



DU DESIGN SONORE À L'ACCEPTATION DES OBJETS INTELLIGENTS

« Les choses de l'esprit qui ne sont pas passées par les sens sont vaines » (L. De Vinci, *Miroir de l'Art*)

Alain GOUDEY

ENTREPRENEUR PROFESSEUR CHERCHEUR

09/01 1^{er} cours en étude de marché à INT Management
16/11/07 Soutenance de thèse
2010 Marketing pour ingénieur
4/10/13 ACR avec 2 com.
29/04/14 Conférence TEDx
24/10/14 ACR avec 2 com.
2015 Publication IJRM
29/10/16 Plateau TV BFM
2016 Publication RAM + R. Belk
07/02/17 ThinkEdu
2017 Double prix à NEOMA BS
07/06/18 Plénière EFMD Ideas that inspire
2018 AACSB Innovations that inspire

2002-2006 -
Vacations
d'enseignement

2009 - Majeure
marketing TEMA
2010 - électif
MHT PGE

2015 - Comité
d'innovation
pédagogique

2016 - ExE, 1^{ère}
étude de cas en
réalité virtuelle

2018 - Directeur
Transformation
Digitale

2008 - 1^{er} article
sur perceptions
sensorielles

2011 - 1^{er} article
sur le digital

2013 - Création
de SPoC, projets
Robosanté 1&2

2015 - Projet
Humatech

2017 - Projet
Vista-AR

2018 - Etude
d'impact sur la
réalité virtuelle

Perceptions sensorielles et comportement du consommateur

Axe digital et acceptation des objets intelligents

1998-2001

2002-2007

2008

2011

2013

2015

2016

2017

2018

atoo
media

NEOMA
BUSINESS SCHOOL
REIMS - ROUEN - PARIS

SPoC

université
evry | université
PARIS-SACLAY

Institut Mines-Télécom
Business School | DAUPHINE
UNIVERSITÉ PARIS | PSL

À LA RECHERCHE D'UN IMPACT SOCIAL

127
Contributions
intellectuelles

-  10 articles de recherche
-  9 conférences à comité de lecture
-  1 ouvrage
-  5 chapitres d'ouvrage
-  9 conférences et tables rondes
-  1 cas pédagogique en VR
-  19 conférences en entreprise
-  19 articles de presse et web
-  54 interviews et citations dans la presse



PERCEPTIONS SENSORIELLES

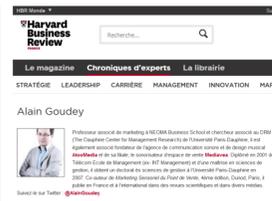
Impact de la musique sur l'image de marque évoquée



Stratégies sonores de la marque

Musique et lieux

Musique et lieux anxiogènes



Tempo	Timbre		
	Violon	Flûte	Piano
Tempo lent	Majestueux, aérien, calme Ex. : Air France	Nature, zen, détente Ex. : Yves Rocher	Eau, aquatique, zen, calme Ex. : Aquaform
Tempo rapide	Dynamisme Ex. : Darty	Dynamisme, santé Ex. : Danone	Dynamisme, mouvement, eau Ex. : Evian

G. Bonnin, A. Goudey / Journal of Retailing and Consumer Services 19 (2012) 637–643

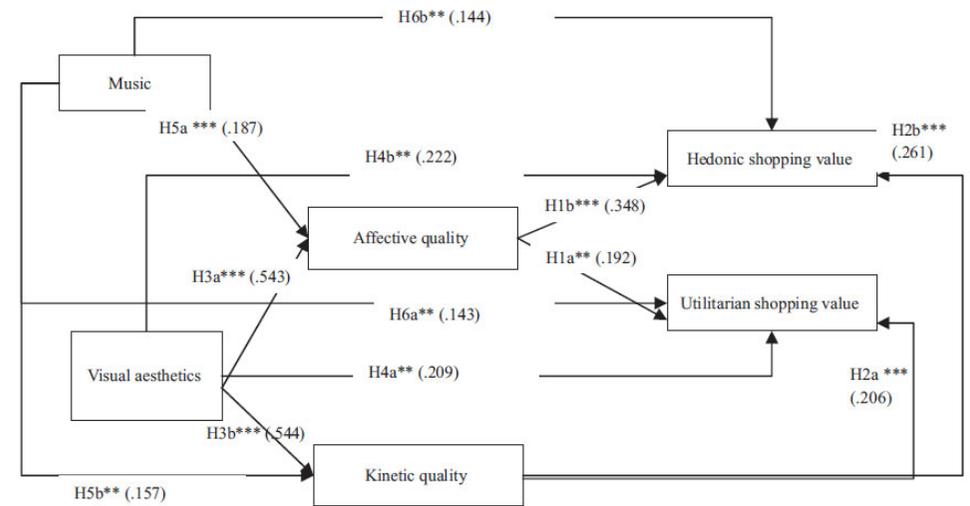


Fig. 2. Diagram of structural model (***: $p < 0.001$, **: $p < 0.05$).

ACCEPTATION DES OBJETS INTELLIGENTS



Le magasin digitalisé



Acceptation des objets intelligents

Acceptation par les seniors



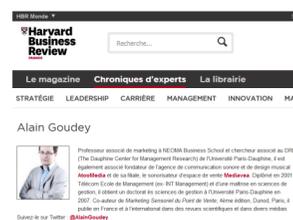
Acceptation dans les foyers



Ambivalence

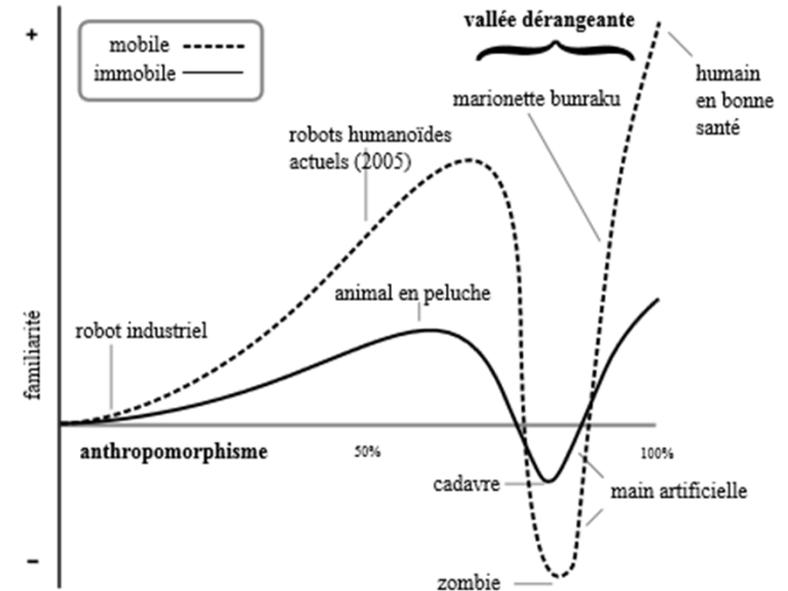


Impact de l'expérience online

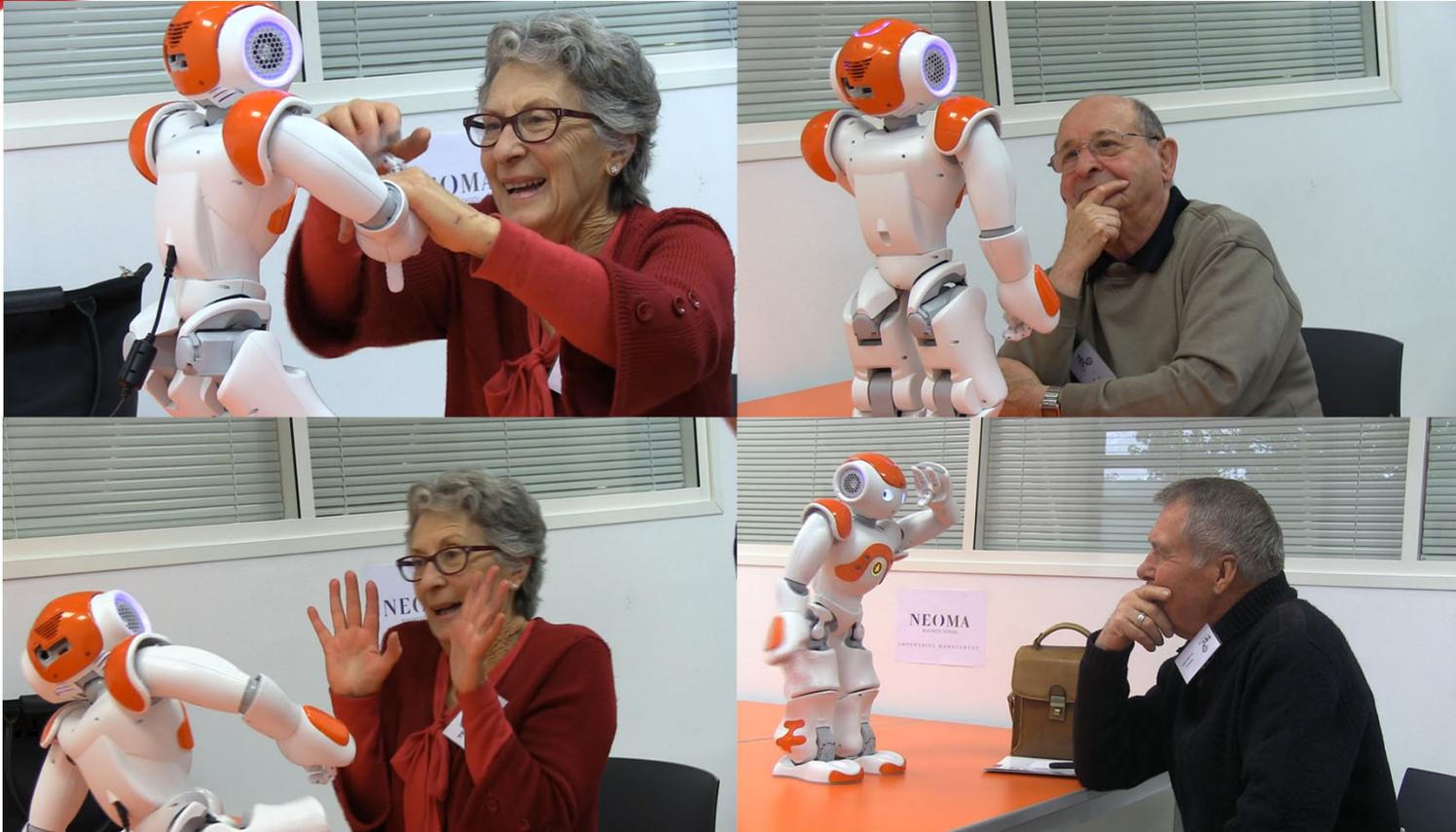


La vallée de l'étrange

(Mori, 1970, 2012)



ACCEPTATION DES OBJETS INTELLIGENTS



*Approche ethnographique :
100 entretiens qualitatifs (80
France, 20 Kazakhstan),
observations, immersion (6
mois avec une personne âgée
dépendante), netnography*

Film Bonnin G., Goudey A., Bakpayev M. (2014) « Meet The Robot », EMAC / ACR -
<https://www.youtube.com/watch?v=6Xt2POtfi5I>

ACCEPTATION DES OBJETS INTELLIGENTS

Article

Un objet intelligent doit-il avoir l'air humain? Etude de l'impact de l'anthropomorphisme d'un robot compagnon sur son acceptation

Alain Goudey
NEOMA Business School, Institut Smart Product & Consumption, Reims Cedex, France

Gaël Bonnin
NEOMA Business School, Institut Smart Product & Consumption, Reims Cedex, France

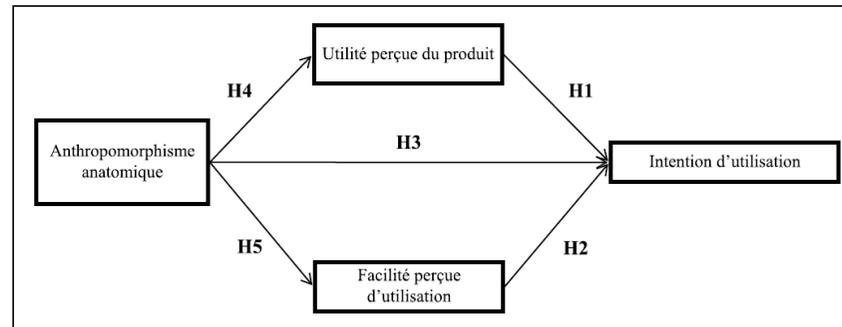
Résumé
Les produits intelligents devraient occuper une place centrale dans la vie des consommateurs au cours des prochaines années. Proches de l'humain par leur «intelligence», doivent-ils aussi ressembler physiquement à des humains? L'objectif de cette recherche est de tester l'impact de l'anthropomorphisme anatomique d'un produit intelligent, le robot compagnon, sur son acceptation mesurée par l'utilité perçue, la facilité d'utilisation et l'intention d'utilisation. Les résultats de notre étude montrent que, contrairement aux principaux résultats des recherches antérieures, l'apparence humaine du robot compagnon ne favorise pas son acceptation par le consommateur. Nous montrons en revanche qu'un anthropomorphisme partiel favorise l'acceptation pour les personnes ayant une familiarité pratique avec une technologie proche (le smartphone) alors qu'elle la dégrade dans le cas contraire. Nos résultats mettent au jour les difficultés d'étendre les résultats des travaux menés en marketing sur l'impact de l'anthropomorphisme. Ils soulignent, par ailleurs, l'importance d'intégrer l'apparence dans les modèles d'acceptation. Ils témoignent également du rôle de l'expérience avec des produits proches du produit nouveau dans l'impact de l'apparence de ce dernier. Enfin, nous mettons en évidence le rôle du processus de catégorisation dans l'impact de l'apparence.

Mots-clés
anthropomorphisme, robot compagnon, apparence, anatomie, TAM, acceptation

Auteur correspondant:
Alain Goudey, NEOMA Business School, Institut Smart Product & Consumption, 59 rue Pierre Taittinger - BP302, 51061 Reims Cedex, France.
Email: alain.goudey@neoma-bs.fr

RAM

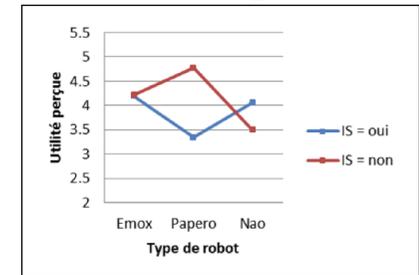
Recherche et Applications en Marketing
2016, Vol. 31(2) 3-22
© Association Française de Marketing, 2016
Reprints and permission:
sagepub.com/journalsPermissions.nav
DOI: 10.1177/0777707115617914
ram.sagepub.com
SAGE



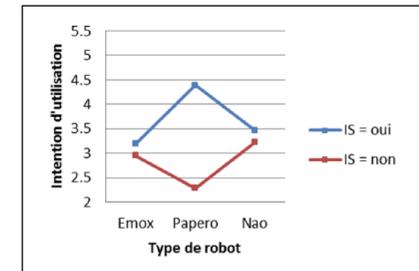
Plan expérimental auprès de 172 personnes

Une apparence humaine n'augmente pas l'adoption

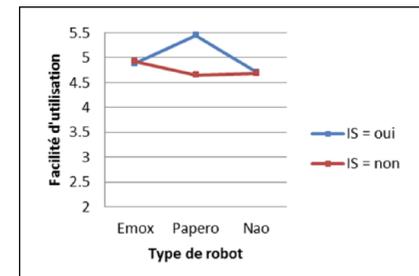
L'impact de la forme varie en fonction de la pratique antérieure d'une technologie similaire



Graphique 3. Effet d'interaction de l'anthropomorphisme anatomique et l'IS sur l'utilité perçue.



Graphique 4. Effet d'interaction de l'anthropomorphisme anatomique et l'IS sur l'intention d'utilisation.



Graphique 5. Effet d'interaction de l'anthropomorphisme anatomique et l'IS sur la facilité d'utilisation.

PERSPECTIVES DE RECHERCHE

The fear of artificial intelligence has even reached the UN, where a group billing itself the Campaign to Stop Killer Robots met with diplomats last year.

Un robot-acteur demande le statut d'intermittent du spectacle

“Hawking warned that AI “could spell the end of the human race” and Musk said it represents “our biggest existential threat”.

Apple, Microsoft, and Google vie for control of artificial intelligence market

Faut-il de nouvelles lois pour les robots?

The dawn of artificial intelligence

Powerful computers will reshape humanity's future. How to ensure the promise outweighs the perils

May 9th 2015 | From the print edition

The Economist

FT Financial Times
Here's why history offers little comfort about the future of the labour market if robots start taking our jobs:

LA RUPTURE SOCIO-TECHNOLOGIQUE LA PLUS IMPORTANTE DEPUIS LA DEUXIÈME RÉVOLUTION INDUSTRIELLE (PORTER AND HEPPELMANN, 2014, 2015)

FINANCIAL TIMES

January 10, 2016 12:57 pm

Business schools no longer relevant in the age of automation



Tourcoing: ils testent des objets intelligents pour plus d'autonomie

Would you bet against sex robots? AI 'could leave half of world unemployed'

Scientist Moshe Vardi tells colleagues that change could come within 30 years, with few professions immune to effect of advanced artificial intelligence

« On devrait traiter la Silicon Valley avec la même suspicion que Wall Street »

MANAGEMENT
([HTTP://KNOWLEDGE.WHARTON.UPENN.EDU/TOPI](http://knowledge.wharton.upenn.edu/topic/management/))

Can a Robot Be Your Boss?

Sep 10, 2014
Human Resources
North America

Comment s'assurer que les robots seront gentils avec nous?

Reposté par Vincent Manilève · Science & santé · 08.04.2015 - 10 h 58 · mis à jour le 08.04.2015 à 11 h 07

Le Point International

Les robots intelligents arrivent, menaçant des millions d'emplois

Les voitures autonomes vont détruire des millions d'emplois

Reposté par Eric Lasser · Économie · Tech & Internet · 14.05.2015 - 8 h 29 · mis à jour le 14.05.2015 à 8 h 30

theguardian

PERSPECTIVES DE RECHERCHE

PAPER GEEK

Tendances | Bons plans | Star Wars | iPhone X | Sécurité

Accueil / Science / Vidéo : un robot obtient la nationalité saoudienne et tacle Elon Musk sur les dangers de l'IA

Vidéo : un robot obtient la nationalité saoudienne et tacle Elon Musk sur les dangers de l'IA

PAR DAVID LE 27 OCTOBRE 2017

f G+ t in

Le tout premier robot au monde à jouir du statut de citoyen d'un pays a tenu un discours dans lequel il tacle Elon Musk sur le danger que représente l'IA pour l'humanité. Se présentant sous une apparence féminine, le robot Sophia a été développé il y a quelques années par la société Hanson Robotics, basée à Hong-Kong.



Dr Laurent Alexandre

 55.4K FANS	 120 ABONNÉS
 5.5K FOLLOWERS	 40 ABONNÉS

LA GUERRE DES INTELLIGENCES

Intelligence Artificielle
versus
Intelligence Humaine

PERSPECTIVES DE RECHERCHE

2,262 views | Nov 6, 2018, 01:39pm

Okay, Google, Will Voice Be The Future Of Search?



Nicole Martin Contributor
AI & Big Data
I write about technology, data and privacy.

f
t
in



The future of voice search, Google Home.

Last week I was at my desk zoned out on a project and thinking about grabbing some food, so as I would at home, I said: "Ok Google, where is the nearest lunch place?"

I very quickly realized I was not in my living room, there was no Google home and I was talking to myself. This got me thinking, will

Already a print subscriber? [Register here](#) for unlimited digital access. Need help? Call 702-383-0400 from 6am to 5pm PT.

Home >> Business >> Conventions >> CES

CES 2019: The future of cars is voice operated, has touch screens



People photograph a car before a Byton news conference at CES International. Sunday, Jan. 6, 2019, in Las Vegas. (AP Photo/John Locher)

FUTURS PROJETS DE RECHERCHE

- “Impact of Internet shopping value on consumer expectations of future in-store experience”, soumis à la revue International Journal of Retail and Distribution Management (*HCERES : B, FNEGE : 3, CNRS : 3, ABS : 2*)
 - Seconde révision en cours
- “The effect of sensory stimulation on rumination and its consequences”
 - Suite aux retours, nouvelle collecte prévue pour améliorer et viser un top journal
- “Voice of a smart product and acceptance: the case of robot vacuum cleaner”
 - À soumettre à JBR (*HCERES : A, FNEGE : 2, CNRS : 2, ABS : 3*)
- “Assemblage-based model of technology adoption: robots and seniors”
 - À soumettre à JPIM (*HCERES : A, FNEGE : 1, CNRS : 1, ABS : 4*)

Théorie de l'action raisonnée

(Fishbein et Ajzen, 1975)

Approche qualitative

Théorie de la rumination

(Martin et Tesser, 1989)

(Debenedetti et Gomez, 2006)

Plan expérimental

Technology Acceptance Model

(Davis et al., 1989)

Plan expérimental

Théorie de l'assemblage

(De Landa, 2006)

Ethnographie

ET APRÈS ?

- **HumaTech**

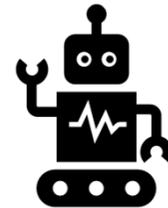
- Développement d'une solution nouvelle et test expérimental pour le bien vieillir
- Question de recherche sous jacente : acceptation par les seniors de l'objet intelligent et de l'IA

- **Réalité virtuelle**

- Déploiement à grande échelle d'études de cas en réalité virtuelle
- Question de recherche sous jacente : impact de la virtualisation sur les processus cognitifs (mémorisation, attention, etc.)

- **Autres projets académiques en cours :**

- Impact de la marque sur l'acceptation des objets intelligents
- Le rôle du genre sur l'acceptation des objets intelligents
- L'acceptation organisationnelle du robot de télé-présence dans une grande entreprise



ETRE DIRECTEUR DE THÈSES

Le Monde

Consulter
le journal

Se connecter

ACTUALITÉS ▾

ÉCONOMIE ▾

VIDÉOS ▾

OPINIONS ▾

CULTURE ▾

M LE MAG ▾

SERVICES ▾

campus



Compé
scientif

Quand la relation avec son directeur de thèse vire au cauchemar

ture
orit

Les garde-fous universitaires destinés à détecter et régler les situations de conflits entre directeurs de recherche et doctorants peinent à être efficaces. Cinq jeunes chercheurs témoignent.

Par Alice Raybaud · Publié hier à 14h34, mis à jour hier à 20h39

Lecture 5 min.

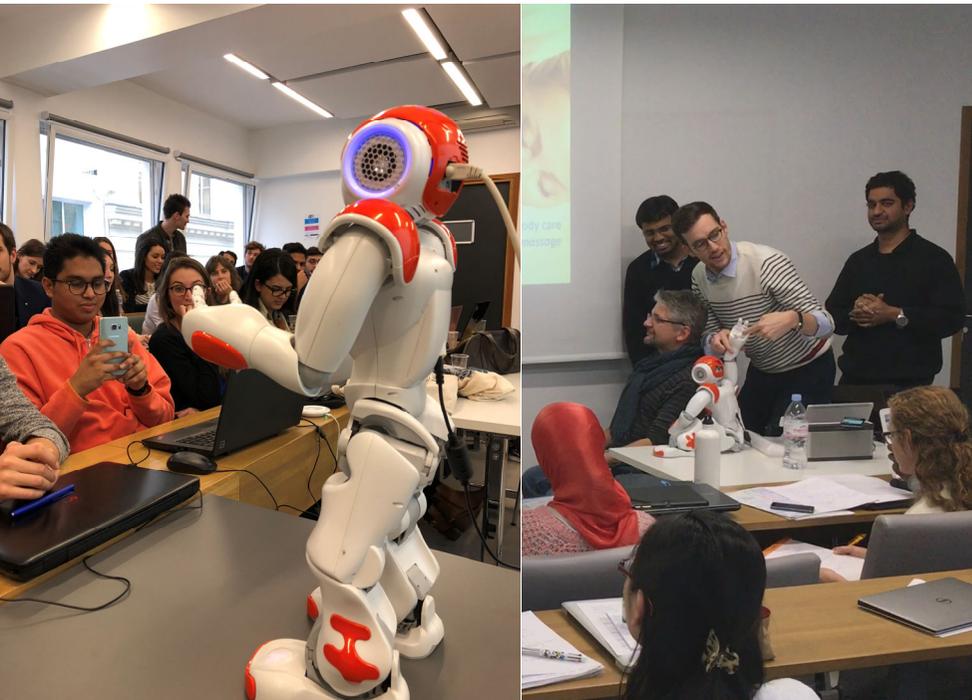
Cadres théoriques

Article réservé aux abonnés

Passeur d'idées
entre le monde
scientifique et
managérial



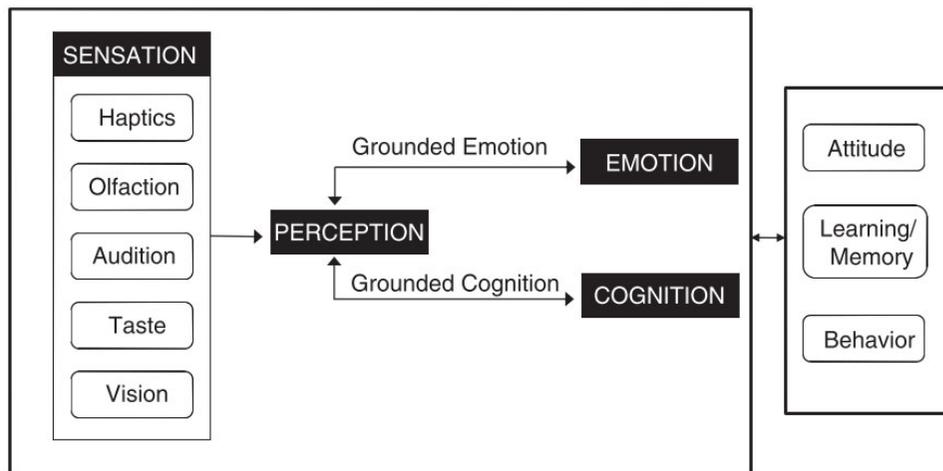
« Ne laissez pas le bruit de l'opinion des autres étouffer votre voix intérieure. (...) Ayez le courage de suivre votre cœur et votre intuition. Ils savent déjà ce que vous voulez vraiment devenir. » (S. Jobs)



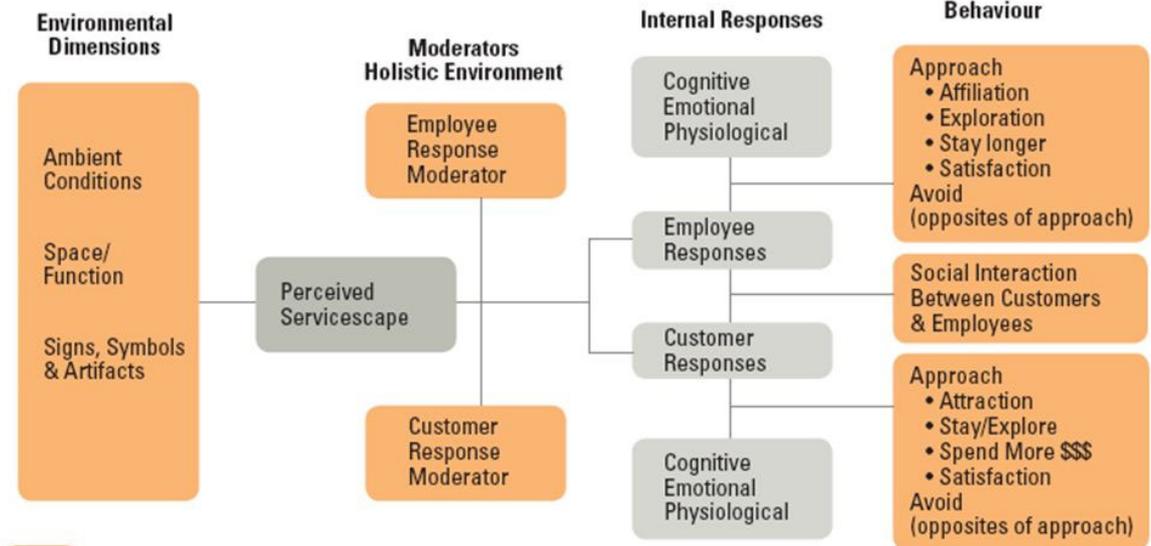
« L'opinion qui survit aux tests et qui rejoint l'accord de la communauté des chercheurs après avoir été largement discutée et passée au crible de la critique, cette opinion peut être considérée comme vraie et réelle. » (C. Peirce)

ANNEXES

An Integrative Framework: Bitner's Servicescape Model (1) (Fig. 10.7)



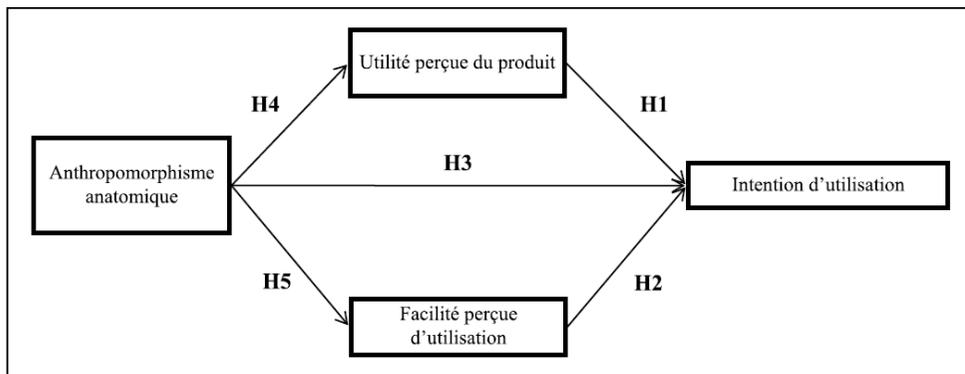
Krishna A. (2012), An integrative review of sensory marketing: Engaging the senses to affect perception, judgment and behavior, *Journal of Consumer Psychology*



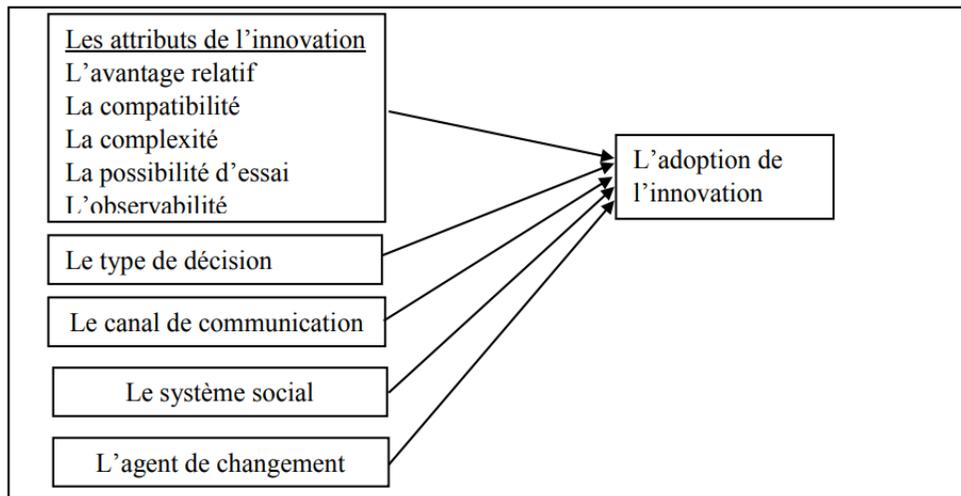
SOURCE

Bitner, M.J. (1992) Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56 (April), pp. 57-71.

TAM



TDI



UTAUT2

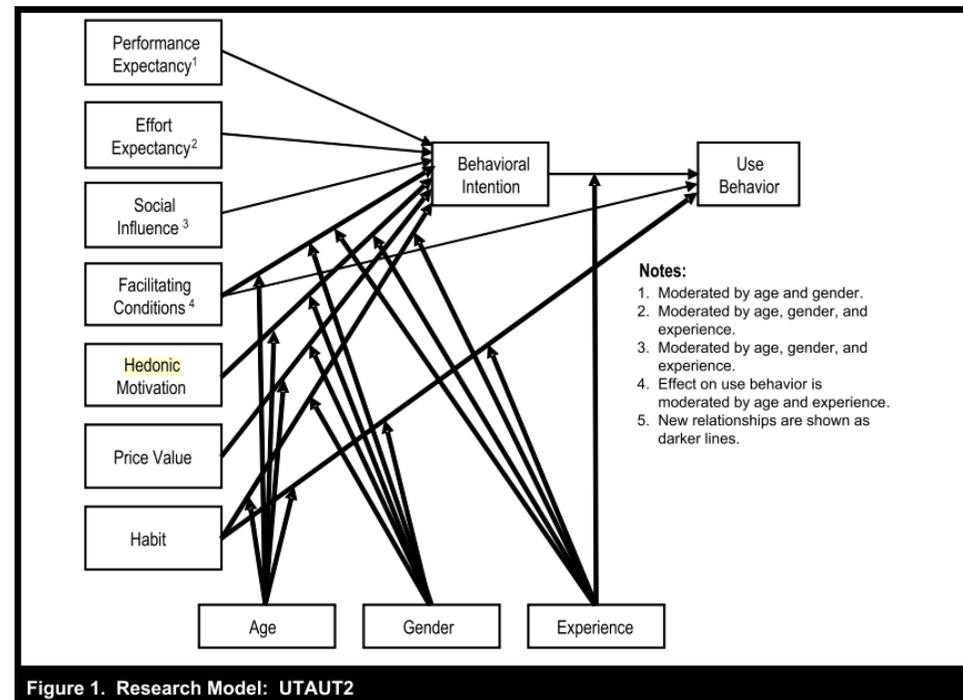


Figure 1. Research Model: UTAUT2