

Isabelle FROCHOT  
Université Savoie Mont Blanc  
IAE Savoie Mont Blanc  
BP 1104  
73011 Chambéry Cedex  
Isabelle.Frochot@univ-smb.fr  
Résidant à Biviers (Isère-France)

Portable: +33 (0)6 89 20 95 90  
Skype : Isa Frochot



### ***Expérience professionnelle***

***Depuis 2000*** ***Maître de conférences (HDR) en Sciences de Gestion - Marketing & comportement du consommateur appliqué au tourisme. Responsable du Master en Management des Destinations Touristiques.*** IAE Savoie Mont Blanc, Université Savoie Mont Blanc, Chambéry

***1999-2000*** ***Maître de conférences en Marketing Touristique et co-Responsable des troisièmes cycles.*** Scottish Hotel School, Strathclyde Business School, Glasgow, Ecosse

***1996-1999*** ***Maître de conférences en Marketing Touristique – Responsable du DEA en Gestion du tourisme rural.*** Scottish Agricultural College, Ecosse

### ***Formation universitaire***

***2013: HDR - Contribution to the understanding of satisfaction in an experiential context – application to tourism consumption.*** Université Savoie Mont Blanc, IAE Savoie Mont Blanc.

***1995-1999 : PhD (Thèse): L'influence des motivations des consommateurs sur l'évaluation de la qualité des services offerts par les sites historiques.*** Manchester Metropolitan University, Crewe and Alsager Faculty, UK. Directeur de thèse: Professeur H.Hughes. Examineur externe: Professeur L. Moutinho.

***1990-1991 : DESS en Economie du Tourisme.*** Université d'Aix-Marseille II.

***Langues:*** Anglais: Bilingue

***Logiciels maîtrisés:*** SPSS, Sphinx Lexica, Atlas et Final Cut Pro

Citations Internationales – **Indice Harzing:** 12

### ***Publications***

#### ***Revues scientifiques à comité de lecture***

Holmes, M. R., Dodds, R., & Frochot, I. (2019). At Home or Abroad, Does Our Behavior Change? Examining How Everyday Behavior Influences Sustainable Travel Behavior and Tourist Clusters. *Journal of Travel Research: 1-15*. <https://doi.org/10.1177/0047287519894070>

Frochot I., Kreziak D. and Elliott S. (2019) Home away from home: a longitudinal study of the holiday appropriation process, *Tourism Management*, 71 : 327-336 [CNRS 3 – FNEGE 1, HCERES A, Impact Factor : 5,9]

Savador M., El Euch Maalej M. & Frochot I. (2017) Rôle de la restauration gastronomique dans la valorisation des produits alimentaires localisés, *Décisions Marketing*, 85: 49-62. [CNRS 3, FNEGE 3, HCERES B]

Frochot I., Elliot S. & Kreziak D. (2017) Digging deep into the experience – flow and immersion patterns in a mountain holiday, *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 11(1): 81-91. [ABS 1]

Kreziak D. & Frochot I. (2011) Co-construction de l'expérience touristique : les stratégies des touristes en stations de sport d'hiver, *Décisions Marketing*, 64 : 23-33. [CNRS 3, FNEGE 3, HCERES B]

Frochot I. & Kreziak D. (2008) Customers' perceptions of ski resorts' images: implications for resorts' positioning strategies, *Tourism and Hospitality Research*, 8(4): 298-308. [SCImago: 18]

Frochot, I. (2005) A benefit segmentation of tourists in rural areas: a Scottish perspective, *Tourism Management*, 26: 335-346. [CNRS 3 - HCERES A, Impact Factor : 5,9]

Frochot, I. (2004) An investigation into the influences of the benefits sought by visitors on their quality evaluation of historic houses' service provision, *Journal of Vacation Marketing*, 10 (3): 223-237. [Impact Factor : 1.15]

Frochot, I. (2003) An analysis of destinations' regional positioning and their associated food images in French tourism regional brochures, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 14 (3/4): 77-96. [CNRS 4 - HCERES C ; Impact Factor : 1,45]

Frochot, I. (2003) The role of wine brotherhoods in the development of French wine tourism, *Journal of Tourism Studies*, 4 (2): 12-27.

Frochot, I. & Guymothi, S. (2001) Converging customer and provider-based approaches in satisfaction and service quality research in tourism, *Journal of Quality Assurance in Tourism and Hospitality*, 2 (1/2): 29-48. [SCImago 16]

Frochot, I. & Hughes, H. (2000) HISTOQUAL: an adaptation of SERVQUAL to historic houses, *Tourism Management*, 21(2): 157-167. [CNRS 3 - HCERES A, Impact Factor : 5,9]

Frochot, I. & Morrison, A. (2000) Benefit segmentation: a review of its applications to travel and tourism research, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 9(4): 21-45. [CNRS 4 - HCERES C ; IF : 1,45]

## **Ouvrages**

Frochot I. (2021) *A Practical Guide to Managing Tourist Experiences*, Routledge (en rédaction).

Fyall A., Legohérel P., Frochot I. & Wang Y. (2019) *Marketing for Tourism and Hospitality: Collaboration, Technology and Experiences*, Routledge.

Frochot, I. & Legohérel P. (2018), 4<sup>ème</sup> édition, Le Marketing du Tourisme, Dunod - Collection Gestion Sup.

Batat W. & Frochot I. (2014) Le Marketing Expérientiel, Dunod-Collection Tendances Marketing, Paris. 2<sup>ème</sup> édition à paraître en 202.

Frochot I & Batat W. (2013) Marketing and Designing the Tourist Experience, Goodfellow Publishers, London.

### **Chapitres publiés dans des ouvrages**

- Frochot I. (2020) *Au cœur de l'expérience touristique* In : Clergeau C. and Peypoch N. (eds), Comprendre la Recherche en Tourisme, Vuibert.

- Frochot I. (2017) A National Park in turmoil : The case study on the Vanoise National park in the Alps ; In : J . Chen (ed.), *Nature Tourism: A Global Perspective*, Routledge, p. 109-120.

- Frochot I. & Kreziak D. (2017) Designing cocreative processes in a holiday environment: immersion in an Alpine mountain resort, In: *Co-creation in tourist experiences: a practical approach*. Editors: N. K. Prebensen, M. Uysal, and J. Chen, Routledge, p. 22-36.

- Salvador M. & Frochot I. (2016) Mesurer la demande d'authenticité et l'imaginaire des touristes – Expérimentation dans le massif de Néouvielle, In: Vlès V. & Bouneau C (eds) *Stations en tension*, P.I.E. Peter Lang: Bruxelles, p. 163-177.

- Frochot I. (2013) Auto-construction mechanisms in tourism experience : applying the resort model at a destination level, Dissard J.C., Dehez J. and Marsat J-B (eds) *Blending perspectives on Tourism and Recreation*, Ashgate, p. 123-138.

- Batat W. & Frochot I. (2013) Towards an experiential approach in tourism studies, Scott McCabe (ed.) *Handbook of Tourism Marketing*, Routledge, p. 109-124.

- Vlès V., Marcelpoil E. & Frochot I. (2013) Strengths and paradoxes of French tourism planning, *European Tourism Planning and Organisation Systems: Vol.II*, p. 418-432.

- Giannelloni J-L, Frochot I. & Robinot E. (2008) Du mariage de la station de ski et du parc de loisirs. La Compagnie des Alpes et les ski-dômes, In : U. Mayrhofer, *Etudes de Cas en Marketing*, Ellipses, p. 195-212.

- Frochot, I.V. (2000) Service quality: concepts and issues, in Drummond, S., Yeoman, I., Deery. M., Laws, E., Edgar, D., Frochot, I.V., Black, G. and Johns, N. (eds) *Quality Issues in Heritage Visitor Attractions*, Butterworth-Heinemann, p.139-154.

- Frochot, I.V. (2000) The measurement of service quality in a heritage context, in Drummond, S., Yeoman, I., Deery. M. , Laws, E., Edgar, D., Frochot, I.V., Black, G. and Johns, N. (eds) *Quality Issues in Heritage Visitor Attractions*, Butterworth-Heinemann, 154-172.

- Frochot, I.V. (2000) Wine tourism in France, a paradox ?, in Hall, M. (ed.) *The Traveller's Table: Wine and Tourism*, Butterworth-Heinemann, p. 67-80.

### **Articles grand public**

Salvador M., Frochot I. & El Euch Maalej M. (2019) Grands chefs et produits alimentaires localisés, l'alliance trois étoiles, *The Conversation*, 12 May 2019.

Frochot I. (2018) L'expérience, point de passage obligé, *La Revue des Marques*, No. 104, Juillet, 18-21.

### **Recensions:**

Frochot I. (2018) Positive Tourism, S. Filep, J. Laing, M. Csikszentmihalyi (Eds.), Routledge, London, *Tourism Management*, [CNRS 3 - HCERES A, Impact Factor : 4,7]

Frochot I. (2019) Culture and cultures in tourism - Exploring trends, edited by Andres Artal-Tur & Metin Kozak, Routledge : London – *Anatolia*. [ Impact Factor : 1,9]

### **Présentations en conférences depuis 2012:**

Non listé : présentation dans le cadre des séminaires de recherche de l'IREGE chaque année.

Frochot I., Bourdeau P., Muller P. & Marcuzzi (2019) The disconnecting power of a mountain experience: insights from mountain huts' consumers, IAC Conference, Dumfries, 19-21 June 2019.

Didry N., Frochot I. & Kreziak D. (2019) Ski-Clubbing : transforming and upgrading the touristic ski experience ?, ATMC Conference, Namur, 6-8 Sept. 2019

Cho K-W & Frochot I. (2019) Rail or air? : assessing the Impact of involvement into sustainable behaviour upon attitude change, ATMC Conference, Namur, 6-8 Sept. 2019. *Best Conference paper Award*.

Frochot I., Elliot S. and Kreziak D. (2019) Disconnection as a key component of the tourist experience, TTRA Europe Conference, Bournemouth, 5-8 April.

Elliot S., Frochot I. & Kreziak D. (2019) Tripping into Flow: A Feminist View of the Liminal Space, Aiest Conference.

Frochot I. & Perez S. (2017) Valeurs d'une retenue d'eau pour la pratique touristique : le cas de Vouglans, *Colloque Eau et Tourisme*, Unil, Sion, Suisse, 9-10 Novembre.

El Euch Maalej M., Salvador M., & Frochot I. (2017) Quand la haute gastronomie hisse le produit localisé au rang d'un produit de luxe : une valorisation réciproque ?, *International Marketing Trends Conference*, London, 15-16 Septembre.

Elliot S., Frochot I. & Kreziak D. (2017) Co-creating an Immersive Travel Experience, *The Visitor Economy: Strategies and Innovations Conference*, Bournemouth University, 4-6 Septembre.

Frochot I., Kreziak D. & Elliott S. (2017) Using Tourists' stories to understand the appropriation process of a holiday context, *Euro-TEFI conference*, Copenhagen, Denmark, 21-22 Août.

Frochot I. & Kreziak D. (2017) Investigating optimal experiences in ski resorts, *TEM Conference and summer school on tourism and local development of mountain regions*, Courmayeur, Italie, 26-30 juin.

- Frochot I., Kreziak D. & Elliott S. (2017) Au delà du ski : revisiter l'expérience en station de ski, *Que reste-t-il de nos stations de montagne ?*, Colloque de l'Unil, Sion, Suisse, 21 juin.
- Elliott S., Frochot I. & Kreziak D. (2017) Expériences touristiques optimales : décryptage dans le contexte d'un séjour en station d'altitude, *Colloque ASTRES 2017*, Grenoble, 15-16 juin.
- Kreziak D., Frochot I., Mencarelli R., Bourdeau P., Corneloup J., Reynier V., Mao P. (2017) A contresens ? Le ski de randonnée sur le domaine skiable, une dynamique d'innovation, *Colloque du LABEX ITEM, La montagne, Territoire d'Innovation*, 11-13 Janvier.
- Kreziak D., Frochot I. & Guzzo G. (2017) Conjuguer ski et fête: une expérience incorporée, *Colloque de l'AFM*, Tours, 17-19 Mai.
- Frochot I., Kreziak D. & Elliott S. (2016) Defining immersion in a tourist holiday context : an application to mountain ski resorts, *School of Hospitality and Tourism Management Conference*, University of Surrey, 19-22 Juillet 2016.
- Salvador-Perrignon M. & Frochot I. (2016) Le mur d'images, un outil pour déceler les représentations mentales des lieux touristiques: un exemple avec le parc naturel du Néouvielle, *Colloque AFMAT*, INSEEC, Le Bourget du Lac, Mai.
- Frochot I., Elliott S. & Kreziak D. (2015) Digging deep into the experience – flow and immersion patterns in a mountain holiday; *ATMC conference*, Joensuu, Finland, 8-10 Septembre 2015.
- Frochot I. & Kreziak D. (2013) An investigation and reconceptualization of flow in the context of a skiing holiday, *TTRA International Conference*, Kansas City, 20-22 Juin.
- Frochot I. & Kreziak D. (2013) How to develop the spirit of "Getting away from it all" in tourists' experience design, *TTRA Europe Conference*, Dublin, 17-19 Avril 2013.
- Batat W. & Frochot I. (2013) Comprendre la consommation de l'art chez les adolescents : vers une nouvelle cible pour les musées, *Colloque Annuel de l'Association Française de Marketing*, La Rochelle, Mai.
- Batat W. & Frochot I. (2012) Towards a New Paradigm in Marketing Thought: The Contributions of Next Generation Academics to Marketing and Consumer Research, *Association for Consumer Research – Asia Pacific*, Queenstown, Nouvelle-Zélande, 6-8 Juillet 2012.
- Frochot I. & Moscarola (2012) Potential of Internet for market research: an exploratory study, *TTRA International Conference, Innovations in Destination Marketing Research*, Virginia Beach, USA, 17-19 June.
- Durrande-Moreau A., Edvardsson Bo, Frochot I. & Kreziak D. (2012), What drives customer value in composed service systems? The case of mountain resorts, *12<sup>e</sup> Séminaire international de recherche en management des activités de service*, IAE d'Aix-en-Provence, Université Paul Cézanne d'Aix-Marseille : 152-172
- Durrande-Moreau A., Edvardsson Bo, Frochot I. et Kreziak D. (2012), "Value creation in a composed service system", *AMA Servsig, International Service Research Conference*, Hanken School of Economics, Helsinki.

## **Contrats de recherche**

**2019-2021 :** Surtourisme et interactions résidents-touristes : comment gérer et désamorcer la résistance des communautés locales, AAP déposé auprès de l'USMB. *Membre d'une équipe de trois chercheurs et deux stagiaires.*

**2019-2020 :** Etat des lieux sur les touristes hypermobiles. Projet financé par le Think Tank de la SNCF – Forum Vies Mobiles. *Membre d'une équipe de 6 chercheurs (USMB et Université D'Angers).*

**2016-2020 :** Etude de l'expérience refuge - « Refuges sentinelles » (Labex – Institut de Géographie Alpine): étude des mécanismes de déconnexion des clientèles des refuges d'altitude.- Création d'une échelle mesurant la déconnection dans l'expérience touristique (Financement AAP Montagne – USMB). Responsable et coordinatrice du projet (*équipe de 6 chercheurs, 1 ingénieur d'étude et 4 stagiaires*)

**2015-2018 :** Labex ITEM : pratiques innovantes dans les loisirs outdoors en zones de montagne (projet portant sur le ski de randonnée et la fête en station). *Membre d'une équipe de trois chercheurs.*

**2015:** Décryptage de l'expérience client: une analyse longitudinale, Station de Val Thorens, étude par suivi de 16 groupes de consommateurs interrogés chaque soir de leur séjour de ski: étude du flux, de l'immersion et des mécanismes d'appropriation. *Responsable et coordinatrice du projet (équipe de 5 chercheurs)*

**2014 :** Etude pour EDF sur la valeur de la retenue de Vouglans auprès des acteurs et clientèles touristiques. *Responsable et coordinatrice du projet (équipe de 2 chercheurs et 2 stagiaires)*

**2013-2014 :** Etude du flux (*flow*) au cours d'un séjour : délimitation, évolution, accélérateurs et inhibiteurs de flux. Etude-test réalisée auprès d'étudiants en les suivant au jour le jour lors d'un séjour touristique en montagne. *Responsable et coordinatrice du projet (équipe de 3 chercheurs)*

**2013 – 2015 :** Participation au projet de recherche TRATSO sur les trajectoires de développement touristiques (Financement : MSH Aquitaine) : étude de la perception de l'authenticité perçue par les clientèles en séjour avec Marielle Salvador Perrignon (INSEEC). *Membre du projet de recherche.*

**2010-2011 :** Financement BQR – Université de Savoie : Etude du transfert sur Internet de méthodes de recherche qualitatives par entretiens. Isabelle Frochot, Jean Moscarola. *Responsable et coordinatrice du projet (équipe de 3 chercheurs)*

**2008-2010 :** PSDR MODINTOUR : Etude de l'image de l'Auvergne auprès des non-consommateurs. Réalisation de focus groups à Paris, Grenoble, Lyon et Clermont-Ferrand pour identifier les différentes dimensions de l'image de l'Auvergne (quatre saisons), les absences d'image et les freins majeurs. *Responsable et coordinatrice du projet (équipe de 3 chercheurs, 1 chargé de mission et 3 stagiaires)*

**2008-2009 :** Etude de l'expérience des clients en stations d'altitude (hiver et été). Etude par entretiens en station de la demande des clients afin d'identifier les piliers de la satisfaction client, l'importance de l'expériencescape et le rôle des prestataires. Etude financée par Savoie Mont Blanc Tourisme. *Responsable et coordinatrice du projet (équipe de 3 chercheurs).*

## Valorisation

Frochot I. (2019) participation à la réflexion du ClubMed sur la considération Client avec le cabinet Roland Berger.

Frochot I. (2018 & 2019) L'expérience touristique en montagne: nuances et subtilités, *Amphis pour Tous de l'Université Savoie Mont Blanc*, Annecy, Chambéry, Chamonix, Albertville, et Faverges.

Frochot I. & Kreziak D. (2018) Revisiter les bases de l'expérience en station: au-delà du béton, la montagne, *Ré-invention des territoires touristiques : entre attentes des consommateurs, adaptation de l'offre et nouvelles formes de résidentialité*, 13 & 14 Septembre 2018, Sion, Université de Lausanne.

Frochot I. (2017) Le marketing expérientiel: un nouveau souffle pour les territoires touristiques, Université de Lausanne, Sion, Suisse, *Conférence Grand Public*, Octobre.

Frochot I. (2017) Au-dela du ski, revisiter l'expérience en station de ski, *Forum EcoVillages*, Les Diablerets, Suisse, Août.

Frochot I. (2017) Demi-journées d'étude sur le tourisme de demain, *Forum Vies Mobiles*, SNCF, Paris, Juillet.

Frochot (2017) Experiential Marketing – an international perspective on the design and marketing of experiences, *NICE-Réseau d'acteurs du tourisme*, Copenhague, Danemark, Février.

Frochot I. (2017) La prise de pouvoir par le client dans le tourisme – *Les rendez-vous de l'innovation Touristique*, Université de Pau et des Pays de l'Adour, Janvier.

Frochot, Beurlat, Lecerf et Crissa (2016) Projection de la vidéo sur l'authenticité dans les stations de montagne du XXIème siècle, *Festival International des Métiers de la Montagne*, Novembre, Chambéry.

Kreziak D. et Frochot I. (2016) Montagne: la simplicité d'une demande exceptionnelle, *Rendez-vous Innovation de l'IAE-CITHEME*, Septembre, Le Manège, Chambéry.

Frochot I. (2016) Nouvelles tendances de la consommation touristique, *Les rencontres du tourisme en Maurienne*, Saint-Jean de Maurienne, Avril.

Frochot I. and Kreziak D. (2014) L'expérience de consommation dans les stations d'altitude, *Festival International des Métiers de la Montagne*, Centre du Manège, Chambéry.

## Rayonnement

**Responsabilités** : - Présidente de Travel and Tourism Research Association Europe : 2010-2013  
- Membre de l'AFMAT, Association Francophone de Management du Tourisme.

**Membre du comité éditorial de** : *Journal of Business Research* (CNRS 2 - HCERES A ; IF : 3.35), *Journal of Destination Marketing and Management* (IF : 1.556), *Journal of Gastronomy and Tourism*, *Journal of Hospitality & Tourism Management* (IF : 0.977), *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, *Journal of Travel Research* (CNRS 4 - HCERES A ; IF : 4,56), *Journal of Vacation Marketing* (IF : 1.15), *Mondes du Tourisme et Tourism Review* (ABS 1), *Nature et Récréation*.

**Rapporteur** : *Anatolia (ABS 1) ; Annals of Leisure Research, Annals of Tourism Research (CNRS 3 - HCERES A ; IF : 3,19) ; Asia Pacific Review ; Culture, Tourism and Hospitality Research ; Current Issues in Tourism (ABS 2 ; IF : 2,45) ; Décisions Marketing (CNRS 3, HCERES B) ; Géographie Economie & Société ; International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research (ABS 1) ; International Journal of Tourism Cities ; Journal of Hospitality and Tourism Studies ; Journal of Rural Studies (IF : 2.38) ; International Journal of Tourism Research (ABS 2 ; IF : 1.86) ; Journal of Travel and Tourism Marketing (CNRS 4 - HCERES C ; IF : 1,45) ; Revue Française de Marketing, Revue de Géographie Alpine ; TEOROS ; Tourism Analysis, Tourism Management (CNRS 3 - HCERES A, IF : 4,7).*

**Rapporteur pour différents colloques:** *ASTRES, Congrès AFM (Association Française de Marketing), Journée AFM de Recherche en Tourisme, Congrès AMA (American Marketing Association) Service, Congrès EMAC, Congrès TTRA Europe (Travel and Tourism Research Association Europe – depuis 2005) et TTRA International (depuis 2006), AFMAT (depuis 2013).*

### **Autres engagements:**

2019-2023 : Représentante enseignant au Conseil documentaire de la bibliothèque de l'USMB

2019-2021 : Membre du Comité scientifique du Labex ITEM

2018-2020: Membre permanent et trésorière de l'Association **MONTANEA** au titre de l'Université Savoie Mont Blanc (Association visant à promouvoir les compétences et expériences des territoires de montagne : lieu de rencontre, d'innovation et de réflexion pour les populations des montagnes, urbaines ou non).

2017-2019: Membre du Comité Scientifique du **projet EntreLACS**, Lumières sur les archives du cinéma sensible, porté par la Cinémathèque des Pays de Savoie et de l'Ain, la Cinémathèque Suisse, l'Université de Lausanne et la Cinémathèque des Monts-Jura, la Cinémathèque des Pays de Savoie et de l'Ain

2017-2019: Membre du **Conseil Sectoriel National du Tourisme**.

Depuis 2012: évaluation de projets en tourisme soumis au **Angers TourismLab**

Depuis 2012: Evaluation de projets de thèse - **bourse CIFRE** en tourisme

Depuis 2005 : **évaluation régulière d'ouvrages pour l'éditeur Dunod**: pertinence de l'ouvrage, structure et contenu, adéquation aux besoins du marché, etc.

Depuis 1997: Evaluation d'ouvrages sur le **Marketing du Tourisme pour l'éditeur Elsevier**

### ***Mobilités***

Invitée en Mars 2016 à l'Université de Pärnu (Estonie) : enseignement et projet de recherche sur les visites guidées « fantômes » (*Ghost tours*).

Novembre 2016 : Séjour sabbatique d'un mois à l'université de Napier (Ecosse) avec la finalité d'élaborer un projet collaboratif sur l'étude de l'immersion dans les expériences en pleine nature.

Juillet 2015 séjour de 15 jours à Bournemouth pour un projet sur l'impact des nouvelles technologies sur l'expérience client.



2009-2011- CRCT au CEMAGREF (maintenant IRSTEA): recherche effectuée sur une meilleure connaissance des clientèles de la montagne été comme hiver: études de terrain sur les deux saisons, publication d'un rapport public avec SMBT, restitutions publiques et publications de recherche.

### ***Organisation colloques, conférences, journées d'étude***

Chaque année : animation d'une à deux tables rondes dans le cadre de la semaine de l'entreprise.

2018 – Organisation d'une **journée d'échanges** autour de la notion du développement durable en montagne : « Stations un jour, stations toujours ? », Chambéry, 8 Mai, 70 participants.

2011 – Responsable de l'organisation du **colloque international TTRA Europe** à Archamps, *Creativity and Innovation in Tourism*, 120 participants et 29 nationalités

2005-2008- Membre de l'équipe d'organisation des quatre **journées thématiques de recherche en marketing du Tourisme et des loisirs** de 2005 à 2008 et du colloque AFM (2007)

2002 – Responsable de l'organisation du **colloque « Territoires et Marchés »** organisé à l'Université de Savoie sur trois jours avec une participation de 80 chercheurs.

### ***Encadrement doctoral et scientifique***

Membre du laboratoire IREGE, dans la thématique « Environnement, Consommation Durable, Tourisme (ECDT) » et présentation de nos travaux à minima tous les deux ans lors des séminaires de recherche. Participation à 4 jurys de recrutement.

#### **Direction de thèse :**

Ana Brancelj (début de la thèse en 2017) – Trajectoires patrimoniales et ancrage territorial d'un bien sériel transfrontalier du patrimoine mondial de l'Unesco. Co-encadrement avec Mélanie Duval et Christophe Gauchon (EDYTEM).

Kang Wook Cho (début de la thèse en 2018) – Evolution de la mémoire de l'expérience de consommation.

**En cours d'accord :** dépôt d'une demande CIFRE pour une thèse financée par Artémia sur le sujet de l'apprentissage expérientiel et changement d'attitude pro-environnemental. Début de thèse 2019.

**Comités de thèse :** Hristina Filipova - Université d'Angers – Deuxième année - “Les stratégies d'adaptation de l'offre par les vendeurs des souvenirs (les offices de tourisme) vis-à-vis des différences culturelles. Le cas des touristes Bulgares et français: Une étude comparative”.

Feriel GADHOUMI - Université d'Angers – Deuxième année - « Analyse de l'image d'un territoire touristique – application des méthodes contingentes. Le cas de la destination touristique de Tunisie ».

**Jurys de thèse:** en moyenne deux jurys par an.

### ***Organisation de séjours pour des professeurs invités***

Au deuxième semestre 2018, organisation d'un séjour d'accueil de six mois pour le professeur Rachel Dodds (Ryerson University-Canada), avec sécurisation de financements auprès du Labex. L'objet de ce séjour est de travailler sur les composantes de l'expérience de consommation dans les environnements de pleine nature.

En Septembre 2015, Geoffrey Crouch (La Trobe University – Melbourne – et éditeur du Journal of Travel Research) est venu séjourner à l'Université Savoie Mont blanc pendant une période de trois semaines. Ce séjour nous a permis de partager avec lui ses connaissances de recherche, et de nous guider dans nos projets de publications futures.

En Novembre 2015, Statia Elliot (University of Guelph – Canada) est venue en professeur invité (financé par l'USMB) pour participer à un projet de recherche sur l'expérience en séjour de stations de montagne – une investigation des épisodes de flux et d'immersion au cours d'un séjour. Ce séjour faisait partie d'un projet de recherche financé par l'université Savoie Mont Blanc et dont nous avons la responsabilité.

### **Compétences en pédagogie**

La majorité des enseignements donnés à l'université Savoie Mont Blanc sont en anglais.

<b>Titre du cours</b>	<b>Niveau</b>	<b>Type de formation</b>	<b>Nature</b>	<b>Objectif</b>	<b>Effectif</b>
<i>International Tourism</i>	<i>Licence</i>	<i>Continue</i>	<i>20h TD</i>	<i>Connaissance des bases de l'industrie touristique: grandes évolutions internationales, agrégats, impacts touristiques, histoire et évolution du tourisme</i>	<i>55</i>
<i>Connaissance Des clientèles Touristiques</i>	<i>Licence</i>	<i>Professionnelle</i>	<i>24h CM</i>	<i>Bases du Marketing appliquées au tourisme, 4P, études de marché, segmentation des marchés, études qualité et satisfaction</i>	<i>11</i>
<i>La demande en Montagne</i>	<i>Licence Pro Montagne</i>	<i>Continue</i>	<i>6h CM 6h TD</i>	<i>Compréhension de l'évolution de la demande touristique pour le milieu montagnard, été et hiver, place de la montagne dans l'imaginaire, vision prospective</i>	<i>8</i>
<i>Tourism Sociology</i>	<i>Master 1</i>	<i>Continue</i>	<i>20hCM 12h TD*</i>	<i>Compréhension du phénomène touristique dans sa relation à l'évolution des sociétés contemporaines. Facteurs impactant la demande, analyse de l'acte de consommation et segmentation des marchés</i>	<i>60</i>
<i>Sustainable Tourism</i>	<i>Master 1</i>	<i>Continue</i>	<i>20hCM</i>	<i>Compréhension des principes du développement durable, des enjeux actuels, de la place et rôle de l'industrie touristique dans ces enjeux, les types d'impacts, etc.</i>	<i>60</i>
<i>Marketing Expérientiel</i>	<i>Master 2</i>	<i>Continue</i>	<i>6h CM 10h TD*</i>	<i>Etude des bases du marketing expérientiel: de Holbrook &amp; Hirschman à Jo Pine &amp; Gilmore, spécificités de l'expérience touristique.</i>	<i>16</i>
<i>Consumer trends</i>	<i>Master 2</i>	<i>Continue</i>	<i>10h CM 10h TD</i>	<i>Etude des grandes tendances sociétales de fond, évolution Actuelle de la consommation Enseignements pour la consommation touristique</i>	<i>95</i>
<i>City Tourism</i>	<i>Master 2</i>	<i>Continue</i>	<i>10h CM 10h TD*</i>	<i>Etude des bases du marketing expérientiel : de Holbrook et Hirschman à Jo Pine &amp; Gilmore, spécificités de l'expérience touristique.</i>	<i>14</i>
<i>Branding</i>	<i>Master 2</i>	<i>Continue</i>	<i>10h CM 10h TD</i>	<i>Bases de la notion de marque, de brand equity, image de marque, communication de marque.</i>	<i>95</i>
<i>Marketing Touristique</i>	<i>eMBA</i>	<i>Professionnelle</i>	<i>20h CM</i>	<i>Bases du Marketing appliquées au tourisme, compréhension de la demande, techniques de segmentation, rudiments de marketing expérientiel</i>	<i>12</i>

<i>Encadrement Projets Consultants</i>	<i>Master 1</i>	<i>Continue</i>		<i>Encadrement, soutenance, évaluation</i>	<i>15</i>
<i>Encadrement Mémoires</i>	<i>Master 2</i>	<i>Continue</i>		<i>Encadrement, évaluation</i>	<i>21</i>

\* Pour ces cours, les TDs sont réalisés sous forme d'une mission proposée par une entreprise touristique, mission que nous encadrons lors de nos séances de TDs, avec une restitution finale des étudiants auprès de l'entreprise. Depuis 2015, ces collaborations ont été établies avec la FACIM, Créa MontBlanc, Only Lyon et le Museum de Grenoble.

### ***Cours donnés en dehors de l'Université Savoie Mont Blanc :***

- Cours de 18h en **Marketing Touristique** donné à Science Po Grenoble de 2010 à 2015 pour le Master Tourisme. Territoires. Innovation. Gouvernance (la formation s'est terminée en 2015).

- 2005-2010 : Cours de **Comportement du touriste** de 24h enseigné pendant 5 ans auprès du master Economie du Sport et des Loisirs de l'Université de Grenoble.

- Des interventions ponctuelles d'une journée en Marketing expérientielle à l'Université de Dijon (depuis 2014) , l'Institut D'Urbanisme et de Géographie Alpine, l'Université de Pau et des Pays de l'Adour (2016) et l'université de Pärnu (Estonie).

### ***Responsabilités administratives***

#### **Responsable du Master en Management des Destinations Touristiques depuis 2000**

Cette responsabilité intègre l'élaboration des maquettes sur les années de Master 1 et Master 2, les comités de perfectionnement, le recrutement des intervenants, l'organisation d'un cycle de conférences, l'étude des dossiers de candidature étudiants, la gestion et accompagnement du séminaire annuel en deuxième année.

#### **Responsabilités dans d'autres institutions**

Examinatrice externe pour Glasgow Caledonian University (Ecosse) pour leurs formations en tourisme (2014-2019). Evaluation du contenu de la formation, validation des choix de sujet d'examen, contrôle de l'évaluation des examens et des mémoires (étude d'un échantillon de copies/mémoires pour chaque module), participation au jury d'examen annuel. Engagement de 4 années.

Examinatrice externe pour les formations du Dublin Institute of Technology sur leurs formations de Bachelor en Management du Tourisme (2010-2014)