

Professeur des Universités Marie-Christine LICHTLÉ

Département de rattachement: Marketing Vente

Email: marie-christine.lichtle@umontpellier.fr

Nationalité:

ACTIVITÉS DE RECHERCHE

Activités liées à l'éducation

Encadrement de thèse

- 2025 - 2025 Encadrement de la thèse de BING BAI soutenue le 11 juillet 2025. SUJET : L'effet des auto-prophéties sur les comportements pro-environnementaux : une approche révisée de la dissonance cognitive »
- 2024 - 2024 Encadrement de la thèse de Nachit O. « Mieux comprendre l'EXPansion et l'EXTension de soi du consommateur : application à un objet connecté » encadrée par M.C. Lichtlé et L. Balbo, soutenue 9 juillet 2024, Université de Montpellier.
- 2024 - 2024 Encadrement de la thèse d'Oussama NACHIT intitulée « Mieux comprendre l'EXPansion et l'EXTension de soi du consommateur : application à un objet connecté », Université de Montpellier

Membre d'un jury de thèse

- 2024 - 2024 Suffragante de la thèse d'Ambre Gambin : « Lutter contre les fausses informations à travers les réseaux sociaux : Etude des effets des approches de curation, prévention et responsabilisation des internautes », Thèse encadrée par A. Munzel et G. N'Goala, Université de Montpellier, France
- 2023 - 2023 Haddouche H., Les voies pour un tourisme écoresponsable : éducation et incitation du touristeconsommateur, Université de Paris-Est, (Directrice de thèse : F. Allard-Poési) – Rapporteur., Université de Paris-Dauphine
- 2023 - 2023 Jury de thèse de Patat-Dubouis P., Alliances accidentelles de marques : Définition et approche managériale. Processus de traitement et effets sur le consommateur, Université de Paris-Dauphine, sous la direction de N. Fleck – Rapporteur., Université de Paris-Dauphine

Activités liées à la recherche ou l'édition

Activités liées à la recherche

- 2023 - 2023 Organisation du Workshop, Regards croisés de chercheurs et de professionnels sur les comportements responsables
- 2023 - 2023 Membre du jury de thèse de Diouf D.O. : Influence de la couleur et de la typographie des sites web marchands sur les réactions des internautes, Université Panthéon-Sorbonne, sous la direction de Jean-François Lemoine, rapporteur., Universités Paris I Panthéon-Sorbonne
- 2023 - 2023 « Consommation responsable et bien-être de la société », webinaire monté avec les MOMA junior Conseil., Montpellier Management, France
- 2022 - 2022 Membre du jury de thèse de Sara L. : Les effets de l'accessibilité et de la valorisation de l'expérience sur l'adoption de pratiques de mobilité douce : une étude empirique au sein des grands espaces urbains, Université de Montpellier, sous la direction de G. N'Goala., Université de Montpellier, France

Organisation d'une conférence

- 2025 - 2025 Organisation de la Conférence annuelle Chaire Maréson "La sobriété : entre utopie et réalité".
- 2025 - 2025 Organisation du 9th French-Austrian-German Workshop on Consumer Behavior.
- 2024 - 2024 Organisation de la conférence de la Chaire Maréson Marketing Responsable et Bien-être : Osons une consommation responsable, Université de Montpellier, France

Panéliste à une conférence

- 2023 - 2023 "Le marketing responsable à l'épreuve du marché", Chaire Maréson, Université de Montpellier, France

Supervision de thèses / HDR

Les incidences des usages de la blockchain pour la transparence alimentaire, de la traçabilité à la surveillance, Directeur de thèse, Montpellier Management, France

PUBLICATIONS SCIENTIFIQUES

01 Article revu par les pairs dans un journal issu des listes HCERES, FNEGE, ABS

COTTET, P., J. M. FERRANDI, M.-C. LICHTLÉ, V. PLICHON - "Pourquoi les directives en matière de santé ne sont-elles pas respectées ? Le rôle de la distance envers la maladie et de la réactance envers ces directives" - 2025, *Journal de gestion et d'économie de la santé*

GALLIN, S., L. BALBO, M.-C. LICHTLÉ - "Quand le soutien social permet d'accroître l'auto-efficacité alimentaire : une application aux communautés en ligne de perte de poids" - 2024, *Recherche et Applications en Marketing*

FERRANDI, J. M., M.-C. LICHTLÉ, A. MIONE, B. SIADOU - MARTIN - "Une nouvelle proposition de valeur à l'épreuve du consentement à payer des consommateurs : l'upcycling alimentaire" - 2024, *Décisions Marketing*

COTTET, P., M.-C. LICHTLÉ, V. PLICHON, J. M. FERRANDI - "Pourquoi respectons-nous les directives sanitaires en période de covid 19 ? La distance perçue à l'égard de la maladie, une nouvelle grille de lecture," - 2023, *Management et Avenir*

HASHISH, Y., M.-C. LICHTLÉ - "The effects of telepresence on the perceived value of tourist destination and travel intention" - 2023, *Journal of Marketing Trends*

GALLIN, S., M.-C. LICHTLÉ, L. BALBO - "Le rôle de la comparaison sociale dans les communautés en ligne de soutien à la perte de poids" - 2019, *Décisions Marketing*

LICHTLÉ, M.-C., L. NABEC, D. ROUX, C. CHEVALIER - "Légitimité des associations de consommateurs et vulnérabilité perçue de leurs publics : quels effets sur l'intention de confiance envers les acteurs consuméristes ?" - 2018, *Recherche et Applications en Marketing*

LICHTLÉ, M.-C., V. PLICHON - "L'effet de la satisfaction à l'égard du produit sur la satisfaction dans la vie : le rôle de variables modératrices" - 2017, *Décisions Marketing*

02 Communication à une conférence académique avec comité de lecture

GAVOILLE, C., J. M. FERRANDI, M.-C. LICHTLÉ, A. MIONE, B. SIADOU - MARTIN - "Promouvoir la consommation de « déchets » : un défi impossible pour le marketing ? Une étude exploratoire des produits alimentaires upcyclés" - 2025, *Journée de Recherche en Marketing du Grand Est, Dijon*

GAVOILLE, C., J. M. FERRANDI, M.-C. LICHTLÉ, M. MANZANO, A. MIONE, B. SIADOU - MARTIN - "L'upcycling alimentaire : les perceptions des consommateurs face à cette pratique émergente" - 2025, *Colloque Etienne Thill*, Martigues

GANDRILLE, L., M.-C. LICHTLÉ, V. PLICHON - "Exploring the Role of Typography in Communicating Brand Responsibility" - 2025, *French Austrian German Workshop on Consumer Behavior*, Montpellier

GUILLOU, E., M.-C. LICHTLÉ, V. PLICHON - "La sensibilité aux actions responsables des marques et l'ambivalence ressentie à l'égard des produits de luxe ont-elles un effet sur l'intention d'achat de ces produits ? Le cas des jeunes consommateurs" - 2025, *Colloque Etienne Thill*, Martigues

SACO, V., M.-C. LICHTLÉ, P. FOLCHER - "Cartographie et analyse bibliométrique du concept d'authenticité" - 2025, *Congrès de l'Association Française du Marketing*, Lille

SACO, V., M.-C. LICHTLÉ, P. FOLCHER - "Une marque authentique est-elle responsable et pertinente ? Le point de vue des consommateurs" - 2025, *Colloque Etienne Thill*, Martigues

PIONTEK, V., M.-C. LICHTLÉ, S. MUSSOL - "Towards a better understanding of rhetorical figures in advertising: advertisers and consumers' perspectives" - 2025, *EMAC Annual Conference*, Madrid

FERRANDI, J. M., M.-C. LICHTLÉ, A. MIONE, B. SIADOU - MARTIN - "Utiliser les applications mobiles de lutte contre le gaspillage alimentaire : Un indicateur de l'adoption d'une démarche de consommation responsable ?" - 2025, *Congrès de l'Association Française du Marketing*, Lille

LICHTLÉ, M.-C., N. OUSSAMA, L. BALBO - "Coach, partenaire ou assistante ? Une analyse qualitative des typologies des relations entre les utilisateurs et leur montre connectée à l'aide d'un modèle de langage ajusté" - 2025, *Congrès de l'Association Française du Marketing*, Lille

FERRANDI, J. M., M.-C. LICHTLÉ, A. MIONE, B. SIADOU - MARTIN - "Quelles actions pour promouvoir la durabilité auprès des consommateurs ? Une approche segmentée par le profil « responsable » des individus »" - 2025, *Journée de Recherche en Sciences de Gestion sur les Changements Comportementaux*, Paris

PIONTEK, V., M.-C. LICHTLÉ, S. MUSSOL - "Raising awareness and encouraging socially responsible behaviours through rhetoric: a content analysis of rhetorical figures in ngo's advertisements" - 2025, *French Austrian German Workshop on Consumer Behavior*, Montpellier

PIONTEK, V., M.-C. LICHTLÉ, S. MUSSOL - "La créativité verbale comme valeur ajoutée du message publicitaire : perceptions et usages des figures de rhétorique par les professionnels de la publicité" - 2024, *Congrès de l'Association Française du Marketing*

PLICHON, V., M.-C. LICHTLÉ, J. M. FERRANDI, P. COTTET - "Pour quelles raisons les directives en matière de santé ne sont-elles pas toujours efficaces ? Le rôle de la distance envers la maladie et de la réactance envers les directives sanitaires" - 2024, *Congrès de l'Association Française du Marketing*

FERRANDI, J. M., M.-C. LICHTLÉ, A. MIONE, B. SIADOU - MARTIN - "L'upcycling alimentaire : comment améliorer le consentement à payer du consommateur ?" - 2024, *Marketing Trends Conference*, Venise

FERRANDI, J. M., M.-C. LICHTLÉ, A. MIONE, B. SIADOU - MARTIN - "Utiliser les applications mobiles de lutte contre le gaspillage alimentaire : Un indicateur de l'adoption d'une démarche de consommation responsable ?" - 2024, *Journée Marketing du Développement Durable*, Strasbourg

FERRANDI, J. M., M.-C. LICHTLÉ, A. MIONE, B. SIADOU - MARTIN - "L'upcycling : l'émergence d'un modèle d'affaires, de la destruction à la création de valeur" - 2024, *Association française du marketing*

FERRANDI, J. M., M.-C. LICHTLÉ, A. MIONE, B. SIADOU - MARTIN, M. EPPE - "Food upcycling : How to improve the consumer's willingness to pay" - 2024, *Marketing Trends Conference*

SACO, V., P. FOLCHER, M.-C. LICHTLÉ - "The influence of authenticity and proximity perceived on products. An application on the clothing sector" - 2024, *Marketing Trends Conference*

BAI, B., L. BALBO, M.-C. LICHTLÉ - "Towards reducing purchases of plastic bottled water: exploring the influence of self-prophecy" - 2024, *AMS Academy of Marketing Science Annual Conference*

BAI, B., L. BALBO, M.-C. LICHTLÉ - "Exploring the mediating role of anticipated guilt between self-prophecy and purchase intention: An application to plastic bottled water" - 2024, *40th International Congress of the French Marketing Association*

BELISLE, D., S. CHEIKHROUHO, P. COTTET, J. M. FERRANDI, M.-C. LICHTLÉ, V. PLICHON - "La distance psychologique par rapport à la maladie : proposition d'une nouvelle échelle quadridimensionnelle" - 2024, *Congrès de l'Association Française du Marketing*

NACHIT, O., L. BALBO, M.-C. LICHTLÉ - "« La dualité entre l'EXPansion et l'EXTension de soi : Une application aux utilisateurs des montres connectées" - 2024, *Marketing Trends Conference*

NACHIT, O., M.-C. LICHTLÉ, L. BALBO - "Une exploration de l'ambivalence « EXPansion de soi et EXTension de soi » appliquée aux utilisateurs des appareils de suivi de santé" - 2024, *Congrès de l'Association Française du Marketing*

LICHTLÉ, M.-C., B. BAI, L. BALBO - "A self-prophecy study: will you reduce your meat consumption?" - 2023, *Congrès de l'Association Française du Marketing*, Vannes, France

LICHTLÉ, M.-C., P. COTTET, J. M. FERRANDI, V. PLICHON - "La distance par rapport à la maladie : mesure et conséquences - Une application à la covid-19" - 2023, *Congrès de l'Association Française du Marketing*, Vannes, France

LICHTLÉ, M.-C., J. ESTARAGUE, L. BALBO - "L'humour est-il une stratégie efficace en communication persuasive ? Une étude de la parodie et de l'humour noir dans les messages de prévention du surpoids et de l'obésité" - 2023, *Congrès de l'Association Française du Marketing*, Vannes, France

LICHTLÉ, M.-C., J. M. FERRANDI, A. MIONE, B. SIADOU-MARTIN, M. EPPE - "Food up-cycling: How much does it cost the consumer?" - 2023, *French Austrian German Workshop on Consumer Behavior*, Innsbruck, Autriche

LICHTLÉ, M.-C., V. SACO - "The role of touch in a virtual experience created with a metaverse: an application in the fashion industry" - 2023, *Marketing Trends Conference*, Paris, France

LICHTLÉ, M.-C., Y. COMMANDRE, S. MIGNON, C. MACOMBE - "La transparence et la traçabilité dans les filières alimentaires : une exploration des usages de la technologie blockchain" - 2023, *Journée du Marketing agroalimentaire*

LICHTLÉ, M.-C., J. M. FERRANDI, A. MIONE, B. SIADOU-MARTIN, M. EPPE - "Quel prix pour une démarche alimentaire durable ? Une application à un produit alimentaire anti-gaspillage" - 2023, *Journée du Marketing agroalimentaire*, Montpellier

MIONE, A., J. M. FERRANDI, M.-C. LICHTLÉ, B. SIADOU - MARTIN - "Accompagner l'adoption des comportements durables : le rôle de la communication" - 2023, *Journée de recherche du pôle Sciences Sociales de l'Université de Montpellier*, Montpellier

BAI, B., L. BALBO, M.-C. LICHTLÉ - "Is a prediction request efficient to reduce meat consumption? A study of self-prophecy effect through psychological discomfort and guilt" - 2022, *World Social Marketing Conference*, Royaume-Uni

COMMANDRE, Y., M.-C. LICHTLÉ - "L'utilisation de la blockchain pour la transparence alimentaire, une transformation digitale à destination des consommateurs ?" - 2022, *Congrès Istec*, Paris

LICHTLÉ, M.-C., P. COTTET, J. M. FERRANDI, V. PLICHON - "Understanding better behaviors during a health crisis: the role of perceived distance from the disease" - 2022, *French Austrian German Workshop on Consumer Behavior*, Sarrebruck

LICHTLÉ, M.-C., P. COTTET, J. M. FERRANDI, V. PLICHON - "L'échelle de mesure de la distance psychologique : une application à la covid-19" - 2022, *Marketing Trends Conference*, Rome

LICHTLÉ, M.-C., O. NACHIT, L. BALBO - "Better understand the relationship between self-EXPansion and self-EXTension: an application to connected health" - 2022, *Marketing Trends Conference*, Rome.

NACHIT, O., L. BALBO, M.-C. LICHTLÉ - "Mieux comprendre la relation entre l'EXPansion et l'EXTension de soi : une application à la santé connectée" - 2021, Angers, France

COTTET, P., J. M. FERRANDI, M.-C. LICHTLÉ, V. PLICHON - "Pourquoi respectons-nous les directives sanitaires en période de covid-19 ? La distance perçue à l'égard de la maladie, une nouvelle grille de lecture" - 2021

COTTET, P., J. M. FERRANDI, M.-C. LICHTLÉ, V. PLICHON - "Les effets de la distance perçue et du niveau de construction : une application aux régimes alimentaires des malades chroniques" - 2020, Biarritz, France

COTTET, P., J. M. FERRANDI, M.-C. LICHTLÉ, V. PLICHON - "Pourquoi ne sommes-nous pas observants ? La distance perçue à l'égard de la maladie, une nouvelle grille de lecture" - 2019, Le Havre, France

COTTET, P., J. M. FERRANDI, M.-C. LICHTLÉ, V. PLICHON - "L'effet de l'orientation régulatrice sur les comportements alimentaires : le cas particulier du contexte de régime alimentaire" - 2018, Strasbourg, France

COTTET, P., J. M. FERRANDI, M.-C. LICHTLÉ, V. PLICHON - "La compréhension des moteurs des comportements alimentaires : une approche par le Food Choice Questionnaire" - 2017, Montpellier, France

COTTET, P., J. M. FERRANDI, M.-C. LICHTLÉ, V. PLICHON - "La non-observance nutritionnelle du patient atteint d'une maladie chronique : premiers éléments de compréhension" - 2017, Tours, France

GALLIN, S., M.-C. LICHTLÉ, L. BALBO - "Les effets positifs et négatifs des communautés en ligne de soutien à la perte de poids : les avis d'experts en nutrition et d'utilisateurs de communautés" - 2017, Tours, France

GALLIN, S., M.-C. LICHTLÉ, L. BALBO - "Effects of participating in an online dieting support community on eating behaviors: the mediating role of community identification" - 2017, Tours, France

GALLIN, S., M.-C. LICHTLÉ, L. BALBO - "Minceur online : effet de l'identification à la communauté sur les comportements alimentaires et rôle médiateur de la sensibilité à l'influence sociale" - 2017, Metz, France

03 Chapitre d'ouvrage

GUILLOU, E., M.-C. LICHTLÉ, V. PLICHON, A. MIONE - ""Comment expliquer le développement de la seconde main dans le luxe auprès des Millenials et de la Génération Z? " In: *Livre Blanc*" - 2025, *EIML Paris*

GOURMELEN, A., M.-C. LICHTLÉ, L. BALBO, S. GALLIN - "'Eating Together": With or Without the Dietary Constraints of Others?" - 2022

GOURMELEN, A., L. BALBO, M.-C. LICHTLÉ, S. GALLIN - "Manger ensemble » : avec ou sans les contraintes alimentaires des autres ?" - 2022

GALLIN, S., L. BALBO, M.-C. LICHTLÉ - "Chapter 2" - 2022

GALLIN, S., L. BALBO, M.-C. LICHTLÉ - "'Manger ensemble" grâce à internet : le cas des communautés en ligne de soutien à la perte de poids" - 2022

04 Ouvrage de recherche

FERRANDI, J. M., M.-C. LICHTLÉ - "Marketing (coordinateurs), Dunod, Collection Openbook, Ouvrage labellisé FNEGE." - 2021

05 Vulgarisation scientifique (vidéos, apparition/discours médiatique...) en lien avec la recherche

BAI, B., L. BALBO, M.-C. LICHTLÉ - "Allez-vous acheter moins de bouteilles en plastique ? Une simple question peut changer nos comportements" - 2024

LICHTLÉ, M.-C., A. MIONE, B. SIADOU-MARTIN, J. M. FERRANDI - "Le consommateur français est-il responsable ?" - 2023

MIONE, A., B. SIADOU-MARTIN, J. M. FERRANDI, M.-C. LICHTLÉ - "Le marketing responsable, de la compréhension à l'action" - 2022

COTTET, P., M.-C. LICHTLÉ, V. PLICHON - "Pourquoi les consignes sanitaires ne sont pas toujours respectées ?" - 2020, *The Conversation*

09 Cas d'étude

LICHTLÉ, M.-C., J. ESTARAGUE, J. M. FERRANDI, B. SIADOU-MARTIN - "HappyVore : Quelle stratégie de communication pour une offre végétale de simili-viande en rupture avec les codes et habitudes alimentaires des Français ? In : Cas en marketing durable. Une nouvelle vision pour une évolution des pratiques marketing" - 2023, *Editions EMS Management & Société.*, Paris