



LEOPOLD LESSASSY
Maitre de conférences HDR

Grenoble IAE
525 avenue centrale, 38400 Saint Martin d'Hères
www.grenoble-iae.fr
Email: Leopold.Lessassy@grenoble-iae.fr
Centre de recherche: CERAG

■ INTÉRÊTS DE RECHERCHE

- Marketing
- Comportement vis-à-vis des marques de distributeur

■ DOMAINES D'ENSEIGNEMENT

- Distribution
- Marketing

■ TITRES ET DIPLÔMES

Titres

Maître de conférences, Grenoble IAE Graduate School of Management, France

Diplômes

Diplôme le plus élevé :

- | | |
|------|---|
| 2021 | Habilitation à diriger des recherches, Sciences de gestion, Marketing, Vente, Université Aix-Marseille., France |
| 1993 | Doctorat, Sciences de Gestion, Marketing, IAE Dijon, France
<i>L'internationalisation des firmes de distribution : modes d'implantation et stratégies marketing à l'étranger, cas des distributeurs français</i> |

■ PUBLICATIONS SCIENTIFIQUES

Articles à comité de lecture

LESSASSY, L. (2019). Replacing a delisted brand with premium and standard private labels: The role of brand preference and type of shopping trip. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 47(10), pp. 1057-1073.

(CNRS: 3, FNEGE: 3)

LESSASSY, L. (2019). Comportements des consommateurs face aux types de déréférences : les principaux facteurs d'influence. *Management & Avenir*, 6(112), pp. 101-130.

(CNRS: 4, FNEGE: 3)

SHENG, S., ZHENG ZHOU, K. et LESSASSY, L. (2013). NPD speed vs. innovativeness: The contingent impact of institutional and market environments. *Journal of Business Research*, 66(11), pp. 2355-2362.

(CNRS: 2, FNEGE: 2)

Ouvrages et édition d'ouvrages

LESSASSY-KOUMOU, L. (2017). *Le point de vente, métiers et actions dans la grande distribution*. Éditions Universitaires Européennes.

Articles sans comité de lecture

LESSASSY-KOUMOU, L. (2015) Vivre à Bratislava et faire ses courses à Vienne : une approche transfrontalière de la zone de chalandise. *Management & Gouvernance Entreprises*, pp. 59-72.

Présentations dans des conférences avec actes

LESSASSY, L. (2017). 'L'effet de la communication, de la proximité et de l'assortiment sur la sélection du canal (magasin ou drive) et sur la décision d'achat au sein de l'enseigne'. Le Havre: Journées Normandes de Recherche sur la Consommation.

LESSASSY, L. (2014). 'De l'usage des canaux de communication pour le recrutement en distribution: le cas des jeunes diplômés sortant du système universitaire'. Paris: Colloque Etienne Thil.