

	<p style="text-align: center;">LAPOULE Paul Professeur Associé Emérite ESCP https://www.youtube.com/watch?v=uRD21erRxkg https://tinyurl.com/4dbw8nb7</p>
---	---

- 2015 : Plaque d'honneur "in appreciation of my unstinted support, contribution of scholarship, sharing experience of learning and vibrant participation" at International Conference on Management Cases, 2011, 2012, 2013, 2014 and 2015
- 2012 : "Highly recommended paper" du premier 'Colloquium on European Retail Research'
- 2010 : Prix FNEGE et ARIANE Compétence et Management de la meilleure étude de cas TPE
- 2007 : Prix de la meilleure thèse décerné par l'Association pour les Recherches sur l'Économie Agro-alimentaire (A.R.E.A.)
- 2003 : « Top Auteur » CCMP pour l'ensemble de mes cas déposés et vendus

FORMATION

- 2023 : Certification « Sustainability & Management » ESCP Climate School
 - 2017 : Habilitation à Diriger des Recherches, Université Lyon 3 : « *La méthode des cas comme stratégie de recherche en distribution* », dirigée par le Professeur Régine Vanheems
 - 2007 - Doctorat en Sciences de gestion, mention très honorable avec les félicitations à l'unanimité du jury ; sujet de la thèse : « *Le succès des marques terroir des distributeurs : un modèle par les compétences* », dirigé par le Professeur Alain Bloch
 - 2003 - D.E.A. Sciences de Gestion, spécialisation marketing, C.N.A.M. Paris, dirigé par le Professeur Alain Bloch
 - 1993 - Certificat de fin d'études INM, cycle de perfectionnement aux stratégies marketing, Institut Français de Gestion
 - 1993 - Macro-économie et politique économique, C.N.A.M. Paris - cycle B
 - 1992 - Techniques Financières et Comptables des entreprises, C.N.A.M. Paris - cycle A
 - 1988 - Intermediate Certificate de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Londres (*Spoken English for Industry and Commerce*)
 - 1975 - D.U.T. Techniques de commercialisation, I.U.T. de Paris Sceaux
 - BAFA et BAFD (Brevet d'aptitude aux fonctions d'animateur et de directeur de centres de vacances et de loisirs)
- Langues pratiquées : anglais et allemand

DISCIPLINES, DOMAINES D'EXPERTISE ET ACTIVITES D'ENSEIGNEMENT

- Marketing, Marketing stratégique, Marketing de la distribution, Marketing international, Marketing et merchandising du vin
- Retail, Merchandising
- Management d'une force de vente
- Négociation- vente
- Management stratégique
- Conception d'études de cas sur mesure, supports de formation
- Formation de formateurs à la méthode (conception et animation) des cas

EXPERIENCE PROFESSIONNELLE ET AUTRES ACTIVITES

- Professeur associé émérite de marketing à l'ESCP, superviseur de mémoires de recherche pour les campus ESCP de Berlin et de Paris
- Référent pédagogique pour l'Institut Supérieur du Commerce et de la Vente du Conservatoire National des Arts et Métiers Ile de France
- Intervenant au Conservatoire National des Arts et Métiers Ile de France, Normandie et pour l'Université de Marne la Vallée, à l'Université du Vin, etc.
- Président du Comité de pilotage du 18^{ème} colloque Etienne Thil et de l'exposition « Histoire de grands magasins. Vertige du foisonnement »
- 2007-2017 : Membre du Conseil d'administration et rapporteur pour le jury d'attribution du prix de la meilleure thèse AREA (Association pour la Recherche en Economie Agroalimentaire)
- 2010 – 2018 : Intervenant à l'École Supérieure des Affaires d'Alger, dans les Fachhochschulen d'Aachen et de Schwenningen, dans le programme *Global Manager* de Shanghai pour la Direction des Relations Internationales de l'Enseignement de la CCIR, à l'INCAE -Costa Rica-, etc.
- Depuis 1994 : concepteur de "cas" sur mesure, de supports de formation, pour/avec les sociétés ASDA, BHV MARAIS, Carrefour, Decathlon, Intermarché, E. Leclerc, Danone, l'Oréal (Divisions Grand Public et Produits Professionnels), Pernod Ricard, Cidreries du Calvados La Fermière, Hasbro Interactive, Fabien Lecoivre Organisation, Fleurs de Prestige Paris, Groupe Cible, Icône, Jonak, La Compagnie des Jus de Marmande, Le Bon Marché, McDonald France, Mellow Yellow, Rhône Tricastin, Société Générale, Welgo, Walmart Amérique Centrale, la Fédération Française des Métiers de l'Exposition et des événements, etc.
- 1994-2010 : Conception et / ou actualisation d'une vingtaine d'études de cas pour le Centre de Perfectionnement aux Affaires de la CCIR (Région Ile de France), l'Institut de Recherche en Propriété Intellectuelle (IRPI), la Fédération Européenne des Écoles (F.E.D.E.) etc.
- 1986-2001 : montage et animation de semaines commerciales dans des centres commerciaux allemands, français, irlandais et américains
- 1994-2016 : conseil en stratégie marketing et comparaison de prix européens, en politique commerciale, en recrutement et formation de commerciaux, en logistique, bilan financier d'une mise en place de l'ECR/EDI...
- 1994 : période de perfectionnement en entreprise, conseil en marketing et comparaison de prix européens, Orangina-Schweppes
- 1980-1994, 2005-2006 : montage et pilotage de formations en alternance
- 1979-2004 : direction de séjours linguistiques et sportifs pour des comités d'entreprises et associations
- 1973-1980 : animateur des ventes pour la SEP Promotion en grande distribution
- 1975-1976 : agent technico-commercial pour la société Compto Service

PUBLICATIONS

Évaluateur pour la Society for Marketing Advances (USA), pour les Conférences Marketing Trends (Paris), le colloque Etienne Thil, pour le congrès Atlas-Afmi, pour l'Association Française du Marketing, pour la Revue Française du Marketing, pour la Revue internationale de cas en gestion, pour l'International Journal of Retail and Distribution Management, pour la revue Management International (HEC Montréal), etc.

Publications dans des revues avec comité de lecture

- Lapoule P. & Lynch R. (2018), The case study method: exploring the link between teaching and research, *Journal of Higher Education Policy and Management*, 40(5): 485-500
- Newell S., Lapoule P. & Leingpibul D. (2018), Understanding the Role of Trust and Expertise When Developing Business-to-Business Relationships in France, *Journal of Selling*, 8(1): 31-46
- Lapoule P. et Colla E. (2017), Grand magasin de centre-ville et tourisme. Le cas du BHV MARAIS, *Revue Française du Marketing*, 262(4) : 55-69

- Lapoule P. and Rowell J. (2016), Using social Media to Support Trade Shows: Developing the capabilities, *South Asian Journal of Business and Management Cases*, 5(1): 1-11
- Lapoule P. et Colla E. (2016), The multi-channel impact on the sales forces management, *International Journal of Retail and Distribution Management*, 44(3): 248-265
- Lamy E. et Lapoule P. (2015), La méthode des cas, instrument du rapprochement entre éducation et recherche en management, *Management & Avenir*, (79) : 15-31
- Colla E. et Lapoule P. (2015), Le drive : vecteur de cannibalisation ou de complémentarité ? Le cas de la grande distribution alimentaire, *Revue Française du Marketing*, 252(2/4) : 55-70
- Jin Z., Lynch R., Attia S., Chansarkar B., Gu`lsoy T., Lapoule P., Liu X., Newbury W., Nooraini M. S., Parente R., Purani K. & Ungerrer M. (2015), The relationship between consumer ethnocentrism, cosmopolitanism and product country image among younger generation consumers: The moderating role of country development status, *International Business Review*, (24): 380-393
- Colla E. et Lapoule P. (2014), L'impact du multi-canal sur le rôle et le management des forces de vente. Le cas du secteur de la beauté professionnelle, *Management & Avenir*, (6) : 139-155
- Lapoule P. (2014), The French Grocery Retail Company Intermarché develops the 'click and drive' model, *South Asian Journal of Business and Management Cases*, Sage, 3(1): 65-76
- Colla E. et Lapoule P. (2012), E-commerce: exploring the critical success factors, *International Journal of Retail and Distribution Management*, 40(11): 842-864
- Lapoule P. (2010), Carrefour and its competitors in India, *Management Decision*, 48(3): 396-402
- Colla E. et Lapoule P. (2010), Facteurs clés de succès des cybermarchés : les enseignements du cas Tesco.com, *Décisions Marketing*, (61) :,35-45
- Colla E. et Lapoule P. (2008), Bellow Cost Selling in France: Impact on Pricing Decisions, *International Journal of Retail and Distribution Management*, (10): 746-758

Publication d'un livre

- Lapoule P (2010), *Le succès des marques terroir des distributeurs : un modèle par les compétences*, Editions Universitaires Européennes

Publication de chapitres de livres

- Lapoule P. (2021), La politique de marque des distributeurs, dans Distribution 4.0, Badot O., Lemoine J.F. et Ochs A., Ed. Pearson (Prix FNEGE/EFMD 2019 du meilleur ouvrage en management)
- Lapoule P. et Rowell J. (2015), « Moving from a B2B Trade Show Communication Strategy to an Omni-channel Approach: The Case of Plastic Omnium Environnement », dans Managing Complex Organization Change, Tojo Thatchenkery, G.D. Sardana Editeurs, Bloomsbury Inde
- Lapoule P. and Mellet E. (2014), « The contribution of Indirect Sales Forces to Business Development: The Matrix Sales University Case », dans New Paradigms for Organizational Excellence, Academic Reference Series, Tojo Thatchenkery, G.D. Sardana Editors, Bloomsbury Inde
- Lapoule P. (2013), « The expansion of Drive-Through Outlets in the French Retail Grocery Sector: The Case of Intermarché », in Strategic Initiatives for Competitive Advantage in the Knowledge Society, Academic Reference Series, Tojo Thatchenkery, G.D. Sardana Editeurs, Bloomsbury Inde
- Lamy E. et Lapoule P. (2012), *Case Studies and Research in Management Science*, dans "Reframing Human Capital For Organizational Excellence", Tojo Thatchenkery, G.D. Sardana, Academic References Series, Bloomsbury, Londres, New Dehli, New York, Sydney, Novembre
- Lapoule P (2011), « Fleurs De Prestige Paris: from a Website to a Multichannel Approach », dans le Handbook on Management Cases, Tojo Thatchenkery, G.D. Sardana, McMillan Advanced Research Series, Novembre
- Lapoule P. (2009), *Carrefour and its competitors in India*, dans le Handbook on Management Case, Tojo Thatchenkery, G.D. Sardana, McMillan Advanced Research Series, Novembre
- Lapoule P. (2008), *Rhône Tricastin*, dans le Handbook on Management Cases, Institute of Management Technology, Ghaziabad, Inde

Communications dans des colloques avec comité de lecture

- Jin Z., Lynch R., Attia S., Chansarkar B., Guˆlsoy T., Lapoule P., Liu X., Newburry W., Nooraini M. S., Parente R., Purani K. & Ungerr M. (2019), Is country-of-Origin Important? Two purchasing Cues, Materialism and Country Development Status amongst Younger Generation Consumers: An Attribution Theory Perspective, AIB Conference, Copenhagen, June 25-27
- Lapoule P. et Colla E. (2016), Magasin de centre ville et tourisme. Le cas du BHV Marais, Actes du 19^{ème} colloque Etienne Thil international sur la distribution, octobre, Roubaix
- Colla E. et Lapoule P. (2014), The impact of the digital approach on the sales forces management, Actes du “Colloquium on European Research in Retailing 2014”, Septembre, Brême, Allemagne
- Colla E. et Lapoule P. (2013), L’impact du multi-canal sur le rôle et le management des forces de vente : le cas du secteur de la beauté professionnelle, Actes du 5^{ème} colloque de recherche de l’ISTEC « Multicanal et cross-canal », décembre, Paris
- Colla E. et Lapoule P. (2013), Le drive : vecteur de cannibalisation ou de complémentarité ? Le cas de la grande distribution alimentaire française, Actes du 16^{ème} colloque Etienne Thil international sur la distribution, octobre, Paris
- Colla E. et Lapoule P. (2013), Key success factors and competitive advantages of grocery click and drive French operators, Actes de la 17^{ème} Conférence de l’European Association for Education and Research in Commercial Distribution, Valence, Espagne, Juillet
- Colla E. et Lapoule P. (2012), Exploring the critical success factors of the click and drive model in French grocery retailing, communication primée ‘highly recommended paper’, Actes du premier Colloquium on European Retail Research, Paris, mai
- Jin Z., Lynch R., Attia S., Chansarkar B., Guˆlsoy T., Lapoule P., Liu X., Newburry W., Nooraini M. S., Parente R., Purani K. & Ungerr M. (2012), Antecedents of Home and Foreign Product Country Images in Developed and Developing Countries: A Comparative Study”, AIB Conference, Washington DC, June 30-July 3
- Colla E. et Lapoule P. (2009), Les facteurs clés du succès des supermarchés en ligne : analyse comparée des cas Intermarché.com et Tesco.com, Actes du 25^{ème} Congrès de l’Association Française du Marketing, Londres, mai
- Lapoule P. (2008), Le terroir, voie de différenciation et source de valeur ajoutée, Actes de la 4^{ème} Journée du Marketing Agroalimentaire de Montpellier AFM
- Lapoule P. et Menvielle W. (2008), Le terroir, voie de différenciation et source de valeur ajoutée : une analyse comparative franco-québécoise, Actes des Rendez-vous Champlain, Destinations touristiques et perspectives de recherches, Québec, juin 2008.
- Lapoule P. (2007), The impact of regulation on Pricing Decisions in the EU: the French Case, Actes du Congrès annuel de la Society for Marketing Advances
- Lapoule P. (2007), le management des marques terroir des distributeurs européens, Actes de la 16^{ème} Conférence internationale de management stratégique, UQAM, Montréal, Canada
- Lapoule P. (2007), Les compétences à l’origine du succès des marques terroir des distributeurs, Actes du Colloque Comindus (première journée de recherche sur les relations entre industrie et grande distribution alimentaire)
- Lapoule P. (2005), Groupe Danone (Dannon Cy): Building brand leadership in diverse product categories, communication au colloque « Summer Casewriters’ Workshop » à l’Université de l’Etat d’Idaho (U.S.A.) pour la Society for Case Research
- Lapoule P. (2005), Le succès des marques terroir de distributeurs : un modèle par les compétences, Actes de la Journée AFM/Marketing Agroalimentaire IAE Université Montpellier II sur le thème
- Lapoule P. (2004), Le succès des marques terroir de distributeurs : une analyse par les compétences, Actes de la Journée AFM/IRG ‘Les Marques’

Publication d’études de cas

Études de cas publiées par la Centrale des Cas et de Médias Pédagogiques (CCMP) de Paris

- Lapoule P. & Deparis M. (2025), Welgo. La location d'un vélo-cargo, une alternative durable et pratique, référence M2276
- Lapoule P. & Deparis M. (2025), Welgo. Cargo bike hire, a sustainable and practical alternative, référence M2276(GB)
- Lapoule P. & Deparis M (2025), Jonak. Une marque française de mode durable s'exporte aux Etats-Unis, référence M2257
- Lapoule P. & Deparis M (2025), Jonak. A French sustainable fashion brand in the United States, référence M2257(GB)
- Lapoule P. & Deparis M (2024), Miloud Benaouda. From young graduate to boss, référence M2224(GB)
- Lapoule P. & Deparis M (2024), Miloud Benaouda. De jeune diplômé à patron, référence M2224
- Lapoule P. & Deparis M. (2024), The North Face. Brand extension, Eco responsible strategy, Store Management, référence M2218(GB)
- Lapoule P. & Deparis M. (2024), The North Face. Extension de marque, Eco responsabilité, Management de point de vente, référence M2218
- Lapoule P. & Deparis M. (2024), Jonak. Innovation, influence et cybersécurité, référence M2210
- Lapoule P. (2023), Coca Cola. Innovation et développement durable, référence M2187
- Lapoule P. et Deparis M. (2022), Decathlon : un modèle économique repensé pour la seconde vie, référence D0010
- Lapoule P. et Deparis M. (2022), Decathlon : a rethought business model with second life, reference D0010GB
- Lapoule P. (2022), Lidl. Se réinventer en gardant ses fondamentaux, référence M2151
- Lapoule P. (2022), Lidl. France. Reinventing itself while maintaining its core identity, référence M2151(GB)
- Lapoule P. (2021), Le Bon Marché et Marguerite Boucicaut, référence R0021
- Lapoule P. (2021), Le Bon Marché and Marguerite Boucicaut, référence R0021GB
- Lapoule P. et Deparis M. (2020), Patatam. Mode responsable et économie circulaire, référence D0004
- Lapoule P. et Deparis M. (2020), Patatam. Responsible Fashion & Circular Economy, référence D0004(GB)
- Lapoule P. et Deparis M. (2020), Mellow Yellow : l'expérience shopping d'un concept store de chaussures, référence M2082
- Lapoule P., Rowell J. et Badot O. (2019), OCADO. D'un supermarché en ligne à un fournisseur global de technologie, référence G1987
- Lapoule P., Rowell J. & Badot O. (2019), OCADO. From a Pure Online Grocery Retailer to a Global Service Provider, référence G1987(GB)
- Lapoule P. (2019), Fleurs de Prestige. From Website to Retail 4.0, référence G1978 (GB)
- Lapoule P. (2019), Fleurs de Prestige. D'un site Internet au commerce 4.0, référence G1978
- Lapoule P., Schmitt O. et Ochs A. (2019), Amazon. La transformation du processus d'achat, référence M2049
- Lapoule P., Schmitt O. et Ochs A. (2019), Amazon. The Transformation of the Consumer Decision-Making Process, reference M2049(GB)
- Lapoule P. (2018), Intermarché.com : Expansion de los expendios con ventanilla de servicio en el auto en el sector de venta detallista de abarrotes de Francia, référence G1801(SP)
- Lapoule P. et Badot O. (2018), Nos Régions ont du Talent, la valorisation du savoir faire local, reference M1990
- Lapoule P., Colla E. et Badot O. (2017), Waze: From community-based application to systemic m-commerce tool. référence M1971(GB)
- Lapoule P., Colla E. et Badot O. (2017), Waze. D'un GPS collaboratif au m-commerce systémique. Référence M1971
- Lapoule P. (2017), E. Leclerc : les pratiques de négociation à l'épreuve du marché, référence N0006
- Lapoule P. (2017), Reflets de France. Authenticity and Modernity. Référence M1956(GB)
- Lapoule P. (2017), Reflets de France. Authenticité et modernité. Référence M1956

- Lapoule P. (2016), Loïc Raison, Ecusson, Kérisac, Danao : le leader français du cidre innove et se diversifie, référence M1931
- Lapoule P. (2016), LE BHV MARAIS. L'incarnation du style de vie français, Centrale de Cas et de Médias Pédagogiques Paris, référence M1914
- Lapoule P. (2015), « Plastic Omnium Environnement strategy: From the 'professional trade show' to the omni-channel », référence M1872 (GB)
- Lapoule P. (2015), La stratégie de communication de Plastic Omnium Environnement : du canal 'salon professionnel' à l'omni-canal, référence M1872
- Lapoule P. (2014), Eclor : conception et protection de marques à l'international, référence G1845
- Lapoule P. (2014), Bienvenue chez Cora : stratégie, merchandising et négociation avec des fournisseurs, référence M1847
- Fremiot E. et Lapoule P. (2014), Widoobiz : les entrepreneurs ont leur web radio, référence G1833
- Lapoule P. (2013), Intermarché : l'essor du drive alimentaire en France, référence G1801
- Lapoule P. (2013), « Intermarché: the expansion of drive-through outlets in the French retail grocery sector », référence G1801GB
- Lapoule P. (2013), Leclerc : le bon vin à la bonne place, référence M1818
- Lapoule P. (2013), « Leclerc: the right wine in the right place », référence M1818GB
- Lapoule P. (2013), Matrix Sales University de la Division Produits Professionnels du Groupe L'Oréal : la contribution des forces de vente indirectes au business développement, référence M1785
- Lapoule P. (2013), « Matrix Sales University at the L'Oréal Group's Professional Products Division: the contribution of indirect sales forces to business development », reference M1785 (GB)
- Lapoule P. (2013), « Matrix Sales University de la División de Productos Profesionales del Grupo L'Oréal : la contribución de las fuerzas de venta indirectas al desarrollo de negocio », référence M1785 (ES)
- Lapoule P. (2012), « Carrefour in India », référence G1759 (GB)
- Lapoule P. (2012), Brico.fr, un intrapreneur associe les univers du bricolage et de la décoration, référence M1772
- Lapoule P. (2012), Leclerc : négociateur pour rester le moins cher, référence CCMP M1762
- Lapoule P. (2012), Intermarché accélère le développement du drive
- Lapoule P. (2011), Ca relie à Paris, quels choix stratégiques recommander à l'entreprise pour accélérer son développement ? (artisanat et commerce), référence CCMP G 1721
- Auplat C. et Lapoule P. (2011), L'Oréal : science, innovation and... sustainable development, référence CCMP G 1708 (GB)
- Lapoule P. (2011), Fleurs-de-Prestige, du site internet à la multicanalité (Distribution multicanal et entrepreneuriat –, versions anglaise et française), références M1716 (GB) et M1716
- Lapoule P. et Rowell J. (2011), Marques premium-Produits Premium, le fromage Stilton ASDA Extra Special (Marketing de la distribution), référence M 1702
- Lapoule P. et Rowell J. (2011), « Premium brands-Premium products, ASDA Extra Special Stilton cheese », référence M 1702 (GB)
- Lapoule P. (2010), Coton biologique et commerce équitable, la création d'un site de commercialisation de prêt-à-porter éthique, référence G 1678
- Lapoule P. (2010), La démarche marketing des Cidreries du Calvados La Fermière, référence CCMP M 1657
- Lapoule P. (2010), Mauricia : la création d'une entreprise d'importation de spiritueux (Entrepreneuriat), référence M 1671
- Lapoule P. (2009), Carrefour et ses concurrents priorisent le marché indien, référence G 1621
- Lapoule P. (2009), COMPARE AGENCY : la création d'une agence de conseil en communication hors média, référence G 1621
- Lapoule P. (2009), Carrefour en Chine, référence G 163
- Lapoule P. et Colla E. (2008), Tesco.com, les capacités stratégiques d'un leader du cybermarché, référence M1611
- Lapoule P. (2008), Le nouveau plan marketing de Rhône Tricastin, référence M1606.

- Lapoule P. (2008), La Compagnie des Jus de fruits, emballage et environnement, référence M1582
- Lapoule P. (2008), Intermarché.com
- Lapoule P. (2008), «Groupe Danone (Dannon Cy): building the business of the future »
- Lapoule P. (2007), Danone : apporter la santé par l'alimentation au plus grand nombre, référence G1565
- Lapoule P. (2007), Terroir et exotisme sur internet (Entrepreneuriat), référence G1537
- Lapoule P. (2007), ICONE, la création d'une entreprise de boissons à base de vin désalcoolisé, référence G1519
- Lapoule P. (2007), Stratégie de développement à l'horizon de 2010 de la Compagnie des Jus de Marmande, référence M1521
- Lapoule P. (2006), On or Off line : le dilemme de Jean Louis, référence M1507
- Lapoule P. (2006), e-SOLEX : le lancement du SOLEX électrique, versions anglaise et française, références M1456 (GB) et M1456
- Lapoule P. (2006), Michel Polnareff. Un nouveau marketing musical, référence M1441
- Lapoule P. (2005), Claude François : l'effet nostalgie (marketing stratégique)
- Lapoule P. (2004), La grande consommation : un nouveau défi pour NEGOSUP
- Lapoule P. (2004), «Dannon aims for global leadership in its three strategic activities»
- Lapoule P. (2004), « Welcome to ASDA Extra Special : the case of Stilton cheese » (Les compétences nécessaires à l'élargissement d'une gamme de produits premium) – versions anglaise et française -
- Lapoule P. (2003), Cidreries du Calvados La Fermière -CCLF-
- Lapoule P. (2003), Cora stretche sa marque propre "L'Ame du Terroir" (Les compétences nécessaires à la valorisation d'une MDD terroir)
- Lapoule P. (2003), Carrefour développe sa MDD "Reflets de France", référence M1287
- Lapoule P. (2003), "Taillefine" (Marketing et Innovation, stretching de marque)
- Lapoule P. (2003), Le cidre. On devrait toujours en avoir au frais (Conception et protection de marque en France et à l'international)
- Lapoule P. (2002), Crackez pour LU (*Category Management*), référence DAN03
- Lapoule P. (2002), Hyper ou cyber marché ?
- Lapoule P. (2002) "Evian et le Carrousel du Louvre" (Marketing et négociation), référence DAN02
- Lapoule P. (2001) Danone vise la première place mondiale dans ses trois métiers stratégiques
- Lapoule P. (2000), Danone produits laitiers, à vous d'inventer la suite...
- Lapoule P. (2000), Start again ! les nouvelles technologies au service de la tradition (Business Plan)
- Lapoule P. (1999), Leclerc : vin sur vin, version française et « Leclerc : the Right Place for the Right Wine » version anglaise
- Lapoule P. (1999), Playskool Multimédia pour Hasbro Interactive (Marketing international)
- Lapoule P. (1998), Le cidre revient en grâce (pour l'IRPI, Institut de Recherche en Propriété Intellectuelle)
- Lapoule P. (1997), Bienvenue chez Districo (Conçu en partenariat avec Ballantine's, Pernod, Auchan, Carrefour et Cora)
- Lapoule P. (1996), Distri 2000 (support de formation pour tous les commerciaux du groupe l'Oréal)
- Lapoule P. (1995), Interbrew et le commerce parallèle
- Lapoule P. (1994), Schweppes Europe, version française (Marketing international)

Publication de cas par le Case Center

- Lapoule P. et Rowell J. (2010), COMPARE AGENCY. A student project becomes business reality, reference 810 026 1
- Hoover R. et Lapoule P. (2008), e-SOLEX. Le Solex électrique. Everything old is new again
- Lapoule P. (2002), Leclerc: the Right Place for the Right Wine
- Lapoule P. (1994), *Schweppes Europe* (International Marketing)

Publication d'une étude de cas par le Journal of Case studies (USA)

- Lapoule P. (2005), Groupe Danone (Dannon Cy): Building brand leadership in various product categories, *Journal of Case studies*, USA

Autres publications

- Lapoule P. (2006), Publication du module théorique « Les fondements du marketing » par la CCMP de la CCIP
- Lapoule P. (2005), Publication du module théorique « Panorama et politique de distribution » par la CCMP de la CCIP
- Lapoule P. (1997), Auteur d'un cahier de recherche NEGOCIA sur le bilan financier de l'ECR / EDI entre Schweppes France et Carrefour