

**Caroline MARTI - de MONTETY**  
**Maître de conférences. Docteur en Sciences de l'Information et de la Communication**

---

### 1) THEMES DE RECHERCHE DÉVELOPPÉS

#### **Médiations marchandes et fabriques de la crédibilité :**

1/ Métamorphoses de la communication des marques :  
Recherches sur les appropriations culturelles des marques et les phénomènes de « dépublicitarisation ». Analyse des processus de mise en consommation et la gestion sémiotique opérée par les médiateurs marchands.

2/ Recherches sur les imaginaires du marketing et la doxa des médiateurs marchands  
Analyse des représentations de la communication des acteurs du marketing dans le contexte économique, technique, social et culturel.

### 2) PUBLICATIONS et COMMUNICATIONS

2005 Thèse de doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication  
*Magazines de marque : métamorphoses d'une promesse*. Mention très honorable avec les félicitations du jury à l'unanimité. Sous la dir. du Professeur F. Boursin. Celsa. Paris-Sorbonne.

#### **PUBLICATIONS**

**2012** « *A vos Caddies, Citoyens ! La révolution, motif politique saisi par la publicité* ».

**Mots. Les langages du politique.** Dossier « Publicité et Politique : emprunts croisés », coordonné par D. Barbet et D. Desmarchelier, n° 98, mars.2012.

**2012** « *Les mobilisations de la figure de Bouddha comme promesses d'un nirvana commercial. Le cas du Buddha-Bar* ». **Communication & Langages**, n°170

**2011** « *Le contrat de conversation : succès d'un succédané* ». avec V. Patrin-Leclère  
**Communication & Langages** Dossier coordonné par V. Patrin-Leclère n° 169.

**2011.** « *Du consommateur aux consommateurs* ».

Chapitre dans un ouvrage collectif, **A nouveaux consommateurs, nouveaux marketing**. (Dir. P. Jourdan, F. Laurent, J-C Pacitto). Dunod, coll. Marketing Communication, oct.2011.

**2011 Petit Larousse 2012** Co-auteur de définitions dans le domaine de l'édition, des médias et de la publicité, juin 2011.

**2009.** La « *société de consommation* » dans le pétrin. *La machine à pain emblématique de la consommation contemporaine*.

**Sociologies pratiques** n° 20, décembre 2009. Dossier coordonné par I. Moussaoui et F.Granier.

**2009.** *Ecrire la crise. Poétique d'un être médiatique*

**Communication & Langages**, n°, déc.2009. Co- écriture de l'introduction et coordination du dossier avec E.Souchier

**2009** *Hyperpublicitarisation et dépublicitarisation : métamorphoses du discours des marques et gestion sémiotique*. Co-auteur avec Karine Berthelot Guiet.

**Circav**, n° 20, juin 2009. *La publicité d'aujourd'hui. Discours, formes et pratiques*. Ouvrage coordonné par Y. Lebtahi et F. Minot. L'harmattan

**2008** *L'image à l'épreuve : du reflet à l'imagerie*.

**Communication & Organisations**, n° 34, coordonné par A Laborde et N. Soubiale « Les images de l'organisation », décembre 2008.

**2007** *Une approche des représentations du papier dans l'imaginaire marketing : le papier à l'épreuve du multicanal*.

**Communication & Langages**, n° 153, automne. n° 153 Dossier coordonné par K. Berthelot Guiet.

**2005** *Les enjeux relationnels d'une fidélisation de papier : les magazines de marque, entre pratiques et représentations*.

**Communication & Organisation**. Numéro coordonné par A. Laborde « Fidélisation et personnalisation. Les nouvelles formes de relation consommateurs/entreprises". N°27.

**2005** *Les magazines de marque : entre "gestion sémiotique" et cuisine du sens*

**Communication & Langages**. Dossier sur les liens entre journalisme et publicité, coordonné par V.Patrin-Leclère. N° 143.

**2001** *Le contrat de communication " fournisseur d'accès-internautes »*, avec P. Gurviez.

**RAM** (Recherche et Applications en Marketing) Revue de l'Association Française du Marketing, publiée avec le concours du CNRS. Dossier sur le e-marketing.. Vol 16. N° 3, septembre 2001.

## **PRINCIPALES COMMUNICATIONS**

**2011** *La ville comme scène d'énonciation des marques : appropriations, simulations, médiatisations*. IXème Congrès de l' AISV- IASV. Lisbonne, oct. 2011

**2011** « La place des clients dans les reconfigurations de la relation de service. Focus sur la conversation ». Intervention menée dans le cadre une journée d'étude Socio sémiotique de la relation de service organisée par D.Tsala (Université de Limoges) et C. Legris-Desportes (Grets, EDF), octo 2011.

**2010** *Circulations du carré sémiotique*, avec K Berthelot-Guiet

Congrès de la SFSIC, Université de Bourgogne, juin 2010

**2010** *Bibles de marque et chartes graphiques dans la tradition des livres d'emblèmes : rhétorique du « donner à voir » et gestion sémiotique de l'image*.

IXème Congrès de l' AISV- IASV, International Association for Visual Semiotics « Rhétorique du visible. Stratégies de l'image entre signification et communication », Venise, 13-16 avril 2010

**2009** Co-intervention avec Karine Berthelot-Guiet. Université d'Avignon et des Pays du Vaucluse. 16 sept, lors des Rencontres sur *Le geste documentaire et éditorial*. ANR Trameweb, ( Laboratoire Culture & Communication UAPV, Modyco Paris X, Gripic Celsa.Paris-Sorbonne) Traces d'usage et médiations éditoriales dans les grands corpus du Web ANR-06-BLAN-0133

**2009** *Haribo chez les musées : la tentation patrimoniale. Quand les marques deviennent des musées.*

Colloque international, IDETCOM, Université de Toulouse. « Mutations contemporaines des musées : un espace public à revisiter ? » Toulouse, 4-5 juin.

**2008** *Hybridation des média-marques*, avec K Berthelot-Guiet et V. Patrin-Leclère

Colloque International EUTIC 2008 -Lisbonne, octobre 2008.

**2007** « Dire ou ne pas dire : une sémiotique soluble dans le discours commercial ? ». *Représentations de la sémiotique dans le discours marketing : approche d'un corpus de manuels.* Congrès de l'AFS-, Paris, novembre 2007.

**2007** *Le discours médiatique « marqué » : l'intensification de la présence des marques. Les « conso-medias » en ligne.*

Colloque International EUTIC 2007 – Enjeux et usages des TIC, Athènes, novembre 2007.

**2006.** *Une « gestion sémiotique », entre modèles théoriques et pratiques professionnelles : l'exemple des magazines de marque*

XV<sup>ème</sup> congrès de la SFSIC, Bordeaux, mai 2006.

**2006.** *Le téléachat comme valorisation du produit : les marques au péril du discours commercial.*

Intervention lors de la Journée d'étude sur le téléachat : « Le téléachat : dispositifs, pratiques, consommation », Université Paul Verlaine, Centre de recherche sur les médiations, Metz, 17 mars.

**2004** *Le magazine de marque comme outil tactique de médiation pour les entreprises*

Colloque international en SIC « L'organisation média », Université Jean Moulin- Lyon III, Lyon, novembre 2004.

**2003** *Un exemple de bricolage du sens : le magazine de marque*

Colloque « L'individu hypermoderne », organisé par l'ESCP EAP et le laboratoire du changement social (Université Paris 7 Denis Diderot), Paris, septembre 2003.

### 3) PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

Licence : Sociologie de la consommation, Histoire du marketing, Approche des marques

Master 1 : Analyse des discours du marketing, Controverses et rhétorique, Productions médiatiques des marques

Master 2 :

- Master professionnel : Sciences de l'Information et de la Communication et médiations marchandes, SIC, culture et marques, Méthodologie de la recherche
- Master recherche : Pratiques sémiotiques

### 4) AUTRE

Coordination et/ou contribution à des **contrats de recherche** pour des entreprises et agences de communication.

Expertises pour l'INPES pour l'attribution du logo PNNS ( 2007-2009)