

Lydie Bonnefoy-Claudet
lydie.bonnefoy-claudet@univ-smb.fr
0661626470
Chambéry : 04 79 75 83 82
Annecy : 04 50 09 24 40



IAE Savoie Mont-Blanc
CITHEME
Route de Saint Cassin
BP 1104
73011 Chambéry Cedex

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

MCF en Sciences de Gestion – Marketing
Responsable de la mention Master Tourisme

Recherche

Thèmes de recherche : **Marketing, Comportement du consommateur, Expérience de consommation, Comportements touristiques, Comportements responsables, Émotions, Valeur de l'expérience de consommation, Thématisation.**

Articles dans des revues nationales et internationales à comité de lecture

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. [HCERES A / FNEGE rang 2]

Bonnefoy-Claudet L. et Ghantous N. (2013), The mediating role of perceived value in emotions' relation to satisfaction, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 30(6): 624-637. [HCERES C / FNEGE rang 4]

Bezançon M., **Bonnefoy-Claudet L.**, Morrongiello C. et Le Borgne G., Fair, Confusing, Opportunist, Outstanding or Accessory? Understanding guests' perceptions of hotels' green practices, 2^{ème} tour [HCERES B / FNEGE rang 3]

Bezançon M., **Bonnefoy-Claudet L.**, Manthé E et Morrongiello C., Do Hotels' Green Efforts Lead Guests to Adopt Sustainable Behaviors? Mediating Roles of Perceived Motives, Gratitude and Green Trust, En cours d'évaluation [HCERES B / FNEGE rang 3]

Contributions à ouvrages collectifs

Bonnefoy-Claudet L. et Le Goff L. (2022), Hôtellerie de luxe et développement durable : vraiment incompatibles ? Comment l'établissement « Les Sources de Caudalie » relève le défi, in Ouvrage collaboratif Co'lab AFM - *Marketing pour une Société Responsable*, Chap. 7, www.marketingpourunesocieteresponsable.org ([url](#))

Bonnefoy-Claudet L. (2020), La valeur de consommation des séjours en stations de sports d'hiver – identification et mesure, in R. Mencarelli et A. Rivière (coord.), *La valeur perçue en marketing, Perspectives théoriques et enjeux managériaux*, Aix-en-Provence, Presses Universitaires de Provence, 169-180.

Communications dans des colloques nationaux et internationaux à comité de lecture

Bonnefoy-Claudet L. et Morrongiello C. (2024), Exploration of the dark side of mobile technologies on consumer immersion in touristic experience: the case of theme parks, 23rd *International Marketing Trends Conference*, Venice.

Bezaçon M., **Bonnefoy-Claudet L.**, Manthé E. et Morrongiello C. (2023), Aidez-nous à protéger notre planète : les efforts pro-environnementaux des hôtels conduisent-ils les clients à adopter des comportements durables ? Le rôle de la gratitude. », *39^{ème} Congrès International de l'Association Française du Marketing*, Vannes.

Bezaçon M., **Bonnefoy-Claudet L.**, Manthé E. et Morrongiello C. (2023), Help us protect our planet: do hotels' pro-environmental efforts lead guests to adopt sustainable behaviors? The role of gratitude", *Europe Annual Chapter Conference of the Travel and Tourism Research Association*, Dijon.

Bezaçon M., **Bonnefoy-Claudet L.**, Morrongiello C. et Le Borgne G. (2022b), Fair, Confusing, Opportunist, Outstanding or Accessory? Understanding guests' perceptions of hotels' green practices", *11^{ème} Colloque Pluridisciplinaire de l'Association AstRES*, Nice.

Bezaçon M., **Bonnefoy-Claudet L.**, Le Borgne G. et Morrongiello C. (2022a), Fair, Confusing, Opportunist, Outstanding or Accessory? Understanding guests' perceptions of hotels' green practices", *11th International Research Meeting in Business And Management*, online.

Morrongiello C., Bezaçon M. et **Bonnefoy-Claudet L.** (2018), #Silentmajority, #lurkposter, #hybridconsumer: understanding new lurking behaviours", *17^{ème} Colloque sur le Marketing Digital*, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne.

Morrongiello C. et **Bonnefoy-Claudet L.** (2016), Consumer skepticism on online platforms: the impact on consumer relationship, *32^{ème} Congrès International de l'Association Française du Marketing*, Lyon.

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, *1^{ère} Journée de Recherche en Marketing du Grand Est*, Dijon.

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, *11th New Zealand Tourism and Hospitality Research Conference*, Hamilton.

Bonnefoy-Claudet L., Giannelloni J-L et Robinot E. (2011), La thématization d'un lieu de service touristique : quel impact sur la valeur de consommation ? *27^{ème} Congrès International de l'Association Française du Marketing*, Bruxelles.

Bonnefoy-Claudet L. (2010), 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*, Le Mans.

Bonnefoy-Claudet L. et Dholakia N. (2009), Enchanting simulations, simulating enchantment and disenchantment of the synthetic, *5th Workshop on Interpretative Consumer Research*, Milan.

Bonnefoy-Claudet L., Robinot E. et Giannelloni J-L. (2008), 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.

Bonnefoy-Claudet L., Robinot E. et Giannelloni J-L. (2007), Analyse des interactions sociales dans l'expérience de consommation en station de ski : une approche ethnographique, *1^{ère} Journée Interdisciplinaire des Interactions Sociales*, Sorbonne Université, Paris.

Interviews radio

Radio Grand Lac, Émission « L'économie autrement », interview sur les comportements touristiques responsables et de l'hôtellerie, 20 juin 2023 ([url](#)).

Oryx Radio (Qatar), Émission « Point Conso », interview sur la thématization des lieux de consommation et son effet sur les comportements de la clientèle, 28 mars 2018.

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) sous la direction du Pr. Jean-Luc Giannelloni Titre de la thèse : « <i>Les effets de la thématization du lieu sur l'expérience vécue par le consommateur : une double approche cognitive et expérientielle</i> »
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

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

Marketing fondamental, Marketing stratégique et opérationnel, Marketing sectoriel, Marketing responsable, Marketing expérientiel, Business Game Économie circulaire, Comportement touriste responsable, Psycho-socio de la consommation, Tourisme/Hôtellerie/Événementiel durable et responsable, Approche expérientielle du marketing et tourisme, Consommation responsable Marketing et CRM, Comportement du consommateur, Méthodologie de la recherche, Études marketing, Études de marché à l'international, Analyse de données quantitatives, Communication et sponsoring, Vente et négociation

Animation de jeux d'entreprise (Business Game Économie Circulaire, MARKOPS, LM Resort, SHADOW MANAGER)

Développement de **pratiques pédagogiques innovantes** (classes inversées, *business game*, projets vidéographiques, projets pour des entreprises et organisations du secteur touristique (Offices de tourisme, stations de sports d'hiver, comité d'entreprise, etc.), projets multiculturels pour des territoires

Développement de la nouvelle Licence Professionnelle « Conception, commercialisation et management de l'offre touristique de montagne)

Responsabilité de formations (L3, LP) et de Mention (promotion, recrutement étudiants, gestion des maquettes et calendriers de formation, recrutement intervenants, jurys de semestres et années, etc.)

Accompagnement au **passage en alternance de 2 parcours de M2**

Accompagnements et suivis de **VAE et VAPP**

Participation aux jurys pour les demandes de départs à l'étranger

Suivis de stagiaires, d'alternants, de projets tutorés, de mémoires (FI et FC) et de missions « consultant »

Jurys de recrutement MCF, PRAG, contractuels

Autres

- Membre de l'équipe représentant le laboratoire IREGE 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