

Isabelle MURATORE

isabelle.muratore@univ-tln.fr

Fonctions, responsabilités et enseignements à l'Université de Toulon (depuis 2016)

- **Professeur des universités**, Université de Toulon, IUT GEA, CERGAM depuis le 1^{er} septembre 2023
- **Directrice adjointe du CERGAM** (depuis septembre 2024-...)
- **Directrice des études** de BUT2 GEA, parcours GEMA.
- **Maître de conférences en Sciences de Gestion Hors classe (HC)**, Université de Toulon, IUT GEA, CERGAM (A partir de 2019)
- **Maître de conférences en Sciences de Gestion Hors classe (HC)**, Aix-Marseille Université (AMU), échange de service Université de Toulon (UTLN), IUT, département Gestion des Entreprises et des Administrations (GEA). (de 2016 à 2019)
- **Chercheur au CRET-LOG** – Centre de Recherche sur le Transport et la Logistique (AMU) jusqu'en 2019.
- **Chercheur au CERGAM Toulon-Aix** – Centre d'Etudes et de Recherche en Gestion d'Aix-Marseille à partir de 2019.
- **Directrice des études** de GEA 1^{ère} année promotion septembre (170 étudiants) et mars (promotion décalée de 25 étudiants). Chargée du recrutement des étudiants Campus France (2016-2024). Jury de VES. Membre du comité de perfectionnement (GEA et TC).
- **Enseignements à l'UTLN : *conception et méthodes d'enquête, marketing, marketing stratégique*** en DUT GEA et LP Métiers de l'entrepreneuriat. ***Psychologie sociale, Management d'activités, études de marché, PPP*** en BUT GEA. Création et pilotage d'une **SAE** en BUT 1 (Analyse et étude de marché) à l'aune des conseils du Labset du point de vue des compétences et apprentissages critiques. Implication dans le **Portfolio**. Membre de 3 Saé. En **Master 1 Marketing Digital et Relation Client** (IAE Toulon) : étude de marché et initiation à la recherche
- **Suivi des projets et des stages** en DUT, BUT GEA et Licence Professionnelle Métiers de l'Entrepreneuriat (FI et FA). Participations aux différents **ateliers de Business Plan de la LPME**.
- Enseignements de Branding Positioning à l'université de Thuongmai University depuis (2020), suivis des BP (environ 8 par /an) et des stages (environ 8 par /an)

Fonctions, responsabilités et enseignements à l'IUT d'Aix-Marseille Université (2013-2016)

- **Maître de conférences en Sciences de Gestion (HC)**, AMU, IUT, département Techniques de commercialisation (TC).
- **Chercheur au CRET-LOG**.
- **Responsable des projets et des stages** de la Licence Professionnelle Marketing et Réseaux de Communication (LP MRC).
- **Responsable des stages TC2 à Alicante et administrateur Sphinx**.
- **Enseignements à AMU : *fondamentaux du marketing, études et recherches commerciales, marketing stratégique***. Suivi de stages, de projets, d'apprentis, participation à la semaine transversale...
- **Formations** : DUT TC initial, DUT TC en apprentissage, LP MRC.
- **Enseignements (vacations) à l'UTLN : *gestion de la relation client***, IUT TC.
- **Suivi des projets et des stages** en DUT et LP.

Fonctions, responsabilités et enseignements établissements précédents

- **Maître de conférences en Sciences de Gestion**, Université Aix-Marseille 2, Faculté de Sciences Economiques et de Gestion, CRET-LOG. **2009–2013**
Responsable du Master 1 Management, Logistique et Stratégie (MLS).
Enseignements : *comportement du consommateur, stratégie marketing, management de projet et initiation à la recherche.*
Encadrement de stages
Formations : Licence 3 Economie et Management, **Licence 3** Management des Interfaces dans l'Industrie et la Distribution, **Licence 3** Sciences de Gestion, **Master 1** Sciences de Gestion, **Master 1** Management Logistique et Stratégie.
(Congé parental du 11 janvier 2012 au 11 juillet 2013)
- **Maître de conférences en Sciences de Gestion**, Université Montpellier 2, IUT TC Béziers, CR2M/ CREGO. **2000–2009**
Enseignements : *marketing fondamental, communication commerciale, études et recherches commerciales, projet professionnel personnalisé, jeu d'entreprise, analyse de données, action commerciale, fonctionnement opérationnel.*
Formations : Université de Montpellier II, IUT de Béziers (DUT TC, DUT TC métiers de la distribution apprentissage, DUT TC banque apprentissage, DUT Services et Réseaux de Communication), *Université de Toulon* (Licence Professionnelle Banque Assurance), *Ecole Nationale Supérieure Agronomique de Montpellier*, *Ecole Nationale Supérieure de Chimie de Montpellier*.

Directrice des études (2005-2009 ; 2000-2002).
Responsable des projets (2002-2003).
Mise en œuvre et pilotage du e. learning en DUT TC en apprentissage (2003-2005).
Encadrement de projets et de stages.
Création d'un module d'enseignement *commerce électronique* destiné aux étudiants en DUT TC.
- **Attachée Temporaire d'Enseignement et de Recherche**, Université Montpellier 2, IUT TC Béziers. **1999 – 2000**
- **Allocataire moniteur**, Université Montpellier 2, IUT GEA Montpellier. **1996 – 1999**

Diplômes et formations

- **Habilitation à diriger des recherches**, IAE, Université de Caen Normandie. **2018**
« Le jeune prescripteur-consommateur socialisé-socialisant à l'ère du sociétal et du digital », soutenue le 7 décembre 2018.
Jury : Pr. Joël Brée (Garant), Pr. Pierre-Louis Dubois (Président), Pr. Véronique des Garets (Rapporteur), Pr. Pascale Ezan (Rapporteur), Pr. Nathalie Guichard (Rapporteur).
- **Doctorat ès Sciences de Gestion**, IAE, Université de Montpellier II. **1996 – 1999**
« La sensibilité de l'enfant aux techniques promotionnelles en situation de prescription », soutenue le 23 novembre 1999.
Jury : Pr. P.-L. Dubois (Directeur de thèse), Pr. Joël Brée (Rapporteur), Pr. P. Desmet (Rapporteur), Pr. P. Aurier, Pr. C. Fournier.
Mention très honorable (félicitations du jury non attribuées par l'IAE à cette époque).
- **Centre Européen de Formation Approfondie en Gestion (CEFAG) promotion 1998.** **1997 – 1998**

Autres activités de recherche et pédagogiques

- Deux co-directions de thèse avec B. Müller pour la rentrée de septembre 2024 (Faisal Benaissati et Mengyao Yu avec contrat doctoral)
- Membre du collège de l'école doctorale (depuis début 2024)
- Membre du comité scientifique de la chaire « Prospective consommation des familles » (depuis 2024)
- Co-direction de thèse avec B. Müller de Julien Morange « L'impact de la marque ombrelle sur le comportement du consommateur » (Octobre 2023)
- Représentante du CERGAM au sein du pôle MEDD (Octobre 2023)
- Membre du comité scientifique du GIT AFM développement durable (depuis 2023).
- Membre élu du CNU section 06 de 2016 à 2023, soit deux mandats.
- Membre élu de la CORE, du CAC, du CAC restreint et de la section disciplinaire avril 2023-janvier 2024
- Co-organisatrice de la Londe Conference en comportement de consommateur juin 2023, juin 2025.
- Rapporteur (Université de Toulon) phase locale d'avancement MCF (régulièrement) et PU (2024), RIPEC.
- Membre élu du CERGAM (Toulon),
- Participation à plusieurs COS en interne et en externe
- Membre de CST
- Membre d'un projet dans le cadre de l'appel à projet Nouvelles Expériences Touristiques (NEXT) de la Région Sud déposé le 25 juin 2019 (budget : 66 642,84 euros) : conception, mise en œuvre et étude d'une application en réalité augmentée et alternée destinée à la valorisation du patrimoine. Partenaires : Centre d'Etudes et de Recherche en Gestion (CERGAM), Centre de Réalité Virtuelle de la Méditerranée/Institut des Sciences du Mouvement, UMR 6233 CNRS, Aix-Marseille Université et Institut Méditerranéen des Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Toulon.
- Participation au Tutorat Grand Sud (jury) juin 2019, Toulon.
- Membre du CARTT (depuis 2019).
- Présidente du comité de sélection poste MCF marketing MMI IUT Toulon (2018).
- Expert ANR (2017).
- Rapporteur (AMU) phase locale d'avancement MCF (2017, 2018).
Participation au Tutorat Grand Sud (jury) juin 2017, Montpellier.
- Evalueur HCERES pour les Licences Professionnelles (2015-2016).
- Participation au Tutorat Grand Sud (jury) juin 2015, Nice.
- Suivis de mémoires de recherche en Master (MLS) en 2015 et 2016.
- En 2010 et 2011 participation au Programme ANR – MARCO (Marketing and Children Obesity) dirigé par le Professeur Joël Brée (Université de Caen).
- Reviewer régulièrement pour des revues ou des conférences
- Compte-rendu de lecture de *L'enfant consommateur : Variations interdisciplinaires sur l'enfant et le marché*, Inès de La Ville, *Recherche et Applications en Marketing*.
- Aide jeune chercheur attribuée par l'Université Montpellier II en 2003 pour des travaux de recherche sur « L'enfant et le prix », en coll. avec le Pr. Jennifer Gregan-Paxton (Delaware University, USA).
- Participation au groupe de travail sur le e.learning, Universidad Abierta de Cataluna, Barcelone, juillet 2003.
- Participation en tant qu'auditeur libre aux Doctorales de l'European Marketing Academy (E.M.AC.), 9-11 mai 1999, Berlin.
- Séjour de recherche à l'Université du Delaware (Newark, Etats-Unis) sous la direction du Pr. J. Gregan-Paxton, juillet-août 1998.
- Participation au Cercle Doctoral Francophone de Gestion (C.D.F.G.), novembre 1997, Paris.

Publications dans des revues à comité de lecture

- « Transgression, appropriation et attachement à la marque : Étude d'un singulier bricolage », *Revue Interrogations*, 38, (en coll. avec O. Nannipieri), classement CNU 71^{ème} section (2024).
- « Presence in augmented reality environment: A design taxonomy applied to marketing », *Journal of Marketing Trends*, numéro spécial, éditeur invité Pr. J-F. Lemoine, vol 8, n°2, 64-82, (2023), Fnege 4.
- « Children's engagement with environmental issues », *Journal of Marketing Management*, (2022), (en coll. avec M. Schill et M. Hogg), Fnege 3.
- « L'enfant et la consommation de viande : enjeux sociétaux », *Management & Avenir*, 129, 81-103, 2022, Fnege 3.
- « Please, draw me an apple! : children's relationship with marketing standards and "ugly" responsible products », *Journal of Marketing Trends*, June, vol. 7, n°2, 2021, (en coll. avec A. Hanan), Fnege 4.
- « Digimums' online grocery shopping: the end of children's influence? », *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 48 No. 4, pp. 348-362, 2020 (en coll. avec K. Ayadi.), Fnege 3.
- « Teen's impulsive buyers: what is the role of price? », *International Journal of Retail and Distribution Management*, 44, 11, 1166-1180, 2016, Fnege 3.
- « L'expérience immersive d'un jeu promotionnel en réalité augmentée destiné aux enfants », *Décisions Marketing*, 81, jan-mars, 22-36, 2016, Fnege 3.
- « Les statistiques : un pharmakon pour la communication ? », *ESSACHESS, Journal for Communication Studies*, 9, 1, 17, 13-21, 2016 (en coll. avec O. Nannipieri), classement CNU 71^{ème} section.
- « Etude de la validité interculturelle de l'échelle de mesure des significations symboliques de l'argent auprès d'adolescents français et américains », *Revue Française de Marketing*, 242,2/5, 7-26, 2013 (en coll. avec E. Gentina), classement AERES, C.
- « Approche sémiotique de la représentation formée par les enfants des packagings de céréales bonnes pour la santé », *Perspectives Culturelles de la Consommation*, 2, 1, 39-63, 2012, (en coll. avec N. Guichard), AERES Revue émergente.
- « Environmentalism at home: the process of ecological resocialization by teenagers », *Journal of Consumer Behaviour*, 11, 2, 162-169, 2012 (en coll. avec E. Gentina), classement AERES.
- « Ce produit est-il sain ? Ou comment le consommateur perçoit-il le caractère sain d'un produit alimentaire à partir de son packaging ? », *Décisions Marketing*, 61, 51-66, 2011 (en coll. avec N. Guichard), classement AERES, B.
- « Immersion de l'internaute lors de navigation sur le site Internet d'une marque et effet générationnel », *Les Cahiers du Numérique*, 4, 6, 123-147, 2010 (en coll. avec O. Nannipieri), classement CNU 71^{ème} section.
- « Ce produit est-il bon pour la santé ? La représentation des packagings de céréales du petit déjeuner chez les enfants », *Management & Avenir*, 37, 159-170, 2010 (en coll. avec N. Guichard), classement AERES, C.
- « Adolescent consumption autonomy: a cross-cultural examination », *Journal of Business Research*, 63, 12, 1342-1348, 2010 (en coll. avec K. Palan et E. Gentina), classement AERES, A.
- « Teenagers, blogs and socialization. Case study of young French bloggers », *Young Consumers*, 9, 2, 131-142, 2008.
- « L'adolescent, les pairs et la consommation : ethnographie d'une cour de récréation », *Revue Française du Marketing*, 216, 1, 43-60, 2008, classement AERES, C.
- « Involvement, cognitive development and socialization: three antecedents of the child's cents-off sensitivity », *Journal of Product and Brand Management*, 12, 4, 251-266, 2003, classement AERES, C.
- « Implication, âge et socialisation : trois antécédents de la sensibilité de l'enfant au cadeau et aux marques », *Recherche et Applications en Marketing*, 17, 4, 3-21, 2002, classement AERES, A.
- « La sensibilité de l'enfant aux marques et aux promotions. Proposition d'une typologie », *Décisions Marketing*, 18, 3, septembre-décembre, 51-59, 1999, classement AERES, B.

Publications dans des ouvrages

- Muratore I. & Schill M. (2023), La sobriété : le point de vue des enfants, in La sobriété, coordonné par Pr. Jean-Baptiste Welté EMS Editions.
- Damay C., Ezan P., Hay C., Muratore I. & Schill M. (2021), Chapitre 2. Consommation socialement responsable – L'enfant : un acteur de changement ? in Kids Marketing coordonné par J. Brée, EMS Editions. ISBN 978-2-37687-482-9
- Gollety M., Guichard N. & Muratore I. (2021), Chapitre 10. Le packaging, un média produit à valoriser, in Kids Marketing coordonné par J. Brée, EMS Editions. ISBN 978-2-37687-482-9
- Ben Dahmane Moulehi N., Brée J. & Muratore I. (2021), Chapitre 12. Une génération immergée dans le numérique, in Kids Marketing coordonné par J. Brée, EMS Editions. ISBN 978-2-37687-482-9

- Muratore I. (2017), La génération Z : une génération responsable ?, in Comprendre et séduire la génération Z. Comportements de consommation et relations des post-millennials avec les marques coordonné par W. Bataf, Ellipses, ISBN-13 : 978-2340020870.
- Rodhain A. & Muratore I. (2016), Génération Pierre-Louis Dubois, in Générations marketing et sciences de gestion, Mélanges en l'honneur de Pierre-Louis Dubois (coord. Par V. Des Garets et C. Fournier), Editions Economica. ISBN-13 : 978-2717868883
- « Au-delà des frontières : vers une sémiotique de la présence dans la réalité virtuelle », in Frontières numériques 2, Editions l'Harmattan, 2015, (en coll avec D. Mestre, O. Nannipieri et J.C. Lepecq).
- « Immersion, subjectivité et communication », in Technologies, communication et société, Editions l'Harmattan, 2015 (en coll avec P. Dumas, O. Nannipieri, et F. Renucci).
- « Le packaging, un élément du mix marketing à valoriser », in Kids marketing (coord. Par J. Brée), EMS (2^{ème} édition), 2012, (en coll. avec M. Gollety et N. Guichard).
- « L'enfant et la promotion des ventes », in Kids marketing (coord. Par J. Brée), EMS (1^{ère} et 2^{ème} édition), 2007 et 2012, (en coll. avec P. Ezan).
- « L'enfant et la promotion des ventes », in Kids marketing (coord. Par J. Brée), EMS, février 2007.
- *L'enfant et le marketing*, e-book, www.e-theque.com, 2003.
- *La promotion des ventes*, e-book, www.e-theque.com, 2002.

Communications avec publication dans des actes de congrès à comité de lecture

- Muratore, I. (2024), Des comportements éco-responsables à la prise en compte du bien-être animal : Effet d'engrenage (spillover) et flexitarisme, *AFM DD*, Strasbourg.
- Muratore, I. (2024), "I'm a Barbie girl in a transgressive world" – A critical reading of Mattel's marketing strategy, *British Academy of Management Conference*, Nottingham, UK (en coll avec G. Pache & A. Hanan) 2-6 Sept.
- Muratore, I. (2024), When consumers become vegetarian/vegetalian to avoid animal suffering : alternation , socialization and theory of role, *Academy of Marketing Conference*, Cardiff, UK, 1er-4 juillet.
- Nannipieri O. & Muratore I. (2023), Une expérience sans frontières est-elle crédible ?, *Colloque Frontières Numériques*, Tunisie, 7-9 juin.
- Muratore I. (2023), Le mangeur de viande (vs le non mangeur de viande) : la preuve par l'image, *AFM Marketing et Développement Durable*, Université Paris-Dauphine, 3 Février.
- Muratore, I. (2021), L'engagement environnemental des enfants, 37^{ème} Colloque AFM Angers, (en coll. avec M. Schill).
- Muratore, I. (2020), « Children and Meat Consumption: Perception and Socialization », *First Virtual 2020 Advances in Consumer Research Conference*, 1-4 Oct.
- Muratore, I. (2019) « The child and the animal », *International Marketing Trends Conference (IMTC)*, 17- 20 January, Venise.
- Muratore, I. (2018), « From immersive environment to immersive human being », *Virtual Reality International Conference*, Laval, 4-6 april, (en coll. avec O. Nannipieri).
- Muratore, I. (2018), « Réalité mixte, marketing et expérience utilisateur », *Journée d'études internationale "Humains, écrans et technologies numériques : nouvelles interactions psychologiques et sociales"*, 25 mai, EJCAM, Marseille (en coll. avec O. Nannipieri).
- Muratore, I. (2017), « Aesthetic, ecology and socialization: the ugly products », 3rd *International Colloquium Kids and Retailing*, Bordeaux, 16 june (en coll. avec A. Hanan).
- Muratore, I. (2017), « Children on-line buying influence: a child's play? », 3rd *International Colloquium Kids and Retailing*, Bordeaux, 16 june, (en coll. avec K. Ayadi).
- Muratore, I. (2016), « Parental online buying: the end of children's influence? », *Child and Teen Consumption Conference*, Aalborg, Denmark, 16-19 april (en coll. avec K. Ayadi).
- Muratore, I. (2015), « Genre biologique, perception du prix et impulsivité chez les adolescents », *Journée AFM, Prix, Gratuité et Don*, Tours, 15-16 décembre 2015.
- Muratore, I. (2015) « L'internaute qui n'existait pas. De l'homme moyen au digividual », *H2PTM*, Paris, 14-16 octobre (en coll. avec O. Nannipieri).
- Muratore, I. (2015), « The relationships between the positive and negative role of price in teens' impulsive buying behavior in a retail store », 2nd *International Colloquium Kids and Retailing*, Budapest, 10-12 june 2015.
- Muratore, I. (2015), « Quand les NTIC questionnent l'identité : peut-on encore communiquer ? », *XVIème Forum du Réseau Transméditerranéen de Recherche en Communication*, Bucarest, 1-3 juillet (en coll. avec O. Nannipieri).
- Muratore, I. (2014), « La présence dans la réalité virtuelle : quand la frontière se fait passage », *Colloque Frontières Numériques*, Fès, Maroc, 18-19 novembre (en coll. avec O. Nannipieri).

- Muratore, I. (2014), « Distic immersif, subjectivité et communication : une analyse de la présence dans les environnements immersifs », *XIX^e Congrès de la Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication*, Toulon, 4-6 juin (en coll. avec O. Nannipieri, P. Dumas et F. Renucci).
- Muratore, I. (2011), « Comment les enfants se représentent-ils un produit bon pour la santé à travers son packaging ? Une analyse des packagings de céréales pour le petit déjeuner », Session spéciale Marco « L'obésité infantile : entre marketing et interactions sociales », *XXVII^{ème} Congrès international de l'Association Française du Marketing*, Bruxelles, 18-19 mai (en coll. avec N. Guichard).
- Muratore, I. (2010), « Dessine-moi un packaging de céréales bonnes pour la santé », *15^{èmes} Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne*, Dijon, 18-19 novembre (en coll. avec N. Guichard).
- Muratore, I. (2010), « Adolescent's influence on pro-environmental family decisions and resocialization processes », *4th International Conference on Multidisciplinary Perspectives on Child and Teen Consumption*, Sweden, 23-27 juin (en coll. avec E. Gentina, C. Sempers).
- Muratore, I. (2010), « L'attitude à l'égard de l'argent chez l'adolescent et l'adulte : une approche par la théorie du développement du jugement moral », *Journée AFM-Prix, Don et Gratuité*, IAE Tours, 14 janvier, 2010 (en coll. avec E. Gentina).
- Muratore, I. (2008), « Difference in price perception between teenagers and adults », *3rd International Conference on Multidisciplinary Perspectives on Child and Teen Consumption*, Trondheim, Norway, 15-18 avril.
- Muratore, I. (2006), « La socialisation par les pairs : une approche socioconstructiviste », *5^{èmes} Journées Normandes de Recherche sur la Consommation*, Caen, 23-24 mars.
- Muratore, I. (2004), « The significances of the concept of price for the child: an exploratory study », *1st International Conference on Multidisciplinary Perspectives on Child and Teen Consumption*, Angoulême, 20-23 avril.
- Muratore, I. (2003), « Free product for the same price: is the child sensitive ? », *6th International Forum on the Sciences, Techniques and Art applied to Marketing*, Madrid, 28-29 novembre 2003.
- Muratore, I. (2003), « Human resources practices: a marketing strategic tool ? », *Hawaiï International Conference on Business*, Honolulu, 17-21 juin 2003 (en coll. avec C. Cintas).
- Muratore, I. (2003), « A genetic approach of perception and price sensitivity: a critical study of the theoretical frameworks », *Hawaiï International Conference on Business*, Honolulu, 17-21 juin 2003.
- Muratore, I. (2002), « L'enfant et Internet : tentative de clarification », *Congrès International sur les Tendances du Marketing*, E.S.C.P.-E.A.P., Paris, 15-16 janvier 2002 (en coll. avec C. de Lassus).
- Muratore, I. (2000), « Children cents-off sensitivity », *Pricing Conference*, Fordham University, New York, 6-7 october.
- Muratore, I. (1999), « Les enfants et la promotion des ventes : enjeux et perspectives », *2^{ème} Colloque Etienne Thil*, La Rochelle, 23-24 septembre 1999.
- Muratore, I. (1999), « La sensibilité de l'enfant à la promotion : élaboration de quatre échelles de mesure. Validation », *15^{ème} Congrès International de l'A.F.M.*, Strasbourg, 19-20 mai.
- Muratore, I. (1999), « Children's deal proneness: elaboration of four measurement scales. Exploratory step », *28th E.M.AC Conference*, Berlin, 11-14 may.
- Muratore, I. (1998), « La sensibilité de l'enfant à la promotion : une approche néo-structuraliste », *XIV^{èmes} Journées Nationales des I.A.E.*, Nantes, 28-29 avril.
- Muratore, I. (1998), « La sensibilité de l'enfant à la promotion : une étude exploratoire », *Journée A.F.M./E.S.U.G.*, Toulouse, 18 mars.

Diffusion de la culture scientifique et technique

- « Publicité et viande : quels stéréotypes ? », *15^{ème} Journée Scientifique*, Université de Toulon, 15 mars 2023.
- « La prescription infantine à l'ère du digital », *Rencontres scientifiques Enseignants/ Chercheurs*, Rectorat d'Aix-en-Provence, Aix-en-Provence, mars 2018.
- « La socialisation de l'adolescent ou par l'adolescent : le cas de l'écologie », *Rencontres scientifiques Enseignants/ Chercheurs*, Rectorat d'Aix-en-Provence, Aix-en-Provence, 17 mars 2015.
- « Marketing et enfance », *Séminaire Institut National de la Consommation – Education Nationale*, Montpellier, 12-14 octobre 2000.

Recherche soumise

- « Eating Behavior Change and Gender: A Spillover Approach », *The 26th Academy of Marketing Science World Marketing Congress*.

- « Auto-transgresser pour renforcer une norme marketing originelle : Le cas de la poupée Barbie », *Décisions Marketing*, en cours de soumission (G. Paché, A. Hanan).

Recherches en cours d'écriture

- Article en cours d'écriture sur la base d'entretiens qualitatifs menés (et achevés) concernant les trajectoires de vie de jeunes végétariens et vegans. Revue ciblée *Journal of Business Ethics* (Fnege 2)
- Collecte de données achevée à exploiter afin de mesurer les différentes présences (présence personnelle et environnementale, co-présence avec les objets virtuels, présence comportementale) ainsi que d'autres concepts contigus (crédibilité de l'expérience, réalisme, focalisation de l'attention...) en jeu dans le cadre d'un essayage de lunettes via un miroir virtuel (RA). Revue ciblée *Recherche et Applications en Marketing* (Fnege 2) avec O. Nannipieri
- « Influence de l'auto-transgression sur l'attitude hédonique des consommateurs : Pleins feux sur la poupée Barbie transgenre », avec A.Hanan et G. Paché pour l'EMAC 2025
- « Spillover et consommation de viande : le cas des « écologistes », *Association Française de Marketing*.
- « Adjugé, vendu », avec Anne-Hélène Prigent (Toulouse), *Question & Management*.