

**Email :**

rossella.sorio@icn-artem.com

**Alma mater :**

Université Montpellier 2, Université de Padoue, AgroParisTech

**Sujet(s) de recherche :**

Innovation and Entrepreneurship  
Agri Food Marketing

## Rossella **SORIO**

Professeur permanent

ICN Business School / ICN Business School

MARKETING

Rossella Sorio est ingénieur agronome, diplômée de l'Université de Padoue (Italie) et de l'INA-PG (France). En 2011, elle a obtenu son Doctorat en Marketing à l'Université de Montpellier 2. Sa thèse, sur le thème de l'innovation, traite de la prise de décision du consommateur en condition d'incertitude. Son objectif est d'étudier comment le consommateur perçoit et catégorise un nouveau produit et la manière de positionner ce produit plus efficacement. Rossella Sorio a une longue expérience dans l'enseignement et, de plus, a exercé une activité de consultante pour de nombreuses entreprises en France et à l'international. Au cours de sa carrière, elle a été également chef de projet, chargée de l'ingénierie pédagogique des programmes de formation pour les dirigeants au sein de la coordination académique de l'Executive Education d'HEC, Paris. Depuis le 1er septembre 2012, Rossella Sorio a rejoint le département Marketing de l'ICN Business School à Nancy, en qualité de professeur assistant. Rossella a été la Responsable du Département Marketing d'ICN Business School du 1er juillet 2014 au 1er septembre 2017. Elle fut également responsable d'ICN Case Lab de septembre 2017 à septembre 2020 et est responsable de la spécialisation : Creative and Cultural Industries Management depuis 2017.

### Fonctions

@ICN Business School – Professeur permanent

## Publications académiques

---

21 documents

### Articles dans une revue 5 document

- Saeedeh Rezaee Vessal, Judith Partouche, Insaf Khelladi, Sylvaine Castellano, Mehmet Orhan, et al.. When cause familiarity leads to positive attitudes toward brands in a cause-brand alliance: a cross-cultural study during the COVID-19 pandemic. *International Marketing Review*, 2023, .
- Sylvaine Castellano, Rossella Sorio, Insaf Khelladi, Saeedeh Rezaee Vessal, Judith Partouche-Sebban, et al.. Cause-related marketing in pandemic context—The effects of cause-brand fit and cause-brand alliance on customer-based legitimacy and reputation. *Business ethics, the environment & responsibility*, 2023, Special issue, 16 p. .
- David Kalisz, Insaf Khelladi, Sylvaine Castellano, Rossella Sorio. The adoption, diffusion & categorical ambiguity tripecta of social robots in e-health – Insights from healthcare professionals. *Futures*, 2021, 129, pp.102743. .
- Sylvaine Castellano, Insaf Khelladi, Rossella Sorio, David Kalisz. Exploring the microfoundations of nomadic dynamic capabilities: The example of flying winemakers. *Technological Forecasting and Social Change*, 2021, 163, pp.120445. .
- Rossella Sorio, Béatrice Siadou-Martin. Adoption ou rejet de l'innovation, une approche par la théorie des prospects : le cas des vins allégés en alcool. *Innovations - Revue d'économie et de management de l'innovation*, 2019, 58 (1), pp.161-187. .

## Communications dans un congrès6 document

- Sylvaine Castellano, Insaf Khelladi, Rossella Sorio, Vincent Dutot, Justine Charlemagne. The prescriptive roles of avatars in the online wine shopping experience. *10th International Research Meeting in Business and Management*, Jul 2019, Nice, France.
- Sylvaine Castellano, Insaf Khelladi, Rossella Sorio. How Nomad Entrepreneurs contribute in building Dynamic Capabilities in a Global context The case of Flying Winemakers. *1st International Research Workshop on Wine tourism: Challenges and futures perspectives*, 2019, Strasbourg, France.
- Sylvaine Castellano, Insaf Khelladi, Rossella Sorio, Vincent Dutot, Justine Charlemagne. Le rôle des agents virtuels sur la confiance et l'intention d'achat de vin en ligne. *Treizième Journée AFM du Marketing Agroalimentaire à Montpellier*, Sep 2018, Montpellier, France.
- Rossella Sorio, Béatrice Siadou-Martin. Impact of global warming on the alcohol content of wine: Consumer perceptions, a prospect theory approach. *3rd JRMGE (Grand East Marketing Research Day)*, 2017, Metz France.
- Rossella Sorio, Béatrice Siadou-Martin. Le réchauffement climatique va-t-il changer le vin ? Vision comparée des consommateurs français et italiens sur la désalcoolisation. *Journée du Marketing agro-alimentaire, 12ème édition, AFM, Montpellier*, 2017, Unknown, Région indéterminée.
- Rossella Sorio, Béatrice Siadou-Martin. Impact of global warming on the alcohol content of wine: Consumer perceptions, a prospect theory approach. *Annual AAWE (American Association Wine Economists)*, 2017, Padoue Italy.

## Autres publications10 document

- Sylvaine Castellano, Insaf Khelladi, Rossella Sorio. Will the world ever accept non-alcoholic wine?. 2021.
- Sylvaine Castellano, Insaf Khelladi, Rossella Sorio. Es realmente vino el vino sin alcohol?. 2021.
- Insaf Khelladi, Rossella Sorio, Sylvaine Castellano. Le vin sans alcool est-il vraiment du vin ?. 2021.
- Rossella Sorio, Lydie Belaud. Le Petit Béret : du vin qui n'en est pas ?. 2020.
- Marie-France Clerc-Girard, Rossella Sorio, Tamym Abdessemed. Quel e-futur pour miss numerique ?. 2016.
- Marie-France Clerc-Girard, Rossella Sorio, Tamym Abdessemed. What e-future for miss numerique ?. 2016.
- Tamym Abdessemed, Marie-France Clerc-Girard, Rossella Sorio. MISS NUMERIQUE et LA POSTE. 2015.
- Tamym Abdessemed, Rossella Sorio. Air France 2014, Strike Communication. 2015.
- Tamym Abdessemed, Rossella Sorio. Air France 2014, communication de grève !. 2015.
- Tamym Abdessemed, Marie-France Clerc-Girard, Rossella Sorio. MISS NUMERIQUE AND LA POSTE: NEW HORIZONS!. 2015.



Documents récupérés de l'archive ouverte HAL