



Laboratoire REGARDS EA 6292

Université de Reims Champagne-Ardenne

UFR des Sciences Économiques, Sociales et de Gestion

57 bis, rue Pierre Taittinger 51096 Reims Cedex, FRANCE

Patrice COTTET

Corps-grade : MCF

Section : 06 - Sciences de gestion

Statut : Membre

Tél. : 03.25.42.46.25

E-mail : patrice.cottet@univ-reims.fr

Mots-clés

Comportement du consommateur, publicité, résistance, émotions, négociation

Production scientifique (2010-2016)

Publications 2010-2016 :

- Articles en revues classées HCERES/CNRS à comité de lecture (Économie - Gestion)

Cottet P., Ferrandi J-M. et Lichtlé M-C. (2012), Les consommateurs résistants à la publicité : leurs principales actions et motivations, *Décisions Marketing*, n° 68, octobre-décembre, 25-36. (Catégorie HCERES : B)

Cottet P., Lichtlé M-C. et Plichon V. (2012), Fidélité transactionnelle ou relationnelle : une approche qualitative, *Gestion 2000*, n° 3, 63-82. (Catégorie HCERES : C)

Cottet P., Lichtlé M-C. et Plichon V. et Ferrandi J-M. (2016), Image d'hospitalité des villes touristiques : le rôle de la communication, *Recherches en Sciences de Gestion*. (Catégorie HCERES : B)

- Articles en revues sans comité de lecture

Cottet P., Ferrandi J-M. et Lichtlé M-C. (2011), First test and validation of a scale of resistance behavior toward advertising, *Journal of Marketing Trends*, 2011, n°1, 51-64.

Sohier J., Cottet P., Mbengue A. et Sohier S. (2011/2), La simulation d'un marché comme outil pédagogique et de recherche en négociation, *Négociation*, n° 16, 57-74.

Cottet P., Lichtlé M-C. et Plichon V. (2013), De la psychologie au marketing : Doit-on adapter les échelles des psychologues au comportement du consommateur ? Le cas des émotions. *JNRIUT*,

- Contributions à des ouvrages collectifs

Power and Influence in Sales Negotiation, in *Negotiation Excellence, Successful Deal Making*, M. Benoliel Editor, 161-176, World Scientific, 2011. (avec Mbengue A. et Joël Sohier).

Chapitre sur le comportement du consommateur, dans le *Marketing*, Editions Dunod, juin 2014 (coordonnée par Ferrandi J-M et Lichtlé M-C.)

Communications en colloques internationaux et nationaux 2010-2016 :

- Communications orales internationales

Cottet P., Lichtlé M-C. et Ferrandi J-M. (2010), Premiers tests et validation d'une échelle de mesure du comportement de résistance à la publicité, 9th International Marketing Trends Congress. Venise.

Cottet P. Lichtlé M-C. et Plichon V. (2010), The influence of ambient factors in services: the compared effects of perceived colors and store layout, Colloque International de La Londe les Maures, 2010, (avec Marie-Christine

Cottet P., Lichtlé M-C. et Plichon V. (2010), The compared effect of perceived sensory stimuli during the shopping experience, EMAC (European Marketing Academy) Copenhagen.

Cottet P., Lichtlé M-C. et Ferrandi J-M. (2010), Le comportement de résistance à la publicité: premiers tests de la validité d'une échelle de mesure, Actes de l'Association Française du Marketing, (poster), Le Mans.

Cottet P., Lichtlé M-C. et Ferrandi J-M. (2010), Resistance to advertising and boycott: an international comparison, ICAR/NACRE (International Centre for Anti-Consumption Research/New Approaches to Consumer Resistance (NACRE), Euromed Management, Marseille.

Cottet P., Lichtlé M-C. et Ferrandi J-M. (2010), Resistance to advertising: a study of consumer perceptions through a projective approach, EMAC (European Marketing Academy) Budapest.

Cottet P., Lichtlé M-C. et Plichon V. (2010), The necessity to create measurement scales of affective states adapted to the context studied. The case of emotions in retailing, EMAC (European Marketing Academy), in *40th EMAC Conference: The day after – Inspiration, Innovation, Implementation 2011 proceedings of the EMAC 40th conference in Ljubljana, Slovenia, 24-27 may*.

Cottet P., Lichtlé M-C. et Plichon V. (2011), Fidélité transactionnelle ou relationnelle : une approche exploratoire, Actes de l'Association Française du Marketing, Bruxelles.

Cottet P., Lichtlé M-C. et Plichon V. (2012), Les déterminants d'une ville hospitalière : une approche qualitative. Actes de l'Association Française du Marketing, Brest.

Sohier J., Stimec A. et Cottet P. (2012), Satisfaction and performance of buyer-seller negotiations, IACM Conference 2012 (International Association for Conflict Management), Cape Town, July 12 - July 14.

Cottet P., Lichtlé M-C. et Plichon V. (2013), L'image des destinations urbaines : Comment rendre une ville plus hospitalière aux yeux des touristes, Congrès de l'Association Française du Marketing, La Rochelle, mai 2013, (avec Marie-Christine Lichtlé et Véronique Plichon).

Cottet P., Lichtlé M-C. Ferrandi J-M, et Plichon V. (2014), The influence of ambient factors in retail stores: the compared effects of perceived colors and store layout. EMAC (European Marketing Academy), Valence.

Sohier J., Stimec A. et Cottet P. (2015), The outcomes of buyer-seller negotiations: the contribution of the games theory, Group Decision and Negotiation International Conference, Warsaw School of Economics, Pologne

- Communications orales nationales

Cottet P., Depardon K. et Lamy C. (2011), L'architecture théâtralisée des centres de magasins d'usines, Colloque Etienne Thil.

Cottet P., Lichtlé M-C. et Plichon V. (2012), De la psychologie au marketing : Doit-on adapter les échelles des psychologues au comportement du consommateur ? Le cas des émotions, Colloque national CNRIUT, Université de Tours.

Cottet P., Lichtlé M-C. Ferrandi J-M, (2013), La résistance à la publicité : au-delà de la résistance à la persuasion ? Journées de l'ADRIPS, Metz.

Cottet P., Lichtlé M-C. Ferrandi J-M, (2013), Les consommateurs résistants à la publicité : leurs principales actions et motivations. Communications et Médias, AFM/IREP.

Sohier J., Stimec A., Cottet P et Sohier S. (2014), Un programme de co-développement de la recherche et de la pédagogie en négociation : premiers résultats et perspectives de recherche, 5^{ème} Biennale Internationale de la Négociation.

Cottet P., Lichtlé M-C. Ferrandi J-M. et Plichon V. (2015), Premiers tests d'une échelle de mesure de l'orientation régulatrice du consommateur, Journées de Recherche du Grand Est.

Cottet P. et Abaidi I. (2015), Le packaging alimentaire : quel apport de la photographie du producteur ? Une approche exploratoire, Journée AFM/Marketing Agroalimentaire, Montpellier.

Cottet P., Lichtlé M-C. Ferrandi J-M. et Plichon V. (2015), Comportements alimentaires et orientation régulatrice : proposition d'une première échelle de mesure dans un contexte français, Journée AFM/Marketing Agroalimentaire, Montpellier.

Cottet P., Lichtlé M-C. Ferrandi J-M. et Plichon V. (2015), Le positionnement émotionnel du magasin : un indicateur de son potentiel émotionnel, Colloque Etienne Thil.

Rayonnement et attractivité académiques (2010-2016)

- Direction de contrats institutionnels de recherche, ou de working packages, participation à des contrats de recherche sur financements publics nationaux ou régionaux (ANR, Contrats Européens, ADEME, etc.). Préciser le nom du contrat – le type, la période, le montant des financements – et les mots-clés

Participation au contrat ANR piloté par le Professeur Dominique Roux sur la résistance : 2006-2010 ANR/ NACRE (New Approaches to Consumer REsistance)

- Participation à des expertises

Evaluateur HCERES (2015-2016)