

Curriculum Vitae détaillé

Mr Mbaye Fall DIALLO

Maître de conférences - IMMD - Université de Lille 2

SOMMAIRE

I. FORMATION ET DISTINCTIONS	1
■ Formation.....	1
■ Autre formation.....	2
■ Prix, distinctions et financements obtenus.....	2
II. SITUATION ACTUELLE ET EXPERIENCE-ENSEIGNEMENT.....	3
■ Situation actuelle.....	3
■ Expérience - Enseignement	3
▶ Université de Lille 2 –IMMD (2012- Présent).....	5
▶ Université Paris 13- IUT St Denis (2011- 2012).....	5
▶ INSEEC Business School Paris (2012 & 2013).....	5
▶ Université de Dakar (Sénégal) - Ecole Supérieure Polytechnique – (depuis 2012)....	5
▶ Université d’Aix-Marseille - Faculté d’Economie Appliquée (FEA) (2010-2011)....	5
▶ Université d’Aix Marseille - IUT Marseille – GEA (2007-2010)	5
III. ACTIVITES DE RECHERCHE	6
■ Publications et communications	6
▶ Articles dans des revues avec comité de lecture (ACL) [Equiv. 28 * CNRS] :.....	6
▶ Ouvrages ou chapitres d’ouvrages (OCO):	8
▶ Publications/communications dans des conférences avec comité de lecture	9
▶ Communications invitées	13
▶ Autres communications/ participations sur sélection.....	14
■ Projets en cours/ sélection (en évaluation, en envoi ou en préparation).....	15
IV. ACTIVITES SCIENTIFIQUES.....	15
■ Visiting et séjours à l’étranger	15
■ Reviewer pour des revues et conférences	15
■ Encadrement/participation à des jurys de mémoire	16
■ Membre d’associations scientifiques	16
■ Autres activités scientifiques	17
V. COMPETENCES PRATIQUES	18
■ Informatique.....	18
■ Langues.....	18
VI. CENTRES D’INTERET	18
VII. REFERENCES	19

Curriculum Vitae

Adresse professionnelle

Institut du Marketing et du Management de la
Distribution (IMMD)
6 rue de l'Hôtel de ville, 59051, Roubaix, France.
Tel. bureau : +33 3.20.81.36.87

Courriel : mbayefall.diallo@univ-lille2.fr

Site internet : www.mbayefalldiallo.com



I. FORMATION ET DISTINCTIONS

■ Formation

2011-2012 :

- **Qualification aux fonctions de Maître de conférences** en Sciences de Gestion, Section 06 CNU (février 2012).
- **Doctorat en Sciences de Gestion** (spécialité Marketing) - Université d'Aix Marseille III : ***Mention Très Honorable avec les Félicitations du jury.*** (thèse soutenue le 29 novembre 2011).
 - ✓ Prix « jeune chercheur » Conférence Etienne THIL 2011
 - ✓ Prix Sphinx 2012 de la meilleure thèse de doctorat.

Sujet : « Les déterminants du choix des marques de distributeur. Application à un marché émergent – Le Brésil ».

Membres du jury :

Pr. CHANDON J.-L. – Université Paul Cézanne Aix-Marseille III, IAE Aix-en-Provence (Président du jury)

Pr. GALLOUJ Camal – Université Paris 13 (Rapporteur)

Pr. VALETTE-FLORENCE Pierre – Université Pierre Mendès-France Grenoble II (Rapporteur)

Pr. PHILIPPE Jean – Université Paul Cézanne, Aix-Marseille III (Directeur de recherche)

2006-2007 : Master 2 Recherche Gestion (Stratégies Industrielles et Financières Internationales - Option Marketing), Faculté d'Economie Appliquée, Université Paul Cézanne, Aix Marseille III, **Mention Bien.**

Sujet : « La perception de l'image de marque dans les activités de commerce : le cas de la marque de distributeur ».

Directeur de recherche : Professeur PHILIPPE Jean, Université Paul Cézanne, Aix-Marseille III.

2004-2005 : Licence en Sciences Economiques et de Gestion, Faculté d'Economie Appliquée, Université Paul Cézanne, Aix Marseille III, **Mention Bien.**

2003-2004 : Diplôme d'Etudes Universitaires Générales en Administration Economique et Sociale, Faculté d'Economie Appliquée, Université Paul Cézanne, Aix Marseille III, **Mention Bien.**

2001-2002 : Baccalauréat L2/ Sciences Humaines et Sociales (Louga- Sénégal), **Mention Très Bien**

■ Autre formation

2010 : Certificat d'étude de l'anglais obtenu au London Meridian College, Avril, 2010, Londres/ Royaume-Uni.

■ Prix, distinctions et financements obtenus

2015 : Programme « Equipement Scientifiques Innovants » 2015-2017 (Université de Lille 2) : co-bénéficiaire d'un financement de **63 610 euros** (création d'une salle d'expérimentation) avec Nil Toulouse (Lille 2), Marion Garnier (Skema) et Isabelle Collin-Lachaud (Lille 2).

2014 : Prix du meilleur papier de la conférence/ Best Paper Award (Track International Marketing and Social Responsibility) – Conférence de l'*Academy of International Business* - AIB (Miami - USA)

<http://www.aibse.org/past-conferences/award-winners/>

2012 : Prix de thèse Sphinx 2012 :

<http://www.lesphinx-developpement.fr/blog/2012/09/18/prix-de-these-sphinx-2012-2/>

2011 : Prix de la meilleure communication jeune chercheur du Colloque Etienne THIL, 22-23 septembre 2011, Roubaix, France.

2009-2010 : Co-bénéficiaire - financement EGIDE de 2 missions de recherche au Brésil Projet CAPES-COFECUB (suite à un appel d'offres au niveau national).

2007-2010 : Allocataire de recherche du ministère français de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique.

2002-2010 : Bourse d'excellence du gouvernement sénégalais.

2001-2002 :

Concours Général Sénégalais: 2^{ème} Prix Histoire, **1^{er} Accessit** Géographie, **2^{ème} Accessit** Droits de l'Homme et Citoyenneté, **Prix spécial** du Président de la République du Sénégal.

Concours Régional (Louga-Sénégal): Prix d'excellence en Anglais, **1^{er} Prix** Français, **2^{ème} Prix** Philosophie, **2^{ème} Accessit** Histoire et Géographie.

2000-2001 :

Concours Général Sénégalais : 1^{er} Accessit Anglais.

Concours 'Population et Développement' organisé par le FNUAP, le Fonds des Nations Unies pour Population/ Sénégal et le groupe GEEP: **1^{er} Prix**.

II. SITUATION ACTUELLE ET EXPERIENCE-ENSEIGNEMENT

■ Situation actuelle

Je suis **maître de conférences** en Sciences de gestion (06) à l'Institut du Marketing et du Management de la Distribution (IMMD) de l'université de Lille 2 où j'enseigne depuis septembre 2012.

Je suis rattaché au **Lille 2 - Skema Management Research Center (LSMRC)**, au centre MERCUR, pour mes activités de recherche.

■ Expérience - Enseignement

Avant d'être maître de conférences, j'ai occupé plusieurs fonctions dans l'enseignement supérieur : **Allocataire de recherche-Moniteur CIES** à l'université Paul Cézanne/IUT Marseille (2007-2010), **ATER (mi-temps)** à l'Université Paul Cézanne/Faculté d'Economie Appliquée, **ATER (temps plein)** à l'Université Paris 13/IUT Saint Denis. Je suis (ou ai été) également **chargé de cours (intervenant)** à l'IAE d'Aix-en-Provence, à l'INSEEC Business School (Paris), à l'Ecole Supérieure Polytechnique de Dakar (Sénégal), à l'Université Gaston Berger de Saint-Louis (Sénégal), à l'Université Assane Seck de Ziguinchor (Sénégal), à Bordeaux Ecole de Management (campus Dakar/ Sénégal), à la Faculté d'Economie et de Gestion

(Aix-Marseille Université), à l'Université Catholique de Louvain à Mons (Belgique), etc.

Sans compter les matières que j'enseigne actuellement (cf. tableau ci-dessous), j'ai enseigné les **matières suivantes** :

- Mathématiques/Statistiques appliquées (IUT Saint-Denis),
- Stratégies de distribution (IUT Saint-Denis et ESP-UCAD Dakar),
Management de la distribution (ESP-UCAD Dakar),
- Marketing fondamental (FEA Aix-en-Provence), Comptabilité générale (FEA Marseille), Initiation à la mercatique (IUT Marseille),
- Méthodologie de recherche (IUT Marseille),
- Analyse quantitative de données (INSEEC Business School Paris et IAE Aix-en-Provence),
- Evaluation des résultats et des performances (IUT Marseille),
- etc. (cf. Tableau 1 ci-après pour une synthèse).

Je suis aussi **responsable pédagogique de la Licence 3 Distribution de l'IMMD.**

Tableau 1 : Synthèse des activités d'enseignement

Année	Matières	Type	Niveau d'études	Volume (heures)	
► Université de Lille 2 – IMMD (2012- Présent)	Capital-marque MDD (M2) Stratégie internationale de distribution (M2) Etudes quantitatives approfondies (M2) Etudes Panels (M1) Marketing de la distribution (L3) Commerce connecté (L3)	Cours	L3 – M2	+300 HTD ¹	
► Université Paris 13- IUT St Denis (2011- 2012)	Mathématiques/Statistiques appliquées	Cours & TDs	DUT1 et 2	159 HTD	
	- Stratégies de distribution	Cours & TDs	DUT2	33 HTD	
► INSEEC Business School Paris (2012 & 2013)	Analyse quantitative des données (sur logiciel SPSS)	Cours	Master 2	21 HTD	
► Université de Dakar (Sénégal) - Ecole Supérieure Polytechnique – (depuis 2012)	Management de la distribution	Cours	Master 1	23 HTD	
	Stratégies internationales de distribution	Cours	Master 2	32 HTD	
► Université d'Aix-Marseille - Faculté d'Economie Appliquée (FEA) (2010-2011)	Marketing fondamental	Cours magistral	Licence 3	27 HTD	
		Travaux dirigés	Licence 3	33 HTD	
	Comptabilité générale	Travaux dirigés	Licence 1	36 HTD	
► Université d'Aix Marseille - IUT Marseille – GEA (2007-2010)	2009/2010	Initiation à la mercatique	Cours & TD	DUT1	36 HTD
		Méthodologie de recherche	Travaux Dirigés	DUT1	28 HTD
	2008 / 2009	Evaluation des résultats et des performances	Travaux Dirigés	DUT2	64 HTD

¹ Equivalent Heures TD.

III. ACTIVITES DE RECHERCHE

Depuis 2012, je suis membre du laboratoire LSMRC - Lille Skema Management Research Center (<http://www.skema-research.com/>) où j'effectue mes activités de recherche. J'ai été membre du laboratoire CERGAM (Centre de Recherche en Gestion d'Aix Marseille : <http://www.cergam.org/>) de 2007 à 2012. Mes travaux de recherche (orientation quantitative) tournent autour des axes suivants :

- **Axe principal** : *Les marques de distributeur (MDD) et l'internationalisation des enseignes de distribution dans les pays émergents*

- **Axes secondaires** : *L'innovation dans la distribution ; Durabilité et responsabilité sociale dans le management*

Ils s'inscrivent dans une logique comparative : ex. enseignes locales v.s. enseignes internationales; MDD au Brésil v.s. MDD au Vietnam v.s. MDD en Colombie; canaux de distribution physiques versus canaux virtuels; Marques de distributeur vs. Marques nationales.

Sur le plan méthodologique, j'utilise principalement les modèles d'équations structurelles (approches LISREL & PLS) et l'économétrie des données de panel (avec Stata). Je m'intéresse particulièrement à la modération des variables latentes de second-ordre. Dans ce sens, j'ai proposé l'application de la méthode d'orthogonalisation (centrage de résidus) pour évaluer la modération de ces variables.

■ Publications et communications

► **Articles dans des revues avec comité de lecture (ACL) [Equiv. 28 * CNRS] :**

21- Diallo M.F. and Kaswengi J. (2016), "What drives store brand purchases during crisis periods? Evidence from panel data in four product categories", *International Journal of Retail and Distribution Management* [ranked HCERES B/ FNEGE 3/ CNRS 3/ ABS 2] (accepted).

20- Diallo M.F. and Lambey-Checchin C. (2016), "Consumers' perceptions of retail business ethics and loyalty to the retailer: The moderating role of social discount practices", *Journal of Business Ethics* [ranked HCERES A / FNEGE 2/ CNRS 2/ ABS 3] (in press).

19- Diallo M.F. and Siqueira J.R. (2016), "How previous positive experiences with store brands affect purchase intention in emerging countries: a comparison between Brazil and Colombia", *International Marketing Review* [ranked HCERES A/ FNEGE 2/ CNRS 3/ ABS 3] (accepted).

18- Akrouit H., Diallo M.F., Akrouit W. and Chandon J.L. (2016), "Affective trust in buyer-seller relationships: a two-dimensional scale", *Journal of Business and*

Industrial Marketing [ranked HCERES B / FNEGE 3/ CNRS 3/ ABS 2] (in press).

17- Diallo M.F., Diop-Sall F. et Seck A.M., (2016), « L'innovation perçue et ses conséquences dans les centres commerciaux modernes d'Afrique : L'exemple du Sénégal », *Revue Management et Avenir* [ranked HCERES C/ FNEGE 4/ CNRS 4/ equiv. ABS 1] (accepted).

16- Diallo M.F., Coutelle-Brillet P., Rivière A. and Zielke S. (2015), "How do price perceptions of different brand types affect shopping value and store loyalty?", *Psychology & Marketing* [ranked HCERES A/ FNEGE 2/ CNRS 3/ ABS 3] (in press).

15- Diallo M.F. (2015), "Drivers of store brand usage in an Asian emerging market: Evidence from Vietnam", *International Journal of Retail and Distribution Management* [ranked HCERES B / FNEGE 3/ CNRS 3/ ABS 2] (accepted)

14- Diallo M.F., Diop-Sall F., Leroux E. and Valette-Florence P. (2015), "Tourists' responsible behavior: The role of social engagement ", *Recherche et Applications en Marketing*, Vol. 30, No 3, pp. 88-108 [ranked HCERES A / FNEGE 2/ CNRS 2 / equiv. ABS 3].

13- Diallo M.F., Burt S. and Leigh S. (2015), "The influence of image and consumer factors on store brand choice in the Brazilian market: Evidence from two retail chains", *European Business Review*, Vol. 27, No 5, pp. 495-512 [ranked HCERES B / FNEGE 3/ CNRS 3/ ABS 2].

12- Kaswengi J. and Diallo M.F. (2015), "Consumer choice of store brands across store formats: A panel data analysis under crisis periods", *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 23, No 3, pp. 70-76 [ranked HCERES B / FNEGE 3/ CNRS 3/ ABS 2]

11- Diallo M.F. (2014), « Etude de la perception gustative des marques de distributeur : Les implications en termes de communication marketing », *Communication et Management*, Vol. 11, No 2, pp. 41-55.

10- Diallo M.F. (2014), « Le comportement du consommateur envers les marques de distributeur au Brésil: Une étude qualitative », *Revue Française de Gestion*, Vol. 2014/6, No 243, pp.33-51 [classée HCERES B / FNEGE 3/ CNRS 4].

09- Diallo M.F., Philippe J. et Seck A.M. (2014), « La qualité de service dans la grande distribution brésilienne : effets sur l'intention d'achat de la marque de distributeur », *Economies et Sociétés*, série EGS, No 15, 4/2014, pp. 695-718.

8- Diallo M.F. (2014), « Les études quantitatives sur le tourisme durable : Une analyse des principaux travaux de recherche », *Revue Management et Avenir*, No 69/ 2014, pp. 203-220 [classée HCERES C / FNEGE 4/ CNRS 4].

7- Diallo M.F., Chandon J.L., Cliquet G. and Philippe J. (2013), "Factors influencing consumer behaviour towards store brands: Evidence from the French market", *International Journal of Retail and Distribution Management*, Vol. 41, No 6, pp. 422-441 [classée HCERES B / FNEGE 3/ CNRS 3].

6- Castro Lucas C., **Diallo M.F.**, Léo, P.-Y. and Philippe J. (2013), "Do innovators perform abroad ? Findings from two producer's service sectors", *The Service Industries Journal*, Vol. 33, No 3-4, pp. 392-408 [classée JQL Harzing].

5- Castro Lucas C., **Diallo M.F.**, Léo P.-Y. and Philippe J. (2013), "International performance and innovation in services: Preliminary findings from logistical and engineering consultancy services", *International Business Research*, Vol. 6, No 2, pp. 8-19.

4- **Diallo M.F.** (2012), "Retailers' internationalization in emerging markets: A comparative study of a French and a local retailer's key success factors in Brazil", *International Business Research*, Vol. 5 No 10, pp. 91-99.

3- **Diallo M.F.** (2012), "Effects of store image and store brand price-image on store brand purchase intention: Application to an emerging market", *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 19 No 3, pp. 360-367 [classée HCERES B / FNEGE 3/ CNRS 3].

2- **Diallo M.F.** et Philippe J. (2011), "Stratégies internationales des distributeurs et choix des marques de distributeur : le cas du Brésil", *Revue Management et Avenir*, No 47/2011, pp. 223-239 [classée HCERES C / FNEGE 4/ CNRS 4].

1- **Diallo M.F.** (2009), "Foreign retailers' private label brands strategy in emerging markets: evidence from the Brazilian retail industry", *The Business Review, Cambridge*, Vol. 12 No 1 (Summer), pp. 127-133.

Autres publications dans des revues

2- **Diallo M.F.** (2013), « L'entrée et le succès dans les pays émergents : Le marketing de la majorité oubliée », *Décisions Marketing - Tribunes de DM*, Tribunes Livres [classée AERES/ CNRS 4].

1- **Diallo M.F.** (2012), « Les déterminants du choix des marques de distributeur : Application à un marché émergent - Le Brésil », Fiche de thèse de doctorat, *Recherche et Applications en Marketing*, Vol. 27, No 1, pp.130-132 [classée AERES CNRS 2].

► Ouvrages ou chapitres d'ouvrages (OCO):

10- **Diallo M.F.**, Kaswengi, J. and Gázquez-Abad J.C. (2015), The role of previous experience and marketing policy on consumer behaviour towards different Private Label categories, in F.J. Martínez-López *et al.* (2015), *Advances in National Brand and Private Label Marketing*, Springer Publishing, pp. 193-201.

9- **Diallo M.F.** (2015), Consumer purchase behavior of private labels brands in emerging markets: A theoretical framework, In Shohow S.P. (eds), *Advances in psychology research*, Nova Press Publishers, New York, pp. -- -- [in press].

8- Castro Lucas C., **Diallo, M.F.**, Léo, P.Y. et Philippe J. (2015), Innovation et performance internationale des services, un modèle d'analyse, in Philippe, J. et al. (Ed.), *Innovation et internationalisation : un couplage dynamique pour les entreprises de services*, Harmattan, Paris. [A paraître]

7- **Diallo M.F. (2015)**, Les marques de distributeur : vecteur du commerce international de détail, in Philippe, J. et al. (Ed.), *Innovation et internationalisation : un couplage dynamique pour les entreprises de services*, Editions Harmattan, Paris. [A paraître]

6- **Diallo M.F.** and Kaswengi J. (2014), Drivers of store brand choice over national brands in times of crisis: effect of marketing variables and socio-demographics, in Gazquez-Abad J.C. et al. (2014), *National brands and private labels in retailing*, Springer International Publishing, Switzerland, pp. 103-112.

5- **Diallo M.F.**, Diop-Sall F. et Seck A-M. (2014) (Coord.), *Gestion des activités publiques et privées en milieu africain : L'exemple du Sénégal*, Editions Harmattan, Paris.

4- **Diallo M.F.** et Seck A.-M. (2014), Le secteur de la grande distribution : analyse théorique et recommandations – Le cas du Sénégal, in Diallo M.F. et alii (coord.), *Gestion des activités publiques et privées en milieu africain : L'exemple du Sénégal*, Editions Harmattan, Paris, pp. 35-61.

3. **Diallo M.F.**, Diop-Sall F. et Leroux E. (2013), Analyse du tourisme durable en milieu africain : L'exemple du Sénégal, in Leroux E. (2013), *Regards croisés sur le tourisme durable*, Editions Harmattan, Paris, pp. 193-208.

2. **Diallo M.F. (2013)**, Retail branding issues in emerging countries: research insights and priorities, in Evans D. (eds), *Psychology of branding*, Nova Press Publishers, New York, pp. 97-110.

1- **Diallo M.F. (2011)**, *La perception de l'image de marque dans la grande distribution : l'exemple des produits - marques de distributeur*, Editions Universitaires Européennes, Sarrebruck [ISBN : 978-613-1-58738-2] (Disponible sur Amazon).

► Publications/communications dans des conférences avec comité de lecture

47- Moulins J.L., Roux E. et **Diallo M.F. (2016)**, Modélisation des relations des consommateurs aux marques fonctionnelles, affectives et symboliques, *Conférence Internationale Tendances Marketing*, (21-23 janvier), Venise, Italie.

46- **Diallo M.F. (2015)**, Comment utiliser l'image du magasin et l'image prix des marques de distributeur (MDD) pour favoriser l'attitude envers les MDD dans les

pays émergents? *Journée AFM « Prix, Don, Gratuité et Valeur »* (10 Décembre), IAE Tours, France.

45- Rivière A., Coutelle P. et **Diallo M.F. (2015)**, L'influence de la stratégie prix du distributeur sur la fidélité au point de vente : rôles de la *shopping value* et du format du magasin, *Journée AFM « Prix, Don, Gratuité et Valeur »* (10 Décembre), IAE Tours, France.

44- Diallo M.F., Godefroit D. et Djelassi S. (2015), L'influence des valeurs non utilitaires de magasinage sur la fidélité au centre commercial: Application au Maroc et en Tunisie, *Actes Colloque Etienne Thil* (14-16 Octobre), Novancia Paris, France.

43- Diallo M.F. and Collin-Lachaud I. (2015), How technological innovations create value in an omnichannel retailing ecosystem ? *Proceedings Conference European Association for Education and Research in Commercial Distribution*, Rennes (1-3 July), France.

42- Diallo M.F., Kaswengi J. and Gázquez Abad J.C. (2015), Understanding how store image affects consumer choice of local origin store brands, *Proceedings Conference European Association for Education and Research in Commercial Distribution*, Rennes (1-3 July), France.

41- Kaswengi, J., **Diallo, M.F.** and Gázquez-Abad J.C. (2015), The role of previous experience and marketing policy on consumer behavior toward private labels, *Proceedings Advances in National Brands and Private Labels Conference*, (June 24-26), Valencia, Spain.

40- Diallo M.F., Godefroit D., Diop-Sall, F. et Djelassi S. (2015), Qualité de service et fidélité au centre commercial : Une recherche multisite en milieu africain, *Actes Congrès Association Française de Marketing* (20-22 mai), session spéciale Maroc, Marrakech, Maroc.

39- Diallo M.F. et Diop-Sall F. (2014), Le marketing mix des produits agroalimentaires au Sénégal : L'exemple des céréales locales et du lait caillé, *Journées Scientifiques du Marketing de Dakar* (26-27 Décembre), Dakar, Sénégal.

38- Diallo M.F. and Siqueira J.R. (2014), Previous experience with store brands and consumer behaviour in emerging countries, *Proceedings Academy of International Business (AIB) Annual Conference* (October, 23-25), Miami, Florida, USA. **Prix du meilleur papier de la conférence** (Track International Marketing and Social responsibility).

37- Diallo M.F. et Diop-Sall F. (2014), Qualité de service dans un centre commercial moderne et intention d'achat : L'effet modérateur des valeurs traditionnelles africaines, *Conférence Société Africaine de Management/ SAM* (8-11 mai), Cotonou, Bénin.

36- Diallo M.F., Coutelle P., Rivière A. et Zielke S. (2014), Comment l'image prix perçue du magasin influence-t-elle la fidélité du client selon différents formats de points de vente et différentes catégories de marques ? *Actes Congrès Association Française de Marketing*, (14-16 mai), Montpellier, France.

35- Diallo M.F., Diop-Sall F. et Seck A.M. (2014), L'innovation dans les centres commerciaux: Application à un pays moins avancé, *Actes Congrès Association Française de Marketing*, (14-16 mai), Montpellier, France.

34- Diallo M.F. and Kaswengi J. (2014), Drivers of store brand choice over national brands in times of crisis: effect of marketing variables and socio-demographics, *Proceedings Advances in National Brands and Private Labels Conference*, (june 25-27), Valencia, Spain.

33- Kaswengi J. and **Diallo M.F.** (2014) Consumer brand purchase behaviour in times of crisis: Do store formats matter? *Colloquium on European Retail Research*, (September 25th – 27th), Bremen, Germany.

32- Moulins J.L., Roux E. et **Diallo M.F.** (2014), Un modèle tridimensionnel des relations à la marque : de l'image de marque à la fidélité, *Actes Congrès Association Française de Marketing*, (14-16 mai), Montpellier, France.

31- Pelet J.E. and **Diallo M.F.** (2014), Smartphone or Tablet, when Global Positioning Systems may vary consumer product choices, *Proceedings Shopper Marketing & Pricing Conference*, Stockholm School of Economics (May, 8- 10), Stockholm, Sweden.

30- Diallo M.F., Diop-Sall F. et Seck A.M. (2013), Innovation dans les centres commerciaux Touba Sandaga et Sea Plaza : le point de vue des consommateurs sénégalais, *Colloque SERGe Day* (14 décembre), Saint-Louis, Sénégal.

29- Diallo M.F., Diop-Sall F. et Leroux E. (2013), Les dimensions du tourisme durable : Application au cas du Sénégal, *Journées Scientifiques du Marketing* (28-29-30 novembre), Dakar, Sénégal.

28- Chanut O. et **Diallo M.F.** (2013), Compétences clés et réactivité du franchiseur en période de crise : le point de vue des franchisés, *Actes 16^{ème} Colloque Etienne THIL* (2-4 octobre), Paris, France.

27- Diallo M.F. et Luong M.H. (2013), Le comportement d'achat envers les marques de distributeur dans un pays émergent: Application au Vietnam, *Actes 16^{ème} Colloque Etienne THIL* (2-4 octobre), Paris, France.

26- Diallo M.F., Diop-Sall F. et Leroux E. (2013), Le tourisme durable au Sénégal : Une étude exploratoire, *Actes 6^{èmes} Journées Scientifiques du Tourisme Durable*, Troyes (20-21 juin), France.

25- Diallo M.F., Diop-Sall F. et Seck A.M. (2013), La perception d'une offre innovante dans le secteur de la grande distribution: le cas du Sénégal, *5^{ème} Colloque Entrepreneuriat, Innovation & DEVeloppement (EIDEV)*, Aix-en-Provence (21 juin), France.

24- Diallo M.F. and Seck A.M. (2013), Effect of retail service quality on store brand perceived risk and purchase intention: Evidence from the Brazilian market, *Proceedings Conference European Association for Education and Research in Commercial Distribution*, Valencia (3-5 july), Spain.

23- Pelet J.E., **Diallo M.F.** and Papadopoulou, P. (2013), How can social networks systems be an m-commerce strategic weapon? Privacy concerns based on consumer satisfaction, *Proceedings EMAC Conference*, Istanbul (June, 4-6), Turkey.

22- **Diallo M.F.** (2013), L'image-prix perçue de la marque de distributeur : concept, mesure et effet sur le comportement d'achat, *Actes Congrès Association Française de Marketing (AFM)*, La Rochelle (15-17 mai), France.

21- Pelet J.E., **Diallo M.F.** and Papadopoulou P. (2013), Mobile commerce facilitators: Smartphone's interface ease-of-use combined with social network systems and global positioning system, *Actes Congrès Association Française de Marketing (AFM)*, La Rochelle (15-17 mai), France.

20- **Diallo M.F.** et Seck A.M. (2012), La qualité du service dans la distribution : effet sur l'attitude et l'intention d'achat de la marque de distributeur, *Actes 15ème Colloque Etienne THIL*, Lille (29-30 novembre), France.

19- Castro Lucas C., **Diallo M.F.**, Leo, P.Y. and Philippe J. (2012), Innovation linked to business service internationalization: typology of innovation and influence of sectors and firm size, *Proceeding 22nd RESER Conference*, Bucarest (September 20-22), Romania.

18- **Diallo M.F.**, Philippe J. and Seck A.-M. (2012), Retail service quality: influence on store brand purchase behaviour of global and local firms, *Proceeding 22nd RESER Conference*, Bucarest (September 20-22), Romania.

17- **Diallo M.F.**, Diop-Sall F., Leroux E. (2012), Comprendre le tourisme durable en milieu africain: Le cas du Sénégal, *Actes 3^{èmes} Journées Scientifiques du Tourisme Durable*, ESCM Tours, Tours (21-22 juin), France.

16- Castro-Lucas C., **Diallo M.F.**, Léo P.Y. and Philippe J. (2012), Business service innovation and internationalization, *4^{ème} Colloque Entrepreneuriat, Innovation & DEveloppement (EIDEV)*, Aix-en-Provence (15 juin), France.

15- **Diallo M.F.** (2012), Store brand purchase behavior in an emerging market: Proposition and test of an integrative model, *INFORMS Marketing Science Conference*, Boston University, Boston (7-9 june), Massachusetts, USA.

14- **Diallo M.F.** (2011), Facteurs explicatifs du comportement d'achat envers les marques de distributeur dans un pays émergent : Application au marché brésilien, *Actes 14^{ème} Colloque Etienne THIL*, Roubaix (22-23 septembre), France. **Prix du meilleur papier jeune chercheur de la conférence.**

13- Seck A.-M. et **Diallo M.F.** (2011), Analyse du comportement multi canal du client en termes d'évaluation : quels sont les facteurs influençant sa satisfaction globale ? *Actes 14^{ème} Colloque Etienne THIL*, Roubaix (22-23 septembre), France.

12- Castro Lucas C., **Diallo M.F.**, Leo, P.Y. and PHILIPPE J. (2011), "Service innovation through internationalization", *Proceeding 21st RESER Conference*, Hamburg (September 7-9), Germany.

11- Tavares E., Castro Lucas C., **Diallo M.F.**, Léo, P.Y., Monnoyer M.-C. and Philippe J. (2011), The influence of using mobile ICT on service innovation capabilities, *Proceeding 21st RESER Conference*, Hamburg (September 7-9), Germany.

10- **Diallo M.F.** et Philippe J. (2011), Stratégies internationales des distributeurs et choix des marques de distributeur : le cas du Brésil, *Actes 1ère journée de recherche des IUT sur la commercialisation*, IUT Saint-Denis Paris (3 mars), France.

9- Chandon J.L., **Diallo M.F.** and Philippe J. (2011), Consumer choice of private label brands in the French market: proposition and test of a partial mediation model, *Proceedings 10th International Conference Marketing Trends*, Paris (January, 20-22), France.

8- **Diallo M.F.** (2011), “Les déterminants du choix des marques de distributeur dans un pays émergent : Une étude exploratoire appliquée au marché brésilien”, *Actes 10th International Conference Marketing Trends*, Paris (20-22, Janvier), France.

7- **Diallo M.F.** (2010), Private label brands’ purchase behavior and perception of Retail Service Quality: Evidence from two leading retailers in Brazil, *Proceedings 1st Brazilian Symposium on Services Science*, Brasilia (17-19, September), Brazil.

6- **Diallo M.F.** (2010), Retail branding in emerging markets: modeling store brands’ choice in the Brazilian market, *Proceedings 1st EMAC Regional Conference*, Corvinus University, Budapest (September, 23-25), Hungary.

5- **Diallo M.F.** (2009), Perception de l’image de la marque de distributeur: une étude dans un contexte multiculturel, *Actes 12ème Colloque Etienne THIL – La Rochelle* (8 et 9 Octobre), France.

4- **Diallo M.F.** (2009), Les marques de distributeur : vecteur du commerce international de détail, *Actes Colloque Franco-Brésilien sur l’innovation et l’internationalisation des services*, CERGAM, Université Paul Cézanne, Aix-en-Provence (29-30 septembre), France.

3- **Diallo M.F.** (2009), Perception of private label brand image: A comparison between three different nationality consumer groups, *Proceedings 15th Conference of the European Association for Education and Research in Commercial Distribution (EAERCD)*, Guildford, University of Surrey (July, 15-17), United Kingdom.

2- **Diallo M.F.** (2008), Private label brands in international markets: Determinants of their choice by emerging market consumers, *Proceedings International Conference of the Business Economics Institute*, Las Vegas (December, 14-17), Nevada, USA.

1- **Diallo M.F.** (2008), The strategic role of private label brands in emerging markets: A framework, *Proceedings European Conference for Academic Disciplines*, Gottenheim (December, 1-4), Germany.

► Communications invitées

7- Diallo M.F. et Diop-Sall F. (2014), Mémoire de recherche et thèse de Doctorat, Conditions, méthode et publications, *Séminaire de méthodologie*, Ecole Supérieure Polytechnique de Dakar (13 mars), Sénégal.

6- Diallo M.F. (2013), Les déterminants du choix des marques de distributeur : Application à un marché émergent - Le Brésil, *Rencontres Sphinx*, Paris (24 septembre), France.

5- Dubois D. et Diallo M.F. (2013), Les expérimentations en marketing: choix de design et méthodes d'analyses, *Atelier d'approfondissement*, Association Française de Marketing, Paris (20 septembre), France.

4- Diallo M.F. (2012), Mémoire de recherche et thèse de doctorat en sciences de gestion : théorie, méthode et applications, *Séminaire de méthodologie*, Faculté des Sciences Economiques et de Gestion, Université Cheikh Anta Diop, Dakar (04 janvier), Sénégal.

3- Chandon J.-L., Bartikowski B. et Diallo M.F. (2011), Médiation, modération et effets non linéaires, *Séminaire de recherche de méthodologie*, CERGAM, Aix-en-Provence (31 mai), France.

2- Diallo M.F. (2010), Présentation des marques de distributeur, *Séminaire de méthodologie recherche* Master 2 du Pr. Jean Philippe, CERGAM (axe 3), Aix-en-Provence (15 janvier), France.

1- Diallo M.F. (2009), Présentation de la méthodologie Mémoire M2 et application, *Séminaire de méthodologie recherche* Master 2 du Pr. Jean Philippe, CERGAM (axe 3), Aix-en-Provence (15 janvier), France.

► **Autres communications/ participations sur sélection**

5- Rivière A., Coutelle P. et Diallo M.F. (2015), Fidélité au point de vente: l'influence de la stratégie prix du distributeur, *Journée AFM/ IREP*, Paris (13 Octobre), France.

4- Diallo, M.F. (2015), Participation au *Workshop Young Faculty members meet the Editors* (Journal of Marketing, Journal of Marketing Research, Journal of Consumer Research, Marketing Science et International Journal of Research in Marketing) - ESCP Paris (05-09 janvier), France.

3- Diallo M.F. (2011), Participation au « Marketing Research Camp », HEC Paris, Paris (1^{er} septembre), France.

2- Diallo M.F. (2010), Determinants of private label brand's choice in an emerging market: Application to the Brazilian retail market, *1st EMAC Regional Doctoral Seminar*, Corvinus University, Budapest (September, 23), Hungary.

1- Diallo M.F. (2009), Les marques de distributeur : vecteur du commerce international de détail, *Actes Colloque Franco-Brésilien sur l'innovation et l'internationalisation des services*, CERGAM - FEA, Université Paul Cézanne, Aix-en-Provence (29-30 septembre), France.

■ Projets en cours/ sélection (en évaluation, en envoi ou en préparation)

5- **Diallo M.F.** et Lambey-Checchin, Effet du discount social dans la distribution.

4- **Diallo M.F.**, Gatignon H. and Kaswengi J., New product introduction, brand strategy and consumer choice: A panel data analysis.

3- Moulins J.L., Roux E. et **Diallo M.F.**, Image de marque et fidélité à la marque : un modèle tridimensionnel.

2- **Diallo, M.F.**, Image prix de la marque de distributeur dans les pays émergents : Une comparaison cross-culturelle.

1- Coutelle P., **Diallo M.F.**, Rivière A. et Zielke S., Store price image, store value and store loyalty

IV. ACTIVITES SCIENTIFIQUES

■ Visiting et séjours à l'étranger

- **Séjour de recherche 4** - Georgia State University | J. Mack Robinson College of Business (Atlanta - USA) sur invitation du Pr Kumar V. (rédacteur en chef de *Journal of Marketing*) : 17 octobre-14 Novembre 2015.

- **Séjour de recherche 3** – Université de Stirling (Stirling School of Management), Ecosse (sur invitation de Steve Burt – président de l'EAERCD) : 23 février - 7 mars 2015.

- **Séjour de recherche 2** - Université de Brasilia, Brésil - financé par l'EGIDE - sur invitation du Prof. Eduardo Raupp de Vargas : *juin 2010*.

- **Séjour de recherche 1** - Université de Brasilia, Brésil - financé par l'EGIDE - sur invitation du Prof. Eduardo Raupp de Vargas : *mai-juin 2009*.

■ Reviewer pour des revues et conférences

Revues :

- *Recherche et Applications en Marketing* (ad hoc)

- *International Journal of Retail and Distribution Management* (ad hoc)

- *Journal of Consumer Behaviour* (ad hoc)

- *The Service Industries Journal* (ad hoc)

- *Economies et Sociétés, Série EGS* (ad hoc)

- *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research* (ad hoc)

- *Journal of Business Theory and Practice* (membre du Comité de lecture)

- *African Journal of Marketing Management* (ad hoc)

Conférences :

- *Association Française de Marketing* (Montpellier, 2014)
- *World Marketing Congress* (Lima, Peru, 2013)
- *European Marketing Academy (EMAC)* (Istanbul, Turquie, 2013)
- *Colloque Etienne THIL* (Lille, 2012 ; Paris 2013)
- *American Marketing Association Winter & Summer* (Nouvelle-Orleans, 2010; Boston, 2010; San Francisco, 2011; Chicago, 2012; Boston 2013; San Francisco, 2014).
- *International Marketing Trends* (Paris, France, 2011).
- *European Association for Consumer Research* (Londres, Angleterre, 2010).
- *European Association for Education and Research in Commercial Distribution* (Guildford, Angleterre, 2009; Valence, Espagne 2013, Rennes 2015).

■ **Encadrement/participation à des jurys de mémoire & thèse**

- **Membre du jury de thèse** de Thomas Majd (Université Paris 13) : thèse de doctorat soutenue le 09 septembre 2015.
- **Tuteur académique** de mémoires Master 2 (IMMD - Université de Lille 2) : 9 étudiants encadrés chaque année sur des thématiques diverses (les marques de distributeur, la participation du client/ co-création, la fidélisation, l'attachement, le cross-canal, etc.).
- **Membre des jurys de soutenance de mémoire Master 2** (Marketing et Management des Affaires Internationales) (Ecole Supérieure Polytechnique, Dakar, 2012): **5 mémoires soutenus**.
- **Membre du jury de sélection des candidats** DUT1 – 2, Département Techniques de commercialisation - IUT Saint-Denis (rentrée 2012/2013).
- **Co-direction de projets tuteurés** de la Licence professionnelle - IUP management international (FEA, Aix-en-Provence, 2011) : **21 projets soutenus**.

■ **Membre d'associations scientifiques**

- Membre de l'EARCD (*European Association for Education and Research in Commercial Distribution*) depuis 2010.
- Membre de l'ACR (*Association for Consumer Research*) de 2010 à 2013.
- Membre de l'AHC (*Association pour l'Histoire du Commerce*) depuis 2011.
- Membre de l'AFM (*Association Française de Marketing*) depuis 2011.

- Membre de l'EMAC (*European Marketing Academy*) de 2010 à 2011.

■ Autres activités scientifiques

- Membre du Comité Scientifique de la Journée « Prix, Gratuité, Don et Valeur » 2015 (Tours).

- Membre du Comité Scientifique de l'EARCD 2015 (responsable du track « Private labels »), Rennes (1-3 juillet).

- Président de session « Strategic Retailing » de l'EARCD 2015, Rennes (1-3 juillet).

- Membre du jury du Prix de thèse Sphinx (2013-présent).

- Membre du Comité Scientifique du Colloque *Services et Distribution dans les Pays Emergents* [*Services and Retailing in Emerging Countries*] (2014)

- Membre du Comité Scientifique des *Journées Scientifiques du Marketing* de Dakar (2013-présent).

- Membre du Comité Scientifique du colloque *SERGE Day* (Saint-Louis Etudes et Recherches en Gestion | Sénégal) (2013-présent).

- Membre du Comité d'organisation du colloque *Etienne THIL* (2013 - présent).

- Membre du Comité Scientifique des *Journées Scientifiques du Tourisme Durable* (ESC Troyes, 20-21 juin, 2013).

- Président de session (Big data) – Colloque *Etienne THIL* 2012 (Lille, 29-30 novembre 2012).

- Responsable de l'organisation des séminaires de recherche du CERGAM (axe 3) de septembre 2010 à Août 2011.

- Membre du Comité Editorial de la Lettre du CERGAM de 2010 à 2011 (chargé de la collecte des informations au niveau de la Faculté d'Economie Appliquée).

- Membre du Comité d'organisation du « *Colloque Franco-Brésilien sur l'innovation et l'internationalisation des services* » (Aix-en-Provence 29-30 septembre 2009).

- Webmaster site internet CERGAM – FEA (2009 - 2010)

- Activité scientifique sur Facebook : créateur et administrateur du groupe « **Marketing quantitatif** » (avec le Pr. Jean-Louis Chandon comme co-administrateur) et du groupe **Club PRODES** (promotion de l'insertion professionnelle des diplômés sénégalais d'Aix-Marseille).

- Présence sur **SEMNET** (forum de discussion sur les équations structurelles) et **SPSSLIST** (forum de discussion sur SPSS) depuis avril 2010.

V. COMPETENCES PRATIQUES

■ Informatique

Maîtrise de la suite bureautique Pack office (Word, Excel, Powerpoint, Publisher, etc.) et de la suite OpenOffice.

Maîtrise de logiciels d'analyse de données (Sphinx, SPSS, AMOS, XLSTAT-PLS, Smart PLS et Stata) et bonne connaissance des logiciels d'analyse de données Mplus, LISREL et EQS.

■ Langues

Anglais : Bonne maîtrise de cette langue (niveau avancé) :

- **Certificat d'étude de l'anglais** obtenu au London Meridian College (Oxford Street), Avril, 2010, Londres/ Royaume-Uni.

Portugais : quelques notions (en apprentissage)

Autres langues parlées : Wolof et Pulaar (langue maternelle).

VI. CENTRES D'INTERET

- Voyages de découverte
- Films et cinéma historiques (histoire de Rome, de l'Orient, de l'Afrique, etc.)
- La culture (lectures diverses, art égyptien, art romain, etc.) ;

VII. REFERENCES

Mr Steve BURT, Professeur, Université de Stirling (Ecosse), Institute of Retail Management

E-mail : s.l.burt@stir.ac.uk

Mr Jean-Louis CHANDON, Professeur des universités
Institut d'Administration des Entreprises Université d'Aix-Marseille
INSEEC Business School

E-mail : Jean-Louis.Chandon@iae-aix.com / jlchandon@inseec.com

Mr Hubert GATIGNON, Professeur (Claude Janssen Chaired Professor), INSEAD

E-mail : hubert.gatignon@insead.edu

Mr V. KUMAR, Professeur (Regents Professor; Richard and Susan Lenny Distinguished Chair in Marketing), Mack Robinson College of Business | Georgia State University

E-mail: drvk44@gmail.com

Mme Nil TOULOUSE, Professeur des Universités
Institut du Management et du Marketing de la Distribution
Université de Lille 2 Droit et Santé

E-mail : nil.toulouse@univ-lille2.fr