

# Dopage et image de marque

Numéro de la fiche : OPR-427

## Sommaire

### DIRECTRICE/DIRECTEUR DE RECHERCHE

David Pavot, Professeur - Département de  
marketing

### Renseignements

[david.pavot@usherbrooke.ca](mailto:david.pavot@usherbrooke.ca)

### UNITÉ(S) ADMINISTRATIVE(S)

École de gestion  
Département de marketing

### CYCLE(S)

2e cycle  
3e cycle  
Stage postdoctoral

## Description du projet

Depuis l'instauration de l'Agence mondiale antidopage en 1999 et l'adoption du code mondial antidopage en 2003, le narratif développé pour prévenir le dopage a été la sanction du sportif. Or, force est de constater que ce discours peine à convaincre et se heurte à plusieurs limites.

Le présent projet vise à analyser la question du dopage sous l'angle de l'image de marque. En effet, le sport professionnel, ainsi que les sportifs et les institutions sont aujourd'hui devenues des marques. Les montants investis par les grands commanditaires sont aussi importants. Dès lors, un projet visant à mesurer l'impact d'un cas de dopage sur l'image de marque peut contribuer à réviser ce narratif. Le projet pourrait se concentrer sur certains aspects comme celui du sportif suspecté de dopage ou encore celui de ses commanditaires. On pourrait aussi imaginer une étude sur l'image de marque de l'Agence mondiale antidopage.

Les étudiants seront intégrés à la Chaire de recherche sur l'antidopage dans le sport.

## Discipline(s) par secteur

### Sciences sociales et humaines

Marketing

## Financement offert

Oui

Jusqu'à 48000 \$ sur 2 ans. À discuter  
pour années suivantes selon besoins et  
ressources de la chaire

La dernière mise à jour a été faite le 13 janvier 2020. L'Université se réserve le droit de modifier ses projets sans préavis.