Recherche sur la Consommation</i> (JNRC), colloque national organisé par le laboratoire NIMEC
2019	Membre du comité d'organisation du <i>35ème Congrès International de l'AFM</i> , Le Havre, 15-17 mai 2019
2017-2019	Membre du Conseil de l'Ecole Doctorale Économie Gestion Normandie en tant que représentant des doctorants élu
2017	Membre du comité d'organisation du colloque national <i>Ethnographies Plurielles #7 - Ethnographies et Engagements</i> , Rouen, 9-10 novembre 2017

**Participation à des programmes de recherche :**

2025-2029	<b>Projet ANR ECOS</b> (The Emotional Consumption of vulnerable Spaces) - responsable scientifique
2025-2029	<b>Chaire scientifique O2</b> , Université Savoie Mont Blanc – responsable de l'axe « Ouverture au vivant »
2021-2023	<b>Chaire d'Excellence PAUSE</b> , « Poverty and Sufficiency: Dynamics of Inclusion for Poor people to the Ecological Transition », coordonnée par C. Thompson (University of Wisconsin-Madison) et H. Gorge (Université de Lille)
2018-2019	<b>Projet de recherche CultuR</b> , « Enquête sur les pratiques culturelles des 16-29 ans habitant la métropole Rouen Normandie », équipe de recherche pluridisciplinaire coordonnée par P. Roland et M. Sizorn (Université de Rouen)

**Membre de réseaux et institutions académiques :**

- ALCOR – Alternative Consumption Research Network (GIT-AFM)
- Association Française du Marketing (AFM)
- Consumer Culture Theory Consortium (CCT)
- GIT-AFM Innovations et Marketing de la Culture et du Tourisme

Expériences d'enseignements**Enseignements :**

Institution de rattachement	Années	Composante	Diplôme d'enseignement	Cours enseigné	Heures CM	Heures TD
<b>Université Savoie Mont Blanc</b>	2023-2025	IAE Savoie Mont Blanc	L2 Eco-Gestion	Enjeux et dynamiques du secteur touristique	18	
			L3 THE	International Tourism Management [ENG]	9	21
			M1 International Tourism	Experiential Marketing [ENG]	6	8
			M1 Tourisme Durable	Comportement du touriste responsable	6	6
			M2 Tourisme Durable	Heritage interpretation in sustainable destination [ENG]		
		Transversal	L2	Anthropocene et Société	6	
<b>Université de Lille</b>	2022-2023	IAE Lille	M2 Culture et développement	Stratégie et marketing culturel	20	
				Suivi de mémoires	15	
		M1 Marketing du distributeur	Enjeux sociétaux et organisations		6	
		ILIS	M2 Healthcare Business	Santé et Environnement	20	
<b>Université de Rouen</b>	2018-2021	IAE Rouen	M2 Marketing	Marketing culturel	9	
			M1 Management et marketing	Marketing expérientiel	18	54
				Marketing		46
				Marketing des services bancaires		24
				Théorie des organisations		54
			L3 Management	E-business et marketing digital	54	
				Management de projet	24	36
		Communication			56	
				Jeu d'entreprise		18
		UFR Droit, Sciences Economiques et Gestion	L2 Économie – AES – Gestion	Problèmes managériaux contemporains	12	
		Grands courants du management		6		
UFR STAPS	L1 STAPS	Anthropologie sociale	24			
<b>ICD Business School</b>	2018-2019	CFA Codis	M2	Comportement du consommateur	50	
				Suivi de mémoires	32	
			M1	Médias sociaux et stratégie d'influence	50	

### **Responsabilités pédagogiques et collectives :**

- Responsable de la Licence 3 Tourisme Hôtellerie Événementiel de l'IAE Savoie Mont Blanc (60 étudiant.e.s, depuis 2023)
- Responsable de l'UA Tourisme en Licence 2 Economie-Gestion de l'IAE Savoie Mont Blanc
- Encadrement de mémoire (IAE Savoie Mont Blanc, IAE de Lille, ICD Business School)
- Mentor au séminaire doctoral ALCOR

### **Séjours de recherche et d'études à l'étranger :**

2023	Séjour de recherche à <b>Wisconsin University</b> (Madison, USA), en collaboration avec Pr. Craig Thompson, (octobre)
2017	Séjour de recherche à <b>Concordia University</b> (Montréal, CA), sous la supervision de Pr. Zeynep Arsel (août-décembre)
2011	Semestre d'échange universitaire à <b>Nanyang Technological University</b> (Singapour)

### Valorisation scientifique

**Conseiller scientifique NDK Festival (2021-2022) :** Organisation des Journées de Rencontres Universitaires pour le festival de musique NDK (Caen) : <https://journals.openedition.org/volume/9389>

### **Interventions à des journées de médiation scientifique :**

- Collet B. (2023), *Les animaux, des consommateurs (pas) comme les autres ?* RDV de la transition : Le monde du travail : une niche pour les relations inter-espèces ? Grenoble Ecole de Management, 14 décembre 2023.
- Collet B. (2019), *Digitalisation des pratiques de consommation culturelle*, Festival de l'Excellence Normande, Caen, 14 avril 2019.
- Collet B. (2018), *Comment évaluer un bien dont la valeur ne se mesure pas par le prix ?* Journée de médiation scientifique, Le Dôme, Caen, 16 juin 2018.
- Cléret B. et Collet B. (2018), Enquêter sur les pratiques culturelles : regards de la recherche en marketing et consommation du NIMEC, *Journée d'étude « Quelles pratiques culturelles dans la Métropole Rouen Normandie. Enquêter – Acte 1 »*, Rouen, 26 juin 2018.  
<https://webtv.univ-rouen.fr/videos/baptiste-cleret-et-boris-collet/>

### **Publications et interviews dans la presse**

- Collet B. (2024), Musiques indépendantes et plateformes de streaming : le bras de fer continue. *The Conversation*. <https://theconversation.com/musiques-independantes-et-plateformes-de-streaming-le-bras-de-fer-continue-232090>
- Collet B. et Gorge H. (2024), Eco-anxiété, solastalgie, dynatalgie... nouveaux mots pour des nouveaux maux : une exploration de l'infécondité volontaire dans la transition environnementale, *Carnets de la Consommation*, n° 9. <https://doi.org/10.48748/D6MQ-NG14>
- Conseil et expertise pour la série documentaire 'Non merci, pas d'enfant' série documentaire (12 décembre 2022), *France Culture*. <https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/lsd-la-serie-documentaire/d-une-apocalypse-a-l-autre-pas-de-futur-pas-d-enfant-9622275>
- Interview radio (2021, 21 octobre), NDK investit le campus [podcast audio]. *Radio Phénix*. <https://phenix.fm/podcast/ndk-investit-le-campus/>

Collet B., Thorel C., Marry K. (2020, 20 novembre), Ce que nous apprend le débat sur la fermeture des librairies, *The Conversation*. <https://theconversation.com/ce-que-nous-apprend-le-debat-sur-la-fermeture-des-librairies-150248>

Collet B. (2018, 7 février), Boris : de la musique à la recherche universitaire, *normandr*. <http://www.normandr.fr/boris-de-musique-a-recherche-universitaire/>

### Autres expériences professionnelles

Depuis 2011      **Musicien professionnel** (Veik, Goldwave, Ghost Friends, Talma Suns) et cofondateur du label indépendant Onto Records

2014              **Gestionnaire de centre de recherche**, NIMEC, Université de Rouen

2011-2013       **Chef de projet marketing international**, Orange SA

### Langues et multimédias

Anglais            Courant

Allemand         Intermédiaire

Japonais          Débutant

Informatique     Analyse de données (NVivo, Iramutech), audiovisuels (Photoshop, Premiere, Cubase), bureautique (Zotero, Pack Office, Indesign)