

Elodie JUGE

Docteure

FFBC-IMMD

Université de Lille

Laboratoire LSMRC EA 4112 – équipe marketing MERCUR

MIHX Lab

elodie.juge@univ-lille.fr

DOMAINES DE RECHERCHE

Concepts clés: pratiques collaboratives, entrepreneurialité, dispositifs sociotechniques, dynamique de marchés, pratiques marketing, distribution.

FORMATION

2018 : **Doctorat en Sciences de gestion - Université de Lille**

Titre de la thèse : **La fabrique des conso-marchands : Une approche par les dispositifs sociotechniques dans le contexte de la consommation collaborative.**

Sous la direction du Professeur Isabelle COLLIN-LACHAUD

Membres du Jury : Pr. Alain DECROP (Rapporteur, Université de Namur), Pr. Marc FILSER (Rapporteur, Université de Bourgogne), Pr. Renaud GARCIA-BARDIDIA (Président du jury, Université de Rouen Normandie), Pr. Dominique ROUX (Université de Reims Champagne-Ardenne), Dr. Anissa POMIÈS (EM. Lyon) et Pr. Marie-Hélène FOSSE-GOMEZ (Université de Lille)

2015 : **Master parcours Recherche : Recherche & Approches culturelles de la distribution et de la consommation – IMMD - Université de Lille**

Titre du mémoire : Quand la consommation collaborative sert la construction identitaire (sous la direction du Pr. Isabelle Collin-Lachaud).

2013 : **Master 2 professionnel : Marketing & Management de la distribution – IMMD - Université de Lille (Formation continue)**

Titre du mémoire : Résistances ou contournement du système marchand : Le cas du vide dressing (sous la direction du Pr. Isabelle Collin-Lachaud).

1996 : **Maîtrise Information Communication** - titre ingénieur maître, Université de Lille 3

1993 : **BTS Actions commerciales** - Lycée Saint JUDE, Armentières

1991 : **BACCALAUREAT série Economie** – Lycée Faidherbe, Lille

PUBLICATIONS ET PRODUCTION SCIENTIFIQUE

Communications à des conférences

JUGE E., COLLIN-LACHAUD I. et POMIÈS A. (2019) I buy to sell, and I sell to buy: How do digital platforms reshape consumers and transform the market of second-hand clothing? **EIASM 10th Interpretive Consumer Research Workshop**, EMLYON Business School, Lyon, 9-10 Mai.

JUGE E., CHAUTARD T. et COLLIN-LACHAUD I. (2018) Beyond B2C, how retailers (should) consider C2C practices in their omnichannel strategies, **Colloquium on European Research in Retailing (CERR)** University of Surrey, Guildford, England, 11-13 Juillet.

JUGE E. (2017) Face à la menace de désinstitutionnalisation, quelles stratégies de re-légitimation pour les acteurs historiques de la distribution ? **Colloque E. THIL**, IMMD Roubaix, 13 Octobre.

JUGE E. et COLLIN-LACHAUD I. (2014) Et si on jouait à la marchande ? Quand la consommation collaborative sert la construction identitaire, **13ème JNRC**, Rouen, 28 novembre.

Chapitre

JUGE E. et COLLIN-LACHAUD I. (2017) Adieu partage, Bonjour Business ! dans *l'ouvrage La consommation collaborative Enjeux et défis de la nouvelle société du partage* coordonné par Alain DECROP aux Ed De Boeck Louvain-la-neuve.

Soumission en cours

JUGE E. et COLLIN-LACHAUD I. (2017) Vers une hybridation des pratiques C2C et B2C : le cas du videdressing, *Revue Française de Gestion* (en cours de révision V2).

DIFFUSION ET VALORISATION DE LA RECHERCHE AUPRES DES ENTREPRISES ET DE LA SOCIETE CIVILE

10 Avril 2018 - Maison Européenne des Sciences de l'Homme et de la Société - 10ème Printemps des Sciences Humaines et Sociales.

11 Décembre 2018 - Association pour la Formation en Management dans la Distribution – Présentation devant 50 managers et des membres du comité de direction de l'enseigne Kiabi.

RESPONSABILITES SCIENTIFIQUES

Affiliations scientifiques

Membre du Laboratoire de Recherche LSMRC – MERCUR EA4112 depuis 2013

Membre du Comité d'organisation du Colloque Etienne THIL (Roubaix 2016 – 2017 – 2018)

Membre du Comité d'organisation conférence Consumer Culture Theory (Lille 2016)

Membre de l'Association Française de Marketing depuis 2015

ACTIVITES PEDAGOGIQUES

Actuellement enseignante contractuelle à temps plein (384 heures) Université de Lille - FFBC-IMMD

Chargée de cours depuis 2003 de la L1 au M2 (formation initiale et en apprentissage)

2016 - 2018 : Université de Lille, IMMD, Roubaix (ATER temps plein 196 heures)

2014 - 2016 : Université de Valenciennes et du Hainaut-Cambrésis, MCAV, Valenciennes

2007 - 2016 : Chambre de Commerce Nord de France, CEPRECO, Roubaix

2003 - 2016 : Groupe IONIS - ISEG & ISEFAC, Lille

Domaine de compétence

Marketing fondamental - comportement du consommateur – distribution - communication – techniques de vente - suivis de projets commerciaux – suivis de mémoires

Méthodes pédagogiques

Co-animation de projets avec la méthode d'Apprentissage Par Problème APP (jeu d'entreprise, projet sur sensibilisation au risque de plagiat)

Sensibilisation à la recherche des étudiants dans le cadre du cours de licence 1 analyse de la consommation (travail sur des articles de type Décisions Marketing et des communications récentes en français et en anglais)

Utilisation de la vidéo et des réseaux sociaux en cours de licence 1 et 2 pour rendre la pédagogie plus interactive et en phase avec ce public de premier cycle

Participation à un groupe de réflexion autour de l'innovation pédagogique au sein de la FFBC-IMMD

Détails du service pour l'année 2019/2019 à la FFBC-IMMD, Université de Lille.

Type	Cours	Public	Nombre	F. initiale F. apprentissage
CM – TD	Communication hors média (15h + 12h)	Master 2	30	F. initiale
CM	Marketing fondamental (18h)	Master 1	40	F. initiale
CM – TD	Clients/Distributeurs (18h + 9h) 3 parcours	Master 1	40 à 50	F. initiale F. apprentissage
CM – TD	Communication média (15h + 6h)	Master 1	40	F. initiale
TD	Techniques de vente (20h)	Licence 2	30	F. initiale
CM – TD	Analyse de la consommation (15h + 12h)	Licence 1	90	F. initiale
Suivi	Méthodologie du mémoire (30h)	Master 2	10	F. apprentissage
Jury	Grand Oral	Master 1	15	F. initiale F. apprentissage
Jury	Evaluation du mémoire	Master 2	10	F. apprentissage
Jeu d'entreprise	Mise en situation professionnelle (20h)	Licence 1	90	F. initiale
Projet	Méthodologie anti- plagiat (10h)	Licence 1	90	F. initiale

EXPERIENCES PROFESSIONNELLES EN ENTREPRISES

Implantation et dynamisation de points de vente

2006 – 2008 Boutique de prêt-à-porter - Macadam store. Villeneuve d'Ascq
Création du point de vente, co-gérante.

1997 – 2006 Boutique de jeux vidéo - Multiplayer. Marcq en Baroeul
Création du point de vente, co-gérante. Mise en gérance en 2006

1996 – 1997 Espace Artistique - Tohu Bohu. Tournai, Belgique
Création du concept, promotion d'événements artistiques, attachée de presse