

Curriculum Vitae détaillé

Mbaye Fall DIALLO, PhD

Professeur des Universités, Université de Lille (IAE Lille)

SOMMAIRE

I. FORMATION ET DISTINCTIONS	1
■ Formation.....	1
■ Autres formations certifiantes.....	2
■ Prix, distinctions et financements obtenus.....	2
II. EXPERIENCE, ENSEIGNEMENT, RESPONSABILITES COLLECTIVES.....	4
■ Fonctions occupées	4
■ Cours et- enseignements	5
■ Responsabilités collectives	8
III. ACTIVITES DE RECHERCHE	10
■ Publications et communications	11
▶ Articles publiés dans des revues avec comité de lecture classées (ACL):	11
▶ Ouvrages ou chapitres d'ouvrages (OCO):	16
▶ Communications dans des conférences avec comité de lecture	18
▶ Communications invitées	24
▶ Autres communications/ participations sur sélection.....	26
■ Projets en cours (en évaluation, en envoi ou en préparation)	26
IV. ACTIVITES SCIENTIFIQUES.....	27
■ Visiting et séjours à l'étranger	27
■ Expertise – rédaction en chef pour des revues et conférences.....	27
■ Encadrement doctoral/participation à des jurys	28
■ Membre d'associations scientifiques	31
■ Responsabilités scientifiques	31
V. COMPETENCES PRATIQUES	34
■ Informatique/ logiciels	34
■ Langues	34
VI. CENTRES D'INTERET	34
VII. RESEAU INTERNATIONAL (sélection)	35

Curriculum Vitae

Adresse professionnelle

IAE Lille, campus Roubaix

651 avenue des Nations Unies, 59 100, Roubaix,
France.

Tel. bureau : 03 20 73 08 05

Courriel : mbaye-fall.diallo@univ-lille.fr

Site internet : www.mbayefalldiallo.com



I. FORMATION ET DISTINCTIONS

■ Formation

2016-2017 : Qualification aux fonctions de Professeur (titulaire) des Universités (46.1) en Sciences de Gestion, Section 06 CNU (février 2017).

2015-2016 : Habilitation à Diriger des Recherches – Université de Lille 2 : soutenue le **31 août 2016**.

Titre : Contributions à l'étude de la marque et de l'innovation dans la distribution et les services.

Jury : Pr. **Nil TOULOUSE** (Université de Lille 2, coordonnatrice), Pr. **Isabelle COLLIN-LACHAUD** (Université de Lille 2, rapporteur), Pr. **Hubert GATIGNON** (INSEAD, rapporteur), Pr. **Pierre VALETTE-FLORENCE** (Université Pierre Mendès-France, rapporteur), Pr. **Marine LE GALL-ELY** (Université de Bretagne Occidentale, suffragant), **Pr. Marc FILSER** (Université de Bourgogne, Président) et Pr. **Gilles PACHE** (Université d'Aix Marseille, suffragant).

2011-2012 : Qualification aux fonctions de Maître de conférences en Sciences de Gestion, Section 06 CNU (février 2012).

2007-2011 : Doctorat en Sciences de Gestion (spécialité Marketing) - Université d'Aix Marseille III : **Mention Très Honorable avec les Félicitations du jury**. (thèse soutenue le **29 novembre 2011**).

✓ Prix « jeune chercheur » Conférence Etienne THIL 2011

✓ Prix Sphinx 2012 de la meilleure thèse de doctorat en France.

Sujet : « Les déterminants du choix des marques de distributeur. Application à un marché émergent – Le Brésil ».

Membres du jury :

Pr. CHANDON J.-L. – Université Paul Cézanne Aix-Marseille III, IAE Aix-en-Provence (Président du jury)

Pr. GALLOUJ Camal – Université Paris 13 (Rapporteur)

Pr. VALETTE-FLORENCE Pierre – Université Pierre Mendès-France Grenoble II (Rapporteur)

Pr. PHILIPPE Jean – Université Paul Cézanne, Aix-Marseille III (Directeur de recherche)

2006-2007 : Master 2 Recherche Gestion (Stratégies Industrielles et Financières Internationales - Option Marketing), Faculté d'Economie Appliquée, Université Paul Cézanne, Aix Marseille III, **Mention Bien.**

Sujet : « La perception de l'image de marque dans les activités de commerce : le cas de la marque de distributeur ».

Directeur de recherche : Professeur PHILIPPE Jean, Université Paul Cézanne, Aix-Marseille III.

2004-2005 : Licence en Sciences Economiques et de Gestion, Faculté d'Economie Appliquée, Université Paul Cézanne, Aix Marseille III, **Mention Bien.**

2003-2004 : Diplôme d'Etudes Universitaires Générales en Administration Economique et Sociale, Faculté d'Economie Appliquée, Université Paul Cézanne, Aix Marseille III, **Mention Bien.**

2001-2002 : Baccalauréat L2/ Sciences Humaines et Sociales (Louga- Sénégal), **Mention Très Bien**

■ Autres formations certifiantes

2016 : Certificate – Longitudinal Data Analysis using Stata (Stockholm, Suède – Août 2016)

2016 : Certificate - Meta Analysis (Londres, UK mai 2016)

2010 : Certificate – English studies - London Meridian College (Londres UK avril 2010).

■ Prix, distinctions et financements obtenus

Mes travaux ont reçu plusieurs prix/ distinctions au niveau national et international. Ils ont également fait l'objet de plusieurs financements.

✓ Prix et distinctions

2021-2022 : Médaille de l'Assemblée nationale française, pour services rendus à l'université et la nation française, remise par Richard Ferrand (président de l'Assemblée nationale) et Vincent Ledoux (Député du Nord).

2020-2021 : Prix du meilleur ouvrage collectif de la FNEGE - *La valeur perçue en marketing. Perspectives théoriques et enjeux managériaux*, Presses Universitaires de Provence, Aix-Provence., coordonné par Mencarelli R. et Rivière A.

2018-2019 : Prix 2019 de la Confédération Africaine de l'Enseignement Technique Professionnel Privé / CADETFOPI (Paris, juin).

2017/2018 :

- Prix d'excellence en expertise d'évaluation de la revue scientifique *Journal of Business Research* (Elsevier - USA).
- Prix d'excellence en expertise d'évaluation de la revue scientifique *Journal of Retailing and Consumer Services* (Elsevier - Pays-Bas).

2016/2017 : Prix de la Fédération du Commerce et de la Distribution (FCD) de la meilleure communication (Conférence Etienne THIL).

2015/2016 : Finaliste Prix Académique de la Recherche en Management (FNEGE).

2014/2015 : Prix de la meilleure communication / Best Paper Award (Track International Marketing and Social Responsibility) – Conférence de l'*Academy of International Business* - AIB (Miami - USA).

<http://www.aibse.org/past-conferences/award-winners/>

2012/2013 : Prix Sphinx de la meilleure thèse de doctorat 2012 en gestion en France :

<http://www.lesphinx-developpement.fr/blog/2012/09/18/prix-de-these-sphinx-2012-2/>

2011/2012 : Prix de la meilleure communication « Jeune Chercheur » du Colloque Etienne THIL, 22-23 septembre 2011, Roubaix, France.

✓ Financements obtenus

2023-2027 : co-porteur du projet ANR PEA DISCOM (Université de Lille - Université de Thiès, Sénégal) : financement de **2 000 000 d'euros** pour développer des formations (LMD) et de la recherche sur la commercialisation des produits locaux au Sénégal.

2023-2026 : Financement Erasmus+ MIC Université de Lille / Université Gaston Berger du Sénégal.

2023-2026 : Financement Erasmus+ MIC Université de Lille / Université de Carthage (IHEC Tunis), Tunisie.

2017-2018 : financement de la Journée de Recherche sur les Pays d'Afrique (**11 000 euros** : 9500 euros divers + 1500 euros commission recherche de l'université de Lille 2).

2016-2018 : Membre du Projet PICS (Personal Information Controler Service). Projet labellisé PICOM. Financement obtenu du Programme d'Investissement d'Avenir de **2 000 000 €**, dont **67 000 €** pour l'université de Lille 2. En partenariat avec plusieurs entreprises spécialisées (Anyware Services, Gemalto, Softteam Codextan) et structures universitaires (INRIA, INSA, Université de Lille 2, Université Paul Sabatier).

2015-2017 : membre du programme « Equipement Scientifiques Innovants » 2015-2017 (Université de Lille 2) : **63 610 €** (création d'une salle d'expérimentation) avec Nil Toulouse (Lille 2).

2009-2010 : Financement Aires culturelles (Brésil) –Aix-Marseille Université (**1000€**)

2008-2010 : Bénéficiaire - financement EGIDE de 2 missions de recherche au Brésil (**6000 €**) - Projet CAPES-COFECUB (suite à un appel d'offres au niveau national).

II. EXPERIENCE, ENSEIGNEMENT, RESPONSABILITES COLLECTIVES

■ Fonctions occupées

2017-présent : Professeur des universités – Université de Lille

Poste : IAE Lille

2021-présent : Directeur du pôle (équiv. département) Commerce et Distribution (ex- fac IMMD) de l'IAE Lille (Université de Lille).

2023-présent : Rédacteur en chef adjoint de la Revue Française de Gestion.

2019-2022 : Conseiller au Conseil Présidentiel pour l'Afrique du président Emmanuel Macron (Elysée) – en charge de l'enseignement supérieur et de la formation.

2016-2017 : Maître de conférences HDR – Université de Lille 2

Poste : UFR Institut du Marketing et du Management de la Distribution (IMMD)

2012-2016 : Maître de conférences – Université de Lille 2

Poste : UFR Institut du Marketing et du Management de la Distribution (IMMD)

2011-2012 : ATER Université Paris 13

Poste : IUT Saint-Denis – Département Techniques de Commercialisation (TC)

2010-2011 : ATER Université d'Aix-Marseille 3

Poste : UFR Faculté d'Economie Appliquée (FEA)

2007-2010 : Allocataire de Recherche / Moniteur CIES (IUT de Marseille – Département GEA)

Poste : IUT de Marseille – Département Gestion et Administration des Entreprises (GEA)

■ **Cours et- enseignements**

Mes enseignements ont été effectués à tous les niveaux (L1 - doctorat), en anglais et français, en formation initiale et en formation continue.

Le tableau 1 suivant synthétise mes activités d'enseignement.

Tableau 1 : Synthèse des activités d'enseignement

Année		Matières	Type	Niveau d'études	Volume (heures)
2008-présent		Enseignements dans les établissements de rattachement			
Professeur des universités Université de Lille FFBC- IMMD (2017- 2020), puis IAE Lille (2020 - présent) Maître de conférences HDR Université de Lille 2 –IMMD (2016- 2017) Maître de conférences Université de Lille 2 –IMMD (2012-2016)		Data Driven Marketing (M2) IA, technologies et marketing (M2) Gestion de la Relation Client Store brand equity (M2, en anglais) International marketing (M2, en anglais) Stratégie internationale de distribution (M2) Etudes quantitatives approfondies (M2) Etudes Panels (M1) Marketing de la distribution (L3) Commerce connecté (L3, formation initiale et formation continue)	Cours	L3 – M2	+300 HTD/ année
	ATER Université Paris 13- IUT St Denis (2011- 2012)	Mathématiques/Statistiques appliquées	Cours & TDs	DUT1 et 2	159 HTD
		Stratégies de distribution	Cours & TDs	DUT2	33 HTD
ATER Université d'Aix-Marseille - Faculté d'Economie Appliquée (FEA) (2010-2011)		Marketing fondamental	Cours magistral	Licence 3	27 HTD
			Travaux dirigés	Licence 3	33 HTD
		Comptabilité générale	Travaux dirigés	Licence 1	36 HTD
Allocataire de recherche/ Moniteur Université d'Aix Marseille - IUT	2009/ 2010	Initiation à la mercatique	Cours & TD	DUT1	36 HTD
		Méthodologie de	Travaux	DUT1	28 HTD

Marseille – GEA (2007-2010)		recherche	Dirigés		
	2008 / 2009	Evaluation des résultats et des performances	Travaux Dirigés	DUT2	64 HTD
Etablissement (année)		Intitulé cours	Type de cours		Niveau
INSEEC Business School	2011 à 2013	Analyse quantitative des données (formation initiale et continue)	Cours	Master 2	
Aix Marseille Université (FEG et IAE)	2012-présent	Stratégies internationales du commerce Etudes quantitatives	Cours	Master 2/ Doctorat	
IESEG School of Management	2012	Statistiques	TD - soutien	Licence 1-3	
Université Cheikh Anta Diop (Sénégal)	2012-présent	Stratégies/ Management de la distribution	Cours	Master 1/2	
Université Gaston Berger (Sénégal)	2013-présent	Etudes quantitatives/ Application logiciel		Master 2	
Bordeaux Ecole de Management (Dakar)	2014-2015	International Marketing (en anglais)	Cours	Master 2	
Université Catholique de Louvain (Belgique)	2014-2015	Expérimentation	Cours	Doctorat	
Université Assane Seck (Sénégal)	2014-2015	Modèles d'équations structurelles	Cours/Forma tion	Enseignants-chercheurs	
Université de Tours (IAE)	2015-2016	International Marketing (en anglais)	Cours	Master 2	
Université de Lille 1 (FSSES)	2015-2016	Gestion de la Relation Client	Cours	Master 2	
Université de la Réunion (IAE Saint-Denis)	2016-2018	Marketing de la distribution	Cours	Licence 3	
Ecole Supérieure	2017-présent	Gestion de la Relation Client	Cours	Licence 2	

Algérienne des affaires (ESAA Alger)		Marketing de la distribution	Cours	Licence 3
		Marketing des services	Cours	Master 2

■ Responsabilités collectives

✓ **Directeur du pôle Commerce et Distribution de l'IAE de Lille** (2021-présent)

- Coordination des activités pédagogiques
- Coordination administrative et financière
- Membre du Comité de Direction de l'IAE

✓ **Responsable du Diplôme Licence FFBC-IMMD** (2017-2021):

- Deux parcours en 1^{ère} et 2^{ème} années (Banque-Comptabilité-Finance et Distribution) ;
- Cinq parcours en 3^{ème} année (Banque, Comptabilité, Distribution, International finance et Prépa concours grandes écoles) + un DU (IAE Saint-Denis – La Réunion) + une délocalisation en Algérie (ESAA Alger).
- Coordination de l'équipe professorale : une dizaine de responsables d'année et une cinquantaine d'enseignants ou intervenants.
- Définition et mise en œuvre de l'offre pédagogique (maquette, innovation pédagogique, professionnalisation, ...)
- Présidence des jurys (jury de semestre, jurys de soutenance, ...)
- Présidence de la commission des vœux Parcoursup

✓ **Responsable pédagogique de la Licence 3 Gestion** parcours distribution de l'IMMD de 2012 à 2017 (**une centaine d'étudiants par année** en moyenne) :

- Coordination des intervenants, participation à la mise en place de la nouvelle maquette, recrutement,
- Pilotage des rendez-vous de la distribution (cinq journées de visite des étudiants dans plusieurs enseignes par année en moyenne),
- Organisation d'une journée simulation-embauche,
- Organisation d'une journée d'entretiens de fin de semestre,
- Représentation dans diverses activités professionnelles (forums, JPO, salons, lycées, ...),

- Validation des stages, suivi à distance des stagiaires, correction des rapports de stage, ...

✓ **Responsable du parcours anglophone de l'IMMD (2015-2017) :**

- Création du parcours anglophone (semestre 2 Licence 3),
- Mise en place d'une maquette *ad hoc*,
- Coordination et suivi des intervenants étrangers, etc.

✓ **Responsable des relations internationales de l'IMMD (2015-2017)**

- Participation aux réunions avec les services des relations internationales de l'université de Lille 2 ;
- Sélection des étudiants pour la mobilité internationale/Erasmus, mise en place et validation des contrats d'étude sortants ;
- Contact des universités partenaires (une vingtaine), validation des contrats d'étude/Erasmus entrants, etc.

✓ **Membre de Comités de recrutement (Comités de Sélection) à l'université :**

Institution	Année	Type de poste/ recrutement
Université de Lille 2	2015-2016	Recrutement de deux maîtres de conférences en Sciences de Gestion (marketing et comportement du consommateur).
Université du Littoral	2015-2016	Recrutement d'un maître de conférences en Sciences de Gestion (marketing /entreprenariat).
Université de Lille 1	2016-2017	Recrutement d'un maître de conférences en Sciences de Gestion (innovation).
Université de Strasbourg	2016-2017	Recrutement d'un maître de conférences en Sciences de Gestion (techniques quantitatives).
Université d'Aix-Marseille	2016-2017	Recrutement d'un maître de conférences en Sciences de Gestion (marketing).
Université de Strasbourg	2017-2018	Recrutement d'un maître de conférences en Sciences de Gestion (marketing digital).

Université de Lille	2017-2018	Recrutement d'un Professeur des universités en Sciences de Gestion (distribution et méthodologie).
Université d'Aix-Marseille	2021-2022	Recrutement d'un maitre de conférences contractuel
Université de Lille	2020-2021	Recrutement de maitre de conférences titulaires et d'enseignants contractuels
Université de Lille	2021-2022	Recrutement de maitre de conférences titulaires et d'enseignants contractuels
Université de Lille	2022-2023	Recrutement de maitre de conférences titulaires et d'enseignants contractuels

- ✓ **Membre du Conseil présidentiel pour l'Afrique du président Emmanuel Macron/ Elysée (2019 – 2022) :** en charge des questions d'éducation, de formation et d'insertion professionnelle.

III. ACTIVITES DE RECHERCHE

Depuis 2012, je suis membre du laboratoire LUMEN - Lille University School of Management où j'effectue mes activités de recherche. J'ai été membre du laboratoire CERGAM (Centre de Recherche en Gestion d'Aix Marseille) de 2007 à 2012. Mes travaux de recherche (orientation quantitative) tournent autour des axes suivants :

Axe 1 : les marques dans la distribution des pays émergents et industrialisés

Mots clés : marque de distributeur (MDD), marque de fabricant, image du magasin, image prix, valeur perçue, expérience antérieure, local/international, cross-culturel, situation macro-économique (crise), France, pays émergents (Brésil, Colombie, Vietnam, ...).

Axe 2 : l'innovation dans la distribution et les services

Mots clés : innovation technologique, innovation commerciale, innovation servicielle, innovation sociale (durabilité et éthique), France, pays en développement/émergents (Maroc, Sénégal, Tunisie, ...). Ils s'inscrivent dans une logique comparative : ex. enseignes locales v.s. enseignes internationales; MDD au Brésil v.s. MDD au Vietnam v.s. MDD en Colombie; canaux de distribution physiques versus canaux virtuels; Marques de distributeur vs. Marques nationales.

Sur le plan méthodologique, j'utilise principalement les modèles d'équations structurelles (approches LISREL & PLS) et l'économétrie des données de panel (avec Stata). Je m'intéresse particulièrement à la modération des variables latentes de second-ordre. Dans ce sens, j'ai proposé l'application de la méthode d'orthogonalisation (centrage de résidus) pour évaluer la modération de ces variables.

■ Publications et communications

► Articles publiés dans des revues avec comité de lecture classées (ACL):

50- Djelassi, S., **Diallo, M.F.** and Osburg, V.-S. and Collin-Lachaud, I. (2025), The double-edged sword effect of smartphone use on work performance: roles of perceived value, work–life balance, and work–family conflict before and during crises, *Journal of Management Studies*, Vol. No., pp. --- [HCERES A/ FNEGE 1/ CNRS 1]. DOI : ---

49- Gadekar, M., **Diallo, M.F.** and Osburg, V.-S. (2025), Digital influencers in different cultural contexts: Effects of authenticity and value perceptions, *Internet Research*, Vol. 35 No. 3, pp. 1353-1378 [FNEGE 4]. DOI : <https://doi.org/10.1108/INTR-07-2023-0577>

48- Perry, P., Osburg, V.S., Huq, F.A. and **Diallo, M.F.** (2025), Fashionable ethics: exploring ethical perspectives in the production, marketing, and consumption of fashion. *Journal of Business Ethics*, Vol. 196, 711–721 [HCERES A/ FNEGE 1/ CNRS 2]. DOI : <https://doi.org/10.1007/s10551-024-05913-7>

47- **Diallo, M.F.** (2024), Marketing des services et tourisme durable en Afrique, *Juristourisme*, no 279, novembre, pp. 32-35.

46- Osburg, V.S., Yoganathan, Bartsch, **Diallo, M.F.** and Liu (2024), “How sustainable luxury influences product value perceptions and behavioral intentions: A comparative study of emerging vs. developed markets”, *Journal of Business Ethics*, Vol 191, pp. 713-738 [HCERES A/ FNEGE 1/ CNRS 2]. DOI : <https://doi.org/10.1007/s10551-024-05661-8>

45- Kaswengi, J, **Diallo, M.F.** et Aurier, P. (2024), “L’achat de produits de terroir par les consommateurs dans des conditions macro-économiques difficiles : une étude sur données de panel”, *Décisions Marketing*, 2024/1, N° 113, pp. 43-65 [HCERES B/ FNEGE 3 / CNRS 3].

44- **Diallo, M.F.**, Lambey, C., Hasanzade, V. and Osburg, V.-S. (2024), "Do socio-cultural factors affect the relationships between CSR and loyalty in retailing? A three-country investigation", *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 51 No, pp. 1-18. [HCERES B/ FNEGE 3 / CNRS 3] DOI: <https://doi.org/10.1108/IJRDM-07-2022-0257>

Diallo, M.F. (2023), Ce que ChatGPT fait à l'enseignement, à la recherche et

aux organisations, *Revue française de gestion*, 2023/5, N° 312, 9 -14. [HCERES B/ FNEGE 2 / CNRS 3]. Editorial.

43- Charinsarn, A. R., **Diallo, M.F.** and Lambey-Checchin, C. (2023), “How do cultural factors affect loyalty behaviour in retailing? The central role of social proximity”, *International Journal of Retail and Distribution Management*, Vol. 51 No. 4, pp. 523-545 [HCERES B/ FNEGE 3 / CNRS 3].

42- Diallo, M. F., Diop-Sall, F., Leroux, E. & Vachon M.A. (2022), “How do tourism sustainability and nature affinity affect social engagement propensity? The central roles of nature conservation attitude and personal tourist experience”, *Ecological Economics*, Vol. 200, October, 107503 [HCERES A/ CNRS 1].

41- Diallo M.F. et Diop-Sall F. (2022), “Qualité de service, valeur perçue et intention d’achat dans un centre commercial innovant au Sénégal : effets des valeurs traditionnelles”, *Management International*, 26(3), 210-226 [HCERES A/ FNEGE 2/ CNRS 3].

40- Osburg, V.S., Yoganathan, V. Fraser, M. and **Diallo M.F.** (2022), “Vi(In)Compatibilities in sustainable luxury signals”, *Ecological Economics*, Vol. 196, june, 107430 [HCERES A/ CNRS 1].

39- Toti, J.F., **Diallo, M.F.** and Huaman Ramirez, R. (2021), “Ethical sensitivity in consumers’ decision-making: the mediating and moderating role of internal locus of control”, *Journal of Business Research*, Vol 131, pp. 168-182 [HCERES A/ FNEGE 2/ CNRS 2].

Diallo, M.F., Djelassi, S. et Kumar, V. (2021), Marketing et globalisation : enjeux, tendances et développements, Introduction au numéro spécial, *Recherche et Applications en Marketing*, Vol. 36, No 3, pp. 3-9 [HCERES A/ FNEGE 2/ CNRS 2]

38- Diallo, M.F. (2021), « Marketing expérientiel en Afrique : analyse et implications stratégiques ou opérationnelles », *Juristourisme* no 233, septembre, pp. 29-32.

37- Collin-Lachaud I. and **Diallo M.F.** (2021), “Smartphone use during shopping and store loyalty: The role of social influence”, *International Journal of Retail and Distribution Management*, Vol. 49 No. 5, pp. 678-697 [HCERES B/ FNEGE 3 / CNRS 3].

36- Diallo M.F., Ben Dahmane Mouelhi N., Gadekar M. and Schill M. (2021), “CSR actions, brand value, and willingness to pay a premium price for luxury brands: Does long-term orientation matter?” *Journal of Business Ethics*, Vol. 169, pp. 241–260 [HCERES A/ FNEGE 1/ CNRS 2].

35- Diallo M.F., Moulins J.L. and Roux E. (2020), “Unpacking brand loyalty in retailing: A three-dimensional approach to customer–brand relationships”, *International Journal of Retail and Distribution Management*, Vol. 49, No. 2, pp. 204-222 [HCERES B/ FNEGE 3 / CNRS 3].

34- Diallo M.F. (2020), "Marketing du tourisme en Afrique : Analyse socio-economique et implications ethico-juridiques", *Juristourisme*, n° 233, septembre, pp. 29-32.

33- Diallo M.F. (2020), « Image perçue et attitude envers les marques de distributeur dans les pays émergents : Quelle modération de l'association du magasin à une enseigne locale ou internationale ? » *Recherche et Applications en Marketing*, Vol. 35, No. 3, pp. 58-85 [HCERES A/ CNRS 2 / FNEGE 2].

32- Kaswengi J., Diallo M.F., Akrouit H. and Valette-Florence P. (2020), "Choosing high-equity cosmetic brands in bad macroeconomic conditions: Evidence from panel data", *International Journal of Retail and Distribution Management*, Vol. 48, No. 4, 2020, pp. 305-325 [HCERES B/ FNEGE 3 / CNRS 3].

Diallo M.F., Djelassi S. and Arnould E. (2019), « Marketing et management en milieu africain : enjeux et perspectives » - introduction au cahier spécial, *Revue Management et Avenir*, 2019/3, N° 109, Avril, pp. 81-86 [ranked HCERES C / FNEGE 3/ CNRS 4]. **C'est un édito, pas un article.**

31- Schill M., Godefroit-Winkel D., Diallo M. and Barbarossa C. (2019), "Consumers' intentions to purchase smart home objects: Do environmental issues matter?" *Ecological Economics*, Vol. 161, No. July, pp. 176-185 [ranked HCERES A/ CNRS 1].

30- Diallo M.F. and Collin-Lachaud I. (2019), "Impact of hedonic evaluation of technological innovations on revisit intention in a store digitalization context", *International Journal of Technology and Human Interaction*, Vol. 15 No. 4, pp. 38-53 [ranked HCERES C / FNEGE 4/ CNRS 4].

29- Diallo, M.F., Diop-Sall F, Djelassi S. et Godefroit 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, No. 4, pp. 69-84 [HCERES A/ FNEGE 2 / CNRS 2].

28- Djelassi S., Godefroit D. and 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, No. 11/12, pp.1153-1169 [HCERES B/ FNEGE 3 / CNRS 3]

27- Djelassi S., Diallo M.F. and Zielke, S. (2018), "How self-service technology experience evaluation affects waiting time and customer satisfaction ? A moderated mediation models", *Decision Support Systems*, Vol. 111, pp. 38-47 [ranked HCERES A / FNEGE 1/ CNRS 2].

26- Diallo M.F. and Seck A.M. (2018), "How store service quality affects attitude toward store brands in emerging countries: Effects of brand cues and the cultural context", *Journal of Business Research*, Vol. 86, No May, pp. 311-320 [classée HCERES A / FNEGE 2/ CNRS 2].

25- Rivière A., Coutelle P. et Diallo M.F. (2018), « Les effets des stratégies de prix et de la valeur de magasinage sur la fidélité au magasin : quel rôle

modérateur du format de magasin ? », *Décisions Marketing*, No 89, janvier-mars, pp. 85-104 [classée HCERES B / FNEGE 3/ CNRS 3].

24- Akrouit H. and **Diallo M.F. (2017)**, “Fundamental transformations of trust and its drivers: A multi-stage approach to business-to-business relationships”, *Industrial Marketing Management*, Vol. 66, No October, pp. 159-171 [classée HCERES A / FNEGE 2/ CNRS 2].

23- Diallo M.F., Kaswengi J. et Lambey-Checchin C. (2017), « Influence du prix sur le choix des marques *discount* : quels effets de la situation macro-économique ? » *Revue Française de Gestion*, Vol. 43, No 266 (Juin-Juillet), 111-125 [classée HCERES A / FNEGE 2/ CNRS 3]. **Lauréat du Prix 2016 de la Fédération du Commerce et de la Distribution (FCD).**

22- Diallo M.F. and Lambey-Checchin C. (2017), “Consumers’ perceptions of retail business ethics and loyalty to the retailer: The moderating role of social discount practices”, *Journal of Business Ethics*, Vol. 141, No 3, pp. 435-449 [classée HCERES A / FNEGE 2/ CNRS 2]. **Finaliste du Prix Académique de la Recherche en Management (FNEGE).**

21- Diallo M.F. and Siqueira J.R. (2017), “How previous positive experiences with store brands affect purchase intention in emerging countries: a comparison between Brazil and Colombia”, *International Marketing Review*, Vol. 34, No 4, pp. 536-558 [classée HCERES A/ FNEGE 2/ CNRS 3]. **Lauréat du Prix de l'Academy of International Business | Académie Américaine des Affaires (Miami - USA).**

20- Diallo M.F. and Cliquet G. (2016), “Store image perceptions and customer knowledge cues in emerging markets: A cross-country investigation in Brazil and Vietnam”, *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 44, No 12, pp. 1182-1205 [ranked HCERES B/ FNEGE 3/ CNRS 3].

19- Diallo M.F. and Kaswengi J. (2016), “What drives store brand purchases during crisis periods? Evidence from panel data in four product categories”, *International Journal of Retail and Distribution Management*, Vol. 44, No 3, pp. 301-319 [classée HCERES B/ FNEGE 3/ CNRS 3].

18- Akrouit H., **Diallo M.F.**, Akrouit W. and Chandon J.L. (2016), “Affective trust in buyer-seller relationships: a two-dimensional scale”, *Journal of Business and Industrial Marketing*, Vol. 31, No 2, pp. 260-273 [classée HCERES B / FNEGE 3/ CNRS 3].

17- Diallo M.F., Diop-Sall F. et Seck A.M., (2015), « L’innovation perçue et ses conséquences dans les centres commerciaux modernes d’Afrique : L’exemple du Sénégal », *Revue Management et Avenir*, No 81, pp. 57-79 [classée HCERES C/ FNEGE 4/ CNRS 4]

16- Diallo M.F., Coutelle-Brillet P., Rivière A. and Zielke S. (2015), “How do price perceptions of different brand types affect shopping value and store loyalty?”, *Psychology & Marketing*, Vol. 32, No 12, pp. 1133-1147 [classée HCERES A/ FNEGE 2/ CNRS 3]

15- Diallo M.F. (2015), “Drivers of store brand usage in an Asian emerging market: Evidence from Vietnam”, *International Journal of Retail and Distribution*

Management, Vol. 43, No 12, pp. 1144-1161 [classée HCERES B / FNEGE 3/ CNRS 3]

14- Diallo M.F., Diop-Sall F., Leroux E. and Valette-Florence P. (2015), "Tourists' responsible behavior: The role of social engagement", *Recherche et Applications en Marketing*, Vol. 30, No 3, pp. 88-108 [classée HCERES A / FNEGE 2/ CNRS 2].

13- Diallo M.F., Burt S. and Sparks L. (2015), "The influence of image and consumer factors on store brand choice in the Brazilian market: Evidence from two retail chains", *European Business Review*, Vol. 27, No 5, pp. 495-512 [classée HCERES B / FNEGE 3/ CNRS 3].

12- Kaswengi J. and Diallo M.F. (2015), "Consumer choice of store brands across store formats: A panel data analysis under crisis periods", *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 23, No 3, pp. 70-76 [classée HCERES B / FNEGE 3/ CNRS 3].

11- Diallo M.F. (2014), « Etude de la perception gustative des marques de distributeur : Les implications en termes de communication marketing », *Communication et Management*, Vol. 11, No 2, pp. 41-55 [classée HCERES (Sciences de l'Information et de la Communication)].

10- Diallo M.F. (2014), « Le comportement du consommateur envers les marques de distributeur au Brésil: Une étude qualitative », *Revue Française de Gestion*, Vol. 2014/6, No 243, pp.33-51 [classée HCERES B / FNEGE 3/ CNRS 4].

9- Diallo M.F., Philippe J. and Seck A.M. (2014), « La qualité de service dans la grande distribution brésilienne : effets sur l'intention d'achat de la marque de distributeur », *Economies et Sociétés* série EGS, No 15, 4/2014, pp. 695-718.

8- Diallo M.F. (2014), « Les études quantitatives sur le tourisme durable : Une analyse des principaux travaux de recherche », *Revue Management et Avenir*, No 69/ 2014, pp. 203-220 [classée HCERES C / FNEGE 4/ CNRS 4].

7- Diallo M.F., Chandon J.L., Cliquet G. and Philippe J. (2013), "Factors influencing consumer behaviour towards store brands: Evidence from the French market", *International Journal of Retail and Distribution Management*, Vol. 41, No 6, pp. 422-441 [classée HCERES B / FNEGE 3/ CNRS 3].

6- Castro Lucas C., Diallo M.F., Léo, P.-Y. and Philippe J. (2013), "Do innovators perform abroad ? Findings from two producer's service sectors", *The Service Industries Journal*, Vol. 33, No 3-4, pp. 392-408 [classée JQL Harzing].

5- Castro Lucas C., Diallo M.F., Léo, P.-Y. and Philippe J. (2013), "International performance and innovation in services: Preliminary findings from logistical and engineering consultancy services", *International Business Research*, Vol. 6 No 2, pp. 8-19.

4- Diallo M.F. (2012), "Retailers' internationalization in emerging markets: A comparative study of a French and a local retailer's key success factors in Brazil",

3- Diallo M.F. (2012), "Effects of store image and store brand price-image on store brand purchase intention: Application to an emerging market", *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 19 No 3, pp. 360-367 [classée HCERES B / FNEGE 3/ CNRS 3].

2- Diallo M.F. et Philippe J. (2011), "Stratégies internationales des distributeurs et choix des marques de distributeur : le cas du Brésil", *Revue Management et Avenir*, No 47/2011, pp. 223-239 [classée HCERES C / FNEGE 4/ CNRS 4].

1- Diallo M.F. (2009), "Foreign retailers' private label brands strategy in emerging markets: evidence from the Brazilian retail industry", *The Business Review*, Cambridge, Vol. 12 No 1, pp. 127-133.

Autres publications dans des revues (vulgarisation)

2- Diallo M.F. (2013), « L'entrée et le succès dans les pays émergents : Le marketing de la majorité oubliée », *Décisions Marketing - Tribunes de DM*, Tribunes Livres [classée HCERES B/ CNRS 3].

1- Diallo M.F. (2012), « Les déterminants du choix des marques de distributeur : Application à un marché émergent - Le Brésil », Fiche de thèse de doctorat, *Recherche et Applications en Marketing*, Vol. 27, No 1, pp.130-132 [classée HCERES A/ CNRS 2].

► Ouvrages ou chapitres d'ouvrages (OCO):

20- Diop-Sall, F., Diallo, M.F. et Bidan, M. (2024), Prospective universitaire Afrique-France, in Denis, J.P., Deville, A. et Meier O. (Eds), *L'enseignement supérieur en transition: propositions pour l'avenir*, Editions EMS.

19- Diallo, M.F. (2023), International branding in services, in Gallouj, F., Gallouj, C., Monnoyer, M.C. and Rubalcaba, L. (Eds), *Encyclopedia of Services*, pp. 477-479. Edward Elgar Editions.

18- Boudkhous, H., Diallo, M.F., Djelassi S. et Jilal, R. (2022), Intelligence artificielle et éthique : analyse des enjeux et risques pour les entreprises, in Collin-Lachaud (Eds), *Révolutions du commerce dans une société en transition*, EMS Editions.

17- Deslée, A., Collin-Lachaud, I. et Diallo, M.F. (2022), Vers une responsabilité éthique des entreprises en matière d'usages de données personnelles du consommateur, in Collin-Lachaud, I. (coord.), *Révolutions du commerce dans une société en transition*, EMS Editions.

16- Ndione L.C., Diop-Sall F. et **Diallo M.F. (2022)**, *Consommation, commerce et culture en Afrique : Une analyse socio-économique*, Editions Harmattan, Paris.

15- Diallo M.F (2020), La qualité de service dans le commerce de détail : effet sur l'attitude, la valeur perçue et l'intention d'achat de la marque de distributeur, in Gallouj C. et Paché G. (Eds), *Management des services : Convergences, contrastes et controverses*, Presses Universitaires de Provence, Aix-Provence.

14- Coutelle P. et **Diallo M.F. (2020)**, Effets du prix perçu des MDD sur l'image prix et la valeur perçue du magasin : Une étude empirique, in Mencarelli R. et Rivière A. (Eds) (2020), *La valeur perçue en marketing. Perspectives théoriques et enjeux managériaux*, Presses Universitaires de Provence, Aix-Provence.

13- Diallo, M.F. and Kaswengi J. (Eds) (2018), *In times of crisis: Perspectives and challenges of the 21st Century*, Nova Book Publishers, New York.

12- Diallo M.F. and Kaswengi J. (2018), Understanding factors affecting store brand purchase in times of crisis, in **Diallo, M.F. and Kaswengi J. (Eds.) (2018)**, *In times of crisis: Perspectives and challenges of the 21st Century*, Nova Science Publishers, New York.

11- Castro Lucas C., **Diallo, M.F.**, Léo, P.Y. et Philippe J. **(2017)**, Innovation et performance internationale des services, un modèle d'analyse, in Léo P.Y. et Philippe, J. (Ed.), *La relation de service à l'international : dimensions technologiques et culturelles*, L'Harmattan, Paris.

10- Diallo M.F. (2017), Les marques de distributeur : vecteur du commerce international de détail, in Léo P.Y. et Philippe J. (Ed.), *La relation de service à l'international : dimensions technologiques et culturelles*, L'Harmattan, Paris.

9- Diallo M.F. and Fatou Diop-Sall (2017), How to market local food products in Africa: Evidence from Senegal, in Nelson W.D. (ed.), *Advances in Business and Management*, Volume 11, Nova Book Publishers, pp. 183-199.

8- Diallo M.F., Kaswengi, J. and Gázquez-Abad J.C. **(2015)**, The role of previous experience and marketing policy on consumer behaviour towards different Private Label categories, in F.J. Martínez-López, J.C. Gázquez-Abad et R. Sethuraman (2015), *Advances in National Brand and Private Label Marketing*, Springer Publishing, pp. 193-201.

7- Diallo M.F. (2015), Consumer purchase behavior of private labels brands in emerging markets: A theoretical framework, In Shohow S.P. (ed.), *Advances in psychology research*, Nova Press Publishers, New York, Vol. 109, pp. 33-45.

6- Diallo M.F. and Kaswengi J. (2014), Drivers of store brand choice over national brands in times of crisis: effect of marketing variables and socio-demographics, in

Gazquez-Abad J.C. et al. (2014), *National brands and private labels in retailing*, Springer International Publishing, Switzerland, pp. 103-112.

5- Diallo M.F., Diop-Sall F. et Seck A-M. (2014) (Coord.), *Gestion des activités publiques et privées en milieu africain : L'exemple du Sénégal*, Editions Harmattan, Paris.

4- Diallo M.F. et Seck A.-M. (2014), Le secteur de la grande distribution : analyse théorique et recommandations – Le cas du Sénégal, in Diallo M.F. et alii (coord.), *Gestion des activités publiques et privées en milieu africain : L'exemple du Sénégal*, Editions Harmattan, Paris, pp. 35-61.

3. Diallo M.F., Diop-Sall F. et Leroux E. (2013), Analyse du tourisme durable en milieu africain : L'exemple du Sénégal, in Leroux E. (2013), *Regards croisés sur le tourisme durable*, Editions Harmattan, Paris, pp. 193-208.

2. Diallo M.F. (2013), Retail branding issues in emerging countries: research insights and priorities, in Evans D. (ed.), *Psychology of branding*, Nova Press Publishers, New York, pp. 97-110.

1- Diallo M.F. (2011), *La perception de l'image de marque dans la grande distribution : l'exemple des produits - marques de distributeur*, Editions Universitaires Européennes, Sarrebruck [ISBN : 978-613-1-58738-2] (Disponible sur Amazon).

► Communications dans des conférences avec comité de lecture

73- Jidal, R., Djelassi, S. et **Diallo M.F.** (2024), Les robots de service en magasin comme outils de « green nudge » vers une consommation responsable : entre appréhension et acceptation des consommateurs français, Colloque Marketing Digital (Paris Sorbonne, 5-6 septembre).

72- Diallo, M.F., Coutelle, P. et Pantin-Sohier, G. et Saucède, F. (2024), Construire un projet ANR : application aux produits locaux et alimentaires, session spéciale ANR, Congrès Association Française de Marketing (Paris Dauphine, 6-7 juin).

71- Zghal-Chhaider, K. et **Diallo, M.F.** (2024), « Réactions des consommateurs aux crises de marque : Quand la raison s'oppose à l'émotion, entre résistance et vengeance », 23^{ème} JNRC, Rouen (14-15 novembre).

70- Zghal, K. et **Diallo M.F.** (2024), Crise alimentaire et scandale de communication, 23rd International Marketing Trends Conference (Italie, Venise, 18-20 January 2024).

69- Deslée A., Lancelot-Miltgen C., Collin-Lachaud I. et **Diallo M.** (2022), Marketing research on consumer privacy: Towards new challenges, session spéciale, Actes du 38^{ème} Congrès de l'Association Française du Marketing, Tunis, 18-20 mai, Tunisie.

- 68- Diallo, M.F.,** Huaman Ramirez, R., Siqueira J.R. et Toti, J.F. **(2022)**, Comprendre les effets de l'image prix de la marque de distributeur à l'international, Colloque Etienne Thil, La Rochelle (12-13 octobre), France.
- 67- Zghal, K., Diallo M.F.** et Khemakhem, R. **(2021)**, La communication en situation de crise réputationnelle : Étude exploratoire du rôle des stratégies de réponses dans le processus psychologique de vengeance des consommateurs : Le cas de la marque H&M, Conférence LRM, Sfax, Tunisie.
- 66- Diallo M.F.** and Siqueira J.R. **(2020)**, Unpacking the relationships between brand experience and customer attitude: an empirical investigation, Academy of Marketing Science conference (online proceedings), Coral Gables, Baltimore, Florida, USA.
- 65- Deslée A., Collin-Lachaud I.** et **Diallo M.F. (2019)**, The importance of understanding consumer privacy literacy for omnichannel retailers, EAERCD Conference, Zaragoza (2-4 July), Spain.
- 64- Godefroit D., Diallo M.F.** and Djelassi S. **(2019)**, Shopping mall values, customer satisfaction and loyalty, Academy of Marketing Science Conference, Vancouver (29-31 mai), Canada.
- 63- Diallo M.F.** and Siqueira J.R. **(2018)**, Understanding how brand price image affects customer attitude across international markets: Evidence from Latin America, *Global Marketing Conference*, Tokyo (26-29 July), Japon.
- 62- Diallo M.F. (2018)**, Diop-Sall F. et Djelassi S. **(2018)**, Comprendre les facteurs d'achat et la perception du risque des produits alimentaires locaux transformés en Afrique, *SERGE DAYS – Congrès Association Sénégalaise des Sciences de Gestion*, Dakar (26-28 avril), Sénégal.
- 61- Diallo M.F.** et Diop-Sall F. **(2018)**, Evaluer l'impact des traditions dans les centres commerciaux: L'exemple de Sea Plaza, Sénégal, *Congrès Association Africaine de Marketing*, Yaoundé (09-11 avril), Cameroun.
- 60- Deslée A., Collin-Lachaud I.** et **Diallo M.F. (2018)**, Les conséquences de la divulgation des données personnelles sur le vécu de l'expérience online du consommateur, *Congrès Association Française de Marketing*, Strasbourg (16-18 mai), France.
- 59- Diallo M.F.** and Siqueira J.R. **(2018)**, Effets de l'image prix sur l'attitude envers la marque de distributeur: Le cas de la Colombie, *Congrès Association Française de Marketing*, Strasbourg (16-18 mai), France.
- 58- Diallo M.F.** and Collin-Lachaud I. **(2018)**, Impact of hedonic evaluation of technological innovations on revisit intention in a store digitalization context, *International Conference on Emerging Information and Communication Technology Solution for Digital Transformation*, Pune (March 8), India.

- 57-** Sassi I., Jendoubi-Askri S., Ben Dahmane-Mouelhi N. et **Diallo M.F. (2017)**, Expériences d'immersion et réactions des internautes : Le cas des marques de luxe, Colloque sur le Luxe d'ISTEC Paris (8 décembre), France.
- 56-** **Diallo M.F.** and Lambey-Checchin C. (2017), Effects of corporate social responsibility on loyalty: Evidence from retail stores, *Proceedings Conference European Association for Education and Research in Commercial Distribution*, Dublin (4-6 July), Ireland.
- 55-** **Diallo M.F.**, Kaswengi J., Lambey-Checchin C. et Ladhari R. (2017), Achat des produits équitables sous marques labellisées : comment la situation économique agit sur les effets des leviers marketing ? *Actes Congrès Association Française de Marketing*, Tours (17-19 mai), France.
- 54-** Godefroit D., **Diallo M.F.** and Djelassi S. (2017), Effects of perceived value of a shopping mall: Evidence from Morocco, *IBCR International Conference*, Marrakech (April 24-27), Morocco.
- 53-** **Diallo M.F.**, Kaswengi J. et Lambey-Checchin C. (2016), Prix et choix des marques : quelles leçons pour les enseignes de hard discount ?, *Colloque Etienne THIL*, Roubaix (13-14 Octobre), France. **Prix de la Fédération du Commerce et de la Distribution (FCD) de la communication ayant le meilleur apport managérial.**
- 52-** **Diallo M.F.**, Diop-Sall F., Leroux E. et Valette-Florence P. (2016), Tourist responsible behavior : the role of social engagement, *World Marketing Congress, Special session RAM*, Paris (July 19-23), France.
- 51-** **Diallo M.F.** et Lambey-Checchin C. (2016), Relations entre CSR et fidélité: quelles leçons pour les distributeurs? *Conference RIODD*, Saint-Etienne (July, 6-8), France.
- 50-** Djelassi S., Godefroit D. et **Diallo M.F. (2016)**, Valeur perçue des centres commerciaux innovants : L'exemple du Maghreb, *Conférence Forum Innovation VII*, Paris (09-11 juin), France.
- 49-** 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 du temps d'attente, *Actes Congrès Association Française de Marketing*, Lyon (18-20 mai), France.
- 48-** Kaswengi J., **Diallo M.F.**, Akrouit H. et Valette-Florence P. (2016), Effects of marketing variables and consumer characteristics on masstige brand choice under turbulence: Evidence from panel data, *Proceedings Monaco Symposium on Luxury*, Monaco (7-8 April), France.
- 47-** Moulins J.L., Roux E. et **Diallo M.F. (2016)**, Modélisation des relations des consommateurs aux marques fonctionnelles, affectives et symboliques, *Conférence Internationale Tendances Marketing*, (21-23 janvier), Venise, Italie.
- 46-** **Diallo M.F. (2015)**, Comment utiliser l'image du magasin et l'image prix des marques de distributeur (MDD) pour favoriser l'attitude envers les MDD dans les

pays émergents? *Journée AFM « Prix, Don, Gratuité et Valeur »* (10 Décembre), IAE Tours, France.

45- Rivière A., Coutelle P. et **Diallo M.F. (2015)**, L'influence de la stratégie prix du distributeur sur la fidélité au point de vente : rôles de la *shopping value* et du format du magasin, *Journée AFM « Prix, Don, Gratuité et Valeur »* (10 Décembre), IAE Tours, France.

44- Diallo M.F., Godefroit D. et Djelassi S. **(2015)**, L'influence des valeurs non utilitaires de magasinage sur la fidélité au centre commercial: Application au Maroc et en Tunisie, *Actes Colloque Etienne Thil* (14-16 Octobre), Novancia Paris, France.

43- Diallo M.F. and Collin-Lachaud I. **(2015)**, How technological innovations create value in an omnichannel retailing ecosystem ? *Proceedings Conference European Association for Education and Research in Commercial Distribution*, Rennes (1-3 July), France.

42- Diallo M.F., Kaswengi J. and Gázquez Abad J.C. **(2015)**, Understanding how store image affects consumer choice of local origin store brands, *Proceedings Conference European Association for Education and Research in Commercial Distribution*, Rennes (1-3 July), France.

41- Kaswengi, J., **Diallo, M.F.** and Gázquez-Abad J.C. **(2015)**, The role of previous experience and marketing policy on consumer behavior toward private labels, *Proceedings Advances in National Brands and Private Labels Conference*, (June 24-26), Valencia, Spain.

40- Diallo M.F., Godefroit D., Diop-Sall, F. et Djelassi S. **(2015)**, Qualité de service et fidélité au centre commercial : Une recherche multisite en milieu africain, *Actes Congrès Association Française de Marketing* (20-22 mai), session spéciale Maroc, Marrakech, Maroc.

39- Diallo M.F. et Diop-Sall F. **(2014)**, Le marketing mix des produits agroalimentaires au Sénégal : L'exemple des céréales locales et du lait caillé, *Journées Scientifiques du Marketing de Dakar* (26-27 Décembre), Dakar, Sénégal.

38- Diallo M.F. and Siqueira J.R. **(2014)**, Previous experience with store brands and consumer behaviour in emerging countries, *Proceedings Academy of International Business (AIB) Annual Conference* (October, 23-25), Miami, Florida, USA. **Prix du meilleur papier de la conférence** (Track International Marketing and Social responsibility).

37- Diallo M.F. et Diop-Sall F. **(2014)**, Qualité de service dans un centre commercial moderne et intention d'achat : L'effet modérateur des valeurs traditionnelles africaines, *Conférence Société Africaine de Management/ SAM* (8-11 mai), Cotonou, Bénin.

36- Diallo M.F., Coutelle P., Rivière A. et Zielke S. **(2014)**, Comment l'image prix perçue du magasin influence-t-elle la fidélité du client selon différents formats de points de vente et différentes catégories de marques ? *Actes Congrès Association Française de Marketing*, (14-16 mai), Montpellier, France.

35- Diallo M.F., Diop-Sall F. et Seck A.M. (2014), L'innovation dans les centres commerciaux: Application à un pays moins avancé, *Actes Congrès Association Française de Marketing*, (14-16 mai), Montpellier, France.

34- Diallo M.F. and Kaswengi J. (2014), Drivers of store brand choice over national brands in times of crisis: effect of marketing variables and socio-demographics, *Proceedings Advances in National Brands and Private Labels Conference*, (june 25-27), Valencia, Spain.

33- Kaswengi J. and **Diallo M.F.** (2014) Consumer brand purchase behaviour in times of crisis: Do store formats matter? *Colloquium on European Retail Research*, (September 25th – 27th), Bremen, Germany.

32- Moulins J.L., Roux E. et **Diallo M.F.** (2014), Un modèle tridimensionnel des relations à la marque : de l'image de marque à la fidélité, *Actes Congrès Association Française de Marketing*, (14-16 mai), Montpellier, France.

31- Pelet J.E. and **Diallo M.F.** (2014), Smartphone or Tablet, when Global Positioning Systems may vary consumer product choices, *Proceedings Shopper Marketing & Pricing Conference*, Stockholm School of Economics (May, 8- 10), Stockholm, Sweden.

30- Diallo M.F., Diop-Sall F. et Seck A.M. (2013), Innovation dans les centres commerciaux Touba Sandaga et Sea Plaza : le point de vue des consommateurs sénégalais, *Colloque SERGe Day* (14 décembre), Saint-Louis, Sénégal.

29- Diallo M.F., Diop-Sall F. et Leroux E. (2013), Les dimensions du tourisme durable : Application au cas du Sénégal, *Journées Scientifiques du Marketing* (28-29-30 novembre), Dakar, Sénégal.

28- Chanut O. et **Diallo M.F.** (2013), Compétences clés et réactivité du franchiseur en période de crise : le point de vue des franchisés, *Actes 16^{ème} Colloque Etienne THIL* (2-4 octobre), Paris, France.

27- Diallo M.F. et Luong M.H. (2013), Le comportement d'achat envers les marques de distributeur dans un pays émergent: Application au Vietnam, *Actes 16^{ème} Colloque Etienne THIL* (2-4 octobre), Paris, France.

26- Diallo M.F., Diop-Sall F. et Leroux E. (2013), Le tourisme durable au Sénégal : Une étude exploratoire, *Actes 6^{èmes} Journées Scientifiques du Tourisme Durable*, Troyes (20-21 juin), France.

25- Diallo M.F., Diop-Sall F. et Seck A.M. (2013), La perception d'une offre innovante dans le secteur de la grande distribution: le cas du Sénégal, *5^{ème} Colloque Entrepreneuriat, Innovation & DEveloppement (EIDDEV)*, Aix-en-Provence (21 juin), France.

24- Diallo M.F. and Seck A.M. (2013), Effect of retail service quality on store brand perceived risk and purchase intention: Evidence from the Brazilian market, *Proceedings Conference European Association for Education and Research in Commercial Distribution*, Valencia (3-5 july), Spain.

23- Pelet J.E., **Diallo M.F.** and Papadopoulou, P. (2013), How can social networks systems be an m-commerce strategic weapon? Privacy concerns based on consumer satisfaction, *Proceedings EMAC Conference*, Istanbul (June, 4-6), Turkey.

22- **Diallo M.F. (2013)**, L'image-prix perçue de la marque de distributeur : concept, mesure et effet sur le comportement d'achat, *Actes Congrès Association Française de Marketing (AFM)*, La Rochelle (15-17 mai), France.

21- Pelet J.E., **Diallo M.F.** and Papadopoulou P. (2013), Mobile commerce facilitators: Smartphone's interface ease-of-use combined with social network systems and global positioning system, *Actes Congrès Association Française de Marketing (AFM)*, La Rochelle (15-17 mai), France.

20- **Diallo M.F.** et Seck A.M. (2012), La qualité du service dans la distribution : effet sur l'attitude et l'intention d'achat de la marque de distributeur, *Actes 15ème Colloque Etienne THIL*, Lille (29-30 novembre), France.

19- Castro Lucas C., **Diallo M.F.**, Leo, P.Y. and Philippe J. (2012), Innovation linked to business service internationalization: typology of innovation and influence of sectors and firm size, *Proceeding 22nd RESER Conference*, Bucarest (September 20-22), Romania.

18- **Diallo M.F.**, Philippe J. and Seck A.-M. (2012), Retail service quality: influence on store brand purchase behaviour of global and local firms, *Proceeding 22nd RESER Conference*, Bucarest (September 20-22), Romania.

17- **Diallo M.F.**, Diop-Sall F., Leroux E. (2012), Comprendre le tourisme durable en milieu africain: Le cas du Sénégal, *Actes 3èmes Journées Scientifiques du Tourisme Durable*, ESCM Tours, Tours (21-22 juin), France.

16- Castro-Lucas C., **Diallo M.F.**, Léo P.Y. and Philippe J. (2012), Business service innovation and internationalization, *4ème Colloque Entrepreneuriat, Innovation & DEveloppement (EIDEV)*, Aix-en-Provence (15 juin), France.

15- **Diallo M.F. (2012)**, Store brand purchase behavior in an emerging market: Proposition and test of an integrative model, *INFORMS Marketing Science Conference*, Boston University, Boston (7-9 june), Massachusetts, USA.

14- **Diallo M.F. (2011)**, Facteurs explicatifs du comportement d'achat envers les marques de distributeur dans un pays émergent : Application au marché brésilien, *Actes 14ème Colloque Etienne THIL*, Roubaix (22-23 septembre), France. **Prix du meilleur papier jeune chercheur de la conférence.**

13- Seck A.-M. et **Diallo M.F. (2011)**, Analyse du comportement multi canal du client en termes d'évaluation : quels sont les facteurs influençant sa satisfaction globale ? *Actes 14ème Colloque Etienne THIL*, Roubaix (22-23 septembre), France.

12- Castro Lucas C., **Diallo M.F.**, Leo, P.Y. and PHILIPPE J. (2011), "Service innovation through internationalization", *Proceeding 21st RESER Conference*, Hamburg (September 7-9), Germany.

11- Tavares E., Castro Lucas C., **Diallo M.F.**, Léo, P.Y., Monnoyer M.-C. and Philippe J. (2011), The influence of using mobile ICT on service innovation capabilities, *Proceeding 21st RESER Conference*, Hamburg (September 7-9), Germany.

10- **Diallo M.F.** et Philippe J. (2011), Stratégies internationales des distributeurs et choix des marques de distributeur : le cas du Brésil, *Actes 1^{ère} journée de recherche des IUT sur la commercialisation*, IUT Saint-Denis Paris (3 mars), France.

9- Chandon J.L., **Diallo M.F.** and Philippe J. (2011), Consumer choice of private label brands in the French market: proposition and test of a partial mediation model, *Proceedings 10th International Conference Marketing Trends*, Paris (January, 20-22), France.

8- **Diallo M.F.** (2011), “Les déterminants du choix des marques de distributeur dans un pays émergent : Une étude exploratoire appliquée au marché brésilien”, *Actes 10th International Conference Marketing Trends*, Paris (20-22, Janvier), France.

7- **Diallo M.F.** (2010), Private label brands’ purchase behavior and perception of Retail Service Quality: Evidence from two leading retailers in Brazil, *Proceedings 1st Brazilian Symposium on Services Science*, Brasilia (17-19, September), Brazil.

6- **Diallo M.F.** (2010), Retail branding in emerging markets: modeling store brands’ choice in the Brazilian market, *Proceedings 1st EMAC Regional Conference*, Corvinus University, Budapest (September, 23-25), Hungary.

5- **Diallo M.F.** (2009), Perception de l’image de la marque de distributeur: une étude dans un contexte multiculturel, *Actes 12^{ème} Colloque Etienne THIL – La Rochelle* (8 et 9 Octobre), France.

4- **Diallo M.F.** (2009), Les marques de distributeur : vecteur du commerce international de détail, *Actes Colloque Franco-Brésilien sur l’innovation et l’internationalisation des services*, CERGAM, Université Paul Cézanne, Aix-en-Provence (29-30 septembre), France.

3- **Diallo M.F.** (2009), Perception of private label brand image: A comparison between three different nationality consumer groups, *Proceedings 15th Conference of the European Association for Education and Research in Commercial Distribution (EAERCD)*, Guildford, University of Surrey (July, 15-17), United Kingdom.

2- **Diallo M.F.** (2008), Private label brands in international markets: Determinants of their choice by emerging market consumers, *Proceedings International Conference of the Business Economics Institute*, Las Vegas (December, 14-17), Nevada, USA.

1- **Diallo M.F.** (2008), The strategic role of private label brands in emerging markets: A framework, *Proceedings European Conference for Academic Disciplines*, Gottenheim (Décember, 1-4), Germany.

► Communications invitées

13- Diallo (2023), Publier un projet dans la Revue Française de Gestion : astuces et bonnes pratiques. Journées Scientifiques du Tourisme Durable (12-12 mai, université de Guyane, Cayenne).

12- Diallo (2023), Construction et publication d'un projet dans une revue classée : le cas de la Revue Française de Gestion, Conférence de l'Association Africaine de Marketing, (12-14 avril, université de Parakou, Bénin).

11- Diallo M.F. (2019), Comprendre l'achat des objets connectés : quelle place pour les préoccupations environnementales ? Colloque Marketing digital, Paris Sorbonne (6 septembre), France.

10- Diallo M.F. (2019), Image prix et fidélité au magasin : quelles influences de la marque et du format de vente ? VALLOREM, Université d'Orléans (18 juin), France.

9- Diallo M.F. (2019), Marketing digital en Afrique : Etat des lieux et applications au commerce. Congrès Association Africaine de Marketing, UCAD (12 avril), Sénégal.

8- Diallo M.F. (2018), Recherche marketing en Afrique : analyse et retour d'expériences. Congrès Association Sénégalaise des Sciences de Gestion, UCAD, Dakar (11 avril), Sénégal.

7- Diallo M.F. et Diop-Sall F. (2014), Mémoire de recherche et thèse de Doctorat, Conditions, méthode et publications, *Séminaire de méthodologie*, Ecole Supérieure Polytechnique de Dakar (13 mars), Sénégal.

6- Diallo M.F. (2013), Les déterminants du choix des marques de distributeur : Application à un marché émergent - Le Brésil, *Rencontres Sphinx*, Paris (24 septembre), France.

5- Dubois D. et Diallo M.F. (2013), Les expérimentations en marketing: choix de design et méthodes d'analyses, *Atelier d'approfondissement*, Association Française de Marketing, Paris (20 septembre), France.

4- Diallo M.F. (2012), Mémoire de recherche et thèse de doctorat en sciences de gestion : théorie, méthode et applications, *Séminaire de méthodologie*, Faculté des Sciences Economiques et de Gestion, Université Cheikh Anta Diop, Dakar (04 janvier), Sénégal.

3- Chandon J.-L., Bartikowski B. et Diallo M.F. (2011), Médiation, modération et effets non linéaires, *Séminaire de recherche de méthodologie*, CERGAM, Aix-en-Provence (31 mai), France.

2- Diallo M.F. (2010), Présentation des marques de distributeur, *Séminaire de méthodologie recherche* Master 2 du Pr. Jean Philippe, CERGAM (axe 3), Aix-en-Provence (15 janvier), France.

1- Diallo M.F. (2009), Présentation de la méthodologie Mémoire M2 et application, *Séminaire de méthodologie recherche* Master 2 du Pr. Jean Philippe, CERGAM (axe 3), Aix-en-Provence (15 janvier), France.

► Autres communications/ participations sur sélection

5. Diallo M.F., Kaswengi J. (2015), "Sustainability and brand market shares", *Research seminar Center for Excellence in Brand and Customer Management* - Georgia State University, October 28, Atlanta (USA).

5- Rivière A., Coutelle P. et **Diallo M.F.** (2015), Fidélité au point de vente: l'influence de la stratégie prix du distributeur, *Journée AFM/ IREP*, Paris (13 Octobre), France.

4- Diallo, M.F. (2015), Participation au *Workshop Young Faculty members meet the Editors* (Journal of Marketing, Journal of Marketing Research, Journal of Consumer Research, Marketing Science et International Journal of Research in Marketing) - ESCP Paris (05-09 janvier), France.

3- Diallo M.F. (2011), Participation au « Marketing Research Camp », HEC Paris, Paris (1^{er} septembre), France.

2- Diallo M.F. (2010), Determinants of private label brand's choice in an emerging market: Application to the Brazilian retail market, *1st EMAC Regional Doctoral Seminar*, Corvinus University, Budapest (September, 23), Hungary.

1- Diallo M.F. (2009), Les marques de distributeur : vecteur du commerce international de détail, *Actes Colloque Franco-Brésilien sur l'innovation et l'internationalisation des services*, CERGAM - FEA, Université Paul Cézanne, Aix-en-Provence (29-30 septembre), France.

■ Projets en cours (en évaluation, en envoi ou en préparation)

5- Diallo M.F. et Lambey-Checchin, CSR et prix des marques de luxe.

4- Diallo M.F., Gatignon H. et Kaswengi J., Introduction de produits innovants, stratégie de marque et choix du consommateur: Une analyse de données de panel.

3- Diallo, M.F., Lambey-Checchin, Hasande V., Osburg V.S., CSR et fidélité : une étude internationale.

2- Diallo M.F., Jazi S. et Djelassi S., Centres commerciaux en Afrique.

1- Djelassi S., Diallo M.F. et Osburg V.S., Utilisation du Smartphone au travail.

IV. ACTIVITES SCIENTIFIQUES

■ Visiting et séjours à l'étranger

- **Séjour de recherche 4** - Georgia State University | J. Mack Robinson College of Business (Atlanta - USA) sur invitation du Pr Kumar V. (rédacteur en chef de *Journal of Marketing*) : 17 octobre-14 Novembre 2015.
- **Séjour de recherche 3** – Université de Stirling (Stirling School of Management), Ecosse (sur invitation de Steve Burt – président de l'EAERCD) : 23 février - 7 mars 2015.
- **Séjour de recherche 2** - Université de Brasilia, Brésil - financé par l'EGIDE - sur invitation du Prof. Eduardo Raupp de Vargas : *juin 2010*.
- **Séjour de recherche 1** - Université de Brasilia, Brésil - financé par l'EGIDE - sur invitation du Prof. Eduardo Raupp de Vargas : *mai-juin 2009*.

■ Expertise – rédaction en chef pour des revues et conférences

Rédaction en chef de revues

Rédacteur en chef adjoint *Revue Française de Gestion* (2023-present)

Rédacteur en chef invité *Journal of Business Ethics* (2024)

Rédacteur en chef invité *Recherche et Applications en Marketing* (2022)

Rédacteur en chef invité *Management et Avenir* (2021)

Revues :

- *Recherche et Applications en Marketing* (ad hoc)
- *Journal of International Marketing* (ad hoc)
- *Journal of Business Research* (ad hoc)
- *Journal of Applied Statistics* (ad hoc)
- *International Journal of Retail and Distribution Management* (ad hoc)
- *Journal of Retailing and Consumer Services* (ad hoc)
- *Journal of Consumer Behaviour* (ad hoc)
- *Revue Française de Gestion* (ad hoc)
- *Revue de l'Organisation Responsable* (ad hoc)
- *The Service Industries Journal* (ad hoc)
- *Economies et Sociétés, Série EGS* (ad hoc)
- *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research* (ad hoc)
- *African Journal of Marketing Management* (ad hoc)

Conférences :

- *Monaco Symposium on Luxury* (2014, 2016)

- *Association Française de Marketing* (Montpellier, 2014, Marrakech 2015, Lyon 2016)
- *World Marketing Congress* (Lima, Peru, 2013, Paris 2016)
- *European Marketing Academy (EMAC)* (Istanbul, Turquie 2013, Valence 2014)
- *Colloque Etienne THIL* (Lille, 2012 ; Paris 2013, 2014, 2015)
- *American Marketing Association Winter & Summer* (Nouvelle-Orleans, 2010; Boston, 2010; San Francisco, 2011; Chicago, 2012; Boston 2013; San Francisco, 2014; Boston 2015).
- *International Marketing Trends* (Paris, France, 2011).
- *European Association for Consumer Research* (Londres, Angleterre, 2010).
- *European Association for Education and Research in Commercial Distribution* (Guildford, Angleterre, 2009; Valence, Espagne 2013, Rennes 2015).

■ Encadrement doctoral/participation à des jurys

✓ Direction de thèses de doctorat ou de mémoire d'HDR :

1- Mr **Alex DESLEE** (thèse, Université de Lille) « *Respect de la vie privée et vulnérabilité du consommateur* » (co-direction avec Pr Isabelle Collin-Lachaud). Première inscription : 2017 – **Thèse soutenue le 06 avril 2021**. Taux : 50%.

2- Mme **Delphine GODEFROIT-WINKEL** (HDR, Université de Lille) « Contributions à l'étude des réponses du consommateur face à l'innovation dans la distribution et à l'innovation dédiée à l'environnement ». **HDR soutenue 26 novembre 2021**.

3- Mme Awa **Ndiaye CISSE** (Université de Dakar - ESP) : « *Innovation et performance commerciale des TPE : l'influence du réseau social en milieu africain* » (co-direction avec Mme Fatou Diop-Sall). Thèse soutenue le 29 décembre 2022. Taux : 50%.

4- Mme **Khouloud MZGHAL** (Université de Lille – Université de Sfax - Tunisie) : « *La marque en présence d'un phénomène de bad buzz : Vers un modèle intégrateur des facteurs d'influence d'une crise en ligne sur les comportements du consommateur* » (co-tutelle avec Pr Romdhane Khemakhem). **Thèse soutenue le 5 décembre 2023**. Taux : 50%.

5- Mme **Thouraya BEN ACHMA** (Université de Lille) : « Comportement de l'acheteur dans un contexte de canaux multiples et hybrides (conventionnels et alternatifs) : dans quelle mesure les antécédents ainsi que les motivations du shopper orientent-ils son parcours d'achat ? ». Thèse soutenue le 18 juin 2025. Taux : 50%.

6- Mr **Rédouane JIDAL** (Université de Lille) : « L'intelligence artificielle comme outils de nudge : vers des comportements de consommation durables et

responsables ». Première inscription : septembre 2022 ; soutenance prévue en décembre 2026. Co-direction avec Pr Souad Djelassi. Taux : 50%. Publications : 2 communications et 1 chapitre d'ouvrage.

7- Mr **Hoang Kien TRAN** (Université de Lille) : « Impact of channel choices on consumers' benefits: A study of Vietnamese retail market ». Première inscription : septembre 2022 ; Soutenance prévue en décembre 2026. Co-direction avec Pr Isabelle Collin-Lachaud. Taux : 50%.

8- Mme **Louise Clémence FAYE** (Université de Lille – Université Iba Der Thiam de Thiès, Sénégal) : « Analyse des perceptions et des représentations des produits locaux: l'influence des stratégies de communication sur la construction des imaginaires collectifs, le cas de la région de Thiès, Sénégal ». Première inscription : janvier 2024 ; Soutenance prévue en décembre 2027. Co-direction (co-tutelle) avec Pr Abdou Karim Faye. Taux : 50%.

✓ **Membre de jury de thèse/ d'HDR ou de prix de thèse :**

- Membre du jury de soutenance de thèse de **Thomas MAJD** (Université Paris 13) : thèse de doctorat soutenue le 09 septembre 2015.

Titre de la thèse : Contribution à l'analyse des facteurs explicatifs de la performance des commerciaux en matière de veille marketing : esquisse d'un cadre conceptuel.

- Rapporteur de la thèse de **Nawfal BAHHA** (Université d'Aix-Marseille) : thèse de doctorat soutenue le 15 novembre 2016.

Titre de la thèse : « La satisfaction de la relation fournisseur de marque de distributeur (MDD) – distributeur : explication par le prisme de la proximité »

- Rapporteur du jury de thèse d'**Ibrahim IDIR** (Université Paris 13) : thèse de doctorat soutenue le 12 décembre 2017.

Titre de la thèse : « Fidélité au programme de fidélité ou fidélité à l'enseigne : l'impact des bénéfices perçus sur l'efficacité des programmes de fidélisation »

- Membre du jury de thèse d'**Anthony BEUDAERT** (Université de Lille) : thèse de doctorat soutenue le 25 juin 2018.

Titre de la thèse : « Vers une meilleure compréhension du vécu du consommateur en situation de handicap sensoriel »

- Rapporteur du jury de thèse de **Saeedeh REZAEI VESSAL** (Université Grenoble Alpes) : thèse de doctorat soutenue le 8 juillet 2018.

Titre de la thèse : « The Status Heuristic: On the Psychology of Using Status Signals »

- Rapporteur du jury de thèse de **Zhuo ZHANG** (Aix-Marseille Université) : thèse de doctorat soutenue le 26 septembre 2018.

Titre de la thèse : « Impact de l'innovation dans le commerce de détail: facteurs influençant la fidélité des consommateurs au commerce par mobile »

- Rapporteur du jury de thèse de **Kenan WSSOUF** (Aix-Marseille Université) : thèse de doctorat soutenue le 26 septembre 2018.

Titre de la thèse : « Les déterminants de la fidélité des consommateurs au commerce de détail cross-canal - Application au système Drive »

- Rapporteur du jury de thèse de **Zineb ALAMI** (Université de Nantes – Audencia Business School) : thèse de doctorat soutenue le 11 octobre 2018.

Titre de la thèse : « Contribution du personnel en contact au processus d'adoption des innovations technologiques »

- Rapporteur de la thèse de **Hoang Phuong Linh NGUYEN** (Université Jean Monet Saint-Etienne – Université de Lyon) : thèse soutenue le 9 octobre 2020.

- Rapporteur de l'HDR de **Magali JARA** (université de Nantes) : mémoire soutenu le 10 décembre 2020.

- Membre du jury du **Prix de thèse Sphinx** (2013-2021).

- Membre du jury du **Prix de thèse de la FNEGE** (2022, 2023)

- Membre du jury du **colloque doctoral de l'Association Française de Marketing** (2023)

✓ **Direction de mémoires Master 2 Recherche :**

- Yassir AFFIF (Université de Lille) : « *Investigation des facteurs influençant l'intention d'achat via le commerce vocal : une application de la théorie des perspectives et celle de la valeur expérientielle* » (soutenu en juillet 2019).

- Alex DESLEE (Université de Lille 2) : « *Sécurité en ligne et comportement d'achat cross canal* » (soutenu en juin 2017).

- Makhtar DIOP (Université Gaston Berger Sénégal) : « *Innovation et fidélité au service : L'exemple des stations-service EDK* » (soutenance prévue en 2016).

- Thanh-Xuan LE : « Preventive health care behavior model : A survey research in Vietnam » (soutenu en juin 2015), en co-direction avec Nil Toulouse.

✓ **Direction/membre de jury de mémoires Master 2 Professionnel:**

- Université de Lille 2 (IMMD) : 9/10 étudiants encadrés chaque année sur des thématiques diverses (les marques de distributeur, la participation du client/ co-création, la fidélisation, l'attachement, le cross-canal, etc.).

- Université de Dakar (ESP) : membre des jurys de soutenance de mémoire Master 2 - Marketing et Management des Affaires Internationales (2012): 5 mémoires.

✓ **Autres participations dans des jurys:**

- Membre du jury de sélection des candidats DUT1 – 2, Département Techniques de commercialisation - IUT Saint-Denis (rentrée 2012/2013).

- Co-direction de projets tuteurés de la Licence professionnelle - IUP management international (FEA, Aix-en-Provence, 2011) : 21 projets soutenus.

■ **Membre d'associations scientifiques**

- Membre de l'Association Etienne THIL depuis 2016.

- Membre de l'Association Internationale pour le Management du Tourisme Durable depuis 2012.

- Membre de l'EARCD (*European Association for Education and Research in Commercial Distribution*) depuis 2010.

- Membre de l'ACR (*Association for Consumer Research*) de 2010 à 2013.

- Membre de l'AHC (*Association pour l'Histoire du Commerce*) depuis 2011.

- Membre de l'AFM (*Association Française de Marketing*) depuis 2011.

- Membre de l'EMAC (*European Marketing Academy*) de 2010 à 2011.

■ **Responsabilités scientifiques**

1- Rédacteur en chef adjoint Revue française de gestion (2023-présent)

2- Membre fondateur et co-responsable du groupe d'intérêt thématique de l'Association Française de Marketing GIT-AFM « Distribution dans les pays émergents » de l'Association Française de Marketing.

Objectif du GIT : développer la recherche sur la distribution internationale, nouer des relations entre chercheurs et professionnels de la distribution internationale ; renforcer les liens entre chercheurs en distribution internationale et l'Association Française de Marketing.

Membres du GIT : une cinquantaine de membres basés dans plusieurs pays (Algérie, Bénin, Brésil, Canada, Colombie, France, Maroc, Sénégal, Tunisie, ...).

Page web du GIT: <https://www.afm-marketing.com/fr/content/git-distri-pays-emergents>

3- Membre fondateur et co-responsable du réseau Recherche Marketing sur les Pays d'Afrique (RMPA)

Objectif du réseau : développer la recherche sur le marketing en Afrique, nouer des relations entre chercheurs et professionnels du marketing en milieu africain ; favoriser les collaborations et les publications scientifiques sur le marketing en Afrique.

Membres du réseau : une centaine de membres basés dans plusieurs pays (Algérie, Belgique, Bénin, Cameroun, Canada, Congo, France, Maroc, Sénégal, Tunisie, ...).

4- Fondateur/ administrateur du groupe « Marketing quantitatif » sur Facebook.

Objectif du groupe : favoriser l'entre-aide en ligne sur les questions de méthodologie quantitative ; apporter des réponses concrètes aux questions des enseignants-chercheurs sur les techniques quantitatives.

Membres du groupe : plus de deux cents membres.

5- Membre/ président de Comités scientifiques ou d'organisation

- Président du Comité scientifique du congrès de l'Association Internationale pour le Management du Tourisme Durable (Tahiti 2022, Cayenne 2023).

- Co-président du Comité scientifique du congrès de l'Association Sénégalaise des Sciences de Gestion (Dakar, Sénégal, 2022).

- Président du Comité Scientifique de la conférence Etienne THIL (Paris, octobre 2019).

- Président du Comité d'organisation la *Journée de Recherche Marketing sur les Pays d'Afrique* (Lille, novembre 2019).

- Président du Comité Scientifique de la *Journée de Recherche sur les Pays d'Afrique* (Lille, novembre 2017).

- Membre du Comité Scientifique du *Colloque sur le Luxe d'ISTEC Paris* (décembre 2017).

- Membre du Comité Scientifique du *Workshop International en Management* (ENCG Kenitra)

- Membre du Comité Scientifique de la Journée « Prix, Gratuité, Don et Valeur » 2015, 2017 (Tours).
- Membre du Comité Scientifique de l'EARCD 2015 (responsable du track « Private labels »), Rennes (1-3 juillet).
- Membre du Comité Scientifique du Colloque *Services et Distribution dans les Pays Emergents* [*Services and Retailing in Emerging Countries*] (2014)
- Membre du Comité Scientifique des *Journées Scientifiques du Marketing* de Dakar (2013-présent).
- Membre du Comité Scientifique du colloque *SERGE Day* (Saint-Louis Etudes et Recherches en Gestion | Sénégal) (2013-présent).
- Membre du Comité d'organisation de la conférence *Etienne THIL* (2013, 2016, 2017 et 2018).
- Membre du Comité Scientifique des *Journées Scientifiques du Tourisme Durable* (depuis 2013).
- Responsable de l'organisation des séminaires de recherche du CERGAM (axe 3) de septembre 2010 à Août 2011.
- Membre du Comité Editorial de la Lettre du CERGAM de 2010 à 2011 (chargé de la collecte des informations au niveau de la Faculté d'Economie Appliquée).
- Membre du Comité d'organisation du « *Colloque Franco-Brésilien sur l'innovation et l'internationalisation des services* » (Aix-en-Provence 29-30 septembre 2009).

6- Président de sessions de congrès scientifiques

- Président de session Colloque COBLI, Angers, France (22 juin 2023)
- Président de session Colloque Association Africaine de Marketing, Parakou, Bénin (13-16 avril 2023)
- Président de session Colloque Etienne THIL 2022 (Lille, 13-14 octobre 2022)
- Président de session Colloque Etienne THIL 2021 (Lille, 14-15 octobre 2021)
- Président de la session « Nouveaux leviers de la fidélisation » de la conférence Etienne THIL (octobre, 2018)
- Président de la session « Distribution internationale » du congrès de l'Association Française de Marketing (AFM, Strasbourg – 16-18 mai 2018).
- Président de la session « Distribution, canaux et organisation » de la conférence Etienne THIL (octobre, 2017)
- Président de la session « Assortiment et gamme de produits » de l'Association Française de Marketing (Tours, mai 2017).

- Président de la session « Impacts des technologies et objets connectés » de la conférence Etienne THIL (octobre, 2016).
- Président de session « Strategic Retailing » conférence l'Académie Européenne de la Distribution (EARCD), Rennes (1-3 juillet, 2015).
- Président de session (Big data) – conférence *Etienne THIL* 2012 (Lille, 29-30 novembre 2012).

V. COMPETENCES PRATIQUES

■ Informatique/ logiciels

Maîtrise de la suite bureautique Pack office (Word, Excel, Powerpoint, Publisher, etc.) et de la suite OpenOffice.

Maîtrise de logiciels d'analyse de données (Sphinx, SPSS, AMOS, XLSTAT-PLS, Smart PLS et Stata) et bonne connaissance des logiciels d'analyse de données Mplus, LISREL et EQS.

■ Langues

Anglais : Bonne maîtrise de cette langue (niveau avancé) :

- **Certificat d'étude de l'anglais** obtenu au London Meridian College (Oxford Street), Avril, 2010, Londres/ Royaume-Uni.

Portugais : quelques notions (en apprentissage)

Autres langues parlées : Wolof et Pulaar (langue maternelle).

VI. CENTRES D'INTERET

- Sport : jogging, football
- Voyages de découverte
- Films et cinéma (action et histoire de l'Afrique, de l'Orient, de Rome, etc.)
- Culture (lectures diverses) et musées (art égyptien, art romain, etc.)

VII. RESEAU INTERNATIONAL (sélection)

Pr. Steve BURT, Ph.D, Professor of Retail Management, Université de Stirling, Institute of Retail Management, Stirling, Ecosse.

E-mail: s.l.burt@stir.ac.uk

Pr. Hubert GATIGNON, Ph.D, Claude Janssen Chaired Professor of Business Administration, INSEAD, rédacteur en chef associé de *Journal of Marketing Research*.

E-mail : hubert.gatignon@insead.edu

Pr. V. KUMAR, Ph.D, Regents Professor (Richard and Susan Lenny Distinguished Chair in Marketing), Mack Robinson College of Business | Georgia State University. Rédacteur en chef de *Journal of Marketing*.

E-mail: drvk44@gmail.com

Pr Riadh LADHARI, Ph.D, Directeur du département de Marketing Université de Laval (Canada).

E-mail : Riadh.Ladhari@fsa.ulaval.ca

Pr Jonathan REYNOLDS, Ph.D, Directeur Academic de l'Oxford Institute of Retail Management, Said Business School, Université d'Oxford.

E-mail : jonathan.reynolds@sbs.ox.ac.uk

Pr Leigh SPARKS, Ph.D, Directeur de l'Institute of Retail Management, Université de Stirling (Ecosse). Rédacteur en chef de *International Review of Retail Distribution and Consumer Research*.

E-mail : leigh.sparks@stir.ac.uk

Pr Stephan ZIELKE, Ph.D, Directeur de la chaire Walbusch sur le management multi canal, Université de Wuppertal (Allemagne).

E-mail : Zielke@wiwi.uni-wuppertal.de