

## CSM, séminaire externe, Vendredi 29 avril 2016

Organisateurs : W. Batat & A. Galluzzo

Axe de recherche: CSM, Coactis.

Titre: « **Vulnérabilité des consommateurs – Les cas des consommateurs pauvres et des personnes âgées** »

Intervenants:

Hélène Gorge, MCF, ILIS (Ingénierie et Management de la Santé) - Université de Lille.

Jean-Baptiste Welté, MCF, IAE d'Orléans.

- 1) Séminaire de recherche - 14:00-17:00
- 2) Séminaire doctoral informel - 17:00 - 18:00  
→ Salle B. Albrecht 16 av. Berthelot, 1er étage.

### **Résumé de l'intervention d'Hélène Gorge\***

Hélène Gorge présentera un travail de recherche en cours visant à analyser comment les consommateurs pauvres s'engagent dans des relations communales. L'étude produite a été menée selon une ethnographie conduite dans des quartiers populaires français et brésiliens. Les données ont été analysées notamment via le concept de capital social développé par Pierre Bourdieu. Les résultats de cette étude révèlent une opposition forte entre des relations de coopération et de compétition qui émergent de conditions morales, structurelles et situationnelles.

### **Résumé de l'intervention de J-B. Welté\*\***

Après une présentation globale de la CCT et de ses méthodes, J-B. Welté développera deux de ses travaux de recherche en cours. Le premier porte sur la mobilité des personnes âgées utilisant le TER. Elle identifie quatre adaptations en situation de moindre mobilité : le fatalisme, les routines organisationnelles, l'appropriation valorisante et la mobilité réenchantée. Ces adaptations illustrent l'impact de la consommation dans l'identité dynamique des personnes âgées. Le second travail de recherche porte sur les routines sécurisantes organisées au quotidien par les individus et identifie comment ceux-ci organisent leurs pratiques quotidiennes et gèrent les tensions qui en découlent à l'aide de la consommation.

### **\*Bio d'Hélène Gorge**

Hélène Gorge est Maître de conférences à la Faculté Ingénierie et Management de la Santé (ILIS) de Lille depuis 2015. Ses travaux portent principalement sur les consommateurs pauvres, les notions de compétence et d'idéologie de la consommation. Elle a notamment publié dans Décisions Marketing (2013), Journal of Marketing Management (2014), Journal of Macromarketing (2014) et Recherche et Applications en Marketing (2015).

**\*\*Bio de J-B. Welté**

Jean-Baptiste Welté est Maître de conférences à l'Université d'Orléans depuis 2012. Il travaille sur les approches sémiotiques et ethnographiques dans la consommation, notamment dans le domaine des transports et du luxe. Ses travaux ont fait l'objet de publications dans la revue Décisions Marketing (2015).