

Lydie Bonnefoy-Claudet

lydie.bonnefoy-claudet@univ-smb.fr

Bureau : 04 79 75 83 82

Annecy : 04 50 09 24 40



IAE Savoie Mont-Blanc Département CITHEME

Route de Saint Cassin
BP 1104
73011 Chambéry Cedex

IREGE

4, chemin de Bellevue
BP 80439
74944 Annecy le Vieux Cedex

Docteur en Sciences de Gestion – Spécialité Marketing Responsable de la Licence 3 "Tourisme Hôtellerie Evènementiel"

Domaines de recherche

Marketing, Comportement du consommateur, Expérience de consommation et Marketing expérientiel, Emotions, Enchantement, Valeur de l'expérience de consommation, Thématisation

Principaux enseignements (Niveaux DUT, Licence, Master, en formation initiale et apprentissage)

Depuis 2006 Marketing fondamental, **M**arketing stratégique et opérationnel
Marketing des services, **M**arketing du tourisme, **M**arketing expérientiel
Comportement du consommateur, **M**arketing et consommation
Méthodologie de la recherche, **E**tudes marketing, **E**tudes de marché à l'international
Analyse de données quantitatives
Communication et sponsoring
Vente et négociation
Animation de jeux d'entreprise (MARKOPS, LM Resort, SHADOW MANAGER)
Autres activités pédagogiques : Encadrement de mémoires, de « missions consultant » et de stages ; Participation aux jurys de recrutement, de soutenance et de fin d'année.

Expérience professionnelle

Depuis sept. 2012 Maître de Conférences à l'IAE Savoie Mont-Blanc – Département CITHEME
2011 à 2012 Enseignante contractuelle à temps plein à l'IAE Savoie Mont-Blanc
2009 à 2011 ATER à l'IUT d'Annecy le Vieux, département Techniques de Commercialisation
2006-2009 Monitrice CIES à l'Institut de Management de l'Université de Savoie (IMUS) ; allocataire Assemblée des Pays de Savoie
2004-2006 Responsable du service location – ABC Immobilier, agence d'Annecy
2004 Manager de rayon – Auchan, magasin de Lyon Caluire
2003 Commerciale – ABC Immobilier, agence d'Annecy

Formation

2006-2011 **Thèse en Sciences de Gestion** (allocataire Assemblée des Pays de Savoie)
Titre de la thèse : « *Les effets de la thématisation du lieu sur l'expérience vécue par le consommateur : une double approche cognitive et expérientielle* »
2001-2002 **Diplôme d'Etudes Approfondies** MATIS (Management and Technology of Information Systems) Option « Gestion des Systèmes d'Information », Université de Savoie
1998-2000 **Maîtrise de Sciences de Gestion** option Marketing (MSG), Ecole Supérieure des Affaires (IAE) Grenoble 2
1996-1998 **DUT Techniques de Commercialisation**, IUT Annecy le Vieux, Université de Savoie

Publication dans des revues classées CNRS et AERES

- BONNEFOY-CLAUDET L., GHANTOUS N. (2013), The mediating role of perceived value in emotions' relation to satisfaction, **Journal of Travel and Tourism Marketing**, 30, 6, 624-637.
- BONNEFOY-CLAUDET L., MENCARELLI R. et LOMBART C. (2015), Modélisation et tests des effets d'une stratégie d'enrichissement expérientiel : application au contexte touristique, **Recherche et Applications en Marketing**, 30, 4, 69-94.

Communications dans des colloques à comité de lecture

- BONNEFOY-CLAUDET L., MENCARELLI R. et LOMBART C. (2015), Effets des stratégies d'enrichissement expérientiel sur le consommateur: proposition et test d'un modèle intégrateur, **Première Journée de Recherche en Marketing du Grand Est**, 1-20, 2015.
- FROCHOT I., ELLIOT S., BONNEFOY-CLAUDET L., KREZIAK D., MULLER B. et MENCARELLI R. (2014), The experience patterns: understanding flow and immersion interplay within a holiday, **The New Zealand Tourism and Hospitality Research Conference**, Hamilton – Nouvelle-Zélande, 1-20, 2014.
- BONNEFOY-CLAUDET L., GIANNELLONI JL., ROBINOT E., La thématisation d'un lieu de service touristique : quel impact sur la valeur de consommation ? **27^{ème} Congrès International de l'Association Française du Marketing (AFM)**, Bruxelles, 2011.
- BONNEFOY-CLAUDET L., Les liens entre émotions et valeur de consommation : le cas des séjours en stations de sports d'hiver, **26^{ème} Congrès International de l'Association Française du Marketing (AFM)**, Le Mans, 2010.
- BONNEFOY-CLAUDET L., DHOLAKIA N., Enchanting simulations, simulating enchantment and disenchantment of the synthetic, **5th Workshop on Interpretative Consumer Research (ICR)**, Milan, 2009.
- BONNEFOY-CLAUDET L., ROBINOT E., GIANNELLONI JL., Le rôle des émotions partagées et des interactions sociales sur l'accès à l'état de flow : le cas de la pratique du ski, **7^{ème} Congrès International des Tendances du Marketing**, Venise, 2008, CD ROM.
- BONNEFOY-CLAUDET L., ROBINOT E., GIANNELLONI JL., Analyse des interactions sociales dans l'expérience de consommation en station de ski : une approche ethnographique, **1^{ère} Journée Interdisciplinaire des Interactions Sociales**, Sorbonne, 2007.

Autres

- Membre de l'équipe représentant le laboratoire IREGÉ au sein du laboratoire d'excellence (LABEX) « Innovation et Territoires de Montagne » (ITEM)
- Promotion CEFAG 2008 (Centre Européen de Formation Approfondie à la Gestion) : programme doctoral de la Fondation Nationale pour l'Enseignement de la Gestion des Entreprises (FNEGE)
- Visiting Scholar au College of Business Administration de l'Université de Rhode Island (USA), sous la tutelle du Professeur Nikhilesh Dholakia, 2008 (1 mois)
- Colloque doctoral de l'Association Française du Marketing (AFM), 2008
- Subvention du Club des Entreprises de l'Institut de Management de l'Université de Savoie pour la réalisation du terrain de la thèse (2007-2008)

Autres activités

Implication dans la communauté marketing

- Membre du comité d'organisation du colloque TTRA Europe 2011 (Travel and Tourism Research Association)
- Membre du comité d'organisation du 23^{ème} Congrès de l'Association Française du Marketing, Université de Savoie, 2007
- Membre du comité d'organisation des 3^{ème} et 4^{ème} Journées de Recherche en Marketing du Tourisme et des Loisirs, Université de Savoie, 2007 et 2008
- Evalueur pour le colloque TTRA Europe 2011 (Travel and Tourism Research Association)
- Membre de l'Association Française du Marketing