

AXE MARKETING

Articles publiés dans des revues classées (CNRS, FNEGE, AERES, CRM)

- Ayadi, N., Giraud, M., & Gonzalez, C. 2013. An investigation of consumers' self-control mechanisms when confronted with repeated purchase temptations: Evidence from online private sales. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 20(3): 272-281. (CNRS 3, FNEGE 3, AERES B).
- Ayadi, N., Giraud, M., & Gonzalez, C. 2012. Tentations, impulsions et contrôle du consommateur sur les sites de ventes privées. *Management & Avenir* (54): 34-52. (CNRS 4, FNEGE 4, AERES C).
- Ayadi, N. 2010. L'expérience de prise de risque par les consommateurs : rôle des émotions anticipées positives. *Recherche et Applications en Marketing*, 25(2): 31-50. (CNRS 2, FNEGE 2, AERES A).
- Bertrandias, L., & Vernet, E. 2012. Que valent les communications interpersonnelles ? Calibrage interpersonnel des connaissances et sélection des sources de conseil. *Recherche et Applications en Marketing*, 27(1): 33-57. (CNRS 2, FNEGE 2, AERES A).
- Bertrandias, L., & Lapeyre, A. 2009. La préoccupation du maintien du pouvoir d'achat, proposition d'un critère de segmentation. *Décisions Marketing* (56): 11-22. (CNRS 4, FNEGE 3, AERES B).
- Dawes, J., Driesener, C., Meyer-Waarden, L., Sharp, B., Stocchi, L., Stern, P., & Wright, M. 2012. It's a Dirichlet World: Modeling Individuals' Loyalties Reveals How Brands Compete, Grow, and Decline. *Journal of Advertising Research*, 52(2): 203-213. (CNRS 3, FNEGE 3, AERES B).
- Debbabi, S., Baile, S., des Garets, V., & Roehrich, G. 2013. L'impact de la téléprésence dans une publicité en ligne sur la formation de l'attitude à l'égard du produit : pertinence de l'approche traditionnelle par l'expérience. *Recherche et Applications en Marketing*, 28(2): 3-24. (CNRS 2, FNEGE 2, AERES A).
- Debbabi, S., Daassi, M., & Baile, S. 2010. Effect of Online 3D Advertising on Consumer Responses : The Mediating Role of Telepresence. *Journal of Marketing Management*, 26(9-10): 967-992. (CNRS 3, FNEGE 3, AERES B).
- Décaudin, J.-M., & Lacoste, D. 2010. Are services advertised differently ? An empirical examination *Journal of Services Marketing*, 24(7): 546-553. (CNRS 3, FNEGE 3, AERES B).
- Galan, J.-P., & Vignolles, A. 2014. Twetnographie : perspectives théoriques et managériales d'un service de microblogging. *Revue Française de Marketing* (246): à paraître. (CNRS NC, FNEGE 4, AERES C).
- Galan, J.-P. 2009. Musique et réponses à la publicité : Effets des caractéristiques, de l'appréciation et de la congruence musicales. *Recherche et Applications en Marketing*, 24(4): 1-20. (CNRS 2, FNEGE 2, AERES A).
- Galluzzo, A., & Galan, J.-P. 2013. L'apport de l'ethnographie multisite à l'étude du consommateur fan. *La Revue des Sciences de Gestion* (261-262): 139-145. (CNRS NC, FNEGE 4, AERES NC).
- Meyer-Waarden, L. 2013. The impact of reward personalisation on frequent flyer programmes' gratifications perceived value and loyalty. *Journal of Service*

- Marketing*, 27(3): 183-194. (CNRS 3, FNEGE 3, AERES B).
- Meyer-Waarden, L., Benavent, C., & Castéran, H. 2013. The effects of purchase orientations on perceived loyalty programmes' benefits and loyalty. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 41(3): 201-225. (CNRS 3, FNEGE 3, AERES B).
- Munzel, A., & Kunz, W.-H. 2014. Creators, Multipliers, and Lurkers : Who contributes and who benefits at online review sites. *Journal of Service Management*, 25(1): 49-74. (CNRS 4, FNEGE 4, AERES C).
- Salerno, F., Benavent, C., Volle, P., Manceau, D., Trinquocoste, J. F., Vernette, E., & Tissier-Desbordes, E. 2013. Eclairages sur le marketing de demain : prise de décisions, efficacité et légitimité. *Décisions Marketing*, 72(4): 17-42. (CNRS 4, FNEGE 3, AERES B).
- Vernette, E., & Hamdi-Kidar, L. 2013. Co-creation with consumers : who has the competence and wants to cooperate. *International Journal of Market Research*, 55(5): 2-20. (CNRS 3, FNEGE 3, AERES B).
- Vernette, E., Beji-Becheur, A., Gollety, M., & Hamdi-Kidar, L. 2013. Les lead-users en marketing : interrogations et nouvelles contributions psychométriques. *Recherche et Applications en Marketing*, 28(4): 3-27. (CNRS 2, FNEGE 2, AERES A).

Articles publiés dans des revues référencées (JCR, ISI, Harzing...), autres revues, éditoriaux et cahiers de recherche

- Ayadi, N., & Lapeyre, A. 2014. Consumer purchase intentions for green products: Mediating role of WTP and moderating effects of framing. *Journal of Marketing Communications*: à paraître.
- Filser, M., & Vernette, E. 2011. La théorie marketing vit encore, (Editorial). *Décisions Marketing* (62): 4-5.
- Filser, M., & Vernette, E. 2011. Quels pouvoirs pour le consommateur ?, (Editorial). *Décisions Marketing* (61): 5-9.
- Filser, M., & Vernette, E. 2011. Décisions Marketing, La théorie marketing vit encore, (Editorial). *Décisions Marketing* (62).
- Filser, M., & Vernette, E. 2010. Quelques réflexions autour de l'atelier de recherche appliquée de l'afm : des voies de contribution managériale de la recherche en marketing, (Editorial). *Décisions Marketing* (59): 5-6.
- Filser, M., & Vernette, E. 2010. Politique éditoriale de Décisions Marketing, permanence, évolution et perspectives, (Editorial). *Décisions Marketing* (58): 5-9.
- Filser, M., & Vernette, E. 2010. La proximité est-elle seulement une nouvelle mode du marketing ?, (Editorial). *Décisions Marketing* (57): 5-6.
- Filser, M., & Vernette, E. 2009. Charity Business Marketing 3.0, Version Tom Shoes, (Editorial). *Décisions Marketing* (55): 5-6.
- Gurău, C., & Ayadi, N. 2011. Political communication management: The strategy of the two main candidates during the 2007 French presidential elections. *Journal of Communication Management*, 15(1): 5-22.
- Meyer-Waarden, L., & Volle, P. 2012. special number about CRM journal (Chief guest editor). *Recherche et Applications en Marketing* (4).
- Munzel, A., & Kunz, W. H. 2014. Customer-to-Customer Interactions Within Online Review Sites: A Typology of Contributors. *Customer & Service Systems*, 1(1): à paraître.
- Plotkina, D., & Munzel, A. 2014. What's New With You? On the Moderating Effect of Product Novelty on eWOM Effectiveness. *Customer & Service Systems*, 1(1): à paraître.

- Tissier Desbordes, E., & Vernette, E. 2013. Les consommateurs sont-ils sensibles à l'effet made-in ? (Editorial). *Décisions Marketing*, 69: 5-7.
- Tissier Desbordes, E., & Vernette, E. 2012. La participation du client, la co-production, la co-creation, un nouvel eldorado pour le marketing ?, (Editorial). *Décisions Marketing* (65): 5-8.
- Tissier Desbordes, E., & Vernette, E. 2012. Le repérage marketing des influenceurs dans les réseaux sociaux : des dangers de l'ignorance aux risques de l'à peu près..., (Editorial). *Décisions Marketing* (65): 5-8.
- Tissier Desbordes, E., & Vernette, E. 2012. De Bernays aux neurosciences, (Editorial). *Décisions Marketing* (66): 3-5.
- Tissier Desbordes, E., & Vernette, E. 2011. Pourquoi publier un article dans Décisions Marketing ?, (Editorial). *Décisions Marketing* (63): 5-7.
- Vernette, E., & Tissier Desbordes, E. 2013. Managers et académiques : mêmes dilemmes face à l'innovation, (Editorial). *Décisions Marketing* (70): 5-7.

Ouvrages et chapitres d'ouvrages

- *Ouvrages et chapitres d'ouvrages de recherche*

- Munzel, A., & Kunz, W. H. 2014. Sharing Experiences Via Social Media As Integral Part of the Service Experience. In J. Kandampully (Ed.), *Customer Experience Management: Enhancing Experience and Value through Service Management*: à paraître: Dubuque, IA, Kendall Hunt Publishing Company.
- Munzel, A. 2013. *Interaction within consumer review sites - Who communicates, what makes people write, how do they influence others, and how should companies respond to electronic word-of-mouth ?* Munich: FGM Verlag.
- Galan, J.-P., & Vignolles, A. 2009. Offres thématiques et compromis identitaires. In I. Assassi, D. Bourgeon, & M. Filser (Eds.), *Global Challenge in Responsible Business*: 117-134. Paris: Vuibert.

- *Ouvrages et chapitres d'ouvrages d'études et pédagogiques*

- Bouguerra, A., & Magne, S. 2010. *La marque vue du web*: Editions De Boeck.
- Cautela, C., Zurlo, F., Magne, S., & Ben Youssef, K. 2012. *Design management. Théorie et cas pratiques*: De Boeck.
- Carricano, M., Poujol, F., & Bertrandias, L. 2010. *Analyse de données avec SPSS, Syntec* (2ème éd. ed.): Pearson Education.
- Decaudin, J.-M., Digout, J., & Fueyo, C. 2013. *e-Réputation des marques, des produits et des dirigeants*: Viubert.
- Decaudin, J.-M., Malhotra, N., Bouguerra, A., & Bories, D. 2011. *Etudes Marketing avec SPSS et SAS* (5ème édition ed.): Pearson Education.
- Decaudin, J.-M., & Digout, J. 2011. *La e-publicité*: Dunod.
- Decaudin, J.-M., & Bouguerra, A. 2011. *La Communication Marketing Intégrée* (4ème édition ed.): Economica.
- Decaudin, J.-M., & Saint Martin, T. 2013. *Les panels*. Londres: Pearson Education.
- Decaudin, J.-M., & Malaval, P. 2009. *Pentacom* (2ème édition ed.): Pearson Education.
- Decaudin, J.-M., Igalens, J., & Waller, S. 2009. *La communication interne. Stratégies et techniques*. Paris: Dunod.
- Fréchet, M., Martin, A., & Ayadi, N. 2011. Inertie et dynamique de choix de protection des

- innovation. In C. Roquilly (Ed.), *La contribution des juristes et du droit à la performance des entreprises. Management juridique et culture juridique de l'entreprise*: Editions Joly
- Gavard-Perret, M.-L., Chamard, C., Fornerino, M., & Galan, J.-P. 2010. *Le Marketing de A à Z*. Paris: Dunod.
- Giannelloni, J. L., & Vernet, E. 2012. *Études de Marché* (3ème ed.). Paris: Viubert.
- Giannelloni, J. L., & Vernet, E. 2010. Les études de marché, Marketing-MBA. In J. M. Lehu (Ed.): Editions d'Organisation.
- Magne, S. 2010. *Packaging design. En partenariat avec l' INDP*. Bruxelles: Editions De Boeck.
- Magne, S. 2009. Les enjeux différenciés du packaging dans la distribution (grande distribution traditionnelle, hard discount et e-commerce) *Emballage et Conditionnement : Marketing – Techniques - Mise en œuvre – Qualité - Réglementation*. Paris: Dunod.
- Magne, S. 2009. Les nouvelles technologies au service de l'innovation packaging : les scénarios marketing du futur *Emballage et Conditionnement : Marketing – Techniques - Mise en œuvre – Qualité - Réglementation*. Paris: Dunod.
- Magne, S. 2009. Le marché du design de packaging : recherche de tendances françaises et internationales *Emballage et Conditionnement : Marketing – Techniques - Mise en œuvre – Qualité - Réglementation*. Paris: Dunod.
- Meyer-Waarden, L., & Sabadie, W. 2013. Complaint Management and the role of relationship quality. In A. Geyer-Schulz, & L. Meyer-Waarden (Eds.), *Consumer Empowerment & Emerging consumer behaviors*: Karlsruhe Institute für Technologie (KIT).
- Meyer-Waarden, L. 2012. *Management de la fidélisation -De la conception d'une stratégie aux technologies pour réinventer le marketing relationnel*. Paris: Vuibert.
- Meyer-Waarden, L. 2011. La fidélité est-elle une affaire de points. In I. Barth (Ed.), *Les courses ordinaires* Paris: L' Harmattan.
- Sabadie, W., & Meyer-Waarden, L. 2013. The Long-Term Impact of Sales Promotions on Customer Equity In A. Geyer-Schulz, & L. Meyer-Waarden (Eds.), *Consumer Empowerment & Emerging consumer behaviors*: Karlsruhe Institute für Technologie (KIT).
- Vernet, E., & Hamdi-Kidar, L. 2014. Lead-users vs. Emergent Nature Consumers for marketing co- creation: are they really different? In A. Geyer-Schulz, & L. Meyer-Waarden (Eds.), *Consumer Empowerment What & Why ?* : Karlsruhe Institute für Technologie (KIT).
- Vernet, E. 2011. *Techniques d'Etude de Marché* (3ème augmentée et révisée ed.). Paris: Vuibert.
- Vernet, E. 2010. De hiver 54 à prends l'oseille et tire-toi, Angélisme et cynisme du charity marketing, *Marketing en questions*. Paris: Vuibert.

Ouvrages édités

- *Ouvrages d'études et pédagogiques*

- Geyer-Schulz, A., & Meyer-Waarden, L. (Eds.). 2013. *Consumer Empowerment & Emerging consumer behaviors*: Karlsruhe Institute für Technologie (KIT).

Congrès internationaux

- Abaidi, I., & Vernette, E. 2014. *La digitalisation d'un produit : création ou destruction de valeur pour le consommateur*. Paper presented at the 30ème congrès de l'Association Française de Marketing, (AFM), Montpellier. 4-6 juin
- Albouy, J., & Bertrandias, L. 2011. *De l'émotion-choc à la trace affective : déterminants du succès des campagnes humanitaires "choc"* Paper presented at the 27ème Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM), Bruxelles. 18-20 mai
- Auxtova, K., & Munzel, A. 2014. *La pub choc pour l'engagement caritatif - Une étude interculturelle sur les publicités controversées des organisations caritatives*. Paper presented at the 30e Congrès International de l'Association Française du Marketing (AFM), Montpellier. 4-6 juin
- Ayadi, N., Giraud, M., & Gonzalez, C. 2012. *Comment réagissent les consommateurs face à des tentations d'achat répétées ? Une application aux ventes privées en ligne*. Paper presented at the 28ème Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM), Brest. 9-11 mai
- Ayadi, N., & Bertrandias, L. 2011. *Je n'aurais pas dû être aussi prudent ! Un nouveau regard sur le processus de régulation du regret pour les décisions risquées*. Paper presented at the 27ème Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM), Bruxelles. 18-20 mai
- Ayadi, N., Fréchet, M., & Martin, A. 2011. *Inertie et dynamique des choix des stratégies de protection des innovations*. Paper presented at the XXème Congrès de l'Association Internationale de Management Stratégique, Nantes. juin
- Bernard, Y., Bertrandias, L., & Elgaaïed, L. 2012. *L'efficacité de l'étiquetage environnemental : résultats d'une étude quasi-expérimentale exploratoire*. Paper presented at the 28ème Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM), Brest. 9-11 mai
- Bertrandias, L., Carricano, Manu, & Lapeyre, A. 2014. *Dimensions and Effects of Consumer Subjective Financial Deprivation* Paper presented at the 43rd Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC), Valencia (Espagne). 3-6 juin
- Bertrandias, L., Lapeyre, A., & Carricano, M. 2014. *Une étude empirique des effets des facettes sociale et temporelle du sentiment de privation financière sur les décisions des consommateurs*. Paper presented at the 30ème congrès de l'Association Française de Marketing (AFM), Montpellier. 4-6 juin
- Bertrandias, L., & Carricano, M. 2013. *Inhibition of spending and financial risk-taking: the paradoxical effects of financial deprivation*. Paper presented at the Association for Consumer European Conference, Barcelona, (Espagne). July 4-7th
- Bertrandias, L. 2013. *Inhibition de la dépense mais prise de risque financier : les effets paradoxaux du sentiment de privation financière*. Paper presented at the 29ème congrès de l'Association Française de Marketing, La Rochelle. 16-17 mai
- Bertrandias, L., Elgaaïed, L., & Bernard, Y. 2012. *Are consumers really decided to make green choices? Explaining the perceived environmental harmfulness /behaviour consistency*. Paper presented at the 41st Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC), Lisbonne, (Portugal). 22- 25 mai
- Bertrandias, L. 2012. *Sanctionner ou récompenser ? Réflexion sur le cadrage des redevances incitatives sur les ordures ménagères, session spéciale " Des objets aux déchets ? Stimuler le triptyque Réduire-Réutiliser-Recycler "*. Paper presented at the 28ème Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM), Brest. 9-11 mai
- Bertrandias, L., & Lapeyre, A. 2010. *La préoccupation du pouvoir d'achat des consommateurs : définition, antécédents et conséquences*. Paper presented at the

- 26ème Congrès de l'Association Française de Marketing (AFM), Le Mans. 5-7 mai
- Bertrandias, L., & Elgaaïed, L. 2010. ***L'effet de la préoccupation environnementale attribuée à l'entourage sur les choix écologiquement responsables.*** Paper presented at the 26ème Congrès de l'Association Française de Marketing (AFM), Le Mans. 5-7 mai
- Bertrandias, L., & Vernette, E. 2009. ***Le bouche-à-oreille sur les produits, peut-on faire confiance aux recommandations de son entourage.*** Paper presented at the 25ème Congrès de l'Association Française de Marketing (AFM), Londres. 14 & 15 mai
- Borau, S., & Vernette, E. 2013. ***Crédibilité et efficacité des modèles selon leur degré de beauté idéale : le cas des publicités cosmétiques.*** Paper presented at the 29ème congrès de l'Association Française de Marketing, La Rochelle. 16-17 mai
- Boreau, S., & Vernette, E. 2010. ***Les femmes et les images de la beauté féminine dans la communication publicitaire : une étude exploratoire.*** Paper presented at the 9ème congrès international sur les tendances du marketing, EAP-ESCP, Paris. 21-23 janvier
- Bui, P.-T., & Decaudin, J.-M. 2014. ***Definition and determinants of willingness to pay for foreign products: the case of international fashion products in Vietnam.*** Paper presented at the 13th International Marketing Trends Conference, Venise, (Italie). 24-25 janvier
- Bui, P.-T., & Decaudin, J.-M. 2012. ***La vengeance du consommateur : un mélange d'émotions.*** Paper presented at the 11th International Marketing Trends Conference, Venise, (Italie). 24-25 janvier
- Busca, I., & Bertrandias, L. 2014. ***Trouver sa légitimité : comment les Community Managers tentent de s'intégrer dans une stratégie marketing.*** Paper presented at the 30ème congrès de l'Association Française de Marketing, (AFM), Montpellier. 4-6 juin
- Castéran, G., Chrysochou, P., & Meyer-Waarden, L. 2014. ***Une analyse longitudinale de la fidélité à la marque. A longitudinal analysis of brand loyalty evolution.*** Paper presented at the 30ème congrès de l'Association Française de Marketing, (AFM), Montpellier. 4-6 juin
- Castéran, H., Meyer-Waarden, L., & Chrysochou, P. 2014. ***L'impact à long terme des promotions de prix sur le capital client*** Paper presented at the 30ème congrès de l'Association Française de Marketing, (AFM), Montpellier. 4-6 juin
- Castéran, H., & Meyer-Waarden, L. 2013. ***L'impact à long-terme des promotions sur le capital client.*** Paper presented at the 29ème Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM), La Rochelle. 16-17 mai
- Dawes, J., Meyer Waarden, L., & Driesener, C. 2012. ***La fidélité à la marque a-t-elle déclinée ? Une analyse longitudinale des achats répétés en Grande-Bretagne et aux Etats-Unis.*** Paper presented at the 28ème Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM), Brest. 9-11 mai
- Dawes, J., Meyer-Waarden, L., & Driesener, C. 2011. ***The evolution of Repeat Purchase Behavior.*** Paper presented at the 27ème Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM), Bruxelles. 18-20 mai
- Decaudin, J.-M., Digout, J., & Bouguerra, A. 2011. ***Les blogs comme média publicitaire. Acceptation par les internautes?*** Paper presented at the Journée e-marketing, Association Française du Marketing (AFM), Paris. 19-20 janvier
- Degorre, A., & Galan, J.-P. 2013. ***La musique comme source d'immersion dans les jeux vidéo.*** Paper presented at the 29ème congrès de l'Association Française de Marketing, La Rochelle. 16-17 mai
- Dehling, A., & Vernette, E. 2013. ***Au-delà des freins à l'achat d'occasion: un éclairage anthropologique sur le concept d'appropriation.*** Paper presented at the 29ème congrès de l'Association Française de Marketing, La Rochelle. 16-17 mai

- Dehling, A., & Vernette, E. 2013. ***Making someone else's object one's own: The matter of second-hand item appropriation. Top twenty papers for The Best Paper Award based on a doctoral dissertation.*** Paper presented at the 42nd Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC), Istanbul, (Turquie). 4-6 juin
- Elayoubi, M., & Décaudin J.-M. 2010. ***Une comparaison avis d'experts / avis de consommateurs : application au jugement d'une publicité.*** Paper presented at the 9ème congrès international sur les tendances du marketing, EAP-ESCP, Paris. 21-23 janvier
- Elgaaied, L., Bernard, Y., & Bertrandias, L. 2013. ***L'endossement de responsabilité, une clé de l'efficacité des étiquettes environnementales.*** Paper presented at the 29ème Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM), La Rochelle. 16-17 mai
- Favier, R., Galan, J.-P., & Galluzzo, A. 2014. ***La dynamique du discours antagoniste sur les réseaux sociaux : émergence d'une contre-idéologie chez les « fans » de Dacia*** Paper presented at the 30ème congrès de l'Association Française de Marketing, (AFM), Montpellier. 4-6 juin
- Fréchet, M., Ayadi, N., & Martin, A. 2013. ***Le choix des méthodes de protection de l'innovation : inertie et états de dépendances dans les entreprises françaises ».*** In ***Actes de la*** Paper presented at the XXII ème Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique (AIMS), Clermont-Ferrand. 10, 11 et 12 juin
- Galan, J. P., Giraud, M., & Meyer-Waarden, L. 2013. ***A Theoretical extension of the technology acceptance model to explain the adoption and the usage of new digital services.*** Paper presented at the 42nd Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC), Istanbul, (Turquie). 4-6 juin
- Galan, J. P., Giraud, M., & Meyer-Waarden, L. 2013. ***A Theoretical extension of the technology acceptance model to explain the adoption and the usage of new digital services.*** Paper presented at the 29ème Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM), La Rochelle. 16-17 mai
- Galan, J. P. 2013. ***Pour une approche interprétative de la modélisation du comportement du consommateur.*** Paper presented at the 29ème Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM), La Rochelle. 16-17 mai
- Galan, J.-P. 2011. ***Une déconstruction des outils de mesure en marketing.*** Paper presented at the 27ème Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM), Bruxelles, Belgique). 18-20 mai
- Galan, J.-P., Albouy, J., & Maubisson, L. 2010. ***Participation à un événement humanitaire : Etude des antécédents de la satisfaction et des intentions de comportement et de bouche à oreille.*** Paper presented at the 26ème Congrès de l'Association Française de Marketing (AFM), Le Mans 5-7 mai
- Galluzzo, A., & Galan, J.-P. 2011. ***Ritualisation de l'expérience et sacralisation : l'hypercamp Tokio Hotel.*** Paper presented at the 27ème Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM), Bruxelles, (Belgique). 19-20 mai
- Galuzzo, A., & Galan, J.-P. 2013. ***Ethnographie multisite de consommateurs fans : vers une consommation autonomisée.*** Paper presented at the 29ème Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM), La Rochelle. 16-17 mai
- Galuzzo, A., & Galan, J.-P. 2013. ***Des consommateurs aux « littlemonsters » : l'industrie du disque peut-elle mobiliser les communautés de consommateurs ?*** Paper presented at the 29ème Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM), La Rochelle. 16-17 mai
- Hamdi, L., Korotkova, N., & Vernette, E. 2011. ***Comparaison de deux échelles de mesure du***

- caractère lead-user.** Paper presented at the 27ème Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM), Bruxelles, (Belgique). 18-20 mai
- Hmaida, J., & Decaudin, J.-M. 2010. ***L'impact de la conception de soi sur la catégorisation des marques par le consommateur: une analyse comparative entre la France et le Maroc.*** Paper presented at the 26ème Congrès de l'Association Française de Marketing (AFM), Le Mans. 5-7 mai
- Massa, C., & Galan, J.-P. 2014. ***Study of the Concert Experience Lived by Consumers. Interpretive Analysis of Quantitative Data.*** Paper presented at the 43rd Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC), Valencia, (Espagne). 3-6 juin
- Massa, C., & Galan, J.-P. 2013. ***Approche phénoménologique de l'expérience de consommation culturelle : Le cas du concert.*** Paper presented at the 29ème congrès de l'Association Française de Marketing, La Rochelle. 16-17 mai
- Massa, C., & Galan, J.-P. 2013. ***L'expérience de consommation collective : du communautaire à l'identitaire. Le cas des flash mobs.*** Paper presented at the 29ème congrès de l'Association Française de Marketing, La Rochelle. 16-17 mai
- Meindl, A., & Munzel, A. 2014. ***What Customers Really Treasure in Real Estate Service Encounters.*** Paper presented at the International Service Research Conference of the American Marketing Association (AMA SERVSI), Thessaloniki (Grèce). June 13-15
- Meyer Waarden, L., & Sabadie, W. 2012. ***Quelles dimensions de la théorie de la justice privilégier pour satisfaire les réclamants : le rôle de la qualité de la relation ?*** Paper presented at the 28ème Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM), Brest. 9-11 mai
- Meyer-Waarden, L. 2014. ***Management and the Role of Product Category Characteristics*** Paper presented at the 43rd Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC), Valencia (Espagne). 3-6 juin
- Meyer-Waarden, L., Dawes, J., & Driesener, C. 2014. ***Is Brand Loyalty Decline a Buzz-Word or an Empirical Fact? A Longitudinal Analysis of Repeat Purchase Behavior in the UK and the USA*** Paper presented at the 43rd Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC), Valencia (Espagne). 3-6 juin
- Meyer-Waarden, L., & Sabadie, W. 2013. ***La qualité de la relation permet-elle de diminuer les compensations financières dans le cadre du management des réclamations*** Paper presented at the 29ème Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM), La Rochelle. 16-17 mai
- Meyer-Waarden, L., Benavent, C., Calciu, M., & Castéran, H. 2013. ***The Effects of Purchase Orientations on Perceived Loyalty Programs' Benefits and Loyalty.*** Paper presented at the 42nd Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC), Istanbul (Turquie). 4-6 juin
- Meyer-Waarden, L., Sabadie, W. 2013. ***La qualité de la relation permet-elle de diminuer les compensations financières dans le cadre du management des réclamations ?*** Paper presented at the 29ème congrès de l'Association Française de Marketing, La Rochelle. 16-17 mai
- Munzel, A. 2014. ***Customers, Watch Out! Experimental Insights Into The Detection of Fake Online Reviews*** Paper presented at the 43rd Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC), Valencia (Espagne). 3-6 juin
- Munzel, A. 2014. ***Attention aux faux avis! Investigations expérimentales relatives à la détection des pratiques frauduleuses par les internautes.*** Paper presented at the 30ème congrès de l'Association Française de Marketing, (AFM). Prix du meilleur papier écrit par un jeune chercheur, Montpellier. 4-6 juin
- Munzel, A., Lück, K., & Tegelkamp, S. 2014. ***Lire, les yeux fermés! L'acceptation du livre***

- audio en France et en Allemagne.** Paper presented at the 30ème congrès de l'Association Française de Marketing, (AFM), Montpellier. 4-6 juin
- Plotkina, D., & Munzel, A. 2014. **Expert vs. Client : Bataille de l'Opinion. L'Impact de la Source d'Avis en Ligne sur l'Intention d'Achat des Produits Neufs.** Paper presented at the 30ème congrès de l'Association Française de Marketing, (AFM), Montpellier. 4-6 juin
- Plotkina, D., & Munzel, A. 2014. **Expert or Customer? A Multi-Category Investigation of the Impact of Online Review Source on Its Effectiveness.** Paper presented at the 43rd Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC), Valencia (Espagne). June 3-6
- Ranchoux, C., & Decaudin, J.-M. 2014. **Perception of internal communication tools: an exploratory study** Paper presented at the 43rd Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC), Valencia (Espagne). 3-6 juin
- Skourtis, G., Décaudin, J.-M., & Assiouras, I. 2014. **Reconsidérer les défaillances des services et de stratégies de rétablissement du service: Présentation de mécanisme derécupération du valeur (MVR).** Paper presented at the 30ème congrès de l'Association Française de Marketing, (AFM), Montpellier. 4-6 juin
- Vernette, E., & Hamdi-Kidar, L. 2014. **Lead-user ou consommateur de nature émergente ? Une recherche de paternité pour les stratégies de co-crédation marketing.** Paper presented at the 30ème Congrès International de l'Association Française de Marketing, (AFM), Montpellier.
- Vernette, E., & Hamdi-Kidar, L. 2014. **Are Lead-Users and Emergent-Nature Consumers really different? Explaining the relationship between two key targets for marketing co-creation strategies.** Paper presented at the 13th International Marketing Trend Conference, ESCP Europe, Venise, (Italie).
- Vernette, E., Bertrandias, L., Galan, J.-P., & Vignolles, A. 2012. **Le rôle et l'identification des leaders d'opinion dans les réseaux sociaux traditionnelles et virtuels : controverses marketing et pistes de recherche.** Paper presented at the 11th International Marketing Trends Conference, Venise. 19-21 janvier
- Vernette, E., Bertrandias, L., Galan, J.-P., & Vignolles, A. 2012. **Construit et concept de leader d'opinion dans les réseaux sociaux : proposition d'un agenda de recherche.** Paper presented at the 28ème Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM), Brest. 9-11 mai
- Vernette, E., Bertrandias, L., Galan, J.-P., & Vignolles, A. 2012. **Identification d'un leader d'opinion : état des controverses.** Paper presented at the 28ème Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM), Brest. 9-11 mai
- Vernette, E., & Hamdi-Kidar, L. 2013. Lead-users vs. Emergent Nature Consumers deux cibles majeures pour la co-crédation aux motivations divergentes. **29ème Congrès de l'Association Française de Marketing**, (AFM), La Rochelle. 16-17 mai

Colloques, conférences, workshops

- Ayadi, N., Giraud, M., & Gonzalez, C. 2010. Quand les bonnes affaires s'invitent à la maison... Comment le consommateur résiste-t-il aux tentations des sites de ventes événementielles ? **15èmes Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne (JRMB)**, Dijon. 18-19 novembre
- Bertrandias, L., & Pernin, J.-L. 2010. Comprendre l'intention d'adhérer à une AMAP : une approche par la théorie du comportement planifié. **15èmes Journées de Recherche en**

- Marketing de Bourgogne (JRMB)**, Dijon. 18-19 novembre
- Borau, S., Elgaaied-Gambier, L., & Munzel, A. 2014. Is the Digitally Engaged Customer a Happy Customer? The Impact of Positive and Negative Brand Articulations on Well-Being. **3rd Workshop on Customer Empowerment**, Montpellier.
- Castéran, G., Chrysochou, P., & Meyer-Waarden, L. 2013. Has brand loyalty declined ? A longitudinal analysis of repeat purchase behavior of private label and national brands. **11th International MAPP Workshop on Consumer Behaviour and Food Marketing** School of Business and Social Sciences, Aarhus University, (Denemark). 22-23 May
- Galan, J.-P. 2011. Les particules élémentaires de la modélisation du comportement du consommateur. **10èmes Journées Normandes de Recherche sur la Consommation.**, IAE de Rouen. 17-18 mars
- Galan, J.-P., & Vignolles, A. 2011. What are Brands saying on Twitter? **The EIRASS (European Institute of Retailing and Services Studies) Conference**, San Diego, CA. 15-18 july
- Galan, J.-P. 2010. Les analyses quantitatives pour la recherche en comportement du consommateur : "tournant" ou tourmente interprétativiste ? **15èmes Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne (JRMB)**, Dijon. 18-19 novembre
- Galluzzo, A., & Galan, J.-P. 2012. Des consommateurs aux « little monsters » : l'industrie du disque peut-elle mobiliser les communautés de consommateurs ? **11èmes Journées Normandes de Recherche sur la Consommation**, Deauville. 28-29 novembre
- Galuzzo, A., & Galan, J.-P. 2010. Les campeurs de Tokio Hotel : quand les fans « traversent la mousson » pour approcher leurs idoles. **15èmes Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne (JRMB)**, Dijon. 18-19 novembre
- Hamdi-Kidar, L., & Vernette, E. 2012. Co-creation with consumers: Who are the best targets ? **10th Open and User Innovation Workshop (OUI)**, Harvard Business School, Boston (Massachusetts). 30 Juillet/1er Août
- Hamdi-Kidar, L., & Vernette, E. 2011. Identifying lead users: Validity evaluation of four self-assessment scales. **9th Open and User Innovation Workshop (OUI)**, Vienne (Autriche). 4-6 juillet
- Klarmann, M., Meyer-Waarden, L., & Munzel, A. 2014. Does the Internet Keep the Consumer Empowerment – Happiness Promise? A Reality Check. **3rd Workshop on Customer Empowerment**, Montpellier.
- Massa, C., & Galan, J.-P. 2012. Du virtuel à l'(hyper)réel : l'expérience des flash mobs. **11èmes Journées Normandes de Recherche sur la Consommation**, Deauville. 28-29 novembre
- Munzel, A., & Kunz, W.-H. 2013. From classes and motivating forces at online review sites – Who contributes to and who benefits from the social capital ? **2nd Annual Conference for Positive Marketing**, New York, NY, (Etats-Unis). 14-15 janvier
- Munzel, A., & Kunz, W.-H. 2013. Creators, Multipliers, and Lurkers in Online Social Capital Generation. **2nd Workshop on Customer Empowerment**, Karlsruhe, Allemagne. janvier
- Munzel, A. 2013. Detecting deceptive opinion spam on review sites – insights from three experimental studies. **21st International Colloquium in Relationship Marketing (ICRM)**, Rennes. 16-18 septembre
- Plotkina, D., Munzel, A., & Pallud, J. 2014. On digitally empowered marketers and digitally deceived customers - Scientometric and netnographic insights into online deception. **3rd Workshop on Customer Empowerment**, Montpellier.
- Plotkina, D., & Munzel, A. 2013. What's New With You? The Moderating Effect of Product Novelty on eWOM Effectiveness. **2nd Workshop on Customer Empowerment**,

- Karlsruhe, Allemagne. 10-11 janvier
- Vernette, E., & Hamdi-Kidar, L. 2014. Are lead-users and emergent-nature consumers really different? Exploring the relationship between two key targets for marketing co-creation strategies Best papers session. **13th International Marketing Trends Conference**, Venise (Italie). 23-25 janvier
- Vernette, E., & Hamdi-Kidar, L. 2013. Lead-users vs. Emergent Nature Consumers for marketing co-creation: are they really different? **2nd Workshop on Customer Empowerment**, Karlsruhe, Allemagne. 10-11 janvier
- Vernette, E. 2011. Opinion leaders in Online environments : The case of social networks. **Seminar Marketing Technologies, Social Media and Emerging Customer Behaviors: Towards Customer Empowerment or Customer Counter Power**, EMS, Strasbourg. 16-17 juin

Conférences invitées

- Magne, S. 2009. Innovation Packaging et Développement Durable. Salon easyfair Packaging, Diagona, Toulouse.
- Vernette, E. 2009. Vers une co-construction des études marketing : le rôle des e-leaders. **Séminaire ANVIE**, Paris.

Articles de presse, interviews

- Ayadi, N. & Paraschiv, C. 2014. Sites de ventes privées et points de référence implicites : comment optimiser ses achats. **Les Echos**, 4 mars.
- Bertrandias, L. 2011. Pouvoir d'achat : une revendication simple pour un malaise à décrypter. **Le Monde**, 15 septembre.
- Galan, J.-P. 2012. Avec ou sans Hadopi, un autre modèle s'impose. **Le Monde**, 6 juillet
- Galan, J.-P. 2011. Entreprises : Twitter pour quoi faire ? **Les Echos**, 22 décembre.
- Giraud, M. 2012. La bonne affaire partout tout le temps tue les soldes. **Sud Ouest**, 29 janvier.
- Giraud, M. 2012. Incertitudes sur les soldes. **20minutes.fr**, 10 janvier.
- Giraud, M. 2012. Pourquoi on fait encore les soldes ? **La Dépêche**, 11 janvier.
- Giraud, M. 2012. Soldes internet tente de rafler la mise. **francetv.fr**, 11 janvier.
- Giraud, M. 2012. Les commerçants cherchent sur internet à entretenir la flamme des acheteurs. <http://www.leparisien.fr>, 10 janvier.
- Meyer-Waarden, L. 2013. Quand les marques enrôlent les consommateurs. **Le Monde**, 17 juin.
- Meyer-Waarden, L. 2013. Jusqu'où faire travailler les consommateurs ? **Comprendre pour entreprendre**, 28 juin.
- Meyer-Waarden, L. 2012. Les consommateurs n'ont jamais été fidèles **ToulouseMag**, décembre.
- Meyer-Waarden, L. 2012. La fidélité aux produits de grande consommation n'existe pas. **20 Minutes**, novembre.
- Meyer-Waarden, L. 2012. En finir avec le mythe du consommateur "fidèle". **Le Monde Economie**, 27 août.
- Meyer-Waarden, L. 2012. Management de la fidélisation des consommateurs. **JT de France 3 Toulouse** 20 novembre.
- Meyer-Waarden, L. 2012. Les cartes de fidélité ne fidélisent pas les consommateurs ! . **Agro-media.fr** 4 juin.
- Munzel, A. 2014. Plaidoyer pour les livres audio. **Le Monde**, 20 mars.

- Munzel, A. 2014. Avis en ligne : repérer la publicité déguisée. **Comprendre pour entreprendre**, 4 mars.
- Munzel, A. 2014. Traquer les avis bidon. **20 Minutes**, 29 avril: 2.
- Munzel, A. 2014. Ne laissons pas les marketeurs détruire internet. **Toulousmag**: juin.
- Vernette, E. 2014. Les nouveaux influenceurs en entreprise. **France2 Télématin**.
- Vernette, E. 2013. Se confronter aux remarques des uns et des autres... **Les Echos**, 20 novembre.
- Vernette, E. 2012. Réseaux sociaux, réseaux d'influence...la grande kermesse du marketing. **Le Monde économie**, 5 juin.
- Vernette, E. 2012. La mesure de l'influence dans les réseaux sociaux. **l'Express.fr**, 19 juin.