

# 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

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.

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

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

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

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

« Consommation responsable et bien-être de la société », webinar monté avec les MOMA junior Conseil., Montpellier Management, France

#### Organisation d'une conférence

2024 - 2024 Organisation de la conférence de la Chaire Maréson Marketing Responsable et Bien-être : Osons une consommation responsable, Université de Montpellier,

### **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**

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**

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*, Stransbourg

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

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