



# FRÉDÉRIC BASSO, LAURÉAT D'UN PRIX DE THÈSE DE LA FONDATION RENNES 1

---

le 16 mars 2012

ENS Rennes

**Ancien élève du département Économie-droit-gestion (2003-2007) de l'ENS Cachan - Bretagne, Frédéric Basso s'est vu décerner le 2e prix de thèse de la fondation Rennes 1 pour l'École doctorale Sciences de l'Homme, des Organisations et de la Société parmi les 8 prix remis le 16 mars 2012 par le président de la fondation Vincent Marcatté.**



C'est pour sa thèse de doctorat en sciences de gestion intitulée **"L'incorporation des food imitating products : la métaphore alimentaire des produits d'hygiène entre marketing, santé publique et neurosciences sociales"** qu'il a mené au Centre de recherche en économie et management (CREM), qu'il s'est vu décerner ce prix. **Résumé** : Les Food Imitating Products (FIP) sont des produits d'hygiène corporelle ou domestique qui présentent des attributs alimentaires dans le but d'en enrichir l'expérience de consommation. Cette logique commerciale est également présentée comme une cause potentielle d'ingestions accidentelles en raison de la confusion qu'elle générerait dans l'esprit du consommateur. Pour comprendre les raisons dont procède cette pratique marketing, nous considérons que les FIP reposent sur l'emploi d'une métaphore alimentaire non verbale qui consiste, selon la théorie de la métaphore conceptuelle, à mettre en rapport l'expérience de consommation des produits d'hygiène avec celle de l'aliment. Afin d'examiner si cette métaphore est en mesure de conduire à un défaut de catégorisation du consommateur, nous avons, dans un premier temps, mené une étude de terrain dans un centre antipoison. Nous avons pu apprécier, à partir des échanges téléphoniques enregistrés entre patients et médecins, que l'ingestion accidentelle d'un produit d'hygiène par un consommateur adulte pouvait être le résultat de la similarité créée entre un produit d'hygiène et un aliment par l'emploi d'une métaphore alimentaire non verbale à des fins commerciales. Pour contrôler les facteurs contextuels et personnels néanmoins susceptibles d'influencer la similarité perçue entre un produit d'hygiène et un aliment, nous avons conduit, dans un deuxième temps, une expérimentation en imagerie par résonance magnétique fonctionnelle. Au regard de nos résultats de neuro-imagerie, les sujets ont généré des inférences gustatives à la vue d'un FIP, ce qui confirme, selon l'approche modale de la catégorisation, que des sujets adultes peuvent implicitement catégoriser un produit d'hygiène en aliment. D'un point managérial, cette recherche examine la manifestation d'un « impensé » des pratiques marketing : un produit destiné à enrichir l'expérience de consommation expose le consommateur à un risque. D'un point de vue théorique, cette thèse se présente comme une illustration méthodologique de la mise en œuvre de la théorie de la cognition ancrée en comportement du consommateur.

---

## THÉMATIQUE(S)

Recherche - Valorisation, Vie de l'École

---

## CONTACT

Mise à jour le 23 avril 2012

## À LIRE AUSSI



[Rencontres Suni : Fabrication additive métallique accessible](#)



[Ma Thèse en 180 secondes 2020](#)



[Inauguration de Suni](#)

## SON PARCOURS

---

**Hypokhâgne Lettres et Sciences Sociales (B/L)** (Lycée Thiers, Marseille, 2001, admis en Khâgne)

**Classe préparatoire ENS D1** (Lycée Jean Perrin, Marseille, 2002-2003, major de promotion)

**DEUG de Droit** (Aix-Marseille, 2003, mention assez bien)

**ENS Cachan - Bretagne, département Économie - droit -gestion (D1)** (2003-2007, reçu troisième)

**Magistère en Droit et Gestion des Politiques Européennes**(Rennes 1, 2005, mention assez bien, mémoire en Droit communautaire de l'Économie Sociale)

**Agrégation externe d'Économie-Gestion** (2006, option A/GRH, major du concours)

**Mastère 2 Recherche en Sciences de Gestion**(Nantes, 2007, mention bien, major de promotion, mémoire en Systèmes d'Information)

**Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion** (Rennes 1, 2007-2011, mention très honorable avec les félicitations du jury à l'unanimité)