


## Catherine PAPETTI Maître de Conférences

<p style="text-align: center;"><b>Laboratoire GRM (EA 4711) IAE de Nice Université Nice Sophia Antipolis</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Pôle universitaire Saint Jean d'Angély 24 avenue des diables bleus 06300 Nice - France</b></p> <p style="text-align: center;"><b>catherinepapetti@gmail.com</b></p>	
--	---

Catherine PAPETTI est maître de conférences à l'Université de Nice Sophia Antipolis, chercheur au Laboratoire GRM et directrice du Master 2 marketing de l'IAE de Nice. Ses recherches portent sur l'influence du digital, des médias et réseaux sociaux, des technologies mobiles et numériques sur le comportement du consommateur dans les secteurs du tourisme et de la consommation.

Mots-clés: digital, medias et réseaux socionumériques, mobile, tourisme, comportement du consommateur.

### I FONCTIONS

- Depuis 2007** MCF, IAE de Nice, Université de Nice Sophia Antipolis, Chercheur, membre du groupe GRM.
- 2002-2007** Allocataire-moniteur et ATER Université de Nice Sophia Antipolis, IAE de Nice.

### II FORMATION UNIVERSITAIRE ET DIPLOMES

- 2006** Doctorat en Sciences de Gestion, mention Très Honorable avec Félicitations du jury et proposition pour le Prix de Thèse, IAE de Nice, Université de Nice Sophia-Antipolis.
- 2002** DEA sciences de gestion, mention Très bien (major), IAE de Nice.
- 2001** Ecole Supérieure de Commerce de Paris (ESCP Europe), Paris (une année à Madrid).

### **III ENSEIGNEMENTS, RESPONSABILITES PEDAGOGIQUES et INSTITUTIONNELLES**

#### **A) Enseignements**

##### **ENSEIGNEMENTS en FRANCAIS, en ANGLAIS, niveaux MASTER 1, MASTER 2, MBA.**

IAE de Nice, Faculté de Lettres.

Mundiapolis, Casablanca (2008-2010)

Mix marketing produit ; Tendances actuelles de consommation ; Marketing des services ; Fondements du marketing ; Psychologie du consommateur ; Communication sur le net et publicité ; Communication corporate ; Sponsoring et mécénat ; Management de projets ; Market Research ; Techniques d'enquête ; CRM (e-CRM et S-CRM) ; Innovation dans l'industrie du tourisme.

#### **B) Responsabilités pédagogiques et institutionnelles**

##### **Responsabilités pédagogiques actuelles :**

**Rentrée 2018** Direction de la mention « Marketing, vente » avec 2 parcours : « Marketing & Digital » et « Ingénierie Commerciale » et création de ces parcours, 2017.

**Depuis 2013** Responsable du Master 2 Marketing de l'IAE de Nice

##### **Responsabilités pédagogiques passées :**

**2012-2013** Co-directrice du MAE en e-learning, IAE de Nice

**2010-2012** Création du parcours « Arts et Tourisme culturel » du MAE en 2010 en partenariat avec Saint-Paul de Vence et directrice du diplôme (désormais MATC)

**2007-2009** Co-directrice du Master 2 Marketing, IAE de Nice.

##### **Responsabilités institutionnelles actuelles :**

Depuis 2014, Membre élue au Conseil d'Administration de l'IAE, corps des Maîtres de conférences.

Membre du Comité de Sélection en 6<sup>ème</sup> section de l'IAE de Nice depuis 2007.

##### **Responsabilités institutionnelles passées :**

Membre extérieure invitée à des comités de sélection : La Sorbonne, mai 2014 ; IAE de Lille, mai 2015 ; IUT Montpellier, mai 2016.

**2002-2003** Elue représentante des étudiants au CIES Marseille.

**2001-2002** Elue au Conseil d'Administration de l'IAE en tant que représentante étudiante.

### **IV RAYONNEMENT et ATTRACTIVITE ACADEMIQUE**

#### **Depuis 2016 Co-Coordnatrice pour le GRM des activités de la thématique « Tourisme » de l'Axe 4 de la MSHS Sud-Est :**

Ce projet regroupe des chercheurs de plusieurs laboratoires en sciences humaines et sociales (CEPAM, ESPACE, GREDEG, GRM, LAPCOS, LISA). Il compte également sur des collaborations avec d'autres partenaires de l'UCA dans le cadre de l>IDEX et vise à

développer des relations avec les différents acteurs du tourisme. Pour 2016, la priorité sera donnée à l'organisation de séminaires, à l'invitation de conférenciers, à la tenue d'une journée d'étude et à la mise en place d'un café-Tourisme.

Dans ce cadre :

**27 Janvier 2017**      **Organisation et comité scientifique de la 1<sup>ère</sup> Journée d'études « Tourisme, Valeurs et Patrimoine : regards croisés », MSHS Sud-est.**

**Mai 2015-décembre 2016**      **Contrat de recherche « L'organisation, la pratique et le développement du tourisme et des loisirs sportifs et de nature au sein du territoire de la Métropole Nice-Côte d'Azur », en collaboration avec Christofle, S., Martel, L., Roux, F. et Sontag, K.**  
Participation à la rédaction du rapport intermédiaire et du rapport final (décembre 2016).

**Activités de rapporteur :** Revue Européenne de Management du Sport ; Congrès de l'Association Française de Marketing ; International Marketing trends ; International Conference on ICT in Organizations ; Colloque AFMAT ; Congrès des IAE ; Colloque Aderse.

**Membre du Comité Scientifique du colloque annuel de l'AFMAT ;**  
**Membre de l'Association Française de Marketing**

<b>V      INTERACTION      AVEC      L'ENVIRONNEMENT      SOCIAL, ECONOMIQUE et CULTUREL</b>
--

**Rapports d'étude et d'expertise destinés à des décideurs publics ou privés**

**Mai et septembre 2015 :** « Le numérique au service de la promotion et du développement du tourisme et des loisirs sportifs et de nature : le cas de la Métropole NCA » ; contrat de recherche « L'organisation, la pratique et le développement du tourisme et des loisirs sportifs et de nature au sein du territoire de la Métropole Nice-Côte d'Azur », en collaboration avec Christofle, S., Martel, L., Roux, F. et Sontag, K.

**Documents sur différents supports contribuant à la diffusion de la culture scientifique, à la formation continue et au débat public**

***CAS PEDAGOGIQUES :***

Avril 2017 : Le Grand Hôtel du Cap Ferrat : Quand le groupe Four Seasons Hotels and Resorts prend les commandes de cet hôtel de luxe centenaire. Et sa version anglaise : "When Four Seasons Hotels and Resorts buy Grand Hotel du Cap Ferrat, a century-old hotel" en coll. avec B. Dogor di Nuzzo et W. Menvielle. Cas pédagogique publié à la Centrale des Cas et Médias Pédagogiques, CCI Paris.

Novembre 2015 : « Comment développer une station de ski en été ? Le cas de Valberg », Partie A et « Développer une étude de marché sur le secteur touristique : le cas de Valberg », Partie B, en coll. avec B. Dogor di Nuzzo, W. Menvielle et L. Menvielle. Cas pédagogique publié à la Centrale des Cas et Médias Pédagogiques, CCI Paris.

Septembre 2015 : Le Negresco se met au vert : Greenwashing ou réel effort environnemental?, en coll. avec B. Dogor di Nuzzo. Et sa version anglaise : "The Negresco

goes green: Greenwashing or real environmental effort?”, en coll. avec B. Dogor di Nuzzo. Cas pédagogique publié à la Centrale des Cas et Médias Pédagogiques, CCI Paris.

### **Relations avec des organismes professionnels & engagements sociétaux :**

**Depuis 2016 :** Convention de partenariat avec la préfecture des Alpes Maritimes, son responsable sécurité routière et les principaux acteurs du territoire national sur la thématique de la communication publicitaire sur un sujet de santé publique, la sécurité routière.

Remise d'un prix annuel « meilleure publicité sécurité routière » :

- Retombées socioéconomiques avec le succès de ces buzz, notamment en 2016 : 230 000 vues d'une vidéo postée sur les réseaux sociaux.

**Depuis 2016 :** inscription d'un cours de communication externe avec les étudiants de M2 communication, dans le cadre de la lutte contre l'abandon des animaux ;

- Retombées du meilleur buzz, en 2017 : 575 000 vues.

**Avril 2016 :** Participation au projet de PacaLabs, Carrefour – Rica Lewis : le test de technologies innovantes sur smartphone, le Lifi et le Snap'n See : étude du comportement de l'utilisateur et appropriation par le consommateur.

## **VI LISTE DES PUBLICATIONS**

### **A) ARTICLES**

#### **A1) Articles dans revues à comités de lecture référencées**

Depardon, K. et Papetti, C. (2015) : Les flashmobs et le rôle des réseaux sociaux numériques : une étude exploratoire d'un flashmob écologique, Décisions Marketing [Rang 3 FNEGE / Rang 3 CNRS], avril-juin, n°78.

Papetti, C. et Chakroun R. (2014) : Evolution du jugement des vendeurs sur les campagnes marketing : un levier de collaboration entre marketing et ventes, Décisions Marketing [Rang 3 FNEGE / Rang 3 CNRS], avril-juin, n°74.

Chakroun R., Papetti, C. et Nefzi, A. (2010) : Evaluation d'un intranet par la force de vente: Vers un marketing collaboratif ?, Revue Management et Avenir [Rang 4 FNEGE / Rang 4 CNRS], n° 34, avril.

#### **A2) Articles dans revues à comités de lecture non référencées**

Miranda, S. et Papetti, C. (2014) : Les nouveaux paradigmes du tourisme mobiquitaire, Hors-série de la revue Mondes du tourisme, décembre.

### **B) OUVRAGES, MANUELS, CHAPITRES d'OUVRAGES**

#### **B2) Ouvrages pédagogiques**

Papetti, C. et Dogor di Nuzzo, B. (2016) : Un CV réussi !, Editions Ellipses, Paris, Avril.

#### **B3) Chapitres d'ouvrages collectifs**

Christofle S, Papetti, C. et Guerrier, V. (à venir) : Marketing within a Digital Environment: applications for tourism businesses, chapitre d'ouvrage: The Handbook of Entrepreneurship in Tourism, Travel, and Hospitality: Skills for Successful Ventures, Sotiriadis (coord.), Emerald Publishing, UK.

Christofle, S., Papetti, C. et Ferry, M. (2016): The role of online social media on the experience and communication of gay events in a tourist destination: A case study of a small-scale cinema festival in Nice, Côte d'Azur, chapitre d'ouvrage: The Handbook of Managing and Marketing Tourism Experiences, Gursoy et Sotiriadis (coord.), octobre.

Miranda, S., Papetti, C., Sok, K. et Galli, G. (2014) : Une plateforme de gestion de tags pour le tourisme mobiquitaire : application au projet THOM au Cambodge, in Cécile Clergeau et Jacques Spindler : « L'immatériel touristique », Editions L'Harmattan, avril.

## **C) COMMUNICATIONS**

### **C1) Communications dans congrès internationaux**

Antonczak, L. & Papetti, C. (2017): Towards a mobile enhancement of glocal heritage: Developing user experiences in relation to mobile technologies, geo-localisation and culture, The Thirteenth International Conference on Wireless and Mobile Communications, ICWMC, 23-27 juillet, Nice.

Christofle, S., Papetti C. & Fournier, C. (2017): Tourisme, trajectoires et images : les média socio numériques, outils contemporains d'adaptation communicationnelle de destinations mondiales de congrès ?, 7ème édition du colloque ASTRES, Université de Grenoble, 14-16 juin.

Dogor di Nuzzo, B., Menvielle, W., & Papetti, C. (2017) : Le Grand Hôtel du Cap Ferrat : Quand le groupe Four Seasons Hotels and Resorts prend les commandes de cet hôtel de luxe centenaire, cas retenu parmi ceux proposés pour le prix du meilleur cas pédagogique, colloque AFMAT, La Rochelle, mai.

Antonczak, L. & Papetti, C. (2017) : Valorisation numérique du patrimoine culinaire local: projets de création de chemins gourmands en réalité augmentée, 1<sup>ère</sup> Journée d'études « Tourisme, Valeurs et Patrimoine : regards croisés », MSHS Sud-est, Nice, 27 janvier.

Dogor di Nuzzo, B., Menvielle, W., & Papetti, C. (2016). The Grand Hotel Cap Ferrat is changing its brand name. *Proceedings of the International NACRA Conference, Annual Meeting of the North American Case Research Association - Case Acceptance (NACRA-112-2016)*, Las Vegas, October 6-8<sup>th</sup>.

Dogor di Nuzzo B., Papetti, C. et W. Menvielle (2016) : Troïka, le cadeau d'affaire utile et design à la conquête du monde, communication acceptée dans la section « cas pédagogiques », congrès Ipag, 11 et 12 juillet.

Christofle S., Papetti, C. et Ferry M. (2016) : Utilisation des Réseaux Socionumériques dans des festivals culturels gays : nouvelle stratégie de communication événementielle et de visibilité communautaire dans un territoire touristique ou défi à relever ?, 3ème conférence de

l'Association Francophone de Management du Tourisme (AFMAT), INSEEC Alpes-Savoie, 3 et 4 Mai.

Depardon K., Papetti, C. et Darmon G. (2016): Does the class action constitute a more effective promise of resistance of the consumer?, 15<sup>th</sup> International Marketing Trends Conference (IMTC), Venise, 21-23 janvier.

Dogor di Nuzzo, B. et Papetti, C. (2015): The Negresco goes green: Greenwashing or real environmental effort?, 6th International Research Meeting in Business and Management (IRMBAM), IPAG, Nice, 2 et 3 juillet.

Une approche exploratoire de l'évaluation des formations e-learning françaises en économie-gestion, en coll. avec Garrot, T., Colloque ATLAS-AFMI, Paris, 26-27 mai 2011.

Understanding the Value of e-Learning in Business Administration in Higher Education, en coll. Avec Garrot T., Colloque EDEN, Budapest, 25 octobre 2010.

Critique de la collaboration Marketing-Vente à travers l'évaluation par les vendeurs de l'aptitude des campagnes marketing à valoriser l'orientation produit et l'orientation client, en coll. avec Chakroun, R. et Guinhut, P., 24<sup>ème</sup> Congrès de l'Association Française de Marketing (AFM), Paris, 15 et 16 mai 2008.

La prise en compte de la situation d'achat dans l'analyse du comportement du consommateur : revue des principales études et proposition de questions de recherche, 2<sup>ème</sup> Colloque International de la Recherche en Marketing, Association Tunisienne de Marketing, Hammamet, avril 2004.

## **C2) Communications dans congrès nationaux**

L'influence des médias sociaux sur le comportement des touristes : revue de littérature et proposition de voies de recherche, Conférence de l'AFMAT, Association francophone de management du tourisme, IEP Aix-en-Provence, 21 mai 2014.

L'offre de cadeaux en marketing : revue de littérature, renouvellement des recherches par l'approche des communautés en ligne et illustration avec le swap de cadeaux, 11<sup>ème</sup> Journée E-marketing, La Sorbonne, 7 septembre 2012.

Un commerçant, mes réseaux et moi faisons un geste pour sauver la planète ! : Etude de la participation et rôle des réseaux sociaux numériques dans un flashmob écologique, en coll. avec Depardon K., 11<sup>ème</sup> Journée E-marketing, La Sorbonne, 7 septembre 2012.

Evolution du jugement des vendeurs sur les campagnes marketing : un levier de collaboration entre marketing et ventes, en coll. avec Chakroun, R., 3<sup>ème</sup> journée Innovations Sociétales et Entrepreneuriales, Gouvernance territoriale autour de la Méditerranée, IPAG, Nice, 6 juillet 2012.

Influence du consommateur socialement responsable sur l'engagement éco-citoyen des entreprises: Etude des motivations du consommateur et rôle des réseaux sociaux numériques dans le cas CarrotMob, en coll. avec Depardon K., Congrès Aderse, Nice, 29 et 30 mars 2012.

Outils et plateformes logicielles pour le tourisme mobiquitaire du futur, en collaboration avec S. Miranda, 2<sup>èmes</sup> Journées ASTRES, Nice, 2 et 3 Avril 2012.

Evaluation d'un intranet par la force de vente : pour un e-marketing collaboratif ?, en coll. avec Chakroun, R. et Nefzi, A., 7ème journée nantaise de recherche sur le e-marketing, Nantes, 12 septembre 2008.

La perception de l'étendue du choix du rayon vins d'un hypermarché : proposition d'un cadre d'analyse, 2ème journée du marketing du vin, Bordeaux, 28 mars 2008.

Evaluation de l'impact des publicités trompeuses: une approche par la théorie de l'agence appliquée au cas des publicités pour les médicaments, en coll. avec Chakroun, R., colloque ADERSE, Grenoble, 10 et 11 janvier 2008.

L'impact de la situation sur la perception de l'étendue de l'offre par les consommateurs : Application aux rayons vins d'un hypermarché et d'un magasin spécialisé, 10èmes Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne, Dijon, novembre 2005.