

Née le 2/12/1964 à Saint-Malo (35), mariée, 4 enfants (1997, 2000, 2004, 2005)



Maîtresse de conférences en Sciences de gestion – HDR (section CNU 06)

Université Paris 13, CEPN (UMR 7234), membre du conseil de laboratoire

Chercheuse associée au Centre Marc Bloch (Berlin)

IUT de Saint Denis, Place du 8 mai 1945 – 93 206 Saint Denis

Tél : 07 81 67 36 67

Courriel : virginie.dercourt@univ-paris13.fr ou vdercourt@cmb.hu-berlin.de

FORMATIONS, TITRES ET FONCTIONS

Formation

Université Paris 13 – Habilitation à Diriger des Recherches (2015-2016)

Université Paris-Dauphine – Doctorat en Sciences de Gestion (2005-2009)

Institut Universitaire de Formation des Maîtres - IUFM – Capet Eco-Gestion (2001-2002)

Centre National d'Études à Distance – CNED - Agrégation Eco-Gestion (2001-2002)

City University of New York - CUNY, New York – MBA Marketing International (1985-1988)

Université Paris-Dauphine – Maîtrise de Finance (1982-1987)

Titres

2016 : Habilitation à Diriger des Recherches, Université Paris 13 (*Membres du Jury* : Pr. C. Vercher-Chaptal (coordinatrice) Université Paris 13, Pr. L. Marco (rapporteur) Université Paris 13, Pr. EM Mouhoud (rapporteur) Université Paris-Dauphine, Pr. E. Remy (rapporteur) Université de Rouen, Pr. D. Darpy (président) Université Paris Dauphine, G. Johnson CNRS Université Paris Dauphine, Pr. C. Keller Universität Kassel, C. de Lassus (Université Paris-Est Marne-la Vallée).

2010 : Qualification par le CNU, section 06 aux fonctions de maîtresse de conférences.

2009 : Doctorat en Sciences de gestion, première thèse soutenue le 12 juin dans le courant de la *Consumer Culture Theory* à l'université Paris-Dauphine, proposition pour le prix de thèse (Jury : Pr. D. Darpy, Directeur de thèse; Pr. E. Roux, Rapporteur; Pr. J. Brée, Rapporteur; Pr. L. Peñaloza, Suffragante; M. J.C. Le Grand, Directeur mondial de la diversité pour le Groupe L'Oréal, Suffragant; Pr. B. Pras, Suffragant).

2005 : DEA101, Politique Générale et Stratégie des Organisations, Université Paris-Dauphine.

2002 : Agrégation d'Économie-Gestion, option Marketing.

1988 : Master of Business and Administration (MBA), City University of New York (CUNY).

1987 : Maîtrise de Sciences de gestion, option Finance, Université Paris-Dauphine.

Fonctions

Maîtresse de Conférences, Université Paris 13, 2010 à ce jour.

Professeure agrégée (PRAG), Université Paris 13 (2003-2010).

Chef de Groupe, Marketing International, L'Oréal, Division Cosmétique Active, Paris (1997-2001).

Chef de Produit, L'Oréal, Division Grand Public, Paris (1993-1997).

International Development Manager, Desgrippes Cato Gobé, Londres (1990-1993).

Project Manager, Desgrippes Cato Gobé, New York (1988-1990).

ACTIVITÉS DE RECHERCHE

Mes travaux de recherche ont dans un premier temps porté sur les dimensions identitaires des comportements de consommation de cosmétiques des jeunes femmes issues de l'immigration. Plus récemment, ils s'intéressent aux dynamiques générationnelles, puis institutionnelles de ces comportements. La question des dynamiques de la consommation immigrée est éclairée par une triple approche : post-assimilationniste et structuraliste, socio-historique et ethnopsychiatrique, néo-institutionnelle et socio-linguistique. Les méthodes de recherche sont qualitatives par enquêtes ethnographiques, observation participante, entretiens longs de type phénoménologique.

Rayonnement scientifique en France et en Allemagne

[A] Porteuse du Programme de formation-recherche du Centre Interdisciplinaire d'Etudes et de Recherches sur l'Allemagne - CIERA (2015-2017), *La figure du consommateur immigré en Europe : regards croisés franco-allemands* en collaboration avec Pr. Dr. Maren Möhring, Universität Leipzig, Institut für Kulturwissenschaften.

[B] Participation à la table ronde « Droit d'asile, devoir d'accueil? *Recht auf Asyl, Pflicht zur Aufnahme?* », Journées de l'Automne Français, avec Pr. Dr. Wolfgang Kaschuba et Pr. Jacques Rancière, modération : Christoph Heinemann, Deutschlandfunk, Leipzig, octobre 2015.

[C] Organisatrice de journées de recherche franco-allemande au Centre Marc Bloch de Berlin sur « la figure du consommateur immigré » en partenariat avec Universität Leipzig, l'Université Franco-Allemande, Sociétés Plurielles (USPC), la revue Hommes & Migrations, le CEPN, encadrement scientifique : François Héran, février 2015.

[D] Organisatrice et modératrice d'une table ronde à l'Institut Français de Berlin sur le thème : « Vers des sociétés post-migratoires? Regards franco-allemands sur les migrations » avec Catherine Wihtol de Wenden, Carsten Keller, El Mouhoub Mouhoub, Patrick Simon, février 2015.

[E] Animation d'un atelier pour les journées transversales du programme Sociétés Plurielles : « Le symbolique et le matériel dans les Sociétés plurielles » avec Ji Zhe, juillet 2015.

[F] Membre du programme multidisciplinaire IDEX Sociétés Plurielles (Université Sorbonne Paris Cité) et du comité de rédaction de la revue Sociétés Plurielles, depuis 2014.

Chercheuse associée au Centre Marc Bloch de Berlin (depuis 2011).

Lauréate de la Fondation pour les Sciences Sociales - Fondation de France (2012-2013).

Travaux de recherche

Articles en cours de révision

2e version *Journal of Business Research* [CNRS Rang 2], « From Samoa to Second Life: The Transformative Power of Beauty Rituals for Immigrants' Children » (soumis en juillet 2015).

1e version *Journal of Retailing and Consumer Services* [CNRS Rang 3], « Ostalgie retailing : between Resistance and Nostalgia in post-communist Berlin », (soumis en juillet 2015).

Articles dans des revues à comité de lecture

[1] Silhouette-Dercourt V. & De Lassus C. (2016), « Shopping for kids' luxury brands: young mothers' identity quest in retail spaces », *International Journal of Retail & Distribution Management*, 44, 10-11, à paraître (novembre) [CNRS Rang 3].

[2] Silhouette-Dercourt V. (2016), « Les cours d'intégration pour étrangers en Allemagne éduquent à la consommation », *Migrations Société*, à paraître.

[3] Silhouette-Dercourt V. (2016), « Parler pour consommer ? Enquête ethnographique au coeur d'un *parcours d'intégration* pour adultes migrants », *Revue Française du Marketing*, mars, [FNEGE Rang 4, AERES Rang C].

[4] Silhouette-Dercourt V., de Lassus C. (2015), « Using Greimas' semiotics in ethnic consumers' research », *International Journal of Market Research*, novembre en ligne, [CNRS Rang 3, FNEGE Rang 3, AERES, Rang B].

[5] Silhouette-Dercourt V. (2014), « Les quartiers africains de Paris comme lieux d'inclusion et d'exclusion par la consommation », *Hommes et Migrations*, n° 1308, Décembre, [classée AERES].

[6] Silhouette-Dercourt V., de Lassus C., D. Darpy (2014), « How second-generation ethnic consumers choose where to shop : a cross-cultural semiotic analysis », *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21, 6, pp. 1059-1067, [CNRS Rang 3, FNEGE Rang 3, AERES Rang B].

[7] Silhouette-Dercourt V. (2013), « UE : Immigration, cours de langue et fabrique du consommateur européen », *Recueil Dalloz*, 1er août, 28, 7565, p. 1952, [classée CNRS].

[8] Silhouette-Dercourt V., Darpy D. et de Lassus C. (2013), « Les facettes identitaires de la consommation : le cas des cosmétiques chez les deuxièmes générations d'immigration », *Décisions Marketing*, 69, Janvier-Mars, pp. 77-88, [CNRS Rang 3, FNEGE Rang 3 , AERES Rang B].

[9] Silhouette-Dercourt V., Darpy D. et de Lassus C. (2012), « Se construire entre deux mondes : ethnicité dynamique et consommation des « deuxièmes générations » - l'exemple des cosmétiques », *Perspectives Culturelles de la Consommation*, vol. 2, n° 1, pp. 15-38, (Revue émergente FNEGE).

[10] Silhouette-Dercourt V. (2010), « Consommer comme ici ou comme là-bas ? Les dimensions identitaires de la consommation de cosmétiques des jeunes femmes issues de l'immigration sub-saharienne en France », *Hommes et Migrations*, n° 1286-1287, Juillet-Octobre, pp. 190-198, [classée AERES].

Articles dans des revues internationales non classées

[11] Silhouette-Dercourt V. (2015), « Bac ist nicht gleich bac », *Clavis, Schlüssel für die Integration der Migranten in den Arbeitsmarkt : strategien für Wirtschaft, Verwaltung und Politik*, 01/15, pp. 20-21.

Articles de presse

[12] (2013) « En Allemagne, les cours partent du quotidien », *Le Monde*, supplément Culture et Idées, p. 5, samedi 16 novembre, et version numérique le 15 novembre.

Ouvrages

[13] Silhouette-Dercourt V. (2017), *Immigrant Youth : managing identities through the commercial world*, **Ouvrage accepté aux Editions BRILL**, coll. *Youth in a globalizing World*, à paraître 2017.

[14] Silhouette-Dercourt V. (2016), *Parce qu'elles le valent bien ! Ethno-cosmétique et fabrique de l'identité*, **Ouvrage accepté aux Editions Management et Société**, coll. Versus, à paraître 2016.

Chapitres d'ouvrages

[15] Silhouette-Dercourt V. (2015), « What migrants should know about the German or the French societies : a comparative study conducted in the German and French integration programs ». In Z. Korkmaz (Dir.), *Typisch Deutsch, Was Migranten Über die Deutsche Gesellschaften Wissen Sollten*, Politechnik, Duisburg-Essen (à paraître 2016).

[16] de Lassus C. & Silhouette-Dercourt V. (2012), « Expression de l'identité ethnique à travers la beauté ». In N. Ozcaglar-Toulouse & A. Béji-Bécheur (Dir.), *L'ethnicité, fabrique marketing ?* pp. 135-152, Editions EMS, Paris.

[17] Barth I. & Silhouette-Dercourt V. (2012), « Le Marketing Ethnique ». In J.M. Peretti (Dir.), *L'encyclopédie des diversités*, pp. 401-406, Editions EMS, Paris.

[18] Silhouette-Dercourt V. (2010), « How French Ethnic consumers are reclaiming their cultural heritage through the commercial world ». In J. Mac Cato (Dir.), *Go logo ! A handbook to the art of global branding*, pp. 46-49, Rockport Publishing, Beverly, Massachusetts.

Communications dans des conférences internationales et nationales

[19] Silhouette-Dercourt V. (2015), « Ethno-cosmétiques : de la satisfaction de besoins spécifiques à la quête d'une identité "entre-deux" », **Journée d'étude : Les cosmétiques ethniques : re-création de la distinction?**, Université Paris-Est Créteil, département d'histoire, 22 septembre.

[20] Silhouette-Dercourt V. (2015), « La figure du consommateur immigré », **Journée transversale du Programme Sociétés Plurielles**, INALCO, 3 juillet.

[21] Silhouette-Dercourt V. (2015), « Typisch Deutsch, Was Migranten Über die Deutsche Gesellschaften Wissen Sollten : Frankreich und Deutschland im vergleich », **Politechnik, Universität Duisburg-Essen**, 13 juin.

[22] de Lassus C. & Silhouette-Dercourt V. (2015), « Le luxe : une consommation culturelle et artistique ? Quand l'art enrichit la valeur diégétique des marques de luxe », **Journées Normandes de la Consommation**, Angers, 26 et 27 novembre 2015.

[23] de Lassus C. & Silhouette-Dercourt V. (2015), « Shopping for kids' luxury brands: young mothers' identity quest in retail spaces », **2nd International colloquium on Kids and Retailing**, Budapest, 18 et 19 juin 2015.

[24] Rodhain A., Delhing A. & Silhouette-Dercourt V. (2015), « La réflexivité du chercheur en comportement du consommateur : une attitude responsable », **Réseau International Francophone de Recherche Qualitative (RIFREQ)**, 5e colloque, Montpellier, 17-19 juin.

[25] de Lassus C. & Silhouette-Dercourt V. (2014), « Children's luxury brands: an identity construction tool for young mothers? », **International Congress on Contemporary Management & Marketing**, Bangkok, Thaïlande, 19-21 novembre.

[26] Rodhain A., Delhing A. & Silhouette-Dercourt V. (2014), « Researchers' reflexivity as a responsible attitude », **Standing Conference for management and organizational Inquiry-Sc'Moi**, Philadelphie, USA, 10-12 avril.

[27] Silhouette-Dercourt V. (2013), « Consommer à l'Allemande ? L'apprentissage culturel dans les cours d'intégration pour étrangers à Berlin », **Journée de la Fondation pour les Sciences Sociales (Fondation de France)**, Paris, 14 novembre.

[28] Silhouette-Dercourt V., de Lassus C. & Darpy D. (2012), « Semiotics and Cross-cultural ethnographic consumption studies », **International Conference Series**, Kuala Lumpur, Malaisie, 14-16 avril.

[29] Silhouette-Dercourt V. (2012), « Learning how to become German consumers : the integration program of immigrants at the Volkshochschule », **French-Austrian-German workshop on Consumer Behavior**, Innsbruck, Autriche, 29-30 novembre.

[30] Silhouette-Dercourt V. & Darpy D. (2010), « The cultural identity dimensions of shopping environments: a cross-cultural semiotic analysis of French second-generation ethnic consumers' discourse about their shopping experiences », **French-Austrian-German workshop on Consumer Behavior**, Sarrebruck, Allemagne, septembre.

[31] Silhouette-Dercourt V. (2010), « Voyage au cœur de la diversité française : quelle stratégie de recherche choisir pour étudier la consommation des groupes ethnoculturels minoritaires en France ? », **9^e Journées Normandes de Recherche sur la Consommation**, Rouen, 25-26 mars.

[32] Silhouette-Dercourt V. & Darpy D. (2008), « Re-discovery and re-interpretation of ethnic heritage : a semiotic exploration of French ethnic consumers' reculturation process », **Consumer Culture Theory Conference**, Boston, USA, 19-22 juin.

[33] Darpy D. & Silhouette-Dercourt V. (2008), « La reculturation dans le processus de consommation : l'approche par le carré sémiotique d'ici/de là-bas », **24^e Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM)**, Créteil – publié dans les Actes du Congrès, vol.24.

Autres travaux

[34] Silhouette-Dercourt V. (2016), « Approche critique du lien entre consommation et immigration : Dynamiques identitaires, générationnelles et institutionnelles », **Habilitation à Diriger des Recherches**, coordination Pr. Corinne Vercher-Chaptal, à l'Université Paris 13.

[35] Silhouette-Dercourt V. (2009), « La reculturation par la consommation et construction identitaire des groupes ethnoculturels minoritaires : cas de la jeune femme et des produits cosmétiques », **Thèse de doctorat en Sciences de gestion**, sous la direction du Pr. Denis Darpy, à l'Université Paris-Dauphine.

[36] Silhouette-Dercourt V. (2005), « La culture d'entreprise est-elle un déterminant de la compétitivité de l'entreprise ? Le cas L'Oréal », **Mémoire de DEA 101**, sous la direction de Pr. Pierre Romelaer et Pr. Fabien Blanchot, Université Paris-Dauphine.

[37] Silhouette-Dercourt V. (1988), « The Foreign Take-over of the US Liquor Industry », **Mémoire de Master of Business and Administration (MBA) en Marketing International**, City University of New York (CUNY).

Présentations invitées

- 2014 **Berliner Institut für Empirische Integrations- und Migrationsforschungs (BIM), Universität Humboldt**, 2 déc., Berlin : « Konsumverhalten der Migranten und ihrer Kinder : individuellen und institutionellen Faktoren beim Erlernen einer Konsumkultur ».
- 2014 **ENAR AFMD Ethnic Diversity Conference, L'Oréal Headquarters**, 24 oct., Clichy : « Dealing really with ethnicity at the workplace : empowering children of immigrants in the French Banlieue ».
- 2014 **Technische Universität (TU)**, 10 oct., Berlin : « Der Migrant als Konsument : ein vernachlässigtes Thema in der Zuwanderungsdebatte in Deutschland und Frankreich ».
- 2014 **Séminaire de la Délégation Générale de la Concurrence, de la consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF), atelier « Double affichage des prix de ventes et d'usage des biens de consommation »**, 9 oct., Paris : « L'économie de la fonctionnalité : l'exemple de l'Allemagne ».
- 2014 **Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung, DIW Berlin**, 29 août, Berlin : « Consumption and Migration in Germany and France ».
- 2014 **Séminaire de la Direction Régionale des Entreprises, de la Concurrence, de la Consommation, du Travail et de l'Emploi (DIRECCTE)**, 14 juin, Bordeaux : « La loi Hamon dans l'histoire de la consommation : approche sociologique ».
- 2014 **Rotary International**, 28 mars, Berlin : « Menschenrecht Verletzung im Kontext von FGM (Female Genital Mutilation) », avec Hadja Kitagbe Kaba, Mama Afrika.
- 2012 **Rotary International**, 16 nov., Berlin : « Migration and consumption : from theoretical background to market implications ».
- 2012 **Centre Marc Bloch de Berlin**, 21 juin, Berlin : « Migration et consommation : consommer comme ici ou comme là-bas ? ».
- 2012 **Hochschule für Wirtschaft und Recht (HWR)**, 5 janv., Berlin : « Migration experiences, identity issues and consumption ».
- 2011 **Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB)**, 4 avril, Berlin : « Replicating a research in Berlin, focusing first on French-speaking immigrants of African descent ».

Autres responsabilités et activités scientifiques

Membre du Conseil de laboratoire CEPN, responsable des relations entreprises, depuis 2014.

Membre du Comité de rédaction de la revue Sociétés Plurielles, depuis 2015.

Membre de l'équipe de recherche Migrations, Territoires et Sociétés, Centre Marc Bloch, depuis 2011.

Directrice du Comité d'évaluation scientifique des contributions, Atelier CIERA, mars 2016, Paris.

Membre du Comité scientifique de la journée conjointe AFC-AFM-AGRH-AIMS-AFMD sur la Diversité, 21 mai 2015, Marseille.

Membre du Comité de rédaction de *Journal of Retailing and Consumer Services*, *Journal of Business Research*.

Accompagnement du travail doctoral de Fairouz Naji: « Le plafond de verre : comparatif France-Maroc », avec Pr. Luc Marco, et membre (suffragant) du jury de thèse (Université Paris 13).

Membre de l'Association Française du Marketing (AFM).

Membre de l'European Sociological Association (ESA).

ACTIVITÉS ET EXPÉRIENCES PÉDAGOGIQUES

Mes activités pédagogiques s'organisent autour de quatre pôles, principalement en organisation de l'entreprise, en marketing retail, en marketing bancaire et de l'assurance, et en marketing du luxe - en lien avec mes affectations en tant que professeure agrégée à l'IUT de Villetaneuse, département Carrières Juridiques, entre 2003 et 2010 - puis après ma nomination en tant que maîtresse de conférences au département Techniques de Commercialisation de l'IUT de Saint Denis et mon rattachement aux laboratoires de recherche CEPN (à partir de 2011) et au Centre Marc Bloch de Berlin (à partir de 2011).

Activités d'enseignement

IUT Saint Denis, département Techniques de commercialisation, 2010-à ce jour.

- Organisation de l'entreprise (Amphi et TD) : L1 DUT - Formation initiale et en apprentissage
- Marketing du point de vente (Amphi et TD) : L1 DUT - Formation initiale et en apprentissage
- Stratégie de distribution (Amphi et TD) : L2 DUT - Formation initiale et en apprentissage
- Gestion de la relation client (*en anglais*) : L2 DUT - Formation initiale et en apprentissage
- Marketing bancaire (TD) : Licence Pro Banque et Assurance en partenariat avec le CNAM
- Luxe et design (TD) : Licence Pro Luxe
- Luxe : concepts et tendances : Licence Pro Luxe

IUT Villetaneuse, département Carrières Juridiques, 2003 à 2010.

- Economie d'entreprise (Amphi et TD) : L1 DUT - Formation Initiale

Autres expériences pédagogiques

Hochschule für Wirtschaft und Recht (HWR), Berlin, 2012.

- Markenführung in Emerging Markets (BRIC-Staaten) (séminaire 4h) : M2 Marketing International

Université Créteil-Val de Marne, Créteil, 2001.

- Le métier de chef de produit (séminaire 20 h) : M2 de Sciences de gestion
- Les études de marché (séminaire 30h) : M2 de Sciences de gestion

Encadrement pédagogique du projet tutoré *Déchets d'art*, Département TC, IUT Saint Denis (2012-2014) : mise au point du projet des étudiants, problématique, suivi pédagogique, évaluation et participation aux jurys de soutenances, projet récompensé par le *Trophée des filières professionnalisantes du territoire de Plaine-Commune - Mosaïque des Talents en 2013*.

Encadrement de projets tutorés de DUT Carrières Juridiques et Techniques de commercialisation : mise au point du projet des étudiants, problématique, suivi pédagogique, évaluation et participation aux jurys de soutenances, depuis 2003.

Encadrement de stages DUT Techniques de commercialisation : suivi des stagiaires, visites de stages (en moyenne 2 par stages de 8 à 12 semaines), évaluations des rapports, participation aux jurys de soutenances, depuis 2003.

Participation aux jurys de soutenance de projets de fin d'études, DUT Techniques de Commercialisation et Carrières Juridiques (en moyenne 6 par an depuis 2003).

RESPONSABILITÉS ADMINISTRATIVES ET PÉDAGOGIQUES

Co-organisation de la Semaine Internationale du Marketing, Département TC, IUT Saint Denis (2012 et 2013) : recherche de partenariat entreprise, montage du projet, aide à la formulation du brief.

Responsable de l'encadrement pédagogique des étudiants créateurs de Junior Expertise Paris 13, association de type junior entreprise, Département TC, IUT Saint Denis (2010-2013) : création administrative, outils de communication, démarches commerciales, conseils à la mise en oeuvre des missions, facturations, relations avec les premiers clients.

Responsable des partenariats avec les entreprises L'Oréal et Danone, Département TC, IUT Saint Denis (2010-2013) : mise en liaison du président de l'Université Paris 13 avec la direction mondiale de la diversité du groupe L'Oréal, recherche de stages, organisation d'interventions de professionnels dans l'IUT pour présenter les métiers et dans les cours sur des thématiques en lien avec la progression, *speed recruiting*, préparation aux entretiens de recrutement (CV, simulations d'entretiens).

Organisation de visites d'entreprises (2004, 2011) : usine L'Oréal d'Aulnay-sous-Bois et du laboratoire capillaire de L'Oréal à Saint-Ouen.

Responsable pédagogique de la matière Economie d'entreprise, IUT Villetaneuse département TC, Université Paris 13 (2003-2010) : sélection des intervenants, encadrement d'une équipe de 4 vacataires, organisation de la matière, définition des contenus pédagogiques, progression, préparation des examens.