



Soffien BATAOUI

Professeur des Universités en Marketing

soffien.bataoui@univ-lyon3.fr

iaelyon School of Management

Université Jean Moulin Lyon 3

1C, avenue des Frères Lumière - CS 78242
69372 LYON CEDEX 08 (FRANCE)

DOMAINE(S) D'EXPERTISE :

Marketing digital

Marketing caritatif

Marketing RH

Biographie / Résumé

Soffien BATAOUI est Professeur des Universités en Marketing à l'iaelyon - Université Jean Moulin Lyon 3 / Laboratoire Magellan.

Ses recherches portent principalement sur la façon dont l'humanisation des interfaces digitales (lien social, sociabilité et présence sociale notamment) influence les comportements des utilisateurs. Dans ce cadre-là, il s'intéresse aux sites de commerce électronique, aux sites institutionnels, à ceux des associations caritatives ou encore aux plateformes de la consommation collaborative.

Ses recherches sont publiées dans des revues nationales et internationales (notamment Décisions Marketing, Recherche et Applications en Marketing, Revue Française de Gestion ou encore Journal of Retailing and Consumer Services).

FONCTIONS

- Professeur des Universités en Marketing à l'iaelyon - Université Jean Moulin Lyon 3 et chercheur Laboratoire Magellan.

TITRES ET DIPLOMES

- **2025 - Habilitations à Diriger des Recherches – Université Grenoble-Alpes**

Titre de la note : « De l'examen du rôle des facteurs sociaux à celui du développement de sociabilités. Contributions à l'étude de l'humanisation en ligne ».

- **2013 – 2017 - Doctorat en Sciences de Gestion (Marketing) – Université Grenoble-Alpes**

Titre de la thèse : « Vers une forme d’humanisation des interfaces digitales : transposition du concept d’hospitalité au commerce électronique et impact de ses dimensions sur les réactions affectives, l’absorption cognitive et les comportements d’achat des consommateurs ».

DOMAINES D'ENSEIGNEMENT

Marketing digital

Etudes quantitatives

CENTRES D'INTERETS ACTUELS DE RECHERCHE

Humanisation des interfaces digitales

- Présence sociale
- Hospitalité virtuelle
- Chatbots

Atmosphère des interfaces digitales

- Facteurs sociaux
- Interactions entre facteurs off et online

Marketing caritatif

-Appropriation de l’intelligence artificielle par les associations caritatives et effets sur les comportements de don

CENTRE OU EQUIPE DE RECHERCHE

Laboratoire de recherche Magellan – Groupe Marketing

ASSOCIATIONS ACADEMIQUES :

- Membre élu du bureau de l’Association Française du Marketing (2022 – 2026)
- Co responsable du Doctoral Bootcamp de l’Association Française du Marketing (2023 - ...)

COMITES DE LECTURE / COMITES EDITORIAUX

-Evaluateur des revues suivantes : Journal of Retailing and Consumer Services, Journal of Global Fashion Marketing, Journal of Textile and Apparel, Management International, Revue Interdisciplinaire Management, Homme & Entreprise, @GRH, Système d’Informations & Management, Frontiers in Communication, Cyberpsychology.

-Evaluateur pour les conférences suivantes: AFM (communications, prix de l’innovation pédagogique), AMS, AIM, Colloque E. Thil.

-Assistant de rédaction de la revue Décisions Marketing (2014 – 2018).

DIRECTION DE THESES ET HDR

Direction de thèses en cours

- Ashesh DEVNATH (1^{ère} année)
- Jin SHI (1^{ère} année)
- Ons SAMMARI (2^{ème} année)

Direction de thèses soutenues

Direction d'HDR (habilitations à diriger des recherches)

LANGUES ETRANGERES PARLEES

- Anglais

TRAITS MARQUANTS DU PASSE PROFESSIONNEL

- 2018 – 2025 - Maître de Conférences – Grenoble IAE-INP, Laboratoire CERAG

PRODUCTION ACADEMIQUE

Publications dans des revues à comité de lecture

- 2025** BOCH E., GAVARD-PERRET M-L., GERARD J. et **BATAOUI S.** Consommation collaborative : des formes de sociabilité marquées par des compromis entre « mondes ». *Recherche et Applications en Marketing*, 40(1), (FNEGE : 2, HCERES : A).
- 2023** **BATAOUI S.** et BOCH E. (2023) The role of socially rich photos in generating favorable donation behavior on charity websites. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 74. (FNEGE : 3, HCERES : B).
- 2022** **BATAOUI S.** (2022) When e-commerce becomes more human by transposing the hospitality concept to merchant websites. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 74. (FNEGE : 3, HCERES : B).
- BATAOUI S.** et BOCH E. (2022) Favoriser les dons d'argent en ligne : rôle de la distance sociale perçue à travers les facteurs sociaux des sites internet d'associations. *Management & Avenir*, 129. (FNEGE : 3, HCERES : B).
- BATAOUI S.**, GERARD J. et MARTIN-LACROUX C. (2022) Quand l'humanisation du site d'une PME l'aide à attirer des candidats : le rôle de l'hospitalité virtuelle. *Décisions Marketing*, 106. (FNEGE : 3, HCERES : B).
- MARTIN-LACROUX C., LACROUX A., **BATAOUI S.** et GERARD, J. (2022) Le défi de l'attractivité pour les PME : le rôle du site internet institutionnel. *Revue de Gestion des Ressources Humaines*, 124. (FNEGE : 2, HCERES : A).

- 2021** RIVARD M., GERARD J., **BATAOUI S.** et MARTIN-LACROUX C. (2021) Un site internet pour attirer les candidats ? Une étude typologique des pratiques des PME. *@GRH*, 40(3). (FNEGE : 3, HCERES : B).
- 2020** **BATAOUI S.** et GERARD J. (2020) L'adoption de comportements responsables grâce aux nudges : le rôle médiateur de l'inférence de manipulation. *Revue Française de Gestion*, 288(3). (FNEGE : 2, HCERES : A).
- 2019** **BATAOUI S.** et GIANNELLONI J-L. (2019) Rendre le commerce électronique plus humain et moins marchand en considérant les sites internet marchands comme des espaces d'hospitalité. *Management & Avenir*, 2019/7(113). (FNEGE : 3, HCERES : B).

Livres

Chapitres d'ouvrages

- 2025** CORBETT-ETCHEVERS S., **BATAOUI S.** et CARTON S. « Handicap et numérique : proposition d'un cadre d'analyse du travail numérique en situation de handicap » dans *Vers un management durable des systèmes d'information* ? Editeur : MDS.

Articles publiés dans des actes de colloque

- 2025** HERVÁS-CORTINA, C-M et **BATAOUI S.** How can a destination promote its hospitality through its website? Contributions of the virtual hospitality concept. *25^{ème} Congreso Internacional de la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional, Murcia, España.*
- HELME-GUIZON A., BROYER J., **BATAOUI S.** et HAKIMI M. Elle est chaleureuse, il est compétent : Comment le genre façonne la confiance, la valeur, la communalité et l'agentivité perçues par les utilisateurs de chatbots de bien-être lors d'interactions réelles ? *41^{ème} Congrès de l'Association Française du Marketing, Lille, France.*
- BATAOUI S.**, GERARD J., GAVARD-PERRET M-L et BOCH E. L'impact des informations présentes dans les annonces CtoC sur les choix des consommateurs : une approche par la diagnosticité. *41^{ème} Congrès de l'Association Française du Marketing, Lille, France.*
- BATAOUI S.** et BOCH E. L'appropriation des chatbots par les associations caritatives sur leurs sites internet : quelle légitimité perçue par les donateurs ? *41^{ème} Congrès de l'Association Française du Marketing, Lille, France.*
- 2024** MARTIN-LACROUX C. et **BATAOUI S.** Chatbots de recrutement : de l'expérience candidat à ses inférences sur la marque employeur. *23^{ème} colloque sur le marketing digital, Paris, France.*
- CALDARA C. et **BATAOUI S.** Experiencing ambient smell while browsing a merchant website: effects on purchase intentions and role of inferences of manipulative intent. *40^{ème} Congrès de l'Association Française du Marketing, Paris, France.*

HELME-GUIZON A., BROYER J., **BATAOUI S.** et HAKIMI M. Lui ou elle ? Impact du genre des chatbots de bien-être sur les perceptions et les intentions des utilisateurs : une approche par l'agentivité, la communalité et la confiance. 40^{ème} Congrès de l'Association Française du Marketing, Paris, France.

ASSHIDI H. et **BATAOUI S.** La valorisation des pratiques RSE des PME sur leurs sites à l'international. 14^{ème} Conférence ATLAS-FMI, Marrakech, Maroc.

2023

CORBETT-ETCHEVERS S., **BATAOUI S.** et CARTON S. Nouveaux mondes et modes du travail : Quelle place pour les personnes en situation de handicap visuel ? *Workshop Ges'Handi*, Tours, France

BATAOUI S. et BOCH E. L'intégration des chatbots sur les sites internet d'associations caritatives : quels effets sur les comportements de don ? 39^{ème} Congrès de l'Association Française du Marketing, Vannes, France.

BOCH E. et **BATAOUI S.** Les mêmes internet comme témoignages de la relation aux marques : une étude exploratoire. 39^{ème} Congrès de l'Association Française du Marketing, Vannes, France.

2022

BATAOUI S., GIANNELLONI J-L et HELME-GUIZON A. Influence of virtual hospitality on purchase intention online: the serial mediation of trust and well-being. 38^{ème} Congrès de l'Association Française du Marketing, Tunis, Tunisie.

BATAOUI S. et BOCH E. Organismes caritatifs et incitation à l'acte de don : rôle des photos socialement riches présentes sur les sites internet d'associations. 38^{ème} Congrès de l'Association Française du Marketing, Tunis, Tunisie.

BATAOUI S., GERARD J., GAVARD-PERRET M-L et BOCH E. Effet de l'intensité des indices sociaux fournis dans l'annonce d'une plateforme de partage CtoC sur les intentions comportementales. 38^{ème} Congrès de l'Association Française du Marketing, Tunis, Tunisie.

BATAOUI S., GERARD J., GAVARD-PERRET M-L et BOCH E. Social cues provided by CtoC sellers on the platform: what effect on the intention to rent a service? 21st International Marketing Trends Conference, Roma, Italy.

2021

BOCH, E., GERARD, J., **BATAOUI, S.** et GAVARD-PERRET, M.L. Formes de sociabilités dans les pratiques de consommation collaborative : une étude qualitative auprès de consommateurs-acheteurs. 24^{ème} Colloque Etienne Thil, Roubaix, France.

BATAOUI S. et BOCH E. Effets de la présence sociale sur les comportements de don en ligne : le rôle médiateur de l'immersion dans l'expérience de navigation. 8^{ème} édition du colloque Prix & Valeur, journée Labélisée AFM, Tours, France.

MARTIN-LACROUX C., LACROUX A., **BATAOUI S.** et GERARD, J. L'hospitalité virtuelle et les bénéfices marque employeurs présents sur le site Internet institutionnel : une

source d'attractivité pour les PME. *37^{ème} Congrès de l'Association Française du Marketing*, Angers, France.

RIVARD, M., GERARD, J., **BATAOUI, S.** et MARTIN-LACROUX, C. Un site internet pour attirer les candidats ? Une étude typologique des pratiques des PME. *32^{ème} Congrès de l'Association Gestion des Ressources Humaines (AGRH)*, Paris, France.

BATAOUI, S., GERARD, J. et MARTIN-LACROUX, C. Comment l'hospitalité virtuelle d'un site internet institutionnel influence-t-elle les candidats : une étude mixte combinant l'analyse lexicométrique et l'analyse de données quantitatives. *31^{ème} Congrès de l'Association de Gestion des Ressources Humaines*, Tours, France.

MARTIN-LACROUX, C., **BATAOUI, S.**, GERARD, J. Quand l'hospitalité aide les PME à attirer des candidats. *31^{ème} Congrès de l'Association de Gestion des Ressources Humaines*, Tours, France.

2020

WILHELM, M.C. et **BATAOUI, S.** Améliorer l'efficacité d'une communication préventive : effets du choix de la publicité à visionner sur smartphone. *36^{ème} Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM)*, Biarritz, France.

BATAOUI, S., GERARD, J. et MARTIN-LACROUX, C. Le site internet, un outil efficace pour attirer des candidats. *2^{ème} Journée de Recherche sur le Marketing des Ressources Humaines (AFM)*, France.

BATAOUI, S., GERARD, J. et VALETTE FLORENCE, P. Can A Nudge Induce Inferences of Manipulative Intent? *Academy of Marketing Science, Annual Conference*, Virtual Conference.

2019

BATAOUI S., GIANNELLONI J-L. et HELME-GUIZON A. The Influence of a Website's Virtual Hospitality on Well-being and Behavioral Intentions Towards Sustainable Transportation. *22nd Academy of Marketing Science – Word Marketing Congress*, Edinburgh, Scotland.

GIANNELLONI J-L., HELME-GUIZON A. et **BATAOUI S.** Virtual hospitality of a website and behavioral intentions. The central role of processing fluency and well-being. *35^{ème} Congrès International de l'AFM*, Le Havre, France.

BATAOUI S. et CALDARA C. Olfactionline : l'impact des odeurs ambiantes sur les comportements de consommation en ligne. *35^{ème} Congrès International de l'AFM*, Le Havre, France.

BOCH E. et **BATAOUI S.** Présence sociale et distance sociale : deux concepts clefs pour favoriser les comportements de don d'argent en ligne via les réseaux sociaux. *35^{ème} Congrès International de l'AFM*, Le Havre, France.

2018

BATAOUI S., GIANNELLONI J-L. et HELME-GUIZON A. Shall I drive ? The influence of a website's virtual hospitality on well-being and behavior al intentions towards sustainable transportation. *13^{ème} Congrès du RIODD*, Grenoble, France.

BATAOUI S. et BELKAÏED-AYADI N. Le commerce électronique peut-il lui aussi procurer du bien-être aux consommateurs ? Une approche par l'hospitalité virtuelle. *21^{ème} Colloque International Etienne Thil*, Roubaix, France.

CARREL C., **BATAOUI S.** et GERARD J. Mieux comprendre le fonctionnement des *nudges* : proposition d'un modèle intégrateur. *15^{ème} congrès de l'ADERSE*, Paris, France.

2017 **BATAOUI S.** Concevoir les sites Internet marchands comme des espaces d'hospitalité pour générer des réactions affectives auprès des consommateurs. *16^{ème} Colloque sur le marketing digital*, Paris, France.

BATAOUI S. et GIANNELLONI J-L. Mesurer les comportements exploratoires des internautes : comparaison de résultats obtenus par échelle de mesure et par analytics. *33^{ème} Congrès International de l'AFM*, Tours, France.

2016 **BATAOUI S.** et GIANNELLONI J-L. Quand le commerce électronique devient plus humain et moins marchand : une approche par l'hospitalité virtuelle. *32^{ème} Congrès International de l'AFM*, Lyon, France.

2014 **BATAOUI S.** et GIANNELLONI J-L. Présence sociale sur les sites marchands : limites du concept d'atmosphère des sites marchands et apports potentiels du concept d'hospitalité virtuelle. *13^{ème} Colloque sur le marketing Digital*, Paris, France.

PRODUCTION DESTINEE AU MONDE SOCIO-ECONOMIQUE

2021 GERARD, J., MARTIN-LACROUX, C. et **BATAOUI, S.** (2021) Le site Internet, levier de recrutement insuffisamment exploité par les PME françaises, *The Conversation*.

2019 GERARD, J. et **BATAOUI, S.** (2019) Mégots jetés au sol : quand l'effet des nudges part en fumée, *The conversation*.

SITE WEB ET RESEAUX SOCIAUX

Linkedin : <https://www.linkedin.com/in/soffien-bataoui-180689b3/>