



# La Recherche

Nacima OURAHMOUNE a brillamment soutenu sa thèse de doctorat intitulée ***Comprendre le comportement du consommateur masculin : une approche socioculturelle. Du discours des marques sur l'apparence masculine aux représentations des consommateurs de lingerie d'homme.***

Inscrite dans le courant de la *Consumer Culture Theory*, la thèse permet en variant les paliers interprétatifs, de proposer des territoires de marques, de positionnement et de segmentation masculins, d'identifier les rituels des hommes qui intègrent des consommations jugées anomiques jusqu'à récemment et leurs significations. La recherche resitue les micro-discours des répondants dans le champ idéologique des forces sociales permettant d'apporter le versant français aux conceptualisations nord-américaines de la masculinité (Holt et Thompson, 2004). La recherche introduit enfin une conceptualisation de l'intimité absente en comportement du consommateur.

Le jury était composé du Pr Søren ASKEGAARD, Univ. Southern Denmark (Editeur de *Journal of Consumer Research*), rapporteur ; Pr Marie-Hélène FOSSE-GOMEZ, Univ. Lille 2 (Vice-Président de l'univ.), rapporteur ; Pr Simon NYECK, ESSEC (Directeur académique de la chaire LVMH), Directeur de thèse; Pr Elyette ROUX, IAE d'Aix (Directeur de l'Ecole doctorale), Co-directeur de thèse; Pr Elisabeth TISSIER-DESBORDES, ESCP Europe (Editeur de *Décisions Marketing*), suffragant.

La soutenance qui a eu lieu le 31 août 2011 à l'ESSEC a été couronnée par la mention Très Honorable avec les Félicitations du jury.