

# 2ème Workshop Interdisciplinaire « Genre, Consommation et Marketing »

Paris, 20 mars 2025

Une journée organisée par l'EM Normandie – Metis Lab, avec la participation de  
l'Université de Lorraine et de l'Université de Picardie

Contact : [genremc@gmail.com](mailto:genremc@gmail.com)



La journée aura lieu dans les locaux de l'EM Normandie Business School, sur le  
campus de Paris (30-32 rue Henri Barbusse, 92110 CLICHY)

## Programme de la Journée

9h00 - Café d'accueil

9h30-10h30 : Conférence d'ouverture

- « **Plus vite, plus haut, plus fort.es? Sports, avantages physiques et catégorisation sexuée** »  
Anaïs Bohuon, Socio-historienne, Professeure des Universités, Université Paris-Saclay

10h30 - 12h00 : Session 1 - Des masculinités renouvelées ?

- « L'assetization de la transgression des normes de genre : l'emploi du maquillage chez les drag queens amiénoises », Alicia Lefrançois (Doctorante, CRISEA, Université de Picardie Jules Verne)
- « Un prince pas si charmant : les représentations publicitaires du masculin », Marina Plé (Doctorante, NIMEC, Université de Caen)
- « Une nouvelle approche pour mieux comprendre la représentation publicitaire de l'homme moderne », Léa Fauvel (Doctorante, GRANEM, Université d'Angers)

11h30 - 11h45 : Pause-café

11h45 - 12h15 : Rencontre avec...

- **Pépité Sexiste, association de consommateurs et consommatrices engagé.es pour un marketing plus responsable**  
Auriane Dumesnil, Co-fondatrice et Directrice

12h15 - 13h15 : Déjeuner

13h15 - 13h45 : Présentation d'ouvrage

- ***Sexuality in Marketing and Consumption. Queer Theory, Feminist Research, and Intersectionality***  
Athanasia Daskalopoulou, Senior Lecturer in Marketing, University of Liverpool Management School

### 13h45 – 14h45 : Session 2 – Féminités plurielles

- « La décélération du consommateur : le cas de la mobilité des femmes », Valerie Boembeke (Doctorante, NaDI-CeRCLe, IWEPS, Université de Namur), Alain Decrop (Professeur ordinaire, NaDI-CeRCLe, IWEPS, Université de Namur), Sile O'dorchai (Directrice scientifique, IWEPS)
- « Exprimer la distinction de genre sous toutes ses formes. Les salles de fitness non-mixtes au prisme de leurs stratégies marketing », Cindy Louchet (Maître de conférences, URePSSS, Atelier SHERPAS Université de Lille)
- « Paradoxe de la présence des publics lesbiens dans les communautés de fans de boy groups de K-pop », Julia Roux (Mastérante)

### 14h45 – 15h00 : Pause-café

### 15h00 – 16h00 : Session 3 - Le genre du marketing

- « Avancer la recherche en marketing avec l'écriture féminine », Jonantan Södergren (Lecturer in Marketing, University of Bristol), Maria-Carolina Zanette (Professeure Associée, Neoma Business School), Arindam Das (Professor of Communication, Alliance Univeristy), Tony Patterson (Professor of Marketing, Lancaster University)
- « Les influenceuses zéro-déchets : Alléger la planète pour alourdir la charge mentale des femmes ? », Kate Mungroo (Doctorante, Argumans, Le Mans Université), Christine Gonzalez (Professeure des Universités, Argumans, Le Mans Université), Gaëlle Pantin-Sohier (Professeure des Universités, GRANEM, Université d'Angers), Mathieu Durand (Professeur des Universités, ESO, Le Mans Université)
- « And Just Like That – Analyser les féminismes, la maturité féminine et l'inclusivité dans le marketing et dans la société », Camilla Quental (Enseignante-chercheuse, Métis Lab EM Normandie), Rosana Silveira Reis (Enseignante-chercheuse, ISG International Business School)