

Curriculum Vitae



Souad DJELASSI - Maître de conférences HDR
Laboratoire MERCUR-LSMRC EA 4112
IUT « C » département TC – Université de Lille
53 Rue de l'Alma - Roubaix
Tél. : +33 (0)6 68 68 26 44
Mail : souad.djelassi@univ-lille.fr

FORMATION ET DIPLOMES

2017 Habilitation à Diriger des Recherches - Université de Lille 2

« Le temps comme cadre des actions du consommateur » sous la coordination du Pr. Nil Özçaglar-Toulouse (Université de Lille 2)

Rapporteurs : Pr. Isabelle Collin-Lachaud (Université de Lille2)
Pr. Véronique Des Garets (Université de Tours)
Pr. Bertrand Urien (Professeur, Université de Bretagne Occidentale)
Suffragants : Pr. Amina Beji-Becheur (Université Paris Est Marne La Vallée)
Pr. David Gotteland (Grenoble Ecole de Management)

2001 Doctorat en Sciences de Gestion (Marketing) - IAE de Dijon, Université de Bourgogne

« La perception temporelle dans le comportement d'achat à distance : le cas de la vente par catalogue » sous la direction du Pr. Marc Filser (Université de Bourgogne)

Rapporteurs : Pr. Véronique Des Garets (Université de Tours)
Pr. Patrick Nicholson (Université de Lille 2)
Suffragants : Pr. Pierre Valette-Florence (Université de Grenoble II)
Dr. Blandine Anteblian (Université de Bourgogne)
Mention : Très honorable avec les félicitations du jury

1996 DEA en Sciences de Gestion (Marketing) - IAE de Dijon (Université de Bourgogne)

« Temps, situation et risque perçu dans la vente par correspondance » sous la direction du Pr. Marc Filser (Université de Bourgogne)

STATUTS ET ENSEIGNEMENTS

▪ *Statuts*

Depuis 2002 : Maitre de Conférences à l'IUT « C » de l'université de Lille

2001-2002 : Attachée Temporaire d'Enseignement et de Recherche à l'IAE de Dijon, Université de Bourgogne

2000-2001 : Attachée Temporaire d'Enseignement et de Recherche à l'UFR des Sciences Techniques et Gestion de l'Industrie, Université de Franche-Comté

▪ *Synthèse des enseignements*

Public	Période	Matière	Type	Volume	Effectifs
DUT TC – IUT “C” Université Lille 2 : Enseignements de 2002 à ce jour					
DUT TC (FI) 1 ^{ère} année	2002 à ce jour	Communication Commerciale (1)	Cours et TD intégrés	18h	Environ 170 en TCI 1
DUT TC (FI) 2 ^{ème} année	2002 à ce jour	Communication Commerciale (2)	Cours et TD intégrés	18h	Environ 150 en TCI 2
DUT TC (FA) 1 ^{ère} année	2002 à ce jour	Communication Commerciale (1)	Cours et TD intégrés	20h	Environ 40 en TCA 1
DUT TC (FA) 2 ^{ème} année	2002 à ce jour	Communication Commerciale (2)	Cours et TD intégrés	20h	Environ 36 en TCA 2
DUT TC (FA) 2 ^{ème} année	2002 à ce jour	Marketing Direct	Cours et TD intégrés	20h	Environ 40
DUT TC (FA) 1 ^{ère} année	2010 à ce jour	Fondamentaux du marketing	Cours et TD intégrés	20h	Environ 36
DUT TC (FC) 1 ^{ère} année	2002 à 2015/2016	Communication Commerciale (1)	Cours et TD intégrés	17h	Environ 15 en TC FC 1
DUT TC (FC) 2 ^{ème} année	2002 à 2015/2016	Communication Commerciale (2)	Cours et TD intégrés	17h	Environ 12 en TC FC2
Master – IMMD Université Lille 2 : de 2009/2010 à ce jour					
M2 Recherche Approches culturelles de la distribution et de la consommation (ACDC)	Depuis 2010/2011	Théories du marketing	Cours	6h	Environ 7
M2 Recherche (ACDC)	Depuis 2010/2011	Théories de la distribution	Cours	3h	Environ 7
M2 professionnel (FI et FA) – Marketing Vente	2014/2015 à 2016/2017	Business Models Ouverts	Cours	6h	Environ 50
M1 (FI)	2009/2010 à 2012/2013	Satisfaction-fidélité	Cours	24h	Environ 80
M1 (FA) – Management de la distribution	2009/2010 à 2012/2013	Satisfaction-fidélité	Cours	18h	Environ 30
M2 Professionnel	2009/2010 à ce jour		Suivi de mémoires de fin d'étude	30h	Environ 8
Université de Bourgogne : 2001/2002 (total 192 h)					
DESS Certificat d'Aptitude à l'Administration des Entreprises					
Maîtrise de Sciences et Techniques	2001/2002	Marketing	Cours et TD		

Comptables et Financières 1					
Langues Etrangères Appliquées 4	2001/2002	Etudes de Marché	Cours et TD		
DESS Gestion des activités touristiques des collectivités publiques	2001/2002	Marketing Culturel et Touristique	Cours et TD		
DESS Marketing	2001/2002	Communication	Cours et TD		
Université de Franche-Comté - UFR des Sciences Techniques et Gestion de l'Industrie : 2000/2001 (totale 96h)					
AES 3		Economie et Commerce International	Cours et TD		
Ecole Supérieure de Commerce de Lille : 2003/2004 à 2004/2005					
Master Marketing Direct et Commerce Electronique 2	2003/2004 2004/2005	Comportement du consommateur	Cours	9h	Environ 12
Master Marketing Direct et Commerce Electronique 2	2003/2004 2004/2005	Méthodologie de recherche	Cours	10	Environ 12

RESPONSABILITES COLLECTIVES ET IMPLICATIONS INSTITUTIONNELLES

Depuis 2017 : Membre élu du conseil de l'Institut, IUT « C », Université de Lille

Depuis 2017 : Membre de la commission de choix, IUT « C », Université de Lille

2016-2017 : Membre du Conseil Académique, Université de Lille 2 (dernière réunion le 14 décembre 2017, fusion des universités lilloises au 1^{er} janvier 2018)

2016-2017 : Membre élu de la Commission Recherche, Université Lille 2 (dernière réunion le 1^{er} décembre 2017, fusion des universités lilloises au 1^{er} janvier 2018)

2016-2017 : Membre élu du bureau de la Commission Recherche, Université Lille 2 (dernière réunion le 1^{er} décembre 2017, fusion des universités lilloises au 1^{er} janvier 2018)

Depuis 2016 : Responsable pédagogique de la Licence Professionnelle « Métiers de la comptabilité – Contrôle de gestion », IUT « C », Université de Lille

Depuis 2017 : Responsable des études de la formation Techniques de Commercialisation par Apprentissage, IUT « C », Université de Lille

Depuis 2016 : Coordinatrice des projets tuteurés, LP « Métiers de la comptabilité – Contrôle de gestion », IUT, Université Lille 2

Depuis 2002 : Membre du jury de recrutement des étudiants

2002-2010 : Responsable de la communication externe du département Techniques de Commercialisation, IUT, Université Lille 2

2006-2010 : Co-coordinatrice du module PPP « Projet Personnel et Professionnel », département TC, IUT, Université Lille 2

2006-2010 : Co-coordinatrice de la collecte de la taxe d'apprentissage, département TC, IUT, Université Lille 2

INITIATIVES PEDAGOGIQUES

2018 Djelassi S, Queffelec A, Rimaud M-N, « Touche Pas à Mon Poste (TPMP) : Bad buzz et gestion de crise », cas pédagogique, CCMP.

Approches pédagogiques innovantes : utilisation des réseaux sociaux (TC2), pédagogie par projet (TC2) et pédagogie inversée avec l'animation des cours par les étudiants (M2 recherche)

ACTIVITÉS SCIENTIFIQUES

▪ *Principales thématiques de recherche*

Temps et comportement du consommateur, pouvoir du consommateur, crowdsourcing, co-création de valeur, usages des nouvelles technologies.

▪ *Publications*

Publications dans des revues nationales et internationales à comité de lecture¹

Djelassi S, Diallo M-F, Zielke S, 2018, « How self-service technology experience evaluation affects waiting time and customer satisfaction? A Moderated Mediation Model », *Decision Support Systems*, July, Vol. 111, pp. 38-47 (**HCERES A/ FNEGE 1/CNRS 2**)

Diallo M-F, Diop-Sall F, **Djelassi S**, Godefroit-Winkel D, 2018, « How shopping mall service quality affects customer loyalty across developing countries: the moderation of the cultural context », *Journal of International Marketing*, Vol. 26, N° 4, pp. 69-84 (**HCERES A/FNEGE 2/CNRS 2**).

Djelassi S, Godefroit-Winkel D, Diallo M-F, 2018, « Does culture affect the relationships among utilitarian and non-utilitarian values, satisfaction and loyalty to shopping centres? Evidence from two Maghreb countries », *International Journal of Retail and Distribution Management*, Vol. 46, Issue 11, pp. 1153-1169 (**HCERES B/FNEGE 3/CNRS 3**)

Djelassi S, Decoopman I, 2016, « participation du consommateur à l'innovation produit via le crowdsourcing intercatif : nécessité de penser objets-frontières ? » *Recherche et Applications en Marketing*, Vol. 31, N° 3, pp. 131-152 (**HCERES A/FNEGE 2/CNRS 2**)

[Version anglaise **Djelassi S**, Decoopman I, 2016, « Innovation through interactive crowdsourcing: the role of boundary objects », *Recherche et Applications en Marketing*, Vol.31, N° 3, pp. 131-152]

¹ Classements HCERES, FNEGE et CNRS correspondant à chaque année de mes publications. Le classement FNEGE n'étant disponible qu'à partir de l'année 2011 et celui de HCERS qu'à partir de 2010, pour mes publications antérieures à ces années, je me suis limitée au classement CNRS.

Demoulin N, **Djelassi S**, 2016, « Towards an Integrated Model of Self-Service Technology Usage in a Retail Context», *International Journal of Retail and Distribution Management*, Vol. 44, Issue 5 (HCERES B/FNEGE 3/CNRS 3)

Perron F, **Djelassi S**, 2015, « les comportements déviants des consommateurs vus par leurs pairs : le cas du commerce de détail », *Revue Management & Avenir*, Vol. 1, N° 75, pp. 55-68 (HCERES B/FNEGE 3/CNRS 4)

Djelassi S, Decoopman I, 2013, « Customers' participation in product development through Crowdsourcing: Issues and implications», *Industrial Marketing Management*, Vol. 42, Issue 5, July, pp. 683-692 (HCERES A/FNEGE 2/CNRS 2)

Demoulin N, **Djelassi S**, 2013, « Customer responses to Waits for online Banking Service Delivery », *International Journal of Retail and Distribution Management*, Vol. 41, N°6, pp. 442-460 (HCERES B/FNEGE 3/CNRS 3/)

Odou P, **Djelassi S**, Belvaux B, 2009, « De l'achat malin au détournement de promotion : le cas des ODRistes », *Décisions Marketing*, N° 55, Juillet-Septembre (CNRS 3, pas d'autres classements à date)

Djelassi S, Collin-Lachaud I, Odou P, 2009, « Crise du pouvoir d'achat : du comportement des consommateurs aux réponses des distributeurs », *Décisions Marketing*, Octobre-Décembre, N° 56, pp. 37-46 (CNRS 3, pas d'autres classements à date)

Djelassi S, Camus S, Odou P, 2007, « Explorer la relation au temps du shopper et ses déterminants », *Revue Française de Marketing*, Avril, N°212, 2/5 (nc)

Djelassi S, Ferrandi J-M, 2006, « L'influence de la perception du temps sur le comportement d'achat par catalogue », *Revue Française de Gestion*, 32, 162, p. 161-175. (CNRS 4, pas d'autres classements à date)

Publications dans des revues sans comité de lecture

Djelassi S, 2004, « La perception du temps et le comportement d'achat en VAD », *Vente à Distance*, N° 190, Mars-Avril, 34-37

Actes de congrès, de colloques ou de journées à comités de lecture avec actes

Djelassi S, Belkhir M, Regany F, 2018, « The role of institutional logics in market vanishing and revival: the case of a threatened heritage product "the Tunisian Sefsari», *11th European ACR conference*, 21-23 June, Ghent.

Diallo M-F, **Djelassi S**, 2018, « Multiplicité des canaux de vente et comportement de l'acheteur dans les pays émergents : Opportunités et défis pour la distribution internationale », Session spéciale GIT « Distribution dans les Pays Emergents », *34^{ème} congrès de l'AFM*, Strasbourg, 16-18 mai

Djelassi S, Decoopman I, Cambie F, Poncin I, 2017, « La non-participation au crowdsourcing créatif – A la recherche du sens », *Actes du 33^{ème} congrès de l'AFM*, Tours, 17-19 mai

Djelassi S, Godefroit-Winkel D et Diallo M-F, 2016, « Value perception of innovative shopping malls- Evidence from two Maghreb countries », *Forum Innovation VII*, Paris, 9-11 juin

Djelassi S et Diallo M-F, 2016, « Déterminants de la satisfaction envers les technologies self-service et le magasin : médiation de la satisfaction à l'égard de l'attente », *Actes du 32^{ème} congrès de l'AFM*, Lyon, 18-20 mai

Diallo M-F, **Djelassi S**, Godefroit-Winkel D, 2015, « L'influence des valeurs non-utilitaires de magasinage sur la fidélité au centre commercial : Application au Maroc et en Tunisie », *Actes du 18^{ème} Colloque Etienne Thil* – Paris Novancia 14-16 octobre

Djelassi S, Decoopman I, 2015, « Les facteurs de non-participation au crowdsourcing créatif : Quid des professionnels et des non-professionnels du monde de la création ? », *Actes du 31^{ème} Congrès de l'AFM* - Marrakech – 20-21 mai

Diallo M-F, Godefroit-Winkel D, Diop-Sall F, **Djelassi S**, 2015, « Qualité de service et fidélité au centre commercial : une recherche multisite en milieu africain », Session spéciale : Innovation & Culture, *Actes du 31^{ème} Congrès de l'AFM* - Marrakech – 20-21 mai

Decoopman I, **Djelassi S**, 2013, « Le recours aux pratiques de crowdsourcing : un nouvel enjeu pour les distributeurs français », *16^{ème} colloque Etienne Thil*, 2-4 octobre, Paris

Djelassi S, Charry K, Demoulin N, 2012, « La lutte contre le comportement déviant du consommateur : Apport de la communication émotionnelle », *1^{ère} Journée d'étude internationale sur la gestion des clients*, « Gérer les comportements déviants des clients », Paris, 30 mars

Djelassi S, Perron, F, 2012, « Les comportements déviants du consommateur sources de démarque : explication et premières recommandations managériales », *11th International Marketing Trends Conference*, Venice, 19-21 January

Djelassi S, Perron, F, 2009, « Comportements déviants du consommateur et démarque: une approche exploratoire en vue d'améliorer les techniques de contrôle des distributeurs », *14^{ème} Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne*, Novembre

Odou P, **Djelassi S**, Belvaux B, 2008, « Smart Shopping and Cash Refund Offer Subversion », *Consumer Culture Theory Conference*, Boston, 19-22 June

Djelassi S, Odou P, Belvaux B, 2008, « Exploration du comportement du « smart shopper »: Le cas des « ODRistes », *7th International Congress Marketing Trends*, Venice, 17-19 janvier

Odou P, **Djelassi S**, Belvaux B, 2007, « Le smart shopper revisité par la perspective de la « Consumer Culture Theory »: Cas des « ODRistes », *12^{èmes} Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne*, Novembre

Djelassi S, Demoulin N, 2006, « Perception et réponses des clients face aux délais de livraison », *4ème colloque international de la recherche en marketing*, Tunis, 31 mars et 01 avril

Djelassi S, Camus S, Odou P, 2006, « Temps d'achat : perception et facteurs d'influence », *4ème colloque international de la recherche en marketing*, Tunis, 31 mars et 01 avril 2006

Djelassi S, Demoulin N, 2005 « Les délais de livraison : perceptions et impacts sur le comportement du consommateur », *1ère conférence internationale COM-ICI* sur le thème : « Les valeurs du temps dans le développement des organisations : entre instantanéité électronique et développement durable », Brest, 1 et 2 décembre

Djelassi S, Camus S, Odou P, 2005, « Les perceptions temporelles pendant l'acte d'achat : observation *in situ* avec scénario d'achat et auto-évaluation », *1ère conférence internationale COM-ICI* sur le thème : « Les valeurs du temps dans le développement des organisations : entre instantanéité électronique et développement durable », Brest, 1 et 2 décembre 2005

Djelassi S, Odou P, 2004 « Le temps en distribution », *Actes du 7ème colloque Etienne Thil*, La Rochelle, Septembre

Djelassi S, Gérard F, 2003, « Le rôle de la perception du temps dans l'arbitrage entre magasin et vente à distance », *8èmes Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne*, Novembre

Djelassi S, Ferrandi J-M, 2002, « Un premier test du rôle de la perception du temps et des valeurs en matière de comportement d'achat par catalogue », *16èmes Journées Nationales des IAE*, Paris, Septembre 2002

Djelassi S, 2001, « L'influence de la perception temporelle sur le comportement d'achat par correspondance et à distance : application à l'achat par catalogue », *Actes du 4ème colloque Etienne Thil*, La Rochelle, 27 et 28 Septembre

Djelassi S, Urien B, 2000, « Test d'une échelle de mesure de la perception du temps (Usunier et Valette-Florence 1991, 1994) », *Actes des 15èmes Journées Nationales des IAE*, Bayonne-Biarritz, Septembre 2000

Actes de colloques ou de journées à comités de lecture sans actes

Demoulin N, **Djelassi S**, 2009, « waiting for service: are all customers the same ? the influence of situational factors on consumers' evaluation » *EIRASS Conference*, Canada, Juillet

Ouvrage scientifique et participations à des ouvrages scientifiques collectifs

Odou P, **Djelassi S**, Collin-Lachaud I, 2012, « Sales promotion: from a company resource to a customer resource », in *Marketing Mangement: A Cultural Perspective*, Eds. L.Penalzoa, N.Toulouse, L.Visconti, Routledge, Taylor & Francis Group

Projets en cours de réalisation

Articles

Djelassi S, Longo C, Gin I, « Crowd Science as a Vector of Social Innovation: Analysis of a co-creation process to safeguard marine wildlife » (projet bien avancé qui sera soumis à, *Journal of Public Policy and Marketing* (HCERES A/FNEGE 3/CNRS2)

Djelassi S, Cambier F, Poncin I, « To participate in creative crowdsourcing or not? In search of meaning(fullness) » (en préparation, bien avancé)

Djelassi S, Diallo M-F, Osburg V-S, Gadekar M, « Perception du temps et Usages du smartphone: une étude cross-culturelle » (en préparation)

Djelassi S, Ayadi N, « Perception du temps, usages des nouvelles technologies et comportement d'achat : une étude cross-culturelle » (en préparation/phase de collecte des données)

Ouvrage collectif

Djelassi S, Poncin I, « La co-innovation avec les consommateurs », coordination d'un ouvrage collectif (en préparation)

▪ ***Conférences invitées***

(2018) Séminaire « La distribution alimentaire en Méditerranée », SupAgro, Montpellier, 29 novembre.

(2018) Séminaire « Co-innover avec les consommateurs : pratiques et enjeux », Université Gaston-Berger, Saint-Louis, Sénégal, 02 mai

(2018) Séminaire « Méthodes qualitatives », Université Hassan II, Casablanca, 21 avril.

(2018) Table ronde « Recherches marketing dans les Pays d'Afrique », conférence de l'Association Africaine du Marketing (AAM), Douala- Cameroun
9-11 avril

(2018) Table ronde « Recherches marketing en Afrique », Conférence de l'Association Marocaine du Marketing (AMM), Agadir-Maroc, 19-20 avril

(2018) Table ronde « Quelles perspectives pour la recherche en Afrique », Conférence de l'Association Sénégalaise des Sciences de Gestion (ASSG), Dakar-Sénégal, 26-28 avril

ACTIVITÉS LIÉES À LA RECHERCHE

▪ ***Encadrement***

Direction de thèses de doctorat

- Hafida Boudkouss « Relations entre phygital, perceptions du temps et expérience optimale », thèse de doctorat financée par la région Hauts-de-France, première inscription 2018

- Rania Chaabane « Etude de la participation citoyenne dans la co-création de valeur : cas de la démocratie participative en Tunisie », thèse de doctorat en cotutelle (Université de Lille/Faculté des Sciences Economiques et de Gestion, Sfax, Tunisie), première inscription 2017.

Direction de mémoires Master2 recherche, IMMD, Université de Lille

Direction de mémoires Master2 professionnel, IMMD, Université de Lille

Suivi de stages des étudiants TC2

- ***Reviewer pour des Revues et conférences***

- ✓ **Revues**

Recherche et Applications en Marketing (ad hoc)

Décisions Marketing (ad hoc)

Journal of Product Innovation Management (ad hoc)

Journal of Business Research (ad hoc)

International Journal of Retail & Distribution Management (ad hoc)

International Journal of Production Economics (ad hoc)

- ✓ **Conférences**

Congrès de l'Association Française du Marketing

Colloque Etienne Thil

Academy of Marketing Science World Marketing Congress

Congrès de l'Associaion Tunisienne de Marketing

Congrès de l'Association Africaine de Marketing

- ***Coordination scientifique et Animation de la recherche***

2018-2019 : Pilotage (avec Mbaye Fall Diallo) **d'un cahier spécial** « Marketing et management en milieu Africain : enjeux et perspectives », ***Revue Management & Avenir*** (  paraître 2019)

2017-2021 : Co-porteur du Groupe d'Intérêts Thématiques (GIT) - AFM « **Distribution dans les Pays Emergents** » - **une vraie communauté de chercheurs issus de différentes institutions et de différents pays** autour de cette thématique (ex : Brésil, Canada, Colombie, France, Maroc, Sénégal, Tunisie, Vietnam, etc.)

2018 : Chargée de mission par l'Association Française du Marketing pour représenter l'AFM auprès des associations marketing en Afrique, contribuer au rayonnement de l'AFM à l'international, présenter l'AFM aux enseignants chercheurs en Afrique, aider au développement de collaborations entre l'AFM et les associations du marketing en Afrique notamment l'Association Africaine du Marketing (AAM), l'Association Sénégalaise des Sciences de Gestion (ASSG) et l'Association Marocaine du Marketing (AMM).

2017 : Coordinatrice d'un projet transdisciplinaire ANR « Citizen Science for Social Innovation : Analysis of Issues and Opportunities ». Le projet, portant sur les enjeux de la co-

création de valeur sociale, impliquait la coordination d'un consortium composé de **11 enseignants chercheurs de 4 disciplines (marketing, biodiversité, management et économie) et de 3 laboratoires différents**. Même si le projet n'a malheureusement pas été retenu (évaluation 35/45 et 36/45), la coordination de ce projet a été très formatrice en termes d'ingénierie de projet et de montage de dossier de financement. Avec mes collègues, nous envisageons de retravailler le projet et de le soumettre pour d'autres types d'appel à financement (ex : financement I-Site)

- *Participation à des jurys et à des comités scientifiques*

2019 : présidente du comité scientifique de la « 2^{ème} Journée de Recherche Marketing sur les Pays d'Afrique » (JRMPA, Lille-Roubaix, 28 novembre 2019)

2018 et 2019 : Membre du comité scientifique du congrès de l'Association Africaine de Marketing (AAM)

2018 : Membre du comité scientifique du congrès de l'Association Tunisienne de Marketing (ATM).

2018 : Membre du comité de suivi individuel (CSI) du doctorant, Ecole doctorale sciences juridiques, politiques et de gestion, Université de Lille

2018 : Rapporteur pour le Prix de thèse sur le Moyen-Orient et les mondes musulmans, Groupement d'Intérêt Scientifique (GIS) Moyen-Orient Mondes musulmans du CNRS

- *Organisation journées de recherche, conférences...*

- ✓ **Conférences**

- **Organisation (avec Mbaye Fall Diallo) de la 1^{ère} et de la 2^{ème} conférence internationale « Journée de Recherche Marketing sur les Pays d'Afrique »** (JRMPA, Lille-Roubaix, 30 novembre 2017 et 28 novembre 2019) (la 1^{ère} JRMPA : **90 participants** (inscrits) de **10 nationalités** différentes, **30 communications** présentées)
- **Membre du comité d'organisation du colloque Etienne**, IMMD, Roubaix, éditions 2017 et 2018
- **Membre du comité d'organisation** de la « Consumer Culture Theory Conférence (CCT) », Lille 2016
- **Organisation des 3èmes Interfaces de l'IUT de Lille 2** (organisation d'une journée de Recherche),
Thème : « **Temps et Comportement du consommateur** », 31 mars 2005, Invités :
 - Professeure Michelle Bergadaa
 - Professeur Bertrand Urien
 - Professeur Marc Dupuis
 - Professeur Denis Guiot

✓ Séminaires de recherche et workshops

- **Organisation du séminaire de recherche : « Customer Empowerment »**, Lille, 1^{er} février 2018, invité Christoph FUCHS (TUM School of Management, Rotterdam School of Management, Erasmus University)
- **Organisation et animation de la table ronde « Impacts de l'impression 3D sur les business models »**, Colloque Etienne Thil, octobre 2016, Lille
Invités :
Dominique Boudin (Manager Pôle Digital et Club Impression 3D Haut de France, CCI) ; **Isabelle Decoopman** (Associate Professor SKEMA, Experte APM) ; **Julien Guillen** (Leader Additive Manufacturing, ADD Lab-Décathlon) ; **Marc Klein** (Directeur de l'Enseigne LISSAC) ; **Matthieu Régnier** (Co-Fondateur de Dagoma) ; **Raphaël Vanneste** (Directeur Général Top Office)
- **Organisation du workshop : « Perspectives théoriques sur la co-création »**, 3 mars 2016, Université Lille2, SKEMA Business School. Invité :
 - o Professeur Bernard Cova, Kedge Business School, Marseille
- **Organisation du workshop : « Co-créer avec les consommateurs : pratiques et enjeux »**, 3 décembre 2015, Université Lille2, SKEMA Business School. Invités :
 - o Linda Hamdi-Kidar (MCF, Toulouse)
 - o Joëlle Mastelic (Professeur-chercheur, HES-SO Valais, Sierre-Lausanne)
 - o Carole Charbonnel (Doctorante, ESCP)

AFFILIATIONS SCIENTIFIQUES ET INSTITUTIONNELLES

- **Membre élu du conseil du laboratoire LSMRC**, Université de Lille (depuis 2018)
- **Référente Communication du laboratoire LSMRC**, Université de Lille (depuis 2018)
- **Membre du Conseil Académique**, Université Lille 2 (2016 – 2017, dernière réunion le 14 décembre 2017, fusion des universités lilloises au 1^{er} janvier 2018)
- **Membre élu à la Commission Recherche**, Université Lille 2 (2016 – 2017, dernière réunion le 1^{er} décembre 2017, fusion des universités lilloises au 1^{er} janvier 2018)
- **Membre élu au bureau de la Commission Recherche**, Université Lille 2 (2016 – 2017, dernière réunion le 1^{er} décembre 2017, fusion des universités lilloises au 1^{er} janvier 2018)
- Membre du laboratoire MERCUR, Université de Lille
- Membre de l'Association Française du Marketing (AFM)

VALORISATION DE LA RECHERCHE AUPRES DES PRATICIENS

- **Co-animation de l'Afterwork/Débat : « Une nouvelle technologie est-elle systématiquement appropriée par les utilisateurs ? »**, 31 mai 2016, Université Lille 2, SKEMA Business School

- **Participation à la conférence-débat** « Impact de l'impression 3D sur les modèles économiques de nos entreprises », 14 avril 2015, CCI Nord Pas de Calais Club 3D – SKEMA Business School
- **Co-organisation et Co-animation de la conférence-débat** « Crowdsourcing et Business, mythe ou réalité? », 4 décembre 2014, BeeZ, Université Lille2, SKEMA Business School
- **Co-organisation de la conférence** : « Le crowdsourcing au service de l'innovation dans la distribution : AUCHAN – QUIRKY », Décembre 2013, Université Lille2, Skema Business School, Groupe Auchan. Invités :
 - o Arnaud Mulliez : Président Auchan
 - o Vincent Mignot : Directeur Général Auchan
 - o Eric Cassagne : Directeur de la Marque Auchan
 - o Margaux Mulliez : Community Manager Quirky
- **Co-animation du petit-déjeuner/débat** : « Innover en faisant appel à ses clients : Quels Business Models? », 10 décembre 2013, Université Lille2, SKEMA Business School
- **Membre du groupe transverse Lille Place Tertiaire** : « Nouveaux modes d'organisations et de management », CCI Lille (2014-2015)
- **Membre de l'atelier « innovation ouverte »**, Pôle des Industries du Commerce, 2012

Compétences

Langues : Arabe, Français, Anglais.

Informatique : Nvivo, SPSS, Bureautique

Centres d'intérêt

Musique classique orientale (présidente d'une chorale)

Lecture, Cinéma, Voyages.