

Curriculum vitae

Olivier Badot

Distinctions

Chevalier dans l'Ordre National des Palmes Académiques

Fellow of the Royal Society of Arts (Arts, Manufacture and Commerce), Londres

Membre de l'Académie des Sciences Commerciales, Paris

Lauréat de l'« Award of the XIème International Trends Conference », Venise, Janvier 2012.

Lauréat du **Prix du meilleur ouvrage 2017 en distribution** (Jury académique et professionnel, Colloque Etienne Thil/Fédération du Commerce Associé et Coopératif)

Lauréat du **Prix du meilleur ouvrage en management 2018** (Fondation Nationale pour l'Enseignement de la Gestion des Entreprises et European Foundation For Management Development)

Activités professionnelles

Directeur scientifique de la Chaire ESCP « Retailing 4.0 » (2016-aujourd'hui), créée, en janvier 2016, à travers le mécénat du groupement E.Leclerc puis du Cabinet Bearing Point, pour produire et diffuser des recherches sur la prospective du commerce et de la distribution auprès des communautés scientifiques, académiques et professionnelles.

Doyen élu (associé à la recherche), ESCP Europe (2011-2017) ; élu au premier tour à l'occasion de deux mandats. Définition de la stratégie de recherche dans le cadre d'une vision partagée ; mise en œuvre de la stratégie de recherche ; mise en œuvre d'un système de pilotage et d'évaluation de la recherche ; développement d'un dispositif de *coaching* méthodologique et d'accompagnement à la publication scientifique et à la soumission de projets de recherche ; définition d'un cahier des charges pour un système d'information centralisé de la recherche et pilotage de sa mise en œuvre ; évaluation scientifique de l'activité de recherche de chaires ; accompagnement de candidatures et gestion de programmes de financements externes de la recherche (ANR, UE, etc.) ; élaboration (dimension recherche) de dossiers d'accréditation, d'audit et de validation de diplômes (CEFDG, Cour des Comptes, CCIP, AACSB, EQUIS, partenaires étrangers, ANR, AERES, etc.) ; membre du Comité de pilotage des Labex de la Comue heSam ; etc.

Professeur, depuis le 1er janvier 1998 ; **Professeur associé**, du 1er janvier 1994 au 31 décembre 1997 ; **Professeur assistant**, du 1er septembre 1990 au 31 décembre 1993 ; enseignant vacataire, de 1986 à août 1990 à l'**ESCP Business School**, école supérieure de gestion de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris implantée à Berlin, Madrid, Londres, Turin et Paris. Chargé de l'axe « distribution ».

Professeur des Universités associé à l'Université de Caen (I.A.E.).

Directeur de recherche au NIMEC/IAE, Université de Caen-Basse Normandie (depuis 2001).

Membre du Conseil d'Administration de la Société Française de Management (depuis 2013).

Membre du Jury d'agrégation « Economie-Gestion » (2024-2028).

Expert scientifique auprès du Natural Sciences and Engineering Research Council of Canada (2024).

Expert scientifique auprès de la Commission d'Evaluation des Formations et Diplômes de Gestion, Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche (2016)

Expert scientifique auprès de l'Agence Nationale de la Recherche (depuis 2012)

Expert (spécialisé en consommation et distribution), Association Progrès du Management (depuis 1999).

Membre qualifié de la Commission des Comptes Commerciaux de la Nation (depuis 2011).

Membre qualifié de la Commission Nationale de Concertation du Commerce (2016-2021).

Membre du Comité d'Orientation de la Fabrique de la Cité (depuis 2016).

Membre du Comité scientifique du Comité d'Experts du Centre National des Centres Commerciaux (2016-2021).

Activités académiques

Niveau doctoral

Directeur de recherche, membre de l'école doctorale de l'Université de Caen.

Membre du Conseil d'administration de l'Ecole Doctorale de Management Panthéon-Sorbonne (2011-2017).

Co-président du Colloque Doctoral de l'International Marketing Trends Conference, Venise, 2012.

Président du Colloque Doctoral du 22^{ème} Colloque international Etienne Thil, Paris, 9-11 Octobre 2019.

Membre du Colloque Doctoral de l'Association Française de Marketing (2008, 2009).

Président du Jury de la thèse de Doctorat en Sciences de Gestion de l'Université de Bourgogne de M. Hassan el Aouni intitulée « La théâtralisation des points de vente : évaluation du décalage entre les intentions stratégiques des détaillants et les perceptions des clients » soutenue le mardi 21 novembre 2006 à l'Université de Bourgogne, Dijon.

Président du Jury de la thèse de Doctorat en Sciences de Gestion et Système d'Information de l'Institut National des Télécommunications et de l'Université d'Evry-Val d'Essonne de M. Philippe Van Berten intitulée « Systèmes d'information et gestion des organisations : apport de la connaissance-client dans la grande distribution, études de cas » soutenue le 22 mai 2007 à l'INT, Evry.

Président du Jury du Diplôme d'Habilitation à Diriger des recherches en Sciences de Gestion de l'Université de Caen de Madame Catherine Allix-Desfautaux intitulée « La franchise : ses dimensions politiques, stratégiques et commerciales » soutenue le 23 novembre 2007 à l'IAE de Caen-Basse Normandie, Caen.

Président du Jury du Diplôme d'Habilitation à Diriger des recherches en Sciences de Gestion de l'Université de Nantes de Monsieur Jacques Digout sous la coordination des Professeurs Jean-Marc Décaudin et Jean-François Lemoine et soutenue le jeudi 26 juin 2008 à Nantes.

Président du Jury de la thèse de Doctorat en Anthropologie Sociale de la Faculté des Sciences Humaines et Sociales de La Sorbonne (Université René Descartes-Paris V) de M. Fabrice Clochard intitulée « La voiture. Un regard socio-anthropologique sur le rapport à l'objet automobile » soutenue sous la direction du Professeur Dominique Desjeux, le mercredi 26 novembre 2008 à l'Université René Descartes, Paris.

Président du Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion de l'Université de Nantes de Mme Fatma Choura Abida intitulée « Efficacité publicitaire sur Internet : étude de l'impact des caractéristiques de l'animation des bannières sur les réponses cognitives, affectives et conatives des Internauts » soutenue sous la direction des Professeurs Jean-François Lemoine et Ahmed Ben Hamouda, le jeudi 28 mai 2009 à l'Institut d'Economie et de Management de Nantes-IAE, Nantes.

Président du Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion de l'Université de Caen-Basse Normandie de Madame Alice Sohler intitulée « Le rôle de l'expérience vécue et de ses antécédents sur la satisfaction envers un spectacle vivant : le cas des festivals rock » soutenue à Caen le 1er décembre 2010 sous la direction du Professeur Joël Brée.

Président du Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences de gestion de l'Université du Havre de Monsieur Philippe Bouchara « La fonction achats entre intégration stratégique et différenciation opérationnelle : le cas de l'industrie pharmaceutique » soutenue le 17 décembre 2010 à l'Institut Supérieur d'Etudes en Logistique de l'Université du Havre sous la direction du Professeur Charles-Henri Fredouet (mention : Grade de Docteur avec la mention très honorable).

Président du Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences de gestion de l'Université Paris 1-Panthéon Sorbonne de Monsieur Régis Kpossa « L'influence de la situation d'achat sur le comportement du consommateur. Une approche modérée par la sensibilité au prix du consommateur » soutenue le 10 novembre 2011 à l'ESCP Europe sous la direction du Professeur Jean-François Lemoine (mention : Grade de Docteur avec la mention très honorable, grade maximal dans l'Ecole Doctorale en Management « Panthéon-Sorbonne »).

Président du Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences de gestion de l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales de Paris de Monsieur Alexandre Schwob « Une approche structurationniste de l'activité de consommation ordinaire : les expériences et la construction du soi des consommateurs dans les forums de discussion en ligne » soutenue le 2 décembre

2011 à HEC sous la direction des Professeurs Eve Chiapello et Kristine de Valck (mention : Grade de Docteur avec la mention très honorable et la proposition pour le Prix de thèse de la Fondation HEC, grade maximal dans l'Ecole Doctorale « Sciences du Management/GODI »).

Président du Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences de gestion de l'Université Paris 1-Panthéon Sorbonne de Monsieur Achraf Sellami « L'influence des variables situationnelles sur les réactions et les choix du consommateur lors de l'achat d'un produit nouveau : effets de l'environnement social et de la définition des rôles » soutenue le 25 avril 2012 à l'ESCP Europe sous la direction du Professeur Jean-François Lemoine (mention : Grade de Docteur avec la mention très honorable, grade maximal dans l'Ecole Doctorale en Management « Panthéon-Sorbonne »).

Président du Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences de gestion de l'Université Toulouse 1 Capitole de Madame Fatim-Zohra Benmoussa intitulée « La dimension sensible de l'expérience de consommation : une approche phénoménologique de l'expérience de cuisine » soutenue à Toulouse, le 12 juillet 2013 sous la direction du Professeur Jean-Marc Decaudin.

Président du Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences de gestion de l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne de Madame Thi Thu Dang intitulée « Les facteurs explicatifs de l'utilisation de la carte bancaire au Vietnam » soutenue à Paris, le 20 septembre 2013 sous la direction du Professeur Jean-François Lemoine.

Président du Jury de de l'Habilitation à Diriger des Recherches de l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne de Monsieur Oleg Curbatov soutenue à Paris le 18 octobre 2013 sous la direction du Professeur Jean-François Lemoine.

Président du Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences de gestion de l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne de Madame Emna Cherif intitulée « Les agents virtuels anthropomorphes et la relation-client : effets du langage verbal et non-verbal de l'agent virtuel sur les perceptions et les réactions des internautes » soutenue à Paris, le 25 novembre 2014 sous la direction du Professeur Jean-François Lemoine.

Président du Jury de l'Habilitation à Diriger des Recherches de l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne de Madame Valérie Moatti intitulée « Jeux et enjeux des frontières en management stratégique : déplacement, dépassement et porosité des frontières » soutenue à Paris le 2 mars 2015 sous la direction du Professeur Jean-François Lemoine.

Président du Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion de l'Université Abdelmalek Essadi de Tanger de Madame Bouchra Khairi intitulée « Comportement de consommateurs vis-à-vis des produits terroirs. Cas de la consommation de dattes » soutenue à Tanger le 25 Février 2017 sous la direction du Professeur Nouredine Belhsen.

Président du Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion de l'Université de Poitiers de Madame Nathalie Barbier Nicol intitulée « Comprendre l'expérience de magasinage vécue par les enfants. Une approche par les "shopsapes" auprès d'enfants de 4 à 12 ans » soutenue à Angoulême le 5 Mai 2017 sous la direction du Professeur Inès de la Ville.

Président du Jury de la thèse de Doctorat en Administration des Affaires de l'Ecole Supérieure des Affaires de Beyrouth de Monsieur Ali Jammoul intitulée « Factors that affect the WEB adoption by B2B salespeople. The case of Lebanon » soutenue à Beyrouth le 17 Juin 2017 sous la direction du Professeur Jean-François Lemoine.

Président du Jury de la thèse de Doctorat *ès Sciences de Gestion* de l'Université de Rennes 1 de Madame Martine Thévenet Deparis intitulée « L'expérience de magasinage sous l'influence du smartphone : une application au secteur de la chaussure » soutenue à Rennes le 13 Novembre 2017 sous la direction du Professeur Gérard Cliquet.

Président du Jury de la thèse de Doctorat *ès Sciences de l'Information et de la Communication* de l'Université Bourgogne Franche-Comté de Monsieur Bernard Barberi intitulée « La normalisation de l'information comptable : approche critique et iconoclaste des normes comptables » soutenue à Paris le 5 Décembre 2018 sous la direction du Professeur Pascal Lardellier.

Président du Jury de la thèse de Doctorat *ès Sciences de Gestion* de l'Université de Paris 1 Panthéon-Sorbonne de Monsieur Yonathan Roten intitulée « Sharing a Screen While Shopping. Understanding the motivations and mechanisms of screen-sharing. An application to shop assistants-customers interactions » soutenue à Paris le 29 Janvier 2019 sous la direction du Professeur Régine Vanheems.

Rapporteur dans le Jury de la thèse de Doctorat en Anthropologie sociale de l'Université Paris V-René Descartes de M. Pascal Hug intitulée « Entreprendre pour des migrants d'Afrique subsaharienne à Paris. Logiques d'entrée en affaires et stratégies de management de l'entourage proche et lointain. Les cas de la restauration et de la sécurité privée » soutenue le mercredi 4 décembre 2002 sous la présidence du professeur Jean Copans.

Rapporteur dans le Jury de la thèse de Doctorat en Sciences de Gestion de l'Université de Bourgogne de M. Bertrand Belvaux intitulée « Recherche d'information et achat dans un environnement multi-canal. Le cas du « click-and-mortar » » soutenue le vendredi 17 décembre 2004 à l'Université de Bourgogne, Dijon.

Rapporteur dans le Jury du Diplôme d'habilitation à Diriger des Recherches de M. Jean-Marie Hazebroucq soutenu le samedi 4 juin 2005 à l'Université du Littoral et de la Côte d'Opale, Boulogne sur mer.

Rapporteur dans le Jury de la thèse de Doctorat en Sciences de Gestion du Conservatoire National des Arts et Métiers de M. Paul Lapoule intitulée « Le succès des marques terroir des distributeurs : un modèle par les compétences » soutenue le jeudi 18 janvier 2007 au Conservatoire National des Arts et Métiers, Paris.

Rapporteur dans le Jury de la thèse de Doctorat en Sociologie de l'Université René Descartes-Paris V Sorbonne de Mme Catherine Lejealle intitulée « Les usages du jeu sur le téléphone portable : une mobilisation dynamique des formes de sociabilité » soutenue le vendredi 22 juin 2007 en Sorbonne, Paris.

Rapporteur dans le Jury de la thèse de Doctorat en Sciences de Gestion du Conservatoire National des Arts et Métiers de M. Laurent Tournois intitulée « La création de valeur pour le client : proposition et test d'un modèle orienté marché » soutenue le mardi 10 juillet 2007 au Conservatoire National des Arts et Métiers, Paris.

Rapporteur dans le Jury du Diplôme d'Habilitation à Diriger des recherches en Sciences de Gestion de l'Université de Rouen de Monsieur Eric Rémy sous la coordination du Professeur Joel Brée et soutenue le mardi 18 mars 2008 à l'IAE de Rouen.

Rapporteur dans le Jury du Diplôme d'Habilitation à Diriger des recherches en Sciences de Gestion de l'Université de Rouen de Madame Pascale Ezan sous la coordination du Professeur Joel Brée et soutenue le mercredi 1er octobre 2008 à Rouen.

Rapporteur dans le Jury de la thèse de Doctorat en Sciences de Gestion de l'Université de Bourgogne de Mme Claire Roederer intitulée « L'expérience de consommation : exploration conceptuelle, méthodologique et stratégique » soutenue, sous la direction du Professeur Marc Filser, le jeudi 27 novembre 2008 à l'Université Panthéon-Assas (Paris II), Paris.

Rapporteur dans le Jury du Diplôme d'Habilitation à Diriger des recherches en Sciences de Gestion de l'Université de Paris XII-Créteil de Monsieur Enrico Colla intitulé « Stratégies et politiques de marketing des entreprises du commerce, canaux de distribution et effets de la réglementation » sous la coordination du Professeur Suzanne Pontier et soutenu le lundi 9 février 2009 à Créteil.

Rapporteur dans le Jury de la thèse de Doctorat en Sciences de Gestion de l'Université de Bourgogne de Mlle Géraldine Thévenot intitulée « La naturalité marchande perçue et la sensibilité au naturel : apports à l'analyse de la communication persuasive. Application au marché des cosmétiques », soutenue, sous la direction du Professeur Marc Filser, le jeudi 2 juillet 2009 à Dijon.

Rapporteur dans le Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences Sociales de l'Instituto Coppead de Administraçao de l'Université Fédérale de Rio de Janeiro de Madame Roberta Dias Campos « La transmission familiale comme clé de lecture du processus de diffusion des innovations : une approche interprétative et microsociale de l'adoption et de la consommation de produits et services de beauté » soutenue à Rio de Janeiro le 25 août 2010 sous la direction du Professeur Leticia Casotti.

Rapporteur dans le Jury du Diplôme d'Habilitation à Diriger des recherches en Sciences de Gestion de l'Université de Paris I Panthéon-Sorbonne de Madame Nathalie Guichard intitulé « Réponses cognitives et émotionnelles de l'enfant aux actions marketing » sous la coordination du Professeur Jean-François Lemoine et soutenu le 22 septembre 2010 en Sorbonne.

Rapporteur dans le Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion de l'Université Panthéon-Assas de Monsieur Christophe Bèzes intitulée « La congruence perçue des magasins et du site Internet : effets sur le choix du canal d'achat. Le cas de la Fnac » soutenue à Paris le 29 novembre 2010 sous la direction du Professeur Pierre-Louis Dubois.

Rapporteur dans le Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion de l'Université de Bretagne Occidentale de Madame Cécile Arnould-Plaud intitulée « La perte du conjoint chez la personne âgée : expérience de deuil, processus d'affliction et consommation de services de soutien » soutenue à Brest le 6 décembre 2010 sous la direction du Professeur Bertrand Urien.

Rapporteur dans le Jury du Diplôme d'Habilitation à Diriger des recherches en Sciences de Gestion de l'Université de Paris I-Panthéon Sorbonne de Monsieur Philippe Boistel intitulé « Du « gardien de l'image » au manager de la réputation : un chemin à 360° » sous la coordination du Professeur Jean-François Lemoine et soutenu le mercredi 1er février 2011 en Sorbonne.

Rapporteur dans le Jury du Diplôme d'Habilitation à Diriger des recherches en Sciences de Gestion de l'Université de Bourgogne de Madame Laurence Graillot intitulé « Consommation

et production d'expériences dans les environnements hyperréels : une analyse marketing » sous la coordination du Professeur Marc Filser et soutenu le 30 mars 2011 à Dijon.

Rapporteur dans le Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences de gestion de l'Université de Bourgogne de Madame Lydie Belaud « Une approche ergonomique des sites marchands sur Internet : de la perception au comportement des consommateurs » soutenue le 7 octobre 2011 à l'IAE de Dijon sous la direction du Professeur Marc Filser (mention : Grade de Docteur avec la mention très honorable, les félicitations du Jury et la proposition pour un prix de thèse).

Rapporteur dans le Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences de gestion de l'Université de Nantes de Monsieur Nabil El Hilali « L'interaction Design et Marketing : Tension, Collaboration et Perspectives » soutenue le 9 octobre 2012 à l'Université de Nantes sous la direction du Professeur Jean-Pierre Mathieu (mention : Grade de Docteur avec la mention très honorable).

Rapporteur dans le Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion de l'Université de Paris 1 Panthéon-Sorbonne de Madame Afef Ben Zin El Abidine intitulée « Rôle des variables liées au site et à la qualité de l'interaction entre le cyberacheteur et le site marchand sur la confiance, la satisfaction et l'engagement du cyberacheteur » soutenue à Paris le 22 octobre 2012 sous la direction du Professeur Jean-François Lemoine.

Rapporteur dans le Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion de l'Université de Rennes 1 de Madame Laure Sugier intitulée « Le marketing face à ses résistances : une ethnographie des imaginaires et des pratiques de consommation des objecteurs de croissance » soutenue à Rennes le 20 novembre 2012 sous la direction du Professeur Philippe Robert-Demontrond.

Rapporteur dans le Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion de l'Université de Bretagne Occidentale de Madame Gaëlle Moal-Ulvoas intitulée « Influence de la spiritualité des personnes âgées sur leurs motivations à voyager : une approche par la théorie de la géotranscendance » soutenue à Brest le 25 janvier 2013 sous la direction du Professeur Bertrand Urien.

Rapporteur dans le Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion de l'Université Panthéon-Assas de Monsieur Nicolas Swetchine intitulée « L'approche commerciale des Grands Projets : l'apport des théories néo-institutionnelles » soutenue à Paris le 19 avril 2013 sous la direction du Professeur Franck Bournois.

Rapporteur dans le Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion de l'Université Lille 2 de Madame Mélanie Ouvry intitulée « Valeur d'expérience et multi-fréquentation. Le cas des courses alimentaires » soutenue à Paris le 20 juin 2013 sous la direction des Professeurs Patrick Nicholson et Marc Filser.

Rapporteur dans le Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion du Conservatoire National des Arts et Métiers de Madame Elisabeth Lefranc intitulée « Management de l'expérience client. Au-delà des enquêtes satisfaction, la mesure de l'expérience vécue » soutenue à Paris le 26 juin 2013 sous la direction du Professeur Alain Bloch.

Rapporteur dans le Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion de l'Université de Bourgogne de Madame Dominique Lazzaroni-Carry intitulée « La location de l'usage : une interprétation écoresponsable du service ? Cas des biens en partage » soutenue à Dijon le 24 septembre 2013 sous la direction du Professeur Jean-Claude Dandouau.

Rapporteur dans le Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion de l'Université de Rennes 1 de Madame Amélie Bellion intitulée « Une approche sémantique et dialogique de l'innovation en train de se faire, entre co-construction de sens et activisme de la signification : une application au marché des nanotechnologies » soutenue à Rennes le 17 novembre 2014 sous la direction du Professeur Philippe Robert-Demontrond.

Rapporteur dans le Jury d'Habilitation à Diriger des Recherches de l'Université de Montpellier de Monsieur Christophe Bèzes intitulée « Des canaux en interaction aux interactions de canaux » soutenue à Montpellier le 11 Janvier 2016 sous la coordination du Professeur Pierre-Louis Dubois.

Rapporteur dans le Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion du Conservatoire National des Arts et Métiers de Monsieur Jean-Jacques Machuret intitulée « Les facteurs de la performance commerciale en formation professionnelle. Le cas du Néo Formateur Consultant (NFC) » soutenue à Paris le 27 Juin 2016 sous la direction du Professeur Maurice Thévenet.

Rapporteur dans le Jury de la thèse de Doctorat en Administration des Affaires de l'Ecole Supérieure des Affaires de Beyrouth de Madame Rania Abou Anny Chammas intitulée « L'expérience recherchée, un outil de segmentation pour un bien hédonique : le cas des produits vinicoles au Liban » soutenue à Beyrouth le 21 Janvier 2017 sous la direction du Professeur Joël Brée.

Rapporteur dans le Jury de la thèse de Doctorat en Administration des Affaires de l'Ecole Supérieure des Affaires de Beyrouth de Monsieur Bassam Ghazi intitulée « Les facteurs explicatifs de la participation des médecins libanais à la formation médicale continue » soutenue à Beyrouth le 21 Janvier 2017 sous la direction du Professeur Jean-François Lemoine.

Rapporteur dans le Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion de l'Université Abdelmalek Essadi de Tanger de Madame Zineb Berrak intitulée « Les déterminants de la performance commerciale et logistique à l'international. Cas des entreprises exportatrices marocaines » soutenue à Tanger le 25 Février 2017 sous la direction du Professeur Mahmoud Belamhitou.

Rapporteur dans le Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences Sociales de l'Université Paris-Descartes de Monsieur Salah Saleh intitulée « La compréhension du comportement du consommateur des objets de luxe » soutenue à Paris le 27 mars 2017 sous la direction du Professeur Dominique Desjeux.

Rapporteur dans le Jury de la thèse de Doctorat en Administration des Affaires de l'Ecole Supérieure des Affaires de Beyrouth de Madame Ghalia Boustani intitulée « L'influence de l'atmosphère du point de vente sur les réactions des consommateurs : le cas des magasins éphémères » soutenue à Beyrouth le 17 Juin 2017 sous la direction du Professeur Jean-François Lemoine.

Rapporteur dans le Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion de l'Université de Lille de Madame Tiphaine Chautard intitulée « Histoire d'une révolution culturelle de la distribution. De l'omni-canal à l'omni-commerce, une analyse du changement et de sa mise en récit » soutenue à Lille le 28 Novembre 2018 sous la direction du Professeur Isabelle Collin-Lachaud.

Rapporteur dans le Jury d'Habilitation à Diriger des Recherches de l'Université Paris II Panthéon-Assas de Monsieur Jean-Baptiste Welté intitulée « Contribution au rôle des points de vente dans les stratégies marketing : de la production d'un territoire commercial à la relation aux chalands en mobilité » soutenue à Paris le 16 Juin 2020 sous la coordination du Recteur Patrick Hetzel.

Membre du Jury de la thèse de Doctorat en Sciences de Gestion de l'Université Paris-Est Marne-la-Vallée de M. Rodolphe Rosier intitulée « Stratégies et organisations des processus d'exploration : le cas de la pile à combustible chez Axane/Air Liquide » sous la direction du Professeur Gilles Garel et soutenue le mercredi 19 décembre 2007 à Marne-la-Vallée.

Membre du Jury de la thèse de Doctorat en Sciences de Gestion de l'Université de Nantes de M. Jean-Eric Pelet intitulée « Effets de la couleur des sites web marchands sur la mémorisation et sur l'intention d'achat de l'internaute » sous la direction du Professeur Jean-François Lemoine et soutenue le jeudi 26 juin 2008 à Nantes.

Membre du Jury (co-Directeur de thèse avec le Recteur Patrick Hetzel) de la thèse de Doctorat en Sciences de Gestion de l'Université de Paris II de Mlle Adeline Ochs intitulée « Groupage d'enseignes et de points de vente : étude des déterminants et des effets. Le cas des centres commerciaux » soutenue le samedi 28 juin 2008 à Paris.

Membre du Jury (Directeur de thèse) de la thèse de PhD de l'ESCP-EAP de M. Paul McElhone « the determinants for efficient click-and-mortar strategies in terms of customer value and retailer value : the case of the menswear clothing industry in Canada » soutenue le vendredi 11 juillet 2008 à Paris.

Membre du Jury de la thèse de Doctorat en Sciences de Gestion de l'Université de Paris II de Mme Sylvie Hertrich intitulée « Contribution à la communication événementielle : une analyse sémio-contextuelle du Mondial de l'automobile » soutenue, sous la direction du Recteur Patrick Hetzel, le samedi 6 septembre 2008 à Paris.

Membre du Jury (Directeur de thèse) de la thèse de PhD de l'ESCP Europe et de Doctorat ès Sciences de Gestion de l'Université Paris Est de M. Chris Waller « Consumer Preferences and Negotiation Strategy on the Relationship between Salesperson Orientation and Customer Satisfaction. The Case of Purchasing a New Vehicle » soutenue le lundi 6 juillet 2009 à l'ESCP Europe, Paris (mention : Grade de Docteur à l'unanimité sans modification du document. Aucune des deux institutions ne délivrent plus d'autres mentions).

Membre du Jury (Directeur de thèse) de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion de l'Université de Caen (IAE-NIMEC) de Mme Geneviève Dutrait-Poulingue « Historiographie d'une communauté d'experts en management de projet : le Club de Montréal » soutenue le mardi 7 juillet 2009 à l'IAE de Caen-Basse Normandie, Caen (mention : Grade de Docteur avec la mention très honorable et les félicitations du Jury à l'unanimité).

Membre du Jury (Directeur de thèse) de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion de l'Université de Caen (IAE-NIMEC) de M. Max Poulain « La spiritualité dans la consommation. Explorations, mesures et applications à la distribution » soutenue le samedi 14

novembre 2009 à l'ESCP Europe, Paris (mention : Grade de Docteur avec la mention très honorable et les félicitations du Jury à l'unanimité).

Membre du Jury (Directeur et co-directeur de thèse) de la thèse de PhD de l'ESCP Europe et de Doctorat ès Sciences de Gestion du Conservatoire National des Arts et Métiers de Mlle Elisabeth Eglem « Ethnomarketing de la consommation de santé holiste : Les cas de la France et du Brésil » soutenue le mercredi 2 décembre 2009 au Conservatoire National des Arts et Métiers, Paris sous la direction du Professeur Michel Maffesoli de l'Institut Universitaire de France et de La Sorbonne (mention : Grade de Docteur avec la mention très honorable et les félicitations du Jury à l'unanimité).

Membre du Jury (co-directeur de thèse) de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion du Conservatoire National des Arts et Métiers de M. Philippe Jacob « Rôles commerciaux et identité professionnelle dans les firmes multi-projets. Le cas des sociétés françaises d'ingénierie du secteur de la construction » soutenue le mardi 8 décembre 2009 au Conservatoire National des Arts et Métiers, Paris sous la direction du Professeur Jean-Paul Aimetti (mention : Grade de Docteur avec la mention très honorable et les félicitations du Jury à l'unanimité).

Membre du Jury (co-directeur de thèse avec le Recteur Patrick Hetzel) de la thèse de Doctorat ès Sciences de gestion de l'Université Paris II-Panthéon Assas de M. Jean-Baptiste Welté « Les narrations dans le point de vente. Une application au cas du sport » soutenue le samedi 10 juillet 2010 au Centre Bosquet de l'Université Paris II (mention : Grade de Docteur avec la mention très honorable et les félicitations du Jury à l'unanimité).

Membre du Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion de l'Université de Caen-Basse Normandie de Madame Soraya Zouari intitulée « L'activité de shopping entre amies au sein du point de vente : un vecteur de structuration identitaire pour les adolescentes » soutenue à Caen le 1er décembre 2010 sous la direction du Professeur Joël Brée.

Membre du Jury (co-directeur de thèse avec le Recteur Patrick Hetzel) de la thèse de Doctorat ès Sciences de gestion de l'Université Paris II-Panthéon Assas de Mme Nadège Corrion « Anthropologie, ethnologie et ethnographie dans les cabinets de conseil en marketing. Exploration empirique et analyse des pratiques » soutenue le samedi 11 décembre 2010 au Centre Bosquet de l'Université Paris II (mention : Grade de Docteur avec la mention très honorable et les félicitations du Jury à l'unanimité).

Membre du Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences de gestion en co-tutelle de l'Université de Tunis El-Manar et de l'Université de Caen-Basse Normandie de Madame Mariem Elghali Mansouri « L'identification des 8-14 ans à travers la consommation expérientielle des émissions de télé réalité. Le cas de la Star Academy » soutenue le 27 janvier 2012 à Tunis sous la co-direction du Professeur Joël Brée et du Professeur Kaouther Ben Rached Saïed (mention : Grade de Docteur avec la mention très honorable, les félicitations du Jury).

Membre du Jury (Directeur de thèse) de la thèse de Doctorat ès Sciences de gestion de Mlle Julie Leroy intitulée : « Exploration du concept de co-crédation de valeur par le récit ethnomarketing. Le cas de la plateforme collaborative Ecobiz de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Rouen » soutenue le 15 octobre 2012 à l'IAE de Caen-Basse Normandie (mention : Grade de Docteur avec la mention très honorable et les félicitations du Jury et la proposition pour un Prix de thèse).

Membre du Jury (coordinateur) de l'Habilitation à Diriger des Recherches de l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne de Monsieur Michael Haenlein intitulée « La Gestion de la Relation Client dans un monde connecté » soutenue à Paris le 18 novembre 2013.

Membre du Jury (rapporteur) de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion de l'Université Paris-Dauphine de Madame Judith Partouche-Sebban intitulée « Entre prévention et promotion : l'impact de la saillance de mortalité sur le cadrage situationnel en consommation et sur les préférences produits » soutenue à Paris le 2 décembre 2013 sous la direction du Professeur Denis Guiot.

Membre du Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion de l'Université de Caen-Basse Normandie de Madame Emilie Hoellard intitulée « La mise en scène du point de vente : une démarche pour renforcer l'appropriation de l'enseigne par la cible visée » soutenue à Caen le 9 décembre 2013 sous la direction du Professeur Joël Brée.

Membre du Jury d'Habilitation à Diriger des Recherches de l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne de Monsieur Benjamin Morisse intitulée « Le management de la valeur-client dans un contexte de distribution sélective » soutenue à Paris le 13 décembre 2013.

Membre du Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion de l'Université de Paris 1 Panthéon-Sorbonne de Madame Zineb Ben Zakour Chelbi intitulée « Impact des variables culturelles sur l'attitude et sur l'intention d'achat sur un site web marchand : cas des contextes français et tunisiens » soutenue à Paris le 26 février 2014 sous la direction du Professeur Jean-François Lemoine.

Membre du Jury de l'Habilitation à Diriger des Recherches de l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne de Monsieur Benjamin Voyer intitulée « Contributions pour une meilleure compréhension du concept de soi indépendant et interdépendant et de ses applications en Sciences de Gestion » soutenue à Paris le 28 mai 2014.

Membre du Jury (Directeur de thèse) de la thèse de Doctorat ès Sciences de gestion de Mme Flavia Cardoso intitulée : « A multi-sited ethnographic inquiry into the experiences produced and undergone at shopping malls: the cases of malls in Buenos Aires, London, Paris, Rio de Janeiro and Sao Paulo » soutenue le 23 septembre 2014 à l'Université Paris 1-Panthéon-Sorbonne (l'Université ne délivre plus de mention).

Membre du Jury de l'Habilitation à Diriger des Recherches de l'Université d'Angers de Madame Sandra Camus intitulée « De la compréhension de l'authenticité marchande à l'efficacité des stratégies d'authentification » soutenue à Angers le 30 septembre 2014.

Membre du Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion de l'IAE de Paris/Université Paris 1 de Monsieur Philippe Massiera intitulée « Les ressources marketing au sein des PME. Identification des facteurs expliquant leur présence et étude de la performance résultant de leur organisation » soutenue à Paris le 1er juillet 2015 sous la direction du Professeur Jean-Pierre Helfer.

Membre du Jury (co-Directeur de recherche) de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion de l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne de Monsieur Laurent Butery intitulée « Centres Commerçants Urbains et cross-canalité : perspectives théoriques et enjeux pratiques » soutenue à Paris le 12 Décembre 2016 sous la direction du Professeur Jean-François Lemoine.

Membre du Jury (co-Directeur de recherche) de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion de l'Université Panthéon-Assas, Paris 2 de Madame Mathilde Lebrun intitulée « L'influence des crises, événements et accidents de vie sur l'achat et la consommation : une approche ethnomarketing à l'échelle familiale » soutenue à Paris le 30 Janvier 2017 sous la direction du Recteur Patrick Hetzel.

Membre du Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion de l'Université Rennes 1 de Madame Isabelle Dabadie Mounier intitulée « Une approche socio-anthropologique de la consommation collaborative : focus sur les nouveaux rapports à la propriété » soutenue à Rennes le 4 Décembre 2017 sous la direction du Professeur Philippe Robert-Demontrond.

Membre du Jury (Directeur de recherche) de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion de l'ESCP Europe de Madame Ana Vukadin intitulée « Mesure de l'impact de l'artification de l'expérience de magasinage. Perspectives théoriques et enjeux managériaux » soutenue à Paris le 19 Novembre 2018.

Membre du Jury (Directeur de recherche) de la thèse de Doctorat en Administration des Affaires de l'Ecole Supérieure des Affaires de Beyrouth de Madame Rima Saleh intitulée « Sectorial Organization of Home Care. Theoretical Framework and Empirical Analysis. The case of Lebanon » soutenue à Beyrouth le 26 Janvier 2019.

Membre du Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion de l'Université Le Havre Normandie de Monsieur Youssef Tliche intitulée « Performance d'une chaîne d'approvisionnement décentralisée : une approche de prévision collaborative par inférence » soutenue au Havre le 11 Septembre 2020 sous la direction de Madame Béatrice Canel-Depitre et M. Atour Taghipour.

Membre du Jury (Directeur de recherche) de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion de l'Université de Caen de Madame Kawtar Abouhazim intitulée « La marchandisation du mariage : approche ethnographique et recommandations marketing » soutenue à Caen le 24 Septembre 2020.

Membre du Jury du mémoire de fin d'étude de l'Ecole Spéciale d'Architecture de Madame Maylis de Reviers intitulé « Goussainville : faire évoluer un village oublié par l'urbanisation depuis 50 ans », Paris, 2021.

Membre du Jury (Directeur de recherche) de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion de l'ESCP Business School de Madame Amélie Abadie intitulée « Économie organisationnelle des plateformes marchandes orientées consommateur : analyse théorique et expérimentation » soutenue à Paris le 24 Juin 2021.

Membre du Jury (Directeur de recherche) de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion de l'ESCP Business School de Madame Anne-Sophie Clément intitulée « Les dispositifs digitaux territoriaux (DDT) pour le commerce urbain en France. Recension empirique et analyse inductive » soutenue à Paris le 7 Septembre 2021.

Membre du Jury (Directeur de recherche) de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion de l'ESCP Business School de Monsieur Jannsen Santana intitulée « Consuming the Spiritual Market: an ethnography in pilgrimage sites » soutenue à Paris le 21 Février 2022.

Membre du Jury de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion du Conservatoire National des Arts et Métiers de Madame Carisia Ondo intitulée « Bricolage expérientiel comme

démarche de développement de nouvelles pratiques managériales à l'ère du numérique : réalité émergente et/ou de rupture » soutenue à Paris le 28 Juin 2022 sous la direction du Professeur François Silva.

Membre du Jury (Coordinateur) de l'Habilitation à Diriger des Recherches de l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne de Madame Charlon Gaston-Breton intitulée « Le bonheur est dans le prix » soutenue à Paris le 7 Octobre 2022.

Membre du Jury (Directeur de recherche) de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion de l'ESCP Business School de Madame Laura Litre Valentin intitulée « L'expérience du participant dans les lieux de l'événement marchand : contributions empiriques et conceptualisation à travers une ethnographie multi-située de foires, salons, congrès et festivals hybrides » soutenue à Paris le 27 Janvier 2023.

Membre du Jury d'Habilitation à Diriger des Recherches de l'Université de Lorraine de Madame Sandrine Heitz-Spahn intitulée « Vers une meilleure compréhension des processus de décision des consommateurs et des acteurs du commerce et leur impact sur l'activité commerciales des entreprises » soutenue à Nancy le 7 décembre 2023.

Membre du Jury (rapporteur) de la thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion de l'Université d'Angers de Madame Sarah Péronne intitulée « Consommation expérientielle contre-hédonique : conceptualisation des mécanismes sous-jacents et proposition d'une typologie de consommateurs » soutenue à Angers le 3 décembre 2024 sous la direction du Professeur Sandra Camus.

Membre du Jury d'Habilitation à Diriger des Recherches (coordinateur) de l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne de Madame Laetitia Mimoun intitulée « Vivre de l'incertitude : transformations identitaires et sociétales dans une société en voie de liquéfaction » devant être soutenue à Paris le 8 juillet 2025.

Professeur-chercheur invité

Aalto School of Economics, Helsinki (2012)

Académie du Commerce Extérieur de Moscou (1992-1994)

Arabian Gulf University/ESA Gulf, Manama, Bahrein (2007)

Ecole Supérieure Algérienne des Affaires, Alger, Algérie (depuis 2008)

Ecole Supérieure des Affaires de Beyrouth, Liban (depuis 2001)

Fundação Getulio Vargas, Rio de Janeiro (2008)

International Management School of Geneva (depuis 2019)

Tecnologico de Monterrey, Mexico (2007)

Université Abdelmalek Essadi, Tanger (2017)

Universidad de San Andrés, Buenos Aires, Argentina (2008)

Université de Montréal, Canada (1999)

Université Luigi Bocconi, Scuola de Direzione Aziendale, Milan, Italie (2003)

Université Laval, Québec, Canada (1989)

Université de Lille 2, Institut du Marketing et du Management de la Distribution (2018)

University of Alberta, School of Business, Canadian Institute of Retailing and Services Studies, Edmonton, Canada (1999, 2005)

University of Ottawa, Telfer School of management (ex Faculty of Administration) (depuis 1987). Recrutement sur un poste de « Tenure Track Professor » en juin 1990.

University of Southern California, Centre for Effective Organizations, Los Angeles, USA (1999).

University of Stirling, Management School, Stirling, Ecosse, Février 2020.

Travaux de recherche

Mémoires Universitaires

Design organisationnel de la « quasi-firme agile », en environnement turbulent. Analyse théorique et application au cas des sociétés de commercialisation de services de radiotéléphonie mobile GSM, en France, Thèse de Doctorat de l'Ecole Nationale Supérieure des Télécommunications, (spécialité : Economie des systèmes d'information), sous la direction du Professeur Frantz Rowe, ENST, Paris, 31 octobre 1997, 772 pages hors annexes.

De la quasi-intégration au succursalisme agile : une tentative d'économie politique de la distribution, Mémoire du Diplôme d'Habilitation à Diriger des Recherches, Université de Bourgogne (spécialité : Sciences de gestion), Paris, 12 juin 2001, 61 pages hors annexes.

Esquisse des fonctions socio-anthropologiques du commerce et de la distribution : les cas McDonald's, West Edmonton Mall et Wal-Mart, Thèse de Doctorat en Anthropologie (spéc. : Ethnologie), sous la direction du Professeur Dominique Desjeux, Faculté des Sciences Humaines et Sociales de La Sorbonne, soutenue le 9 décembre 2005, 481 pages.

Ouvrages

(avec A. Husson-Dumoutier), *Les financements de la franchise*, Entreprise Moderne d'Édition, Paris, 1985, 166 pages.

L'étude marketing dans une économie de tohu-bohu, Entreprise Moderne d'Édition, Paris, 1990, 184 pages.

(avec B. Cova), *Le neo-marketing*, ESF Editeurs, Paris, 1992, 248 pages.

(avec A. Husson-Dumoutier), *Distribution, franchise et partenariat en Europe*, CECOD, ACFCI, Paris, 1993, 264 pages.

(avec J.-M. Hazebroucq), *Le management de projet*, Coll. Que Sais-Je ?, P.U.F., Paris, 1996, 128 pages.

Théorie de l'« entreprise agile », Coll. Dynamique d'entreprise, L'Harmattan, Paris, 1997, 296 pages.

[Ed.] *Dictionnaire du marketing*, Coll. Initial, Hatier, Paris, 1998, 428 pages.

(avec Marc Dupuis et Françoise Andrieu) *Le marketing des centres commerciaux*, Espace Expansion/Ceridice, Paris, 164 pages, 2002.

[Ed.] *Dicionario de marketing*, Col. Dicionarios Platano, Edicoes Tecnicas, 2003, 392 pages.

(avec B. Cova) *Néo-Marketing (Reloaded)*, EMS Editions, 2009.

(avec J.-F. Lemoine et L. Butery) *Prospective du commerce urbain. Tendances, gouvernance et acteurs*, Paris, CCI Paris-Ile de France, 2013.

(avec D. Moreno) *Commerce et urbanisme commercial : Les grands enjeux de demain*, EMS Editions, Cormelles-le-Royal, octobre 2016. Prix Etienne Thil-FCA du meilleur ouvrage 2017 en Distribution.

(avec J.-F. Lemoine et A. Ochs) *Distribution 4.0*, Pearson, août 2018. Prix Fnege-EFMD 2018 du meilleur ouvrage en Management (cat. : manuel).

Commerce : la révolution numérique (coord.), L'économie Politique n° 81, Alternatives Economiques, Janvier 2019

(avec Ph. Moati) *Utopies et Consommation* (coord.), EMS Editions, 2020.

(avec J.-F. Lemoine et A. Ochs) *Distribution 4.0*, 2^{ème} Edition, Pearson, 2021.

(avec P. Joffre) *Hommage au Professeur Sylvain Wickham. Textes choisis*, Fnege, Nimec, Janvier 2022.

(avec J.-F. Lemoine et A. Ochs) *Distribution 4.0*, 3^{ème} Edition, 2026.

Anthropologie du commerce, Coll. Societing, EMS Editions (en cours de rédaction).

MOOC et podcasts

Quel commerce demain ? (6 films), Association pour le Progrès du Management, Paris, Octobre 2019

Etat des lieux et tendances du commerce et du e-commerce, podcast, Association pour le Progrès du Management, Paris, Septembre 2024.

Les modalités d'une stratégie de « premiumisation », vidéographie, Société Alcon, Mars 2025.

Chapitres d'ouvrages

(avec B. Cova), « Marketing Theory and Practice in a Postmodern Era » in Baker, M. [Ed.] *Marketing : Theory and Practice*, 3d Edition, Mc Millans, 1995, pp. 416-431.

« Turbulence et décapitalisation sur le futur » in Cova, B./Wickham, S. [Eds] *Stratégies d'incertitude*, Coll. Management Socio-Economique, Economica, 1996, pp. 55-73.

« Devenir de la distribution » in Wickham, S./Joffre, P. [Eds] *Le marché demain*, Editions Management et Sociétés, Caen, 1998, 203 pages.

(avec M. Benoun), « Un dictionnaire permettant d'appréhender la diversité et la sophistication croissantes de la distribution occidentale », article introductif in Dancette, J./Réthoré, C. *Dictionnaire analytique anglais-français de la distribution*, Presses de l'Université de Montréal, 2000, pp. xiv-xvii.

« Devenir de la distribution » in Wickham, S. et Joffre, P. [Eds] *Le marché demain*, 2ème édition, Editions Management et Sociétés, Caen, 2000, pp. 133-146.

« De la quasi-intégration au succursalisme agile : une lecture exploratoire de la distribution contemporaine par la théorie des coûts de transaction » in Joffre, P. et Germain, O. [Eds] *Regards de la stratégie sur l'économie des coûts de transaction*, Préface de Oliver E. Williamson, Coll. Entreprendre-Série Vital Roux, Vuibert, Paris, 2001, pp. 217-236.

« Esquisse de la fonction sociale de McDonald's à partir d'une étude ethnographique : modernisme et « transgression ordinaire » » in Desjeux, D., Garabua-Moussaoui, I. et Palomares, E. [Eds] *Alimentations contemporaines*, L'Harmattan, Paris, 2002, pp. 83-121

« Franchise commerciale et succursalisme agile : analyse comparée de deux formes organisationnelles de la distribution hybridant marché et hiérarchie » in Saboly, M. et Cailluet, L. [Eds] *Marché(s) et hiérarchie(s)*, Coll. Histoire, Gestion, Organisations, Presses de l'Université de Toulouse 1, Toulouse, 2003, pp. 327-348.

« Compte-rendu de l'ouvrage Alternatives Marketing par Véronique et Bernard Cova » in Rémy, E., Garabua-Moussaoui, I., Desjeux, D. et Filser, M. [Eds] *Sociétés, consommation et consommateurs*, L'Harmattan, Paris, 2003.

« Commentaires sur le management de projet » in Jolivet, F. [2003] *Manager l'entreprise par projets. Les métarègles du management par projet*, Coll. Pratiques d'entreprises, Edition Management et Société, Caen.

« Les nouvelles approches qualitatives : ethnomarketing et trend marketing » in Michon, C. [Ed.] *Le Marketeur. Les nouveaux fondements du marketing*, Pearson Education, 2003, 456 pages.

« Le marketing expérientiel du distributeur » in Michon, C. [Ed.] *Le Marketeur. Les nouveaux fondements du marketing*, Pearson Education, 2003, 456 pages.

« Marketing méditerranéen et marketing postmoderne : un oxymore ? » in Cova, B., Caru, A. et Silva, F. [Ed.] *Marketing Méditerranéen et postmodernité*, Editions Euromed, Marseille, 2005, pp. 107-124.

(avec M. Benoun), *Commerce et distribution : Prospective et Stratégies*, Coll. Recherche en Gestion, Economica, Paris, 2005.

« Fast Food » in Andrieu, B. [Ed.] *Dictionnaire du corps*, Editions du CNRS, Paris, 2006.

(with M. Filser) « Reenchantment of Retailing » in Caru, A. and Cova, B. [Eds] *Consuming Experience*, Routledge, London and New York, 2007, pp. 166-181.

« Du sensemaking à l'expériencemaking en marketing » in David Autissier, D. et Bensebaa, F. [Eds] *Les défis du sensemaking en entreprise*. Karl E. Weick et les sciences de gestion, Coll. Recherche en Gestion, Economica, 2006, pp. 137-152.

(avec L. Graillot) « Marketing hyperréel » ou « marketing méditerranéen » : tentative d'éclaircissement à partir du cas de l'enseigne L'Occitane » in Caru, A. et Cova, B. [Eds] *Marketing Mediterraneo tra Metafora e Territorio*, EGEA, Milano, 2006, pp. 27-83.

« Distribution : réenchanter ou convaincre de la bonne affaire » in ESCP-EAP et Bain & Company [Eds] *L'art de la croissance*, Les Echos Editions/Village Mondial, 2007, pp. 175-179.

(avec A. Bucci et B. Cova) « Beyond Marketing Panaceas: In Praise of Societing » in Saren, M. et al. [Eds] *Critical Marketing – Defining the Field*, Butterworth-Heinemann Publications, Oxford/Burlington, 2007, pp. 85-98.

« Cas Centre commercial Domus » in Hertrich, S. et Mayrhofer, U. [Eds] *Cas en marketing*, Coll. « Etudes de cas », Editions Management et Société, EMS, 2008, pp. 115-130.

« Offre-produit dans la société de consommation vs Offre-lego dans la société de tohu-bohu », éd. Barrand J., *L'Entreprise agile*, Paris, Dunod, 2010, pp. 161-174.

(avec J.-F. Lemoine) « Dr. House ou Dr. Boyer ? Audace, interdisciplinarité et signaux faibles au service du forum des idées et de la transmission », éd. Scouarnec A., *Management et Métier. Visions d'experts. Mélanges en l'honneur de Luc Boyer*, Editions EMS, 2010, pp. 35-46.

(avec J.-F. Lemoine) « La démarche ethnomarketing », eds Van Laethem N., Lebon Y., Durand-Mégret B., *La boîte à outils du responsable marketing*, 2^{ème} éd., Paris, Dunod, 2012, pp. 12-13.

(avec J.-F. Lemoine) « Le cas Abercrombie & Fitch », éd. Brusset X., *Cas en distribution*, Coll. Etudes de cas, Cormelles-le-Royal, EMS, 2013, pp. 49-58.

« Wal-mart : une rhétorique de l'infra-ordinaire », eds. Clochard F. et Desjeux D., *Consommateur Malin*, coll. Dossiers Sciences Humaines et Sociales, Paris, L'Harmattan, 2013, pp. 33-71.

(avec J.-F. Lemoine) « L'immatériel dans l'expérience de magasinage : proximités conceptuelles avec l'expérience touristique et incidences managériales », in Cécile Clergeau

et Jacques Spindler, *L'immatériel touristique*, Coll. du GRALE/CNRS et de l'Association Francophone de Management du Tourisme (AFMAT), Paris, L'Harmattan, 2014, pp. 121-137.

(avec J.-F. Lemoine) « La ritualisation du parcours-client en magasin : perspectives théoriques et pratiques managériales » in Isabelle Collin-Lachaud, *Repenser le commerce: Vers une perspective socio-culturelle de la distribution*, Coll. Societing, Cormelles-le-Royal, EMS Editions, 2014, pp. 31-50.

« Le « marketing du dé-marketing » ou comment recycler la critique marxiste du marché en expérience de consommation » in Desjeux D. et Moati P. [Eds], *Consommations émergentes. La fin d'une société de consommation ?*, Cercle de l'Obsoco, Editions du Bord de l'eau, 2016.

« Demain, la satisfaction immédiate de nos envies compensera une forme d'intrusion » in *Livre Blanc des 3èmes Assises de la Consommation*, CLB Finance, juin 2016.

(avec J.-F. Lemoine et A. Ochs) Costco ou comment maximiser la valeur pour le consommateur à l'ère du « tout pour rien » in Hertrich S. et Mayerhofer U. [Eds], *Cas en marketing*, 2d édition, Caen, EMS Editions, 2017.

(avec C. Fournelle) « Crise du Covid-19 et commerce : Quels futurs impacts possibles sur les comportements des acheteurs et sur les stratégies des distributeurs ? » in Bunkanwanicha P., Coeurderoy R. et Ben Slimane S. [Eds] *Managing a Post-Covid19 Era*, ESCP Impact Papers, Juin 2020, pp. 341-348.

(avec L. Litre Valentin et V. Larquet) « Vers une incontournable refondation de l'événement ? » in Bunkanwanicha P., Coeurderoy R. et Ben Slimane S. [Eds] *Managing a Post-Covid19 Era*, ESCP Impact Papers, Juin 2020, pp. 438-445.

(avec J. Santana) « Self-care during the pandemic and beyond: Implications for consumption and well-being » in Bunkanwanicha P., Coeurderoy R. et Ben Slimane S. [Eds] *Managing a Post-Covid19 Era*, ESCP Impact Papers, Juin 2020, pp. 36-41.

« Et si le « paradigme postmoderne » se cachait derrière les résultats de l'observatoire des perspectives utopiques ? » in Badot O. et Moati P., *Utopies et Consommation* (coord.), EMS Editions, 2020, pp. 37-48.

« Sylvain Wickham : d'une économie déterministe à une économie de l'incertitude » in *Hommage au Professeur Sylvain Wickham. Textes choisis*, Fnege, Nimec, Janvier 2022, pp. 5-17.

« La pensée filsérienne ou l'art d'analyser et d'anticiper les mutations du commerce par la maîtrise et l'actualisation des théories fondatrices » in (des) Garets V. et Paché G. [Eds], *Variations sur la consommation et la distribution. Individus, expériences, systèmes*, Coll. Travail et Gouvernance, Presses Universitaires de Provence, Juin 2022.

« Préface » in Makhtour Y. et Masrour Dhalifa S., *Mon BTS MCO en action*, Hachette, 2022.

« Préface » in Michaux V., *Se projeter dans les futurs possibles : 25 ans de recherche internationale sur les scénarios prospectifs en stratégie*, Coll. Management & Prospective, Management-Prospective Editions, Caen, 2023.

(avec J.-B. Welté et P. Hetzel) « Sémiotique et enquête ethnographique : le cas des interactions marchandes » in Biglari A. [Ed.] *La sémiotique et ses potentiels* (2024).

Articles dans des revues scientifiques à comité de lecture

(avec G. Paquet), « Le franchisage du service public : un exemple de quasi-firme » in *Rubrique « Doctrine », Gazette du Palais*, Paris, 16-17 janvier 1990, pp. 6-8.

(avec G. Paquet), « L'intraprise : une réponse à l'économie de tohu-bohu » in *Cahier européen de la franchise*, Centre d'Etudes International sur la Franchise, Université Robert Schuman, Strasbourg, 2ème trimestre 1990, pp. 20-23.

(avec G. Paquet), « Quasi-firme et secteur public : un pari sur le franchisage » in *Gestion 2000*, n° 7, 1991, pp. 15-31.

(avec B. Cova), « Des marketing en mouvement : vers un neo-marketing » in *Revue Française du Marketing*, ADETEM, n° 136, avril 1992, pp. 5-27.

(avec B. Cova et A. Bucci), « Societing : the Managerial Response to the European Aestheticization of Everyday Life » in *European Management Journal*, may 1993, pp. 48-56.

(avec G. Paquet et V. Werbke), « Intrapreneuring : a Ponce de Leon Strategy » in *Gestion 2000*, Vol. 9, n° 3, 1993, pp. 1-19.

(avec B. Cova), « Communauté et Consommation : Prospective pour un « marketing tribal » », in *Revue Française du Marketing*, ADETEM, n° 151, 1995, pp. 5-17.

« Quelle place pour la franchise dans la mutation du commerce associé et de la distribution » in *Cahier européen de la franchise*, Centre d'Etudes International sur la Franchise, Université Robert Schuman, Strasbourg, 4ème trimestre 1995, pp. 3-5.

« Un regard critique sur la franchise commerciale facilité par le recours à la théorie des coûts de transaction » in *La Semaine Juridique*, n° 31/35, 31 juillet 1997, pp. 49-50.

« Analyse critique de la théorie du design organisationnel : le cas des sociétés de commercialisation de services de radiotéléphonie mobile de type GSM en France » in *Revue Gestion des Ressources Humaines*, n° 29-30, décembre 1998/janvier-février 1999, pp. 49-61.

« La « valeur-consommateur » de Costco à l'épreuve de la typologie de Holbrook » in *Market Management*, 2000, n° 4, pp. 71-90.

« Apostille à l'ouvrage de Véronique et Bernard Cova : Alternatives Marketing. Réponses marketing aux nouveaux consommateurs » in *Consommation et Société*.

« La « valeur-consommateur » de Chapters à l'épreuve de la typologie de Holbrook » in *Consommation et Société*, n° 3.

(avec C. Navarre, M. Jarvin et B. Morisse) « Ré-intermédiation et comportements expérientiels dans le e-commerce : le cas de l'achat de véhicules automobiles sur Internet » in *Consommation et Société*, n° 4, <http://www.consommations-societes.net/voiture.htm>.

(avec B. Cova) « Néo-marketing, 10 ans après : pour une théorie critique de la consommation et du marketing réenchantés » in *Revue Française du Marketing*, 2003, novembre, pp. 79-94.

(avec F. Andrieu et S. Macé) « Le West Edmonton Mall : un échafaudage sensoriel au service d'une cosmogonie populaire » in *Revue Française du Marketing*, 2004, mars.

(avec F. Andrieu et S. Macé) « Hypermodernité et Distribution : le cas du West Edmonton Mall » in *Revue Management et Avenir*, n° 2, 2004, octobre, pp. 27-50.

« Analyse de l'ouvrage : Cuisine et indépendances, jeunesse et alimentation » in *Recherche et Applications en Marketing*, Vol. 19, n° 3, 2004, pp. 99-101.

(avec F. Jolivet et J.-L. Vaysse) « Le grand écart entre enseignement et vie en entreprise » in *L'Expansion-Management Review*, 2005, Juin.

« L'autre raison du succès de Wal-Mart : une rhétorique de l'infra-ordinaire » in *Revue Française de Marketing*, 2005, juillet, pp. 97-117.

(avec C. Navarre) « L'attitude des concessionnaires de la distribution automobile à l'égard d'Internet : une étude exploratoire sur quatre pays européens » in *Revue Management et Avenir*, 2006, janvier, pp. 61-90.

(avec L. Graillot) « La différenciation symbolique des points de vente : le cas de l'enseigne L'Occitane » in *Entreprendre et Diriger*, n° 2, 2006, octobre, pp. 68-85.

(avec G. Paché) « Une logistique expérientielle pour la firme de distribution : du « zéro défaut » au « zéro ennui » » in *Management et Avenir*, 2007, n° 11, pp. 11-28.

(avec B. Cova) « The Myopia of New Marketing Panaceas: The Case for Rebuilding our Discipline » in *Journal of Marketing Management*, Vol. 24, n° 1-2, 2008, pp. 205-219.

(avec J.F. Lemoine) « L'ethnomarketing au service de la prospective : une application au secteur de la distribution » in *Management et Avenir*, 2008, n° 19, pp. 37-47.

(avec J.F. Lemoine) « Gestion tribale de la marque et distribution spécialisée : le cas Abercrombie & Fitch » in *Décisions Marketing*, n° 52, 2008, pp. 9-18.

(avec B. Cova, C. Carrier, D. Desjeux et M. Filser) « L'ethnomarketing : un élargissement de la recherche en comportement du consommateur à l'ethnologie » in *Recherches et Applications en Marketing*, Vol. 24, n° 1, 2009, pp. 93-111.

(avec J.-F. Lemoine) « Les stratégies d'innovation dans le commerce indépendant de proximité » in *Décisions Marketing*, n° 57, 2010, pp. 63-66.

(avec A. Ochs) « La stratégie des centres commerciaux : un dilemme entre valorisation financière et cohérence marketing. Illustration par le cas Domus » in *Décisions Marketing*, n° 59, juillet-septembre 2010, pp. 61-66.

(avec J.-F. Lemoine) « La « shazamisation » de l'offre : modalités, devenir et implications managériales » in *Management et Avenir*, n° 44, juillet 2011.

(avec J.-F. Lemoine) « Quels enseignements tirer de la série tv Dr. House pour l'ethnomarketing ? Vers un ethnomarketing aménagé » in *Management et Avenir*, n° 61, pp. 13-29.

(avec M. Poulain et S. Camus) « La spiritualité dans l'expérience de magasinage. Cadre théorique et exploration empirique » in *RIMHE, Revue Interdisciplinaire Management et Humanisme*, n°8 - août/septembre/octobre, 2013.

(avec J.-F. Lemoine) (coord.) « Shopping experience et e-shopping experience » in *Recherche et Applications en Marketing*, Vol. 28, n° 3, 2013.

(avec J.-F. Lemoine) « Du paradigme dichotomique de l'expérience d'achat au paradigme ubiquitaire » in *Recherche et Applications en Marketing*, Vol. 28, n° 3, 2013, pp. 3-13.

« Mediterranean marketing and postmodern marketing: An oxymoron? » in *Journal of Consumer Behaviour*, Vol. 13, n° 3, 2014, pp. 224-229, May/June.

(avec J.-F. Lemoine) « Élargissement des principes de l'attractivité commerciale à ceux de l'attractivité touristique : le cas de La Vallée Village à Marne la Vallée » in *Management et Avenir*, 2015, n° 77, pp. 187-203.

(avec J. Brée et M. Filser) « Entre réenchantement du quotidien et pouvoir du consommateur : regards sur le marketing dans la culture de consommation » in *Economies et Sociétés, Coll. « Economie de l'entreprise (série K) »*, 2015, janvier, n° 23, pp. 7-32.

(avec J.-F. Lemoine) « Ethnomarketing, neuromarketing : nouvelles méthodes d'étude du comportement du consommateur » in *Economie & Management*, janvier 2016, n°158, pp. 31-37.

(avec A. Vukadin et J.-F. Lemoine) « Opportunities and risks of combining shopping experience and artistic elements in the same store: A contribution to the magical functions of the point of sale » in *Journal of Marketing Management*, 2016, Vol. 32, n° 9/10, pp. 944-964.

(avec J. Brée, C. Damay, N. Guichard, J.-F. Lemoine, M. Poulain) « The Representation of Shopping in Children's Books » in *International Journal of Retail & Distribution Management*, novembre 2016, Vol. 44, n° 10, pp. 976-995.

(avec J.-B. Welté et A. Ochs) « « Loin des yeux, loin du cœur ? » De la distance spatiale au rapport symbolique dans les espaces commerciaux : application aux centres commerciaux » in *Revue Française du Marketing*, novembre 2017, n° 261, 3/4, pp. 35-48.

(avec A. Abadie, K. Carillo et S. Fosso Wamba) "Is Waze joking? Perceived Irrationality dynamics in user-robot interactions", *Proceedings of the Hawaian International Conference on System Sciences*, January 11 2019, <https://scholarspace.manoa.hawaii.edu/handle/10125/59938>

(avec A. Vukadin et J.-F. Lemoine) « Store Artification and Retail Performance » in *Journal of Marketing Management*, March 11, 2019, DOI: 10.1080/0267257X.2019.1583681.

(avec C. Roederer et A. Ochs) « Les consommateurs parlent aux consommateurs. Exploration des mécanismes de co-crédation par la théorie de l'assemblage : le cas de la plateforme TokyWoky », *Décisions Marketing*, octobre-décembre 2020, pp. 11-31.

(avec D. Laroutis et P. Boistel) « Analyse des déterminants de la fréquence d'achat sur les sites Web marchands », in *Revue Recherches en Sciences de Gestion*, n°142, pp. 187-213.

(avec J.-B. Welté et P. Hetzel) « The narrative strategies of retail spaces : a semio-ethnographic approach », in *European Journal of Marketing*, March 2021, DOI: 10.1108/ejm-03-2019-0250.

« Quelles perspectives et quels défis issus de la pandémie du Covid-19 pour les acteurs du secteur de la consommation ? », Editorial, in *Management & Avenir*, n° 125, Octobre 2021.

« Relire Marx ou imiter le cri de la poule sous le balcon de sa bien-aimée », Editorial, in *Management & Avenir*, n° 133, Février 2023.

« Le Marketing durable appelle à une ontologie critique », Editorial, in *Management & Avenir*, n° 137, Octobre 2023

(avec P. Joffre et A. Scouarnec) « Un retour sur la revue *Management & Avenir* à l'occasion de ses noces de porcelaine : d'un positionnement disciplinaire et méthodologique prospectif à l'analyse de secteurs et de thématiques du monde des affaires en mutation », Editorial, in *Management & Avenir*, n° 141, Juin 2024.

« Retour sur les inventeurs du mouvement coopératif, les *Equitable Pioneers of Rochdale*, pour mieux comprendre la performance des coopératives commerciales », Editorial, in *Management & Avenir*, n° 145, Février 2025.

Communications dans des colloques scientifiques

Analyse évolutive et comparée de la franchise au Canada, Etats Unis et CEE, Premier Colloque Universitaire sur le Franchisage d'Activités Commerciales et Industrielles, Institut National sur le Franchisage, Palais des Congrès de Montréal, Canada, 18 mai 1989, pp. 30-55.

(avec B. Cova), *Les années 1990 : un pari sur un Neo-marketing*, XVIIème Séminaire International de Recherche en Marketing organisé par l'IAE d'Aix-Marseille, la FNEGE et l'American Marketing Association, La Londe les Maures, 28-31 mai 1991, pp. 2-32.

¿ *Los años 1990 : Un desafío sobre un neo-marketing ?*, IIème Congrès Franco-Espagnol de Management des Entreprises organisé par le Centre Franco-Ibérique de Management International et l'IAE de Bordeaux, Bordeaux, 24-25 septembre 1992.

Turbulence, postmodernité et décapitalisation sur le futur : vers un « bric-à-brac planétaire », Communication présentée par le Recteur Jean-Pierre Lassalle dans le cadre du séminaire de réflexion du Groupe Vision de Prospective Industrielle « Marchés turbulents et Réponses des entreprises », Institut de Sciences Mathématiques et Economiques Appliquées, Paris, 3 mai 1994.

(avec B. Cova), *Le marketing à l'épreuve du postmoderne : des théories et des pratiques qui viennent*, Xème Colloque de l'Association Française de Marketing, Carré des Sciences, Paris, 10-11 mai 1994, pp. 413-441.

(avec C. Carrier), *Sur la piste d'une organisation d'alternance pour Leroy Merlin : la « quasi-firme agile »*, Séminaire « La prospective à l'usage des managers » organisé par l'ISMEA, l'ISEOR et l'IAE de Basse-Normandie, ISEOR, 1 décembre 1994.

Du savoir « structurant » au savoir « bricolé » : le cas de la prospective dans la grande distribution et dans la grande industrie, 3ème Biennale de l'Education et de la Formation, Conservatoire National des Arts et Métiers, Paris, 21 avril 1996.

Quelle politique de services dans les grandes surfaces « à visage d'échoppe » de 2005 ? Les premiers résultats d'une étude prospective européenne, 4ème Séminaire International de Recherche en Management des Activités de Service organisé par l'IAE d'Aix en Provence, La Londe les Maures, 7 juin 1996, pp. 61-67.

(avec M. Benoun), *Marks & Spencer on the International Scene*, 4ème Conférence de « The European Association for Education and Research in Commercial Distribution », Ecole Supérieure de Commerce de Paris, Paris, 4 juillet 1996, pp. 61-87.

Analyse critique de la franchise commerciale par le recours à la théorie des coûts de transaction, Colloque « Le Contrat-cadre de Distribution », organisé par la Cour d'Appel de Paris, l'Ordre des Avocats à la Cour de Paris, et le Centre de Recherche sur le Droit des Affaires de la CCIP, CCIP, Paris, 11-12 décembre 1996.

Un retour critique sur la théorie du « design organisationnel » : le cas des sociétés de commercialisation de services de radiotéléphonie mobile de type GSM, en France, 5ème Séminaire International de Recherche en Management des Activités de Service organisé par l'IAE d'Aix en Provence, La Londe les Maures, 28 mai 1998, pp. 54-72.

Devenir de la distribution, Journée « Vision Paris-Caen » organisée par l'ISMEA et l'IAE de Basse-Normandie, Immeuble Champerret, CCIP, Paris, 19 novembre 1998, pp. 147-156.

(avec M. Benoun et L. Lorentz) *Eléments de méthodologie pour une prospective de la distribution*, 3ème Journée de Recherche en Marketing de Bourgogne consacrée à la Distribution, organisée par le CREGO et l'IAE de Dijon, Dijon, 26 Novembre 1998, pp. 148-167.

Le recours à la méthode ethnographique dans l'étude de la « fonction latente » d'une entreprise de distribution : le cas McDonald's, 5ème Journée de Recherche en Marketing de Bourgogne : Distribution, Achat et Consommation, organisée par le CREGO et l'IAE de Dijon, Dijon, 23 Novembre 2000, pp. 5-27.

The "Consumer Value" of Costco as a Test of Holbrook's Typology, presented by Olivier Badot and discussed by Russell W. Belk, 8th Interdisciplinary Conference on Research in Consumption Studies, La Sorbonne, Salle des Thèses, Paris, 27, 28 et 29 juillet 2001, pp. 30-55.

Could the Internet De-fetishise the Commodity?, presented by Daniel Miller and discussed by Olivier Badot, 8th Interdisciplinary Conference on Research in Consumption Studies, La Sorbonne, Salle des Thèses, Paris, 27, 28 et 29 juillet 2001, pp. 2-15.

La « valeur-consommateur » de Chapters à l'épreuve de la typologie de Holbrook, Séminaire Pré-conférence Satellite de l'International Federation of Library Associations : La formation et la recherche sur le marketing et la gestion de la qualité en bibliothèque, Québec, 14-16 août 2001, pp. 293-308.

(avec Marc Filser), *La prospective en distribution : pour un élargissement d'un cadre d'analyse hérité de la micro-économie dans une perspective dépassant la seule problématique*

du commerce avec ou sans magasins, Conférence d'introduction à l'Atelier de prospective de la distribution, GVPI, I.A.E. de Caen Basse-Normandie, Caen, 26 septembre 2001.

Etude comparée de la « valeur-consommateur » de Chapters et d'Extrapole à l'épreuve de la typologie de Holbrook, 6ème Journée de Recherche en Marketing de Bourgogne, organisée par le CREGO et l'IAE de Dijon, Dijon, 15 novembre 2001.

Franchise commerciale et succursalisme agile : analyse comparée de deux formes organisationnelles de la distribution hybridant marché et hiérarchie, Colloque « Histoire, Gestion, Organisation », Université de Toulouse 1, ESUG, Toulouse, 29 et 30 novembre 2001.

Consumer value of Costco, workshop paper, 27th Annual Conférence of the European International Business Academy « Alliances and Confrontations: Globalization and the Logics of Trading Blocs », December 13-15, 2001, ESCP-EAP, Paris.

(with Sandrine Macé) *The Impact of Shopping Experience on Store Choice: an Application of the Holbrook's Typology of Consumer Value to Wine Purchase*, Marketing Science Conference, University of Alberta, June 27-30, 2002, Edmonton, Canada.

(avec Christian Navarre) *L'achat de véhicules automobiles sur Internet : un exemple d'articulation multi-canaux expérientielle*, 7ème Journée de Recherche en Marketing de Bourgogne, organisée par le CREGO et l'IAE de Dijon, Dijon, 13 novembre 2002.

Néo-marketing : 10 ans après, séance plénière, 2^{ème} Journée Normande de la Consommation, IAE de Caen-Basse Normandie, Caen, 1^{er} avril 2003.

Influence of the Internet on the dealer's attitudes, Car Internet Research Program IV, Ottawa, 24 juin 2003.

(avec Françoise Andrieu et Sandrine Macé) *Le West Edmonton Mall : une « planète creuse » hypermoderne ?* Colloque « L'individu hyper-moderne », LCS/ESCP-EAP, 8-11 septembre 2003, ESCP-EAP, Paris, pp. 196-216.

Le réenchantement des malls, Colloque « Le développement de la grande distribution. Enjeux et conséquences », Ecole Supérieure des Affaires, Beyrouth, 10 octobre 2003.

Médiation et intermédiation dans le canal de distribution, Colloque ADBS « Médiation et technologies de l'information : regards croisés », ESCP-EAP, Paris, 24 octobre 2003.

(avec Françoise Andrieu et Sandrine Macé) *Le West Edmonton Mall : un échafaudage sensoriel au service d'une cosmogonie populaire*, 8ème Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne, Université de Bourgogne, Dijon, 6-7 novembre 2003.

Marketing méditerranéen et marketing postmoderne : un oxymore ?, Journée d'Etude « Marketing Méditerranéen, Marketing Postmoderne : Identités et Différences », Euromed Marseille, Marseille, 25 mars 2004.

(avec Bernard Cova) *Néo-marketing : 10 ans après. Prospective de la consommation et du marketing réenchantés. Le cas Andria*, Journée « Prospective et Marketing », Groupe Vision, ESCP-EAP, Paris, 27 avril 2004.

(avec Christian Navarre) *L'attitude des concessionnaires de la distribution automobile à l'égard d'Internet : les résultats contrastés d'une étude exploratoire sur quatre pays européens*, 3^{ème} Journée nantaise de recherche sur le e-marketing, Université de Nantes, Nantes, 10 septembre 2004.

L'autre raison du succès de Wal-Mart : une rhétorique de l'infra-ordinaire, 9^{ème} Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne, Université de Bourgogne, Dijon, 4-5 novembre 2004.
Les défis du sensemaking en marketing : du sensemaking à l'expiriencemaking, Colloque Weick : « Les défis du sensemaking en entreprise » IRG, Université Paris XII, Créteil, Vendredi 18 mars 2005.

(avec Laurence Graillot) *Marketing méditerranéen ou marketing hyperréel : tentative d'éclaircissement à partir du cas L'Occitane*, Journée d'Etude « Marketing Méditerranéen : Pensée Méditerranéenne Appliquée au Marketing et/ou Marketing Appliqué dans l'Espace Méditerranéen ? », University L. Bocconi, Milan, Italy, April, 14 2005.

(avec Gilles Paché) *Vers une rhétorique de l'infra-ordinaire en grandes surfaces : des modèles logistiques à repenser ?*, 10^{ème} Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne, Université de Bourgogne, Dijon, 9 novembre 2005 (actes en CD ROM + site web).

(avec Marc Benoun) *Commerce et Distribution : Prospective et Stratégies. Apostille et synthèse*, communication présentée dans le cadre du Colloque « Prospective des métiers de la vente et du marketing » tenu le 24 novembre 2005 à l'Université Paris IX-Dauphine.

Esquisse des fonctions socio-anthropologiques du commerce et de la distribution : les cas Mac Donald's, West Edmonton Mall et Wal-Mart, communication d'ouverture prononcée dans le cadre des 5^{èmes} Journées Normandes de Recherche sur la Consommation tenues les 23 et 24 mars 2006 à l'IAE de Caen-Basse Normandie (actes en CD ROM).

Ethnographie visuelle, communication prononcée dans le cadre des 3^{èmes} Journées d'Etude sur le Marketing Méditerranéen tenues les 4 et 5 avril 2006 à Euromed Marseille, Marseille (actes sous presse).

(avec Laurence Graillot) *Esquisse d'un modèle de différenciation symbolique entre « marketing hyperréel » et « Marketing méditerranéen » : le cas de l'enseigne L'Occitane*, communication prononcée dans le cadre du 1^{er} Colloque International sur le Management dans l'Espace Méditerranéen, Réseau Méditerranéen des Ecoles de Management tenu les 9 et 10 juin 2006 à l'Ecole Supérieure des Affaires de Beyrouth, Beyrouth (actes en CD ROM).

(avec Laurence Graillot) « *Marketing hyperréel* » ou « *marketing méditerranéen* » : tentative d'éclaircissement à partir du cas de l'enseigne L'Occitane, 11^{èmes} Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne, Université de Bourgogne, Dijon, 9 et 10 novembre 2006 (actes en CD ROM + site web).

The socio-anthropological functions of retailing: the Build-a-Bear Workshop Case, International Seminar on qualitative research techniques applied to consumer understanding, La Sorbonne, Paris, du 9 au 11 janvier 2007 (actes sur site web).

(avec Jean-François Lemoine, Christophe Carrier, Nadège Corrion, Laurence Graillot et Dominique Roux) *Odyssée ethnomarketing à Las Vegas : marketing en hypermonde et réappropriation collective*, 6^{èmes} Journées Normandes de la Consommation « Société et Consommation », Rouen, 19 et 20 mars 2007 (actes sur CD-ROM).

(avec Jean-François Lemoine, Christophe Carrier, Nadège Corrion, Laurence Graillot, Jean-Marie Hazebroucq, Yann Lohr, Isabelle Raugel et Dominique Roux) *De l'hyperréalité à l'hypermonde, le cas Las Vegas*, 12èmes Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne, Université de Bourgogne, Dijon, 8 et 9 novembre 2007 (actes sur site web).

(avec Jean-François Lemoine et Nadège Corrion) *Ethnomarketing et Prospective : le cas Las Vegas*, Colloque « Prospective et Entreprise », Université Paris-Dauphine, Paris, 6 décembre 2007.

(avec Jean-François Lemoine) *L'ethnomarketing appliqué à la prospective : le cas des centres commerciaux et des enseignes de distribution*, Colloque « Pratiques de prospective dans les organisations », Centre International de Deauville, Deauville, 6 juin 2008.

(avec Adeline Ochs) *Le marketing des centres commerciaux : des conflits théoriques et des contradictions empiriques. Le cas du centre commercial Domus*, 13èmes Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne, Dijon, les 13 et 14 novembre 2008.

(avec Jean-François Lemoine) *Tribalisation de masse et évangélisation dans la distribution : le cas Abercrombie & Fitch*, 8èmes Journées Normandes de Recherche sur la Consommation, Caen, les 12 et 13 mars 2009.

(avec Paul McElhone et Alison Yacyszyn) *Consumer value and the determinants for optimal click-and-mortar strategies: the case of the menswear clothing industry in Canada*, 25^{ème} Congrès de l'Association Française de Marketing, Londres, 14 et 15 mai 2009.

(avec A. Ochs) *Consumer Store clustering: criteria and effects. The case of Shopping Centers*, 38th EMAC Conference, Nantes, 26-29 mai 2009.

Crisis, Consumption, Retailing, Relandscaping, 6^{èmes} Journées d'étude sur le Marketing Méditerranéen, Université Bocconi, Milan, 22-23 juin 2009.

(avec A. Ochs) *Le « zoning » comme levier de performance des points de vente en centre commercial. Cadre théorique et analyse empirique*, XIIème Colloque Etienne Thil, La Rochelle, 8 et 9 octobre 2009.

(avec P. Hetzel et A. Ochs) *Petite ethnomarketing interactive de Mall of America (Minnesota) et Westfield (Londres)*, XIIème Colloque Etienne Thil, La Rochelle, 8 et 9 octobre 2009.

(avec J.-F. Lemoine) *La ritualisation du parcours-client chez Build-a-Bear Workshop. Phénoménologie et enseignements*, 14èmes Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne, Dijon, 12 et 13 novembre 2009.

« *Crise de la consommation* » et prospective du point de vente, 8èmes Assises de la vente, Paris, 18 et 19 novembre 2009.

(avec J.-F. Lemoine) *Etude des fonctions symboliques des magasins-locomotives des « malls américains » : le cas de la ritualisation du parcours-client chez Build-a-Bear Workshop*, Premières Biennales des cultures et de l'interculturalité « Permanences et métamorphoses des cultures », Lyon, 3 et 4 décembre 2009.

(avec S. Camus et M. Poulain) *Mesure des influences de la spiritualité d'une expérience de consommation. Le cas des magasins Nature & Découvertes et des magasins monastiques*, 9th International Conference « Marketing Trends », Venise, 21-23 janvier 2010 (communication acceptée).

(avec J.-F. Lemoine) L'avenir du « métier » de commerçant de centre-ville, *10èmes Rencontres sur la Prospective des métiers : « Quel management demain ? »*, ESSEC, Cnit-La Défense, 16 Mars 2010 (Actes sur CD ROM).

La Méditerranéité, une inspiration esthétique et un redimensionnement stratégique et managérial pour le marketing (conférence conclusive), *Colloque Reload Your Marketing : le Marketing Méditerranéen*, Skema Business School, Sophia-Antipolis, 24 mars.

Nous n'avons jamais été méditerranéens, *7èmes Journées d'étude sur le Marketing Méditerranéen*, Euromed, Marseille, 29 et 30 avril 2010.

(avec J.-B. Welté et P. Hetzel) Le recours à la structuration narrative dans le point de vente : le cas de la boutique de tennis 5^{ème} Set, *26ème Congrès de l'Association Française de Marketing*, Le Mans, 6 et 7 mai 2010.

(avec J.-F. Lemoine) Quels enseignements tirer de la série tv Dr. House pour l'ethnomarketing, *15èmes Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne*, Dijon, 18 et 19 novembre 2010 (actes sur site web).

(avec S. Hertrich et C. Roederer) Comment un produit « hyperréel » regagne-t-il un statut d'« authenticité » ? Le cas du Marché de Noël de Strasbourg, *15èmes Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne*, Dijon, 18 et 19 novembre 2010 (actes sur site web).

Towards a Caressing and ATAWAD Commerce?, *10th International Marketing Trends Conference*, Paris, 21 janvier 2011.

Théorie du Réenchantement de la consommation et de la distribution, *Séminaire Doctoral des 10èmes Journées Normandes de Recherche sur la Consommation*, Rouen, 15 mars 2011.

(avec B. Sommier et M. Poulain) Petite mythologie des produits « bio ». Une analyse ethnomarketing dans des points de vente Biocoop, *27ème Congrès de l'Association Française de Marketing*, Bruxelles, 19-20 mai 2011.

Le nécessaire réenchantement du consommateur ? *Atelier de recherche appliquée - AFM « Surprise et marketing : état de la recherche et idées pour le futur »*, Université Paris Dauphine, Paris, 3 novembre 2011.

(avec M. Poulain) Les fonctions de la spiritualité dans le commerce. Cadre théorique et applications pratiques, *2ème Journée de recherche « Entreprise et Sacré. Regards transdisciplinaires »*, Paris, 1^{er} décembre 2011.

(avec M. Poulain) La spiritualité dans l'expérience de magasinage. Cadre théorique et exploration empirique, *XIème International Marketing Trends Conference*, Venise, 20 janvier 2012.

Le management de la prospective des points de vente, *12èmes rencontres sur la prospective des métiers*, Paris, 4 avril 2012.

(avec Flavia Cardoso et Florence Pinot) "The myths and rites of postmodern consumption: The Shopping Cidade Jardim Case", Poster Session, *American Marketing Association Conference*, Chicago, 19 Août 2012.

Innovations dans le commerce en environnement postmoderne, *Colloque européen Innovation et Commerce*, Ecole de Management de Strasbourg, 4-5 avril 2013.

(avec Flavia Cardoso et Florence Pinot) Experiencing Bluewater Shopping Centre: An ethnographic marketing analysis of a postmodern fantasy world during hard economic times, *Consumer Culture Theory Conference*, Tucson, 12-17 Juin 2013.

(avec Flavia Cardoso et Florence Pinot) An ethnographic marketing comparative analysis of the experiences produced and experienced in shopping malls: The cases of Buenos Aires, London, Paris, Rio de Janeiro and São Paulo, *Consumer Culture Theory Conference*, Tucson, 12-17 Juin 2013.

(avec J.-F. Lemoine et L. Butery L.) Quelle gouvernance pour le commerce et le cross commerce urbain ?, *13èmes Rencontres sur la Prospective des métiers. Prospective des métiers de la ville de demain*, Deauville, 1er juillet 2013.

(avec Flavia Cardoso et Florence Pinot) The myths and rites of postmodern luxury consumption in an emerging economy: Shopping Experiences at Shopping Cidade Jardim, *American Marketing Association Conference*, Boston, 9-11 Août 2013.

(avec L. Sugier) Des déconsommateurs aux consommateurs de déconsommation, *Colloque sur les Consommations émergentes : la fin de la société de consommation ?*, Université Paris Diderot, Paris, 21 janvier 2014.

(avec J. Leroy, J. Morel et B. Cova) Capitalizing on Tales of the field: How to report ethnographic data in B2B research? *Marketing Trends Conference*, Venise, 24-25 janvier 2014.

(avec J. Morel, L. Butery et J.-F. Lemoine) Promouvoir les territoires : un problème d'échelle *2ème Colloque du Collège International des Sciences du Territoire*, Paris 27 et 28 mars 2014, pp. 291-296.

(avec L. Butery, J. Morel et J.-F. Lemoine) La performance marketing des centres commerçants urbains : quels rôles et quels leviers d'action pour les managers de centre-ville ?, *30ème Congrès de l'Association Française de Marketing*, Montpellier, 14, 15 et 16 mai 2014.

(avec J.-F. Lemoine) Élargissement des principes de l'attractivité commerciale à ceux de l'attractivité touristique : le cas de la Vallée Village à Marne-la-Vallée, *Colloque "Quels enjeux de la recherche en Management du Tourisme ?"*, Conférence AFMAT, Semaine du Management, Institut d'Etudes Politiques d'Aix-en-Provence, Aix-en-Provence, Fnege, 21 mai 2014.

(avec J. Morel) Promotion des territoires et gender marketing : enjeux, limites et voies de recherche, *Journées Scientifiques Régionales sur le Genre*, Université de Reims-Champagne Ardennes, Reims, 1er-2 juillet 2014.

(avec F. Cardoso et F. Pinot) Experiencing Bluewater: a fantasy world during hard economic times, *Consumer Culture Theory Conference*, Helsinki, Finland, June 26th-29th, 2014.

(avec F. Cardoso et F. Diaz Hermelo) Authenticating Myths and Brand Performances: The case of Catena Zapata Wines, *Consumer Culture Theory Conference*, Helsinki, Finland, June 26th-29th, 2014.

(avec J. Morel, L. Butery et J.-F. Lemoine) Improving the convenience of downtown retail: New European town center management practices, *Academy of Marketing Conference*, Bournemouth, 7-10 juillet 2014.

(avec J. Morel, L. Butery et J.-F. Lemoine) Vers un paradigme ubiquitaire de l'expérience de consommation de territoire, *51ème colloque de l'Association de Science Régionale de langue française*, Marne-la-Vallée, 7-9 juillet 2014.

(avec J. Morel, L. Butery et J.-F. Lemoine) Distribution et commerce en territoire urbain : vers de nouveaux modèles de gouvernance., *51ème colloque de l'Association de Science Régionale de langue française*, Marne-la-Vallée, 7-9 juillet 2014.

(avec F. Cardoso et F. Pinot) Heterogeneous community collaboration and the co-construction of shopping experiences: The case of Abasto Shopping, *American Marketing Association Conference*, San Francisco, 1er-3 août 2014.

(avec F. Cardoso et F. Diaz Hermelo) Building an iconic wine brand: The case of Catena Zapata Wines, *American Marketing Association Conference*, San Francisco, 1er-3 août 2014.

(avec F. Cardoso et F. Pinot) Urban reconfiguration, heterogeneous community collaboration and the co-construction of shopping experiences, *Association for Consumer Research North America*, Baltimore, 1-4 Octobre 2014.

(avec J. Morel, L. Butery et J.-F. Lemoine) Quelles organisations pour développer le commerce de centre-ville ?, *17ème Colloque Etienne Thil*, Paris, 17 octobre 2014.

Quel commerce demain ?, *17ème Colloque Etienne Thil*, Paris, 17 octobre 2014.

Tendances retail et vente directe, *Colloque innovation commerce. Le client : cet inconnu engagé ?*, Université Paris-Est Créteil Val de Marne, Créteil, 9 avril 2015.

(avec C. Damay, N. Guichard, J. Brée et J.-F. Lemoine) The representation of Shopping in Children's Books, *Kids and Retailing Colloquium*, Budapest, Hungary, June 18-19, 2015.

(avec F. Cardoso et F. Pinot) Into the rabbit hole: understanding luxury consumption in an emerging economy", *Consumer Culture Theory Conference*, Fayetteville, AK, June 18-21, 2015.

(avec A. Vukadin et J.-F. Lemoine) Opportunities and risks of combining shopping experience and artistic elements in the same store. A contribution to the magical functions of the point of sale, *2015 Academy of Marketing Conference*, Limerick, 7-9 juillet 2015.

Rétrospective de 15 ans de prospective des métiers : une relecture de ma contribution à l'ouvrage "Le marché demain (2000), *14ème et 15ème Rencontres sur la Prospective des métiers : Prospective du management et des formes de gouvernance*, Paris La Défense, 1er et 2 décembre 2015.

(avec A. Vukadin et J.-F. Lemoine) Avant-gardist retail insights from Mainland China: Opportunities and risks of artified shopping experiences, *The 2016 Annual Conference of the emerging markets: Creating innovations for the emerging markets*, Bangkok, 6-8 janvier 2016.

(avec A. Vukadin et J.-F. Lemoine) Opportunities and risks of combining shopping experience and artistic elements in the same store: A contribution to the magical functions of the point of sale, *2016 American Collegiate Retailing Association (ACRA) Spring Conference*, New York, 13-16 Avril 2016.

(avec S. Belghiti) Le phygital, nouveau mode de co-crédation entre enseigne et consommateurs, *Congrès annuel de l'Association Française de Marketing*, Lyon, 17-20 mai 2016.

(avec S. Belghiti et A. Ochs) L'expérience de magasinage phygital : Tentative de conceptualisation et investigation empirique, *15ème Journée sur le Marketing Digital*, AFM, La Sorbonne, Paris, 9 septembre 2016.

Vers des réseaux sociaux conversationnels marchand. Le cas avant-gardiste de la Chine, *15ème Journée sur le Marketing Digital*, AFM, La Sorbonne, Paris, 9 septembre 2016.

(avec A. Vukadin et J.-F. Lemoine) Artification and Shopping Behavior: A model proposition, *Arts, Culture and Creative Industries Symposium*, Turin, 23-24 septembre 2016.

(avec M. Poulain et F. Parise) Le retour de la pensée magique : application au cas des nouvelles alimentations, *Journées de Recherche Normandes sur la Consommation*, Caen, 24-25 novembre 2016.

Quand le consommateur sera payé pour consommer, Communication prononcée dans le cadre du Colloque « Dé-penser la consommation », Cercle de l'Obsoco, Paris, 26 Janvier 2017.

(avec A. Vukadin et J.-F. Lemoine) Differentiating store atmospherics with art: Applications and perspectives, *AIMAC Conference 2017*, Pekin, 25-28 Juin 2017.

Fondements et enjeux du marketing expérientiel, *3ème Journée de recherche en marketing*, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Université Abdelmalek Essadi, Tanger, 24 Février 2017.

Ethnomarketing : fondements épistémologiques et modalités pratiques, *3ème Journée de recherche en marketing*, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Université Abdelmalek Essadi, Tanger, 24 Février 2017.

(avec M. Poulain et F. Parise) The Return of the Magical Thinking: in Application of the New Power Supplies Case, *3rd International Conference on Global Issues in Multidisciplinary Academic Research*, Tokyo, Japan, 1st of February 2017.

(avec A. Vukadin et J.-F. Lemoine) Differentiating store atmospherics with art: Applications and perspectives, *14th International Conference on Arts and Cultural Management (AIMAC 2017)*, Beijing, China June 2017.

(avec S. Belghiti, A. Ochs et J.-F. Lemoine) The Phygital Shopping Experience: an Attempt at Conceptualization and Empirical Investigation, *2017 AMS World Marketing Congress*, Christchurch, New Zealand, 28 Juin 2017.

Quel avenir pour des revues scientifiques en langue française ?, session plénière, *16èmes Journées Normandes de Recherche sur la Consommation*, Le Havre, 23 Novembre 2017.

(avec M. Lebrun et P. Hetzel) L'influence des incidents de vie de famille sur les pratiques d'achat et de consommation : une approche ethnomarketing longitudinale, *16èmes Journées Normandes de Recherche sur la Consommation*, Le Havre, 24 Novembre 2017.

Prospective du commerce 4.0 (présentation des travaux de la Chaire E.Leclerc/ESCP Europe), *Colloque Propedia « Territoires et Mobilités »*, Paris 7 Décembre 2017.

(avec S. Belghiti, A. Abadie, A. Ochs, J.-F. Lemoine) Platformization » of shopping experience: field research and modelling, *2018 Colloquium on European Research in Retailing (CERR)*, University of Surrey, Guildford, England, July 11-13, 2018.

(avec K. Abouhazim) Mariage et consommation dans une perspective interculturelle, *Journées Normandes de Recherche sur la Consommation*, IAE de Rouen, 22-23 Novembre 2018.

(avec J.-F. Lemoine et M. Poulain) *Analyse des « resort-malls » et de leurs business model*, 6^{ème} Conférence de l'AFMAT, IAE de Perpignan, 23-24 Mai 2019.

Et si le « paradigme postmoderne » se cachait derrière les résultats de l'observatoire des perspectives utopiques ?, 22^{ème} Colloque international Etienne Thil, Paris, 9 Octobre 2019.

(avec D. Laroutis et Ph. Boistel) *Analyse des déterminants de la fréquence d'achat sur les sites Web marchands*, 2nd International Conference on Digital, Innovation, Entrepreneurship & Financing, Valencia, Spain, 2-3 Décembre 2019.

(avec A.-S. Clément) *Les dispositifs digitaux territoriaux (DDT) pour le commerce urbain en France. Recension empirique et typologie analytique*, 23^{ème} Colloque international Etienne Thil, Paris, 14-16 Octobre 2020.

(avec L. Valentin) *Désacralisation et destruction de la valeur expérientielle dans les événements collectifs marchands : le cas des foires et salons*, 23^{ème} Colloque international Etienne Thil, Paris, 14-16 Octobre 2020.

Quels effets possibles de la pandémie sur le commerce et la distribution ?, 23^{ème} Colloque international Etienne Thil, Paris, 14-16 Octobre 2020.

Commerce et consommation post-Covid 19, Journées Nationales du Management, 6^{ème} édition, Paris, 12 Octobre 2021.

(avec C. Fournelle) *Quels impacts possibles de la pandémie sur le commerce*, Conférence prononcée dans le cadre du Colloque scientifique de l'Obsoco, Paris, 26 novembre 2021.

Le magasin connecté en analyse, Communication prononcée dans le cadre de la Chaire BearingPoint « Retailing 4.0 », Paris, 12 mai 2022.

Le marketing durable : les défis d'un oxymore théorique et empirique, tant d'un point de vue micro-économique que de la psychologie cognitive, Communication prononcée dans le cadre des Journées Nationales du Management, 7^{ème} édition, Ministère de l'Education Nationale et de la Jeunesse, Campus Condorcet, Aubervilliers, 11 et 12 octobre 2023.

Critique de l'hypermarché comme moteur de l'hyper-consommation : de Le Clézio à Clémentine Autin, Communication prononcée dans le cadre du 5^{ème} Colloque du Cercle de l'Obsoco, Paris, 16 octobre 2023.

(avec A. Fedji) *Réflexion prospective sur l'évolution de l'hypermarché en France depuis 10 ans*, 18^{èmes} Journées du Marketing Agroalimentaire, Montpellier, 20 septembre 2024.

(avec A. Fedji, M. Sanoussy Sow, P. Auregan) *Analyse comparative des services de livraison à l'achat en ligne de PGC en France et au Royaume-Uni : la perception temporelle comme facteur de choix entre drive et livraison à domicile*, 27^{ème} Colloque Etienne Thil, Montpellier, 11 Octobre 2024.

(avec S. Sejai et C. Allix-Desfautaux) *Le « green gap » chez les 20-25 ans : une tension entre le virtuel et le réel*, 23^{èmes} Journées Normandes de Recherche sur la Consommation, Rouen, 14-15 novembre 2025.

Le discernement scientifique contre le sens commun. Le cas du e-commerce, Journée de recherche « Décider face aux mutations : entre discernement, intuition et intime conviction », International Management School of Geneva, Genève, 6 décembre 2024.

(avec A. Fedji) *Retail-as-a-Service: Towards Sustainability in Specialized Stores*, Congrès de l'Association Française du Marketing, Lille, 14-16 mai 2025.

(avec A. Fedji) *Retail-as-a-Service: Towards Sustainability in Specialized Stores*, Frontiers in Service Conference, Montreal, 17-20 juillet 2025.

Communications dans des colloques ou séminaires académiques

L'informatisation des réseaux de franchise, Département marketing, Faculté des Sciences de l'Administration, Université Laval, Québec, Canada, Juin 1989.

Mutation du marketing en Occident ?, MGIMO, Moscou, 9 Février 1994.

Quelle place pour la franchise dans la mutation du commerce associé et de la distribution ? La forte concurrence de formes organisationnelles plus « agiles » quelle que soit la nature du lien juridique, Colloque « La franchise, opportunité ou illusion ? », Délégation des Hauts de Seine de la CCIP, Nanterre, 7 novembre 1994.

Le « Néo-marketing », 13^{ème} congrès annuel du Stichting Marketing « Néo-marketing », Palais des Congrès, Bruxelles, 2-3 décembre 1994.

New marketing in Europe, « 1995 World Conference » du Marketing Communications Executives International (MCEI), Hôtel Sheraton, Taipei, 13-16 février 1995.

Quel avenir pour le petit commerce français indépendant face à un consommateur à la recherche obsessionnelle de la qualité, de la diversité, du prix bas et du lien social ?, Etats Généraux du Commerce en Seine-Saint-Denis, Délégation de Seine-Saint-Denis de la CCIP, Bobigny, 15 mai 1995.

De l'apport de l'analyse sociologique dans l'étude de marché à l'export, Université d'été de l'AFAA/Ministère des Affaires Etrangères, Chartreuse de Villeneuve lez Avignon, 21-26 juillet 1997.

Marketing to consumers through the milenium, « The American Promotion Marketing Association 1998 Spring Conference », Buenos Aires, 24 mars 1998.

Les enjeux de la récréation de lien social en grandes surfaces : quels enseignements pour les bibliothèques ?, Journée d'étude « Les documents de communication dans les bibliothèques : un enjeu pour leur développement » organisée par Mediadix, Université de Paris X-Nanterre, Nanterre, 8 décembre 1998.

Le réenchantement dans la distribution : des pistes possibles pour les bibliothèques ?, Département de bibliothéconomie et des sciences de l'information, Université de Montréal, Montréal, 2 février 1999.

Retailing 2010: A France/North America Comparison, Faculty of Administration, University of Ottawa, Ottawa, 10 décembre 1999.

Retailing 2010: A France/North America Comparison, Faculty of Business Administration, University of Alberta, Edmonton, 15 décembre 1999.

Théâtralisation et réenchantement, l'exemple de la distribution nord-américaine, CERIDICE, ESCP-EAP, Paris, 7 mars 2000.

Histoire et actualité du marketing et de la consommation, Université René Descartes Paris V-Sorbonne, 17 mars 2000.

Apostille critique et bienveillante à l'ouvrage de Véronique et Bernard Cova : Alternatives Marketing. Réponses marketing aux nouveaux consommateurs, La Sorbonne, Amphithéâtre Louis Liard, Paris, mardi 15 mai 2001.

Why and How People are buying Cars using Internet ? Evidence from France, UK and Spain, Car Internet Research Program/CERIDICE, University of Ottawa, Ottawa, February 13, 2002.

Evolution du marketing, Conférence terminale dispensée dans le cadre du DESS « Mercatique Opérationnelle », IAE de Caen-Basse Normandie, 2 octobre 2002.

Méthodologie de la prospective en distribution, Atelier Devenir de la distribution, Vision-Pro prospective et Gestion, Salle Jean-René Puts, IAE de Caen-Basse Normandie, Jeudi 5 décembre 2002.

Les grandes tendances de la distribution nord-américaine : les cas West Edmonton Mall et Wal-Mart, Atelier Devenir de la distribution, Vision-Pro prospective et Gestion, Salle Jean-René Puts, IAE de Caen-Basse Normandie, Jeudi 5 décembre 2002.

Réenchantement de la consommation et cas du West Edmonton Mall, Petit déjeuner-conférence du CERIDICE, ESCP-EAP, 21 janvier 2003.

A 20,000 km road movie through North American retailing, Communication prononcée à la Scuola de Direzione Aziendale Bocconi, Milan, 18 mars 2003.

(avec Syrine Fehri et Isabelle Landreville) *Tentative de modélisation des politiques de marques de distributeurs : une étude exploratoire à partir des cas Loblaws et Canadian Tire*, Ecole de Gestion, Université d'Ottawa/CERIDICE, Ottawa, 23 juillet 2003.

Reenchantment and Over-Coherence as Key Success Factors in Retailing, Catalina Marketing 2004, Westin Palace, Milan, 16 octobre 2003.

De l'usage de la photographie dans une recherche en gestion quasi-inductive, Séminaire « Les ficelles du métier » organisé par le Centre de Recherche en Gestion de l'Ecole Polytechnique, l'Ecole Normale Supérieure de Cachan et l'Université de Marne la Vallée, Ecole des Mines de Paris, lundi 5 avril 2004.

Les nouveaux enjeux de la relation client (animation scientifique), Ateliers de l'ANVIE, Paris, 23 mars et 6 avril 2004.

Le West Edmonton Mall une cosmogonie populaire ?, Séminaire de recherche en distribution du CERIDICE, Paris, 7 avril 2004.

Les nouvelles tendances de la consommation occidentale et du marketing, Communication prononcée dans le cadre de l'EM Normandie, Le Havre, 7 mai 2004.

New Trends in Retailing : Reenchantment and Fun Shopping as Key Success Factors, Riga Business School, World Exchange Plaza, Ottawa, 25 mai 2004.

L'autre raison du succès de Wal-Mart : une rhétorique de l'« infra-ordinaire », Séminaire de recherche en distribution du CERIDICE, Paris, 27 octobre 2004.

L'autre raison du succès de Wal-Mart : une rhétorique de l'« infra-ordinaire », Atelier de Recherche du Département Marketing, ESCP-EAP, 13 janvier 2005.

L'apport de l'ethnologie à l'étude marketing : le cas West Edmonton Mall, Master « Etudes de Marché et Prise de Décision Marketing », Université de Nantes, mercredi 23 mars 2005.

Terroir, authenticité et nostalgie dans la consommation et la distribution, animation du séminaire organisé dans le cadre des Séminaires de recherche en distribution de l'ESCP-EAP, Paris, 1^{er} Juin 2005.

Le réenchantement de la distribution, Conférence donnée dans le cadre du Magistère de Sciences Sociales appliquées à l'interculturel, Faculté des Sciences Humaines et Sociales, La Sorbonne, Paris, 27 janvier 2006.

Esquisse d'un modèle de différenciation symbolique entre « marketing hyperréel » et « Marketing méditerranéen » : le cas de l'enseigne L'Occitane, Atelier de Recherche du Département Marketing, ESCP-EAP, 31 mars 2006.

Le « Customer Experience Management », Ateliers de l'ANVIE « Comment passer de la Relation-Client à la Satisfaction-Client, Paris, 3 mai 2006.

Les fonctions symboliques de la distribution, conférence donnée dans le cadre des Ateliers de l'Anvie « Le marketing du point de vente », Paris, 23 novembre 2006.

Co-animation avec le Professeur Pierre Volle des Ateliers de l'Anvie *Multicanal : Remettre le client au cœur de la stratégie*, L'Echangeur, Paris, 28 novembre et 6 décembre 2006.

Stratégies multicanal : vision historique et perspectives, conférence donnée dans le cadre des Ateliers de l'Anvie *Multicanal : Remettre le client au cœur de la stratégie*, L'Echangeur, Paris, 28 novembre 2006.

L'évolution des espaces en fonction de leur usage par le public, conférence donnée dans le cadre de la Journée d'étude *Construire une bibliothèque aujourd'hui : évolution des usages, adaptations des espaces*, Ecole Nationale de Musique, Mantes-la-Jolie, 30 novembre 2006.

Prospective et innovation commerciale, conférence d'ouverture du colloque *Prospective et innovation commerciale* organisé dans le cadre du 50ème anniversaire de l'ICSV, Conservatoire National des Arts et Métiers, Paris, 12 décembre 2006.

Environnement hyperréel et craquage : le cas Las Vegas, Atelier de Recherche du Département Marketing, ESCP-EAP, 4 juin 2007.

New Trends in Consumption and Retailing in Europe, Conférence prononcée dans le cadre du Tecnologico de Monterrey, Monterrey, Mexico, 13 et 14 août 2007.

Research Programs in Retailing at ESCP-EAP, Conférence prononcée dans le cadre du Center of Retailing, Tecnologico de Monterrey, Monterrey, Mexico, 15 août 2007.

Edmonton, ville laboratoire prospectif pour la distribution et le commerce de détail, Conférence prononcée dans le cadre du Colloque « Prospective et Entreprise », Université Paris-Dauphine, Paris, 6 décembre 2007.

Séminaire doctoral, Faculté des Sciences Humaines et Sociales, Université René Descartes-Paris V, Salle des Thèses, 8 décembre 2007.

Réenchantement du commerce et ethnomarketing, Conférence prononcée dans le cadre du CERLIS (séminaire doctoral), Faculté des Sciences Humaines et Sociales, Université René Descartes-Paris V, 24 Janvier 2008 (acte gratuit).

La distribution caressante, conférence prononcée dans le cadre des Ateliers de l'Anvie "Les Forces de vente en magasin face à l'évolution des modes de consommation" animés par le Professeur Isabelle Barth, Hôtel d'Aubusson, Paris, 20 mai 2008.

New Trends in Western Retailing, Conférence prononcée dans le cadre du MBA de la Fondation Getulio Vargas, Rio de Janeiro, 9 juin 2008.

Overview of ESCP-EAP Research Programs in Retailing, Conférence prononcée devant le Département Marketing de l'Université San Andrés, Buenos Aires, 20 juin 2008.

L'enseigne Cojean est-elle du slow food ? Discussion lors de la Table ronde sur la lenteur et le marketing méditerranéen, 5^{ème} Journée d'Etude sur le Marketing Méditerranéen, Euromed Marseille, Docks de la Joliette, Marseille, 3 et 4 juillet 2008.

Perspectives internationales de la distribution, Animation de la table ronde sur l'internationalisation de la distribution dans le cadre de la 2^{ème} Biennale de l'Innovation Commerciale, CNAM, Paris, 18 décembre 2008.

Les nouvelles techniques d'étude : une rétrospective, Communication prononcée dans le cadre de l'Atelier de l'Anvie « Vers une co-construction des études marketing », Paris, 26 mars 2009.

Cultures de consommation : la CCT latine, Communication prononcée dans le cadre du séminaire de recherche du CEREGE de l'IAE de Poitiers, Angoulême, 6 avril 2009.

Ethnomarketing, Communication prononcée dans le cadre du séminaire doctoral du CEMANTIC de Telecom Management Sud Paris « Pratique des méthodes qualitatives : ficelles du métier, approches innovantes et perspectives théoriques », Ecole Nationale Supérieure des Télécoms, Paris, 28 avril 2009.

Sémiotique. Application au marketing et à la distribution, Communication prononcée à l'Université Nationale du Vietnam, Hanoi, 5 et 6 juin 2009.

Ethnomarketing : fondements théoriques et modalités pratiques, Communication prononcée dans le cadre du séminaire doctoral en marketing, Université Paris 1-Panthéon-Sorbonne, La Sorbonne, 12 septembre 2009.

La recherche en gestion, Leçon inaugurale prononcée à l'occasion de la cérémonie d'ouverture du Master Recherche et Conseil de l'IAE de Caen-Basse Normandie, Abbaye d'Ardenne, Caen, 28 septembre 2009.

Démarche ethnomarketing et études de cas, communication prononcée dans le cadre du Centre de Recherche sur le Commerce, Négocia, Paris, Mardi 1er décembre 2009.

« *Crise de la consommation* » et « *futuribles* » pour le commerce et la distribution, conférence prononcée dans le cadre des Déjeuners-Recherche de l'ESCP Europe, Paris, 11 mai 2010.

La revue Perspectives Culturelles de la Consommation, présentation faite dans le cadre du 26^{ème} Congrès de l'Association Française de Marketing, Le Mans, 6 et 7 mai 2010.

North American Retailing: a Focus on 3 Hot Topics, conférence prononcée dans le cadre du XIII Seminario Internacional, IAE de Paris, Paris, 4 juin 2010.

« *Consumption Crisis* » and Trends & Retail Relandscaping, conférence prononcée dans le cadre du Master Marketing & Creativity, ESCP Europe, Londres, 18 juin 2010.

« *Crise* » et tendances dans la consommation occidentale : quels « *futuribles* » pour le commerce et la distribution ?, communication prononcée dans le cadre des 3^o Encontro Internacional de Comportamento do Consumidor, Chaire L'Oreal, Université Fédérale de Rio de Janeiro, 26 août 2010.

Ethnomarketing : définition, influences et modalités pratiques, communication prononcée dans le cadre du séminaire d'ouverture du Master Recherche et Conseil, IAE de Caen-Basse Normandie, Caen, 4 octobre 2010.

« *Crise* » et *tendances dans la consommation occidentale : quels « futuribles » pour le commerce et la distribution ?*, communication prononcée dans le cadre de l'Executive MBA Pharmacie d'officine, Université de Strasbourg, Strasbourg, 9 mai 2011.

Anthropologie et Marketing, séminaire donné dans le cadre du CEFAG (FNEGE), La Baule, 20-21 septembre 2011.

Innovations de format, commerce de flux et reconquête de la proximité, animation de table ronde, 14^{ème} Colloque Etienne Thil, Roubaix, 22-23 septembre 2011.

(avec L. Butery et J.-F. Lemoine) *Essai de prospective du commerce urbain et trans-urbain, Rencontres Urban Trends « Inspirations, respirations autour des futures villes-monde »*, Paris, 9 novembre 2011.

Why and How to create Shopping Experiences ?, conférence prononcée à l'invitation de la Aalto School of Economics, Helsinki, 19 juin 2012.

Anthropology and Marketing. The French Touch, conférence prononcée à l'invitation de la Aalto School of Economics, Helsinki, 20 juin 2012.

L'Open Access, panacée magique ou structure économique du scientifique ? conférence prononcée dans le cadre de la Société Française du Management, Université Paris-Dauphine, 8 octobre 2013.

Gouvernance et acteurs de la gestion du commerce urbain : essai de prospective, conférence prononcée dans le cadre de l'Ecole Supérieure des Affaires de Beyrouth, Beyrouth, 7 février 2014.

Les fondements anthropologiques et sociologiques du C-to-C, conférence prononcée dans le cadre du 2^{ème} Colloque Innovation et Commerce, Université Paris-Est Créteil Val de Marne, 2-3 avril 2014.

Réforme de l'urbanisme commercial : quels enjeux, quelles nouvelles stratégies ? L'approche économique, conférence prononcée dans le cadre du Colloque CCI Paris Ile-de-France/GRIDAUH/Cabinet Herbert Smith, Paris, 10 octobre 2014.

(avec M. Poulain) *Que cherchons-nous dans l'expérience de magasinage spirituelle ?* conférence prononcée dans le cadre des conférences Philosophie & Management, Bruxelles, 26 mars 2015.

Consommation et commerce en Chine : regards croisés sur les grandes tendances, (en collaboration avec l'Institut Français de la Mode et avec le soutien du groupe Galeries Lafayette), Journée France-Chine : regards croisés, Deauville Prospective Lab, Deauville, 11 mars 2016.

Discours d'accueil, Cérémonie de la 54^{ème} remise des Prix et Médailles de l'Académie des Sciences Commerciales, ESCP Europe, 17 mai 2016.

Vers des places de marchés intégratrices des canaux de distribution ? conférence prononcée dans le cadre du Petit Déjeuner 4.0 « Les stratégies et mécanismes des plateformes (sites collaboratifs, *marketplaces*, réseaux sociaux) dans la société 4.0 », Chaire E.Leclerc/ESCP Europe « Prospective du commerce dans la société 4.0 », Paris, 1^{er} Mars 2017.

Principes fondamentaux du concept d'expérience, conférence prononcée dans le cadre du Petit Déjeuner 4.0 « La co-construction de l'expérience *shopping* », Chaire E.Leclerc/ESCP Europe « Prospective du commerce dans la société 4.0 », Paris, 5 Avril 2017.

Etats des lieux sur les modèles économiques du commerce 4.0, conférence prononcée dans le cadre du Petit Déjeuner 4.0 « Les modèles économiques de la société 4.0 : vers une grande rupture », Chaire E.Leclerc/ESCP Europe « Prospective du commerce dans la société 4.0 », Paris, 7 Juin 2017.

Quelles spatialités pour le commerce dans la société 4.0 ?, conférence prononcée dans le cadre du Petit Déjeuner 4.0 « Les nouvelles formes et fonctions des pôles commerciaux dans la société 4.0 », Chaire E.Leclerc/ESCP Europe « Prospective du commerce dans la société 4.0 », Paris, 7 Février 2018.

Comment la production 4.0 pourrait-elle impacter le commerce 4.0 ?, conférence prononcée dans le cadre du Petit Déjeuner 4.0 « Comment repenser la R&D pour stimuler l'innovation dans le commerce 4.0 ? », Chaire E.Leclerc/ESCP Europe « Prospective du commerce dans la société 4.0 », Paris, 7 Mars 2018.

Master classes et communications prononcées sur la prospective du commerce dans le cadre d'une invitation académique à l'Institut du Marketing et du Management de la Distribution (L1-2-3, M1-2 ; Doctorat), Université de Lille 2, Roubaix, 12-14 Mars 2018.

Vers la « Shopping Experience 4.0 ? », Chaire Experience Client, EM Strasbourg, Strasbourg, 18 Octobre 2018.

Future of retail in society 4.0. Findings and discussions, Communication prononcée dans le cadre de la School of Management de l'Université des Stirling, Stirling, 12 Février 2020.

(avec J.-F. Lemoine et A. Abadie) *Scénarios prospectifs de l'emploi dans la branche du commerce à dominante alimentaire*, Communication prononcée dans le cadre de la Chaire ESCP-BearingPoint « Retailing 4.0 » en collaboration avec la Fédération du Commerce et de la Distribution, Paris, 3 Novembre 2020.

(avec C. Fournelle) *Quel commerce et quelle consommation post Covid-19 ?*, Communication prononcée dans le cadre de la Chaire ESCP-BearingPoint « Retailing 4.0 », Paris, 7 Avril 2021.

Multi-canalité, cross-canalité, omni-canalité : focus sur les pratiques des réseaux de franchise, de la gestion du stock à la livraison à domicile, Conférence juridique de la Fédération Française de la Franchise, Paris, 7 décembre 2021.

Etat des lieux et tendances du e-commerce, Conférence de l'Académie de Créteil, Actualité en Sciences de gestion, Paris, 13 décembre 2022.

Tendances du commerce physique et « phygital », Centre de recherche en prospective du commerce, ICD, Paris, 1er février 2023.

De la confrontation à la construction commune entre chercheurs et consultants. Le cas de la Chaire « Retailing 4.0 », Conférence et Cérémonie de remise des prix, Fnege, Paris, 1er juin 2023.

Tohu-bohu dans le commerce, Conférence prononcée à l'Université de Perpignan, site de Carcassonne, 23 novembre 2023.

Tendances et questionnements sur le commerce et le e-commerce en France et ailleurs, Conférence prononcée à l'Université de Nanterre, Nanterre, 22 octobre 2024.

La démarche scientifique contre le sens commun. Le cas du e-commerce, Conférence prononcée dans le cadre des Conférences de l'excellence, Ministère de l'Education Nationale et de la Jeunesse, Bondy, 6 mars 2025.

Cahiers, notes et rapports de recherche

La franchise, type évolué de quasi-intégration et de niche en période de crise, Cahier de recherche, Faculté d'Administration de l'Université d'Ottawa, Ottawa, septembre 1989, 19 pages.

(avec C. Pilot), *Dérive et mutation de la concession commerciale et de la franchise : vers le « réseau de partenariat » sous la menace des GMS*, Rapport du CREDEA (Conservatoire National des Arts et Métiers), décembre 1993, 114 pages.

De l'« offre-lego gigogne » comme résolution du paradoxe : justesse, segmentation, saut technologique et modicité, le cas du TA 8000 de Mettler-Toledo, Rapport du LARMM, EAP, Paris, mai 1993, 37 pages.

(avec C. Mroutchko), *Un panorama des études qualitatives, des entretiens classiques aux méthodes projectives et d'anticipation : le cas de l'étude du projet de communication du Décaféiné de Nescafé*, Rapport du LARMM, EAP, Paris, juin 1994, 82 pages.

Carnet de voyage au pays du « bricolage » comme mode « constructiviste » de (sur)vie : sur la piste d'une organisation d'alternance pour Leroy Merlin : la « quasi-firme agile », Rapport du LARMM, EAP, Paris, septembre 1994, 84 pages.

Campanile : la puissance financière et le « juste-management » au service du métier d'« aubergiste », Rapport du LARMM, EAP, Paris, septembre 1994, 62 pages.

Un pari sur des grandes surfaces « à visage d'échoppes » pour 2005 ? Les premiers résultats d'une étude prospective européenne, Cahier de recherche du LARMM, EAP, Paris, octobre 1995, 10 pages.

(avec R. Issenmann, A. Legrand, S. Magnani et F. Mahieu) *Quelle valeur d'usage pour un Logement de Qualité à Coût Maîtrisé ?*, Rapport pour le Ministère de l'Équipement, du Logement, des Transports et du Tourisme (Lauréat du concours LQCM), Paris, janvier 1996, 32 pages.

Les attentes des clients en matière de « commerce de proximité » dans la littérature commerciale et à travers une enquête exploratoire CECOD-EAP : un pari sur le « lien social », Note pour le Centre d'Etudes sur le Commerce et la Distribution (Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie), Paris, février 1996, 18 pages.

(avec J.-M. Hazebroucq, J.-L. Poitevin, S. Templet et L. Buresi), *Comportement du consommateur et « colportage » en France*, Rapport réalisé à la demande de Monsieur le Préfet Guy Merrheim, Rapporteur Général de la Commission Nationale Consultative des Gens du Voyage, Ministère des Affaires Sociales, Paris, mai 1996, 105 pages.

(avec J.-L. Poitevin, C. Lechopier et L. Buresi), *Etude sur la distribution et la consommation en Colombie*, Rapport du LARMM, EAP, Paris, août 1997, 329 pages.

(avec D. Legrand, J.-L. Poitevin et L. Buresi), *Comportement de l'acheteur et du commerçant face à l'Euro. Etude exploratoire sur l'Ile de France et pistes d'actions*, Rapport pour l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie et pour la Délégation aux études de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris, Paris, octobre 1997, 122 pages.

Individualisme et maison individuelle, Cahier de recherche du LARMM, EAP, Paris, octobre 1997, 8 pages.

« Intégration » et « agilité » comme combinaison organisationnelle efficiente face à des comportements de consommation changeants : le cas Mc Donald's, Cahier de recherche du LARMM, EAP, Paris, mars 1998, 17 pages.

(avec L. Lorentz, J.-L. Poitevin, A. Pogorzelska et L. Buresi), *Etude exploratoire du rôle commercial, social et symbolique joué par les magasins de « hard discount » dans leur milieu*, Rapport du LARMM, EAP, Paris, mai 1998, 156 pages hors annexes.

(avec M.-C. Weil et P. Liny), *Conception et réalisation d'une base de données, sur Lotus Notes, des « innovations de front-office » dans la distribution européenne*, Base de données et rapport du LARMM, EAP, Paris, juin 1998.

Rapport du séjour de recherche effectué en 1999, dans le cadre de l'année sabbatique universitaire et du Programme de Perfectionnement à l'Etranger des Enseignants Chercheurs en Gestion financé par la Fondation Nationale pour l'Enseignement de la Gestion des Entreprises, Rapport d'étude post-sabbatique, ESCP-EAP/Université d'Ottawa (avec le concours de la Fondation Nationale pour l'Enseignement de la Gestion des Entreprises), décembre 1999, 34 pages.

De la quasi-intégration au succursalisme agile : une lecture exploratoire de la distribution contemporaine par la théorie des coûts de transaction, Research Paper, Centre on Governance, University of Ottawa, n° 00-37, Ottawa, juillet 2000, 39 pages.

Fonction sociale de McDonald's : étude ethnographique, Research Paper, Centre on Governance, University of Ottawa, n° 00-35, Ottawa, juillet 2000, 40 pages.

Devenir de la distribution, Research Paper, Centre on Governance, University of Ottawa, n° 00-39, Ottawa, juillet 2000, 16 pages.

(avec M. Dupuis) *Marketing des centres commerciaux*, Rapport de recherche, CERIDICE/Espace Expansion, mars 2001.

(avec Sandrine Macé) *Les 3 Suisses : une « institution populaire » contribuant à l'« utopie du coin de la rue »*, Rapport de recherche, CERIDICE, décembre 2001, 168 pages.

Why and How People are buying Cars using Internet ? Evidence from France, UK and Spain, Research Report, Car Internet Research Program, University of Ottawa, February 2002, 36 pages.

(avec Françoise Andrieu et Sandrine Macé) *Le West Edmonton Mall : un échafaudage sensoriel au service d'une cosmogonie populaire*, Document de travail 03-29, Ecole de Gestion, Université d'Ottawa, mai 2003, 28 pages.

(avec Bernard Cova) *Neo-marketing : 10 ans après*, Document de travail 03-30, Ecole de Gestion, Université d'Ottawa, mai 2003, 30 pages.

(avec Syrine Fehri et Isabelle Landreville) *Modélisation des politiques de marques de distributeur dans la grande distribution occidentale : l'étude de 8 cas*, Rapport de recherche, CERIDICE/Leroy Merlin, février 2004.

(avec Jacques Lafait, Marin Dacos et Guillaume Carton) *Open Access : quel(s) impact(s) sur la diffusion des connaissances scientifiques ?* Note de la Société Française du Management, Hiver 2013.

(avec K. Abouhazim et J.-L. Lemoine) *Du point de vente au « lieu touristico-commercial, multifonctions émerveillant » comme nouveau dispositif de création de trafic physique et comme nouvelle mythologie dans la révolution commerciale en cours. Le cas EuropaCity*, Note de doctrine dans le cadre des travaux de la Commission Nationale de Débat Public, Mars 2016

(avec A. Abadie, M. Poulain et J.-F. Lemoine) *Mutation des « méga-malls » et analyse de leurs business models*, Note de doctrine dans le cadre du chantier du Grand Paris et du projet EuropaCity, Chambre de Commerce et d'Industrie Régionale, Paris Ile-de-France, Septembre 2017.

(avec J.-F. Lemoine et A. Abadie) *Scénarios prospectifs de l'emploi dans le secteur de la distribution alimentaire. Modélisation et chiffrage*, Rapport d'étude pour la FCD, le Ministère de l'Economie et le Ministère du Travail, Paris, août 2020.

Documents à usage pédagogique

Livre du cours ADM 6793 : Le Processus de Franchisage, Faculté d'Administration, Université d'Ottawa, Ottawa, 1988.

Manuel Opératoire du module d'enseignement de 1ère année : Sociologie des marchés, marketing et distribution, EAP, depuis octobre 1990.

Formatage pédagogique de « Euromix » (module de 8 cas et 7 manuels pédagogiques de marketing international), édité par la Chambre de Commerce et d'Industrie du Loiret et le Crédit Agricole et Commercialisé par la Centrale de Cas et de Médias Pédagogiques, 1991.

Fiche pédagogique du Cas « Laura Ashley » (cas de distribution à l'international), Centrale de Cas et de Médias Pédagogiques, 1991.

(avec M.-C. Weil), Manuel opératoire du cours : Business Presentation, EAP, de 1991 à 1993.

Cas « Optic Mode » (cas de distribution), EAP, 1992.

Cas « Centre commercial Domus », ESCP-EAP, 2006

Manuel opératoire du module d'enseignement de 3ème année : La franchise à l'international, EAP, de 1992 à 1994.

Manuel opératoire du module d'enseignement du programme MBA : Marketing, EAP, depuis 1992.

Cas « Saga 3 » (cas de stratégie de marketing international), EAP, 1993.

Cas « My beautiful Launderette » (cas d'analyse marketing et de distribution), Centrale de Cas et de Médias Pédagogiques, 1993.

Manuel opératoire du module d'enseignement : Mutations et Stratégies dans la distribution européenne, EAP, depuis 1995.

(avec M. Benoun), Cas « Marks & Spencer on the International Scene », (cas d'analyse marketing et de distribution à l'international), EAP, 1996.

Cahier de synthèse à usage des étudiants « Modernité et post-modernité : les termes du débat », EAP, avril 1997.

(avec J.-M. Hazebroucq) Cas « Tourisme dans le Lot », octobre 2003.

Cas « Centre commercial Domus », version 2006 et version 2008

Cahier Powerpoint de formation au Marketing expérientiel et événementiel, Viparis/Unimev, été 2017.

(avec P. Lapoule et E. Colla) Cas « Waze : du GPS collaboratif au m-commerce systémique », CCMP, 2017.

(avec P. Lapoule et E. Colla), Cas « Waze. D'un GPS collaboratif au m-commerce systémique ». CCMP Référence M1971, 2017.

(avec P. Lapoule) Cas « Nos Régions ont du Talent, la valorisation du savoir-faire local », CCMP référence M1990, 2018

(avec P. Lapoule et J. Rowell) Cas « OCADO. D'un supermarché en ligne à un fournisseur global de technologie », CCMP référence G1987, 2019.

(avec P. Lapoule et J. Rowell) Case « OCADO. From a Pure Online Grocery Retailer to a Global Service Provider », CCMP référence G1987(GB), 2019.

Edition et participation à la communauté scientifique

Co-Rédacteur en chef de la Revue « Management et Avenir »

Co-Directeur de la collection « Societing », EMS Editions.

Directeur de la Collection « Pertinence/Impertinence », et conseiller éditorial pour la discipline « sciences de gestion », chez Gaëtan Morin-Europe (de 1997 à 2002).

Chercheur associé au Centre d'Etude sur les Liens Sociaux (CERLIS) de l'Université René Descartes Paris V-Sorbonne/CNRS (de 1998 à 2005).

Boursier du Programme de Perfectionnement à l'Etranger des Enseignants Chercheurs en Gestion financé par la Fondation Nationale pour l'Enseignement de la Gestion des Entreprises (FNEGE 1999).

Membre du comité scientifique du Colloque *La médiation documentaire à l'heure d'Internet*, ABDS, Paris (novembre 2003).

Président du Conseil Scientifique de la Chaire « Marketing et Vente des Arts de la Table » du Comité National des Arts de la Table (2005-2010).

Membre du Jury des Prix de thèses de Doctorat de la Fnege.

Membre du 7^{ème} Colloque doctoral de l'Association Française de Marketing, Aix-les-Bains, 28 et 29 mai 2007.

Membre du 8^{ème} Colloque doctoral de l'Association Française de Marketing, Créteil, 13 et 14 mai 2008.

Membre du Conseil Scientifique et co-organisateur du Congrès de l'Association Française du Marketing 2009.

Président du Colloque « Etienne Thil » 2010 de recherche en distribution.

Président des 9^{èmes} Journées en Marketing Méditerranéen, 29 juin 2012, Marseille.

Président du Colloque doctoral du Colloque « Etienne Thil » 2013 de recherche en distribution.

Président du Jury du Prix du Livre de la Fédération des Dirigeants Commerciaux de France, Paris, Novembre 2022.

Ex-Membre du Conseil Scientifique du programme doctoral de l'Ecole Supérieure des Affaires de Beyrouth.

Expert-évaluateur (pour les Sciences de gestion) des revues scientifiques dans le cadre de la commission ministérielle d'évaluation du Fonds Québécois de Recherche sur la Société et la Culture.

Ex-Membre du Comité d'évaluation du Prix SYNTEC Management du meilleur article scientifique en Sciences de gestion.

Membre du Comité d'évaluation du Prix FNEGE de la meilleure thèse de Doctorat en marketing.

Membre du Jury du Prix des Ecoles de l'Union Française des Métiers de l'Evènement.

Expert scientifique pour la Région Rhône-Alpes.

Ex-Membre du comité de lecture de la revue *Recherches et Applications en Marketing (AFM)*.

Membre du comité de lecture de la revue *Management et Avenir*.

Ex-Membre du comité de lecture de la revue *Consommation et Société*.

Membre du comité scientifique des *Journées Normandes de Recherches sur la Consommation*, IAE de Rouen, IAE de Caen et ESC Rouen.

Membre du comité scientifique du Congrès international de l'EARCD, Paris (juillet 2003).

Membre du comité scientifique du Colloque *E-marketing*, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne.

Membre du comité scientifique du Colloque *Pauvreté, précarité et consommation*, Université Paris Est.

Membre du comité de lecture du Colloque *de l'Association Française de Marketing*.

Membre du comité de lecture du Colloque *Etienne Thil sur la Distribution*, La Rochelle.

Membre du comité scientifique du Colloque *E-marketing*, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne.

Participation à la communauté professionnelle

Président du Jury des Trophées de la performance du commerce associé, Fédération des enseignes du Commerce Associé (2014).

Expert dans le cadre des Assises du commerce, Ministère de l'Économie, des Finances et de la Relance, Paris, décembre 2021.

Membre du Comité d'Experts et du Jury *Retail Revolution* du Conseil National des Centres Commerciaux.

Membre du Comité d'Experts du Comité de concertation de l'enquête sur les réseaux d'enseigne, Insee, Printemps 2022.

Membre du Comité d'Experts de La Fabrique de la Cité (Vinci).

Ex-Membre du Conseil Scientifique de PROCOS.

Administrateur, IREF, Fédération des Réseaux Européens de Franchise et de Partenariat.

Membre fondateur du Jury du Grand Prix des Jeunes Créateurs du Commerce Unibail-Rodamco.

Membre fondateur du Conseil d'administration du *think tank* Deauville Prospective, Municipalité de Deauville.

Membre du Comité d'Experts de l'Observatoire des métiers du e-marketing.

Membre du Comité de Pilotage de l'Observatoire National des Nouveaux Concepts Commerciaux, CREDOC, IFLS, DGCIS.

Membre du Jury de la Cérémonie des Cubes, Salon de la Vente à Distance, Lille.

Membre du Jury des Trophés de la Performance de la Fédération des Enseignes du Commerce Associé.

Membre du Jury du Global Innovation Award.

Co-Président du Club de Montréal, club franco-canadien des chercheurs et praticiens en management de projets.

Membre-animateur du Grand Prix de la meilleure analyse stratégique d'enseigne Espace Expansion/ESCP-EAP.

Membre du Jury du « concours annuel des meilleurs franchisés de France », IREF/Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie (depuis 1992).