

Wided BATAT, Ph.D

Maître de Conférences, HDR en Sciences de Gestion, Université Lyon 2
Directrice du Centre International de Tourisme et des Cultures de Consommation CITCC
Wided.batat@univ-lyon2.fr

BIOGRAPHIE

Wided BATAT est Maître de Conférences HDR en sciences de gestion à l'Université de Lyon 2 et membre du laboratoire Coactis. Elle est, par ailleurs, fondatrice et directrice du CITCC. Dr. Batat est consultant international en marketing, communication et tourisme, et professeur invité à l'Université de Surrey à Londres, l'Université de Laval au Canada, l'Université d'Aarhus au Danemark, l'Université de Baylor aux USA, l'Université de Chiang Mai en Thaïlande et l'Ecole International de Management MDI à Alger. Elle est aussi représentante officielle aux Nations Unies (ONU) de la Fédération Internationale de l'Economie Sociale et Familiale (IFHE) à l'Unesco. Wided Batat est l'auteur de plusieurs ouvrages et articles scientifiques sur la consommation, le marketing et le tourisme (français et anglais) dans des revues de recherche internationales. Ses travaux de recherche portent sur l'apprentissage et l'expérience de la consommation chez les jeunes et les adultes de la génération Y, la construction des compétences de consommation, la vulnérabilité du consommateur, la valorisation du patrimoine matériel et immatériel, le tourisme expérientiel, les produits alimentaires, l'analyse interculturelle des pratiques de consommation, l'acculturation, l'usage des technologies numériques et l'éducation à la consommation. Elle est aussi évaluateur et membre actif d'associations de recherches nationales et internationales *Association for Consumer Research ACR*, *Consumer Culture Theory Conference*, *International Federation for Home Economics IFHE*, *Journal of Business research*, *Journal of Marketing Management*, *Marketing Theory*, *l'Association Française de Marketing AFM*, *Monde du Tourisme*, etc.

Pour les étudiants intéressés par une thèse de doctorat en tourisme marketing ou comportement du consommateur, merci de contacter wided.batat@univ-lyon2.fr

FORMATION

2013 Habilitation à Diriger des Recherches (H.D.R) en Sciences de gestion à l'Université de Pau et des Pays de l'Adour. Titre « recherches sur les nouvelles cultures de consommation de la génération Y dans la société de l'Internet ». Sous la direction du Professeur Jacques Jaussaud. Rapporteurs : Professeurs : Professeur Marie Lachance, Université Laval (Canada), Bruno Amann, Université de Toulouse III et Jean-François Tinquecoste, Université Bordeaux IV. Président du jury et suffragant : Professeur

Véronique Des Garets, Université François Rabelais de Tours.

- 2008** Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion à l'Institut d'Administration des Entreprises (IAE), Université de Poitiers. Laboratoire CEREGE Centre de Recherche en Sciences de Gestion. Titre « *L'appropriation des compétences de consommation par les collégiens. Le cas des loisirs interactifs chez les 11-15 ans* ». Sous la direction du Professeur Inès de La Ville équipe CEREGE, Université de Poitiers. Rapporteurs : Professeurs Christophe Bénavent, Université Paris X Nanterre et Denis Darpy, Université Paris IX Dauphine. Président du jury : Professeur Pierre-Louis Dubois, Université Paris II. Suffragants : Professeur Marie Lachance, Université Laval Canada et Monsieur Christian Gautellier Directeur des Publications (CEMEA, Paris). Mention très honorable avec les félicitations du jury à l'unanimité.
- 2004** Diplôme d'Etudes Approfondies (DEA). IAE de Poitiers, titre « *l'appropriation des nouvelles technologies par les jeunes âgés de 14 à 25 ans* » réalisé en partenariat avec le groupe France Telecom. Mention très bien.

EXPERIENCE ACADEMIQUE ET PROFESSIONNELLE

- **2012-présent** : Fondatrice et directrice du Centre International de Tourisme et des Cultures de Consommation CITCC (accéder au site internet www.citcc.fr).
- **2012-2013** : Directrice du département tourisme, Université Lyon 2.
- **2011-2013** : Professeur affilié en Marketing à L'école internationale de management IDRAC à Lyon.
- **2011-présent** : Professeur invité à l'école internationale de management MDI à Alger.
- **2011-présent** : Professeur invité à l'Université de Aarhus en Danemark.
- **2011-2012** : activité de consulting et réalisation d'une étude qualitative pour le Musée des Confluences à Lyon. Etude sur les jeunes visiteurs et leurs activités culturelles.
- **2011-2012** : activité de consulting et réalisation d'une étude qualitative pour le groupe Lesieur. Etude sur les comportements culinaires et la cuisine populaire chez les consommateurs français.
- **2011** : Consultant et Professeur invité au College of Art, Media and Technology CAMT à l'Université de Chiang Mai en Thaïlande. Collaboration avec les équipes de recherche thaïlandaises pour la mise en place d'un programme d'études doctorales, Master et Bachelor en e-tourisme et médias.

- **2010** : Activités de consulting pour le bureau d'études en tourisme et patrimoine. Etude des comportements touristiques des jeunes : le cas du site des Glacières, le Lac de Syllans.
- **2009-2012** : Maître de Conférences à l'Université Lyon 2, Faculté GHHAT, Département Tourisme et UFR Sciences Economiques et de Gestion.
- **2009** : Activités de consulting pour la CCI de Lyon. Réalisation d'une étude de marché qui porte sur la perception de la baisse de la TVA dans le secteur de la restauration. Mise en place d'un dispositif méthodologique en deux temps axé sur les professionnels (restaurateurs) *via* une étude qualitative et quantitative.
- **2008-présent** : Membre du conseil exécutif de la Fédération Internationale pour l'Economie Familiale (FIEF), *International Federation for Home Economics* (IFHE).
- **2008-présent** : Représentant au comité consultatif des ONG sur l'éducation au sein des Nations Unies (UN).
- **2006-2007** : Ingénieur d'études sur les jeunes consommateurs au sein du groupe Bayard Presse, Paris.
- **2006-2009** : Attachée Temporaire d'Enseignement et de Recherche en Sciences de Gestion, Institut d'Administration des Entreprises IAE de Poitiers.
- **2004-2005** : Intervenant extérieur chargé du cours de stratégie au Centre Européen des Produits de l'Enfant à Angoulême, et du cours développement cognitif et social de l'enfant consommateur à la Chambre de Commerce et de l'Industrie CCI à Cholet.
- **2003-2004** : Ingénieur d'études au sein du groupe France Telecom Mobigames, Paris.

DOMAINES D'EXPERTISE ET AXES DE RECHERCHE

1) L'approche culturelle, interprétative et expérientielle de la consommation

- Cultures de consommation et comportement du consommateur
- Le sens et l'expérience de consommation
- L'approche interprétative du comportement du consommateur : Interpretative Consumer Research (ICR)
- L'approche transformative du comportement du consommateur : Transformative Consumer Research (TCR)
- Consommation cross-culturelle et acculturation et études interculturelles
- Compétence et vulnérabilité du consommateur (jeune et adulte)

2) *Tourisme et patrimoine*

- Consommation de l'art et des produits culturels
- Les paradoxes du comportement du touriste postmoderne
- Patrimoine matériel et immatériel
- Valorisation des produits de terroir
- Marketing territorial

3) *Jeunes consommateurs*

- Jeunes consommateurs et génération Y (enfants, adolescents, post-adolescents, tweens, jeunes adultes, étudiants, etc.)
- Les TIC, réseaux sociaux et les jeunes
- L'apprentissage de la consommation chez les jeunes
- La socialisation chez les jeunes consommateurs

4) *Nouvelles approches en marketing*

- Marketing expérientiel et postmoderne
- Marketing responsable
- Education et empowerment du consommateur (jeune et adulte)
- CRM, Service-Dominant Logic et co-crédation de valeur

5) *Méthodes qualitatives*

- Ethnographie et immersion longitudinale
- Observation participante et non participante
- Entretien compréhensif, approfondi et focus groupe
- Introspection subjective : Subjective Personal Introspection (SPI)
- Etudes comparatives

ACTIVITES ET RESPONSABILITES DE RECHERCHE

Activités de recherche

- Depuis 2014, membre du conseil scientifique de l'Association Francophone de Management du Tourisme AFMat.
- Membre du comité scientifique et évaluateur dans le cadre de la journée de recherche en marketing du tourisme, Association Française de marketing, 2014.

- Editeur associé de la revue *Journal of Travel Research*, 2014-présent.
- Membre du comité scientifique de la conférence internationale *Critical Social Tourism Perspective*, Sarajevo 2013.
- Membre du comité scientifique de la revue internationale *Journal of Business Theory and Practice* (2012-Présent).
- Editeur associé de la revue internationale *Journal of Mobile Technologies, Knowledge and Security* (2008-présent).
- Discussion de la session *Children and Advertising*, International Conference *Children and Teen Consumption CTC*, Norrköping, Suède 2010.
- Discussion de la session sur *Marketing, Society and Public Policy* à the Annual AMS Conference, Miami 2011.
- Membre du comité scientifique de la conférence internationale *Advances in Tourism Marketing Conference*. Slovénie 2011.
- Membre du comité scientifique de la revue *Communication of the IBIMA* et de la conférence internationale *Information Business and Management IBIMA* (2008-2010).

Evaluateur pour des revues et des conférences nationales et internationales

- *Journal of Travel Research* (2013-présent)
- Conférence *Travel and Tourism Research Association* (2013-présent)
- *Marketing Theory* (2014-présent)
- *Recherche et Applications en Marketing RAM* (2014)
- *Qualitative Marketing Journal* (2014- présent)
- *Critical Social Tourism International Conference* (2013)
- *International Journal of Consumer Studies* (2010-présent)
- *Journal of Marketing Management* (2012)
- *Consumer Culture Theory conference* (2012-présent)
- *Revue pluridisciplinaire le Monde du Tourisme* (2011-présent)
- *Advances in Tourism Marketing Conference* (2011)
- *Journal of Business Research JBR* (2011)
- *Association for Consumer Research* (2008- présent)
- *Society for Consumer Psychology Conference* (2008)
- *Atlantic Marketing Conference* (2011)
- *Association Française de Marketing AFM* (2009- présent)
- *Information Business and Management Conference* (2009-2010)

Appartenance à des associations de recherche

- Association for Consumer Culture Theory (2013-présent)
- Association Public Policy and Marketing (2014-présent)
- Association Macromarketing and Marketing Society (2014-présent)
- Association Française de Marketing AFM (2005-présent)
- Association for Consumer Research ACR (2005-présent)
- Academy of Marketing Science AMS (2010-présent)
- Irish Academy of Management IAM (2005-2007)
- International Federation for Home Economics IFHE (2008- présent)

Responsabilités de recherche au niveau national et international

- Présidente et organisatrice de la session sur l'alimentation durable durant la conférence Transformative Consumer Research TCR 2015 à Villanova, Washington, DC.
- Responsable de l'axe de recherche Cultures de Consommation et Nouvelles Stratégies de Marché CCNSM au sein du laboratoire Coactis, Université Lyon 2.
- Membre du groupe des experts en sciences de gestion, Université Lyon 2
- Membre du comité de recrutement des Maîtres de Conférences en section CNU 06 sciences de gestion, Université Lyon 2.
- Organisation et animation des séminaires doctoraux et des journées de recherche au sein du laboratoire Coactis.
- Depuis 2013, Présidente de la session sur le marketing, l'innovation et la co-création, atelier doctoral Lyon-Turin organisé par l'Ecole Doctorale Sciences Economiques et Gestion, Université de Lyon.
- Présidente et organisatrice de la table ronde sur la socialisation académique lors de la conférence de l'Association for Consumer Research Asia-Pacific, Nouvelle-Zélande.
- Présidente de la session sur les jeunes consommateurs, Conférence de l'Association for Consumer Research Asia-Pacific, Nouvelle-Zélande.
- Evaluator de projets scientifiques sur la socialisation des jeunes consommateurs et expert auprès du Fonds National Suisse FNS.
- Membre du comité scientifique du workshop doctoral sur les recherches en e-tourism.

- Présidente de la session doctorale sur les cultures touristiques et le tourisme responsable.
- Animation d'un groupe de réflexion lors de la cérémonie de lancement du projet Erasmus-Mundus E-tourism à Lyon 2.
- Responsable des séminaires doctoraux (organisation, enseignement méthodologique et recherches avec des doctorants et des postdocs).
- Responsable de recherche et coordinatrice du groupe de recherche international sur la consommation locale. Analyse transculturelle de la consommation locale dans le contexte français et international (Université de Birmingham (GB), Université de Laval (Canada), Université de Helsinki (Finlande)).
- Membre du comité de pilotage et coresponsable avec l'IUT de Lyon 2 du projet international Erasmus-Mundus Europe-Asie 'Sustainable e-tourism' (5 universités européennes et 5 universités asiatiques) porté par l'Université Lyon 2.
- Direction d'un projet de recherche postdoctoral "the impact of movie experiences on the destination image", Université Lyon 2.

Direction et jury de thèses de doctorat

- Direction : Sakal Phou, "Understanding French consumption culture from an Asian perspective: A Subjective Personal Introspection SPI approach", Université de Lyon 2 (thèse en cours: 2012-2015).
- Direction : Sonja Prentovic : "Exploring art and culture consumption experiences among vulnerable and unprivileged young consumers", Université de Lyon 2 (thèse en cours: 2013-2016).
- Direction : Mehdi Bouanani : "L'acculturation de la culture de consommation occidentale par la jeune élite algérienne", Université de Lyon 2 (thèse en cours: 2013-2016).
- Direction : Sanata Diabaté, « Produit partage éco responsable : les dimensions d'un partenariat produit orienté développement durable et son impact sur l'attitude consommateur à l'égard de la marque ». (thèse en cours: 2013-2016).
- Direction : Mohamed Berrada, « Le branding des territoires marocains : effet de mode ou outil de développement local ? ». (thèse en cours: 2014-2017).
- Jury de thèse : Chumno Chuk, "Les contributions des organisations de la société civile au développement soutenable : le cas du tourisme cambodgien". Université Lyon 2 (soutenue en septembre 2014)

Prix, distinctions et financement de projets de recherche

- Transformative Consumer Research travel Scholarship, Université de Lille 2.
- Helsinki visiting professor Erasmus funding, Université Lyon 2.
- Financement pour la mise en place de formation en méthodologie de recherche, Université Lyon 2 (2012-2013) : 7000 euros.
- Baylor University visiting professor fellowship 2013, Texas, États-Unis.
- Aarhus University visiting professor fellowship 2013, Aarhus, Danemark.
- Université Laval visiting professor fellowship 2012, Québec, Canada.
- Le prix de la meilleure communication de l'AFM 2011 sur le sujet "marketing et co-création de la valeur", Bruxelles.
- Transformative Consumer Research travel Scholarship, Université de Baylor, Texas, États-Unis.
- Financement de La commission européenne Erasmus Mundus Funding (2010-2014): 2.500.000 Euros
- Sélection d'ouvrage et invitation par l'Association Française des Femmes Diplômées des Universités (AFFDU) en reconnaissance de mes contributions de recherche suite à la publication de mon livre sur "le comportement de consommation des adolescents âgés de 11-15 ans" qui a fait l'objet d'une présentation en 2011 lors du 8^{ème} Salon du Livre AFFDU à Paris.

PUBLICATIONS DANS DES REVUES NATIONALES ET INTERNATIONALES

Les publications nationales et internationales avec comité de lecture

- (1) Batat, W. (2014) « Comment les adolescents définissent-ils leurs propres compétences de consommation ? Une approche par les portraits », *Recherche et Applications en Marketing*, Vol 29, N°1, 27-60. (**Catégorie 2 CNRS**).
- (2) Batat, W & Prentovic, S. (2014) « Towards 2.0 systems thinking: a cross-cultural study of sustainable tourism ads », *Keybernetes : Holism & systems thinking special issue*. Vol. 43 Iss: 3/4, pp.529 – 546.

- (3) Batat, W. (2014), « Key research domains to improve transformative effects on ethnicity and migration » avec Visconti, L & Jafari, A. et alii, *Marketing Theory*, accepté. **(Catégorie 3 CNRS)**.
- (4) Batat, W. (2014), « Consumer ethnicity three decades After: A TCR agenda », avec Visconti, L & Jafari, A. et alii, *Journal of Marketing Management*, accepté. **(Catégorie 2 CNRS)**.
- (5) Batat, W. (2013), « Youth and risky consumption : Moving toward a transformative approach », avec Mason, M.J., Tanner, J.F., Piacentini, M, Freeman, D., Anastasia, T., Boland, W., Canbulut, M., Drenten, J., Hamby, A., Rangan, P., & Yang, W. *Journal of Research for Consumers*, 19. pp : 1-8.
- (6) Batat, W. (2011), « An overview of postmodern research in the consumer behaviour field: towards the “new consumer” paradigm », *Asia-Pacific Advances in Consumer Research*, Eds. Vol. 9, (eds.) Yi, Z., Xiao, J-J., Cotte, J. & Price, L., Duluth, MN: Association for Consumer Research, pp: 304-312. **(Classement AERES 2011)**.
- (7) Batat, W. & Bonnemaizon, A. (2011), « How competent are consumers ? The case of the energy sector in France », *International Journal of Consumer Studies*, 3(35), pp: 348-358. **(Classement C AERES)**.
- (8) Batat, W. & Bonnemaizon, A. (2011), « Crossed Glances on the Perception of Consumer Competencies within the Energy Sector: The Case of a French Energy Supplier », *European Advances in Consumer Research*, Eds Bradshaw, A., Hackley, C., & Maclaran, P., pp : 316-324. **(Classement AERES 2011)**.
- (9) Batat, W. (2009), « The Impact of Technology Development on Youth Consumption Culture: An Empirical Investigation of French Teenage’ Use of Mobile Phone Device», *Communications of the IBIMA*, Vol. 7, pp: 153-163.
- (10) Batat, W. (2009), « Building Consumption Skills through Teenage Empowerment: A Powerful and Invisible Determinant of Customer Relationships CRM », in *Advances in Consumer Research*, Vol. 36, (eds.) McGill, Ann L. and Sharon Shavitt, Duluth, MN: Association for Consumer Research, pp: 535-540. **(Classement C AERES)**.
- (11) Batat, W. & Wohlfeil, M. (2009), « Getting Lost *Into the Wild*: Understanding Consumers’ Movie Enjoyment Through a Narrative Transportation Approach », in *Advances in Consumer Research*, Vol. 36, (eds.) McGill, Ann L. and Sharon Shavitt, Duluth, MN: Association for Consumer Research, pp: 272-377. **(Classement AERES 2011)**.
- (12) Batat, W. (2008), « Exploring adolescent development skills through Internet usage: a study of French 11-15 year olds », *International Journal of Consumer Studies*, 32(4), pp: 379-381. **(Classement C AERES)**.

Les publications d'ouvrages

- (1) Batat, W. & I. Frochot (2014), « Le marketing expérientiel : comment concevoir et stimuler l'expérience client », Dunod, Paris. à paraître.
- (2) Frochot, I & Batat, W. (2013), « marketing and designing the tourist experience », Goodfellow, Publishers Limited, Oxford, UK. <http://www.goodfellowpublishers.com/academic-publishing.php?promoCode=&partnerID=&content=story&storyID=290>
- (3) Batat, W. (2010), “Le comportement de consommation des jeunes âgés de 11-15 ans : les modalités de construction des compétences de consommation dans la société digitale”, Editions Connaissances et Savoirs, Collection : Sciences Sociales, Paris. <http://www.univ-lyon2.fr/actualite/publications/le-comportement-de-consommation-des-jeunes-ages-de-11-a-15-ans-432102.kjsp>

Les publications liées à un chapitre de livres

- (1) Batat, W. (2014), An Adolescent-Centric Approach to Consumer Vulnerability: New Implications for Public policy. In *Vulnerable Consumers*, Routledge, London, à paraître.
- (2) Batat, W. & Frochot, I. (2013), Towards an experiential approach in tourism studies, In *Handbook of Tourism Marketing*, Scott McCabe (ed.). Routledge, London.
- (3) Batat, W. & Balakrishnan, V. (2010), *Text Messaging culture among youths: Comparing Malaysian and French youths*, IFHE Publisher, Allemagne.
- (4) Batat, W. (2006), L'usage du téléphone mobile par les adolescents. In: *Innovation Technologiques*. C. Ammi (ed.), pp: 300-313. Éditions Hermès Lavoisier, Paris.

Les publications didactiques et non référencées

- (1) Batat, W. (2011), “ La perception de la baisse de la TVA dans secteur de la restauration en Rhône-Alpes”, Rapport industriel. Lyon.
- (2) Batat, W. (2009), article publié dans *The Home Economics News March 2009*, dans le cadre de la conférence de Haut Niveau sur la Sécurité Alimentaire pour tous « *FAO High Level Conference on Food Security for all* », organisé par les Nations Unies et présidé par le Secrétaire Général de l'ONU Monsieur Ban Ki-moon et le Premier Ministre Espagnol Monsieur José Luis Rodriguez Zapatero, Madrid 26-27 janvier. Représentante de la IFHE aux Nations Unies, Section Unesco à Paris.
- (3) Batat, W. (2007), « La pratique des loisirs interactifs chez les collégiens de 11-15 ans », *Rapport de Recherche Bayard Presse*. Paris.

- (4) Batat, W. (2004), « The use of mobile phone by French young people aged 14-25 », *Rapport de Recherche France Telecom Mobile Gaming*. Paris.

Les projets de publication en cours

- (1) Batat, W. & Tanner, J. « Towards a new socialization model for young consumers », *Journal of Consumer Research*, en cours de soumission.
- (2) Batat, W. & Tanner, J. « What is consumer vulnerability from the youth perspective? A youth-centric approach to vulnerability », *Journal of Consumer Research*, en cours de soumission.
- (3) Batat, W. « adolescent art consumption: implications for art marketing », *European Marketing Journal*, en cours d'évaluation.
- (4) Batat, W. « Speaking of Arts with Generation Y Consumers: Exploratory Study of Exhibition Perceptions Among Adolescents, Students and Young Adults », *Journal of Marketing*, en cours de préparation.
- (5) Batat, W. « Exploring the meanings of terroir products within the French consumer culture », *Journal of Business Research*, en cours de préparation.
- (6) Batat, W. et Lachance, M. « “terroir” products among French and French Canadian consumers: developing a cross-cultural approach of territorial marketing », *Journal of Consumer Culture*, en cours de préparation.
- (7) Batat, W. et Phou, S. « Watching the French consumer society : A Subjective Personal Introspection approach », *Qualitative Market Research : an International Journal*, en cours d'évaluation.
- (8) Batat, W. « Exploring adolescent consumption domains : a youth marketing perspective », projet de livre, Routledge, en cours de préparation.
- (9) Batat, W., Vicdan, H. & Nairn, A. “Food Cults: The case of Vegan Movement,” en cours de préparation.

COMMUNICATIONS DANS DES COLLOQUES A COMITE DE LECTURE

Conférences nationales à comité de lecture

- 1) Diabete, S. & Batat, W. (2014), «le consommateur pauvre face aux enjeux du développement durable en Afrique: le cas du Mali », *Journées Normandes de Recherche sur la Consommation : Société et Consommation*, 27-28 novembre, Rouen.
- 2) Batat, W. & Frochot, I. (2013), “Comprendre la consommation de l’art chez les adolescents : une nouvelle cible pour les musées”, le congrès de l’Association Française de Marketing AFM, 15-17 mai, La Rochelle.
- 3) Batat, W. (2012), “Comment les adolescents définissent-ils leurs propres compétences de consommation? Une approche par les portraits”, le congrès de l’Association Française de Marketing AFM, 9-11 mai, Brest.
- 4) Bonnemaizon, A & Batat, W. (2011), “Les représentations managériales des compétences du consommateur: la co-crédation de valeur est-elle toujours possible? Le cas des consommateurs d’énergie”, le congrès de l’Association Française de Marketing AFM, 18-20 mai, Bruxelles, Belgique.
- 5) Batat, W. & Gillet, C. (2010), « La responsabilité sociale des acteurs du secteur touristique en France: vers des pratiques innovantes de gestion des risques », *ADERSE*, 24-25 mars, La Rochelle.
- 6) Batat, W. (2006), « Le rôle du téléphone mobile dans la socialisation des adolescents français », *5^{ème} Journées Normandes de Recherche sur la Consommation : Société et Consommation*, 23-24 mars, Caen.
- 7) Batat, W. (2006), « La construction des compétences de consommation chez l’adolescent : Etude exploratoire dans le contexte des activités de loisirs interactifs », *Colloque Doctoral de l’AFM*, 9-10 mai, Nantes.
- 8) Batat, W. (2005), « L’usage du mobile par les adolescents français : Des pistes pour adapter les politiques en marketing », *Innovation Technologiques Aspect Culturels et Mondialisation*, 1-2 décembre, Evry, Paris.

Conférences internationales à comité de lecture

- (1) Batat, W. (2014), « Vulnerability Among Young Consumers: Implications for Public Policy », *Public Policy and Marketing Conference*, 4-7 juin, Boston, USA.
- (2) Batat, W. & Diabete. S (2014), “Le comportement du consommateur pauvre: le cas du Mali”, *International Marketing Conference*, 28 février-3 mars, Maroc.
- (3) Batat, W. & Diabete. S (2014), “The Poor Consumer Facing Sustainable Development Stakes in Africa: The Case of Mali”, *Macromarketing Conference*, 2-5 juillet, Londres, UK.

- (4) Batat, W. (2014), "Understanding Young Consumer Competency and Vulnerability Within The Marketplace", *Macromarketing Conference*, 2-5 juillet, Londres, UK.
- (5) Batat, W. & Prentovic, S. (2014), « Differences in Sustainable Tourism Communication on Social Media within a Cross-Cultural Context », *Macromarketing Conference*, 2-5 juillet, Londres, UK.
- (6) Phou, S. & Batat, W. (2014), "The Image of France as a Tourist Destination Thought the Eyes of Asian: A Longitudinal Personal Approach", *Consumer Culture Theory Conference*, 26-29 juin, Helsinki, Finlande.
- (7) Phou, S. & Batat, W. (2014), "The image of France through the Eyes of Asian tourists", *Greater West Travel and Tourism Research Association*, 16-18 avril, Colorado, USA.
- (8) Phou, S. & Batat, W. (2014), "Image of France evolution within Asian tourist experience", *Latin-Association for Consumer Research*, 24-26 Juillet, Guadalajara, México.
- (9) Batat, W. & Prentovic, S. (2014), "Communicating responsible behaviour in tourism through online videos: A cross-cultural perspective", *American Association for Consumer Research*, 24-26 Octobre, Baltimore, USA.
- (10) Batat, W., Lachance, M., & Côte-Hamel, M. (2013), "You Touch it, You Buy it: Cross-cultural Differences in Consumers' Attitudes Towards Local Food", *American Association for Consumer Research*, 3-6 Octobre, Chicago, USA.
- (11) Batat, W. (2013), "The meanings of "Terroir" Products from a French Consumer perspective", *European Association for Consumer Research*, 4-7 Juillet, Barcelone, Espagne.
- (12) Batat, W. & Prentovic, S. (2013), "Social values in tourism ads: a cross-cultural comparison of Serbia, UK and France through visual data analysis", *Critical Tourism Studies Conference*, 25-28 juin, Sarajevo, Bosnie Herzégovine.
- (13) Batat, W. (2013), "Academic Socialization: A journey of A Junior Scholar in French and International CCT Research Communities", *Consumer Culture Theory Conference*, 13-16 juin, Tucson, Arizona.
- (14) Batat, W. (2013), "The Halal consumption among young French Muslim consumers", *Transformative Consumer Research Conference*, 23-25 Mai, Lilles, France.
- (15) Batat, W. (2012), "How do Adolescents Define Consumer Vulnerability? Toward A Youth-Centric Approach", *American Association for Consumer Research*, 6-8 Octobre, Vancouver, Canada.
- (16) Batat, W & Frochot, I (2012), "the perception of arts by adolescents: a new target for museum and art professionals", *Asia-Pacific Association for Consumer Research*, 6-8 juillet, Queenstown, New Zealand.

- (17) Batat, W & Lichy, J. (2012), “Gen Y as Postmodern Consumers in the Digital Society: a Literature Review”, *Academy of Marketing*, 5-8 juillet, Southampton, UK.
- (18) Batat, W & Phou, S. (2012), “Building Understanding of the Domain of Destination Image: A Review”, *Academy of Marketing Science Congress*, 28 août-1 Septembre, Atlanta, USA.
- (19) Batat, W. (2011), “A gap analysis between young consumer protection legislation and the marketing practices: Towards a consumer policy involving legislators, marketers and educators”, *Transformative Consumer Research Conference*, 23-25 juin, Waco, Texas, USA.
- (20) Batat, W. (2011), “The coming out of the ‘new consumer’: Towards the theorisation of the concept in consumer research”, *Interpretative Consumer Research Workshop*, 5-8 Mai, Odense, Danemark.
- (21) Batat, W. (2011), “Vulnerable young consumers within a marketplace surrounded by technologies and internet”, *Academy of Marketing Science Annual Conference*, 24-27 Mai, Corale gables, Miami, Florida, USA.
- (22) Batat, W. (2011), “Understanding Gen Y tourists: An overview of postmodern research in the consumer behaviour field”, *Surrey Tourism Conference*, 28 juin-1 juillet, Londres, UK.
- (23) Batat, W. (2011), “An overview of postmodern research in the consumer behaviour field: towards the “new consumer” paradigm”, *Asia-Pacific Association for Consumer Research*, 16-18 juin, Pékin, Chine.
- (24) Batat, W. (2010), “Understanding the Dimensions of Young Consumer Vulnerability in the Web 2.0 Society”, *International conference on Child and Teen Consumption*, 21-23 juin, Norrköping, Suède.
- (25) Batat, W. (2010), «Vers un marketing et une communication postmoderne dans le domaine du tourisme patrimonial », *World Heritage and Tourism : Managing for the Global and the Local*, 3-4 juin, Québec, Canada.
- (26) Batat, W., Nopasit, C. & Fu, J. (2010), « A Tourism English Teaching Model for GMS Universities -A Knowledge Management Perspective », *SKIMA Conference*, 25-27 août, Bhoutan.
- (27) Batat, W., Fu, J., Nopasit, C. & Sanvino, M. (2010), « Gap Analysis of Knowledge Supply Chains for E-tourism -A Knowledge Management Perspective », *SKIMA Conference*, 25-27 août, Bhoutan.
- (28) Batat, W. et Gillet, C. (2009), “ Understanding tourist behaviours after a crisis: towards a new policy to manage tourist safety in France”, *Consumer Behaviour in Tourism Symposium*, 15-19 décembre, Brunico, Italie.

- (29) Batat, W. & Gillet, C. (2009), “Vers une amélioration des pratiques de gestion en cas de crise : le secteur du tourisme en France ”, *The 12 Information Business and Management (IBIMA) Conference*, 4-6 novembre, Rabat, Maroc.
- (30) Batat, W. (2009), “The consumer activism in tourism industry: understanding tourist’s behaviour from a consumer culture perspective”, *The 4th International Consumer Sciences Research Conference*, Queen Margaret University, 24-26 juin, Edinburgh, Scotland, UK.
- (31) Batat, W. & Lebrun-Niesing, M. (2009), “Toward a representation of children consumers within the marketplace: the case of toys consumption experience during Christmas”, *The 4th International Consumer Sciences Research Conference*, Queen Margaret University, 24-26 juin, Edinburgh, Scotland, UK.
- (32) Batat, W. & Bonnemaizon, A. (2009), “Toward a customer orientation approach bas on customer competency: a new deal for companies?”, *The Naples Forum on Service: Service-dominant Logic, Service Science, and Network Theory*, Capri, 16-19 juin, Naples, Italie.
- (33) Batat, W. (2008), “How competent are teenagers aged 11-15 in using new technologies within their consumption experience? An exploratory research on consumer behaviour”, *The 7th International Congress Marketing Trends*, 17-19 janvier, Venise, Italie.
- (34) Batat, W. (2008), “Consumption Competence as Seen by Teenage Consumers: The Importance of a Concept Central to both Marketing and Consumer Policy”, *The 3rd International Conference on Multidisciplinary Perspectives on Child and Teen Consumption*, 24-25 avril, Trondheim, Norvège.
- (35) Batat, W. (2008), “Building Consumption Skills through teenage Empowerment within a Digital Context”, *The IFHE Jubilee World Congress « Reflecting the Past- Creating the Future*, 26- 31 juillet, Lucerne, Suisse.
- (36) Batat, W. (2008), “Am I a Competent Consumer? Young Consumer Competence Profiles in France”, *8th International Conference on Knowledge, Culture and Change in Organizations*, 5-8 août, Cambridge, UK.
- (37) Batat, W. & Wohlfeil, M. (2008), “Getting Lost *Into the Wild*: Exploring the Role of Narrative Transportation in the Experiential Consumption of Movies”, *Academy of Marketing Conference*, 5-7 juillet, Ecosse, UK.
- (38) Batat, W. & Wohlfeil, M. (2008), “Getting Lost *Into the Wild*: Understanding Consumers’ Movie Enjoyment Through a Narrative Transportation Approach”, *North American Association for Consumer Research Conference*, 23-25 octobre, San Francisco, USA.
- (39) Batat, W. (2008), “Towards new Business Tourism Trends: Understanding Tourist’s Behaviours through a Consumer Culture Approach”, competitive paper presented at *The ATLAS Business Tourism SIG: Educating the next generation of business tourism professionals: challenges and solutions*, 23-26 novembre, Varsovie, Pologne.

- (40) Batat, W. (2007), "Exploring teens' consumption skills within interactive leisure activities: a longitudinal ethnographic research with adolescents aged 11-15", *The 3rd International Consumer Sciences Research Conference*, 27-29 juin, Belfast, UK.
- (41) Batat, W. (2007), "Emerging competencies within teens' consumption experience: an ethnographic study among French schoolchildren aged 11-15", *The 10th Annual Conference of the Irish Academy of Management*, 3-5 septembre, Belfast, UK.
- (42) Batat, W. (2006), "Symbolic consumption of goods: An empirical investigation of French adolescents' use of mobile phone device", *9th Annual Conference of the Irish Academy of Management*, 6-8 septembre, Cork, Ireland.
- (43) Batat, W. (2006), "Dimensions of French teenagers' competence in the use of mobile phone Devices", *2nd International conference on Pluridisciplinary Perspectives on Child and Teen Consumption*, 27-28 avril. Copenhague, Danemark.
- (44) Batat, W. et La Ville, V.I. (de). (2005), "Using mobile phones: from consumption to resistance?", *International Conference Childhoods, Track Consumer Culture and Social Change Identities, Practices and Consequences on Everyday Lives*, 29 juillet-3 août, Oslo, Norvège.

CONFERENCES ET SEMINAIRES SUR INVITATION PERSONNELLE

- Janvier 2014, invitée atelier de recherche, Université de Chambéry.
- Novembre 2013, invitée par Schulich School of Business, Université de York, Toronto, Canada.
- Mai 2013, invitée par la fédération départementale des offices de tourisme pour présenter une expertise du contexte touristique en Rhône-Alpes
- Mars 2013, invitée à présenter un travail de recherche sur la vulnérabilité des jeunes consommateurs, Marketing Research seminar series, Lancaster, GB.
- Juin 2012, présentation d'un travail de recherche sur la génération Y et les cultures de consommation, laboratoire CREG, Université de Pau.
- Juin 2012, invitée à participer à un séminaire de recherche sur le comportement de consommation des jeunes, à l'Université Lyon 3.
- Mars 2012, invitée à présenter un travail de recherche « les adolescent et l'art », Atelier de recherche, Université de Chambéry.

- Février 2012, Invitée par le département Business et Marketing de Norwich Business School en Grande Bretagne. Présentation de mon travail de recherche intitulé : *le paradigme du nouveau consommateur postmoderne*.
- Octobre 2011, invitée à participer à un séminaire de recherche sur les pratiques alimentaires et les produits locaux à l'Université Lyon 2.
- Mars 2010, invitée par le laboratoire IREGÉ, Université de Chambéry dans le cadre des ateliers de recherche du pôle « Territoire, tourisme et développement » organisés par le Professeur Jean-luc Giannelloni.
- Août 2010, invitée par le comité scientifique de la conférence Ethics-Fed, Euro-Thai Conference on Implementation for Cooperative Study to Economic Development.
- Avril 2010, invitée par le laboratoire CREG, Université de Pau dans le cadre des ateliers de recherche organisés par le Professeur Jacques Jaussaud.
- Mai 2010, invitée par le directeur du *College of Art, Media and Technology* CAMT, Université de Chiang Mai Thaïlande pour animer un séminaire de recherche pour des doctorants.
- Mars 2009, Guest Lecturer Invitée par le département Business et Marketing de University College of Cork UCC. Présentation de mon travail de recherche intitulé "*How Vulnerable are Young Consumers? The Consumption Competencies of Adolescents in Acquiring and Using New Media Technologies*" lors d'un séminaire de recherche et d'un cours regroupant des chercheurs, des docteurs, des étudiants en Doctorat et des Masters.
- Janvier 2008 invitée pour présenter mon travail de recherche sur la consommation des jeunes dans le cadre de l'atelier de recherche organisé par le laboratoire CEROS (Paris X- EOS), Université de Nanterre.
- Avril 2007, invitée à une journée de recherche sur la consommation des jeunes organisée par Bayard Presse à Paris. L'occasion d'échanger avec des sociologues reconnus comme le Professeur De Singly et des professionnels qui s'intéressent aux jeunes consommateurs.

SEJOURS D'ENSEIGNEMENT ET DE RECHERCHE A L'ETRANGER

- Séjour d'enseignement et de recherche, Université de Aarhus, Aarhus, Danemark (juin 2013).
- Séjour de recherche, Université de Baylor, Waco, Texas (avril-mai 2013).
- Séjour d'enseignement et de recherche, Université Laval, Québec, Canada (novembre-décembre 2012).

- Séjour d'enseignement et de recherche, Université de Surrey, Londres, Grande Bretagne (novembre 2011).
- Séjour d'enseignement et de recherche, Université de Kharkov, Ukraine (décembre 2011).

ENSEIGNEMENTS ET RESPONSABILITES ACADEMIQUES

Activités d'enseignement en français et en anglais

Niveau Doctorat : Méthodologies de recherche

Niveau Master 2 : Comportement du consommateur, consumer insights, marketing postmoderne, tourisme expérientiel, études de marché, marketing industriel, Web 3.0, marketing relationnel, marketing stratégique.

Niveau Master 1 : Techniques d'enquête, enquête quantitative

Niveau Licence : Montage de projet, marketing, projets professionnels

Activités pédagogiques

- Suivi de projets professionnels en Licence, Université Lyon 2 et IAE de Poitiers
- Suivi des groupes de projet d'études en Master 1 et Master 2, Université Lyon 2 et IAE de Poitiers
- Participation à des jurys de sélection à l'entrée du Master 2, Master 1 et Licence Professionnelle, Université Lyon 2 et l'IAE de Poitiers
- Encadrement de rapports professionnels en marketing en Licence 3, Master 1 et Master 2, Université Lyon 2 et IAE de Poitiers
- Encadrement de mémoires (professionnel et recherche) en Master 1, Master 2 et Licence Pro, Université Lyon 2 et IAE de Poitiers
- Participation à des jurys de mémoire en Master 1, Master 2 et en Licence Pro, Université Lyon 2 et IAE de Poitiers

- Participation à des jurys de VAE et sélection des candidatures.
- Mise en place de partenariats entre professionnels et l'Université de Lyon 2.

Responsabilités académiques

Depuis 2012	Coordinatrice du programme européen Erasmus Intensive Programme (IP).
2012-2013	Responsable du projet européen Market Basket en partenariat avec l'Université d'Amsterdam et l'Université d'Aarhus.
2012-2013	Directrice du département tourisme à l'Université Lyon 2.
Depuis 2012	Responsable de la Licence Professionnelle gestion du patrimoine immatériel option « Guide Conférencier », Lyon 2.
Depuis 2012	Responsable et organisatrice de la journée professionnelle en tourisme.
2012-2013	Responsable Master 1 tourisme à l'Université Lyon 2.
2011-présent	Responsable de l'échange (Professeurs et étudiants) Erasmus entre l'Université de Lyon 2 et l'Université de Surrey à Londres.
2011-present	Responsable de l'échange (Professeurs et étudiants) Erasmus entre l'Université de Lyon 2 et l'Université de Aarhus au Danemark.

DIFFUSION DANS LES MEDIAS

En 2011, article publié dans Sciences Humaines « Le monde des ados : des consommateurs créatifs », N° 226, mai 2011.

Article publié sur le site Veille et analyse « Les jeunes, consommateurs numériques ? », 5 avril 2011.

Participation à un tournage vidéo dans le cadre du Festival du musée des confluences sur « le marketing alimentaire » à Lyon, 19-23 octobre 2011.

En 2009, entretien avec un journaliste de la presse écrite suédoise. L'objet de cette interview consiste à présenter mes travaux de recherche sur le comportement de consommation des adolescents français et leur processus d'apprentissage de la consommation dans un environnement hautement technologique.

En 2008, entretien avec une journaliste de la presse écrite régionale Sud Ouest. L'objet était de débattre de l'appropriation des technologies numériques comme le téléphone portable par les jeunes consommateurs.

En 2007, invitée à une émission de radio pour parler des jeunes et l'usage du téléphone portable. Une émission diffusée en direct sur la station RCF écoutée par plus de 2 millions d'auditeurs en France, Belgique et Suisse.