

**Email :**

helene.yildiz@univ-lorraine.fr

Alma mater :

IUFM de Lorraine, Université de Lorraine

Sujet(s) de recherche :

Développement durable des territoires – Commerce tourisme-frontière
Comportement consommateur
E-sport

Hélène YILDIZ

Professeur des universités

Université de Lorraine / IUT de Longwy

IDE

Hélène Yildiz est professeure des Universités en sciences de Gestion et du Management, spécialisée en stratégie marketing digital à l'Université de Lorraine au sein de l'IUT Henri Poincaré de Longwy.

Elle est membre de l'Association Française de Marketing et de l'EMAC. Elle co-supervise le programme de master MIAGE et est responsable du programme du master Hospitality Management à l'IAE de Metz. Ses recherches se concentrent sur l'analyse des processus d'échange économique et social entre différentes entités (Individu, organisation privée ou publique), que ce soit dans les domaines du commerce, de l'industrie du tourisme et de l'industrie du jeu.

Les résultats de ses recherches ont été publiés dans plusieurs grandes revues nationales et internationales (Recherche et Applications en Marketing, Revue Française de Gestion ...; Technological Forecasting Social Change, Industrial Marketing Management, ...). Elle est éditrice associée EuroMed Journal of Business (ABS1).

Fonctions

@IAE Metz School of Management – Responsable Master délocalisé Marketing

@IUT Longwy – Chef de département Adjoint

@IUT Longwy @CEREFIGE – Professeure des universités

Publications académiques

90 documents

Articles dans une revue 14 document

- Hélène Yildiz, Alan Reiter, Jean-Pierre Mouline, Mohamed Ouiakoub. L'engagement virtuel incarné : Conséquences sur les entreprises du segment de MMOG. *Revue Française de Gestion*, 2024, 50 (314), pp.37-59. .
- Hélène Yildiz, Alan Reiter, Demetris Vrontis, Jean-Pierre Mouline. Interacting in virtual reality: When the Proteus effect stimulates 3D MMORPG players to buy. *Technological Forecasting and Social Change*, 2024, 201, pp.123205. .
- Osama Al-Kwafi, Allam Abu Farha, Shatha Obeidat, Hélène Yildiz, Zafar Ahmed. The influence of managerial perceptions on adopting environmental strategies in B2B: An exploratory study from emerging countries. *Industrial Marketing Management*, 2023, 115, pp.550-563. .
- Hélène Yildiz, Sarah Tahali, Eleni Trichina. The adoption of the green label by SMEs in the hotel sector: a leverage for reassuring their customers. *Journal of Enterprise Information Management*, 2023, .
- Helene Yildiz, Alan Reiter. Intelligence Artificielle : Quand la technologie est au service de la proximité sociale et organisationnelle. *GéoProximitéS*, A paraître, 1 (14), 5 p.
- Rachid Belkacem, Mathias Boquet, Nicolas Dorkel, Colette Renard-Grandmontagne, Béatrice Siadou-Martin, et al.. Conception de la frontière et comportements des acteurs transfrontaliers. *Projectics / Projectica / Projectique*, 2022, 1 (31), pp.9-38. .

- Habiba Elbardai, Kamal Lakhrif, Hélène Yildiz. Rational and Emotional Advertising: A bibliometric Analysis (1990-2020). *International Journal of Marketing Studies*, 2021, 13 (4), pp.16-30. .
- Christian Dianoux, Sandrine Heitz-Spahn, Béatrice Siadou-Martin, Géraldine Thévenot, Hélène Yildiz. Nudge: A relevant communication tool adapted for agile innovation. *Journal of Innovation Economics & Management*, 2019, 28 (1), pp.7. .
- Sandrine Heitz-Spahn, Lydie Belaud, Hélène Yildiz. Le point de vente physique, entre espace de showrooming et espace d'achat. *D  cisions Marketing*, 2018, 91, pp.27-44. .
- Hélène Yildiz, Sandrine Heitz-Spahn, Lydie Belaud. Do ethnocentric consumers really buy local products?. *Journal of retailing and consumer services*, 2018, 43, pp.139-148. .
- Sandrine Heitz-Spahn, Hélène Yildiz, Lydie Belaud. Investigating the factors driving channel choice and retailer choice in an omni-channel environment. *Projectics / Proy  ctica / Projectique*, 2018, n  21 (3), pp.43-60. .
- Hélène Yildiz, Sandrine Heitz-Spahn, Lydie Belaud. Explaining small-retailer patronage through social capital theory. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 2017, 45 (6), pp.641-659. .
- Lydie Belaud, Sandrine Heitz-Spahn, Hélène Yildiz. Le joueur social et connecté : une perspective d'analyse par la théorie de l'engagement comportemental. *Décisions Marketing*, 2017, 84, pp.77-94. .
- Hélène Yildiz. Permission et engagement: Proposition d'un cadre théorique appliqué au courriel pr  accept  . *Recherche et Applications en Marketing (French Edition)*, 2007, 22 (3), pp.5-27. .

Communications dans un congr  s54 document

- Alan Reiter, Jean-Pierre Mouline, Hélène Yildiz. Comportement d'achat et de recommandation des utilisateurs dans les plateformes de e-commerce en réalité augmentée : l'effet de l'AWE expérience. *Congrès National de la Recherche des IUT (CNRIUT)*, Mar 2024, Mulhouse (FR), France.
- Alan Reiter, Jean-Pierre Mouline, Hélène Yildiz. Comprendre l'intention de réservation en ligne et de recommandation dans les plateformes collaboratives de tourisme. *Colloque international - Tourisme Technologie & Transition*, Dec 2023, TETANGE, France.
- Hélène Yildiz, Alan Reiter, Demetris Vrontis, Jean-Pierre Mouline. When the proteus effect stimulates 3D MMORPG players to buy. *16th Annual Euromed Academy of Business (EMAB) Conference - Business Transformation in Uncertain Global Environments*, Sep 2023, Vilnius, Lithuania.
- Alan Reiter, Jean-Pierre Mouline, Hélène Yildiz. MMORPG en 3D : Quand la réalité virtuelle rejoint la vraie vie. *CNRIUT 2023*, Jun 2023, Saint Pierre (La Réunion), France.
- Alan Reiter, Jean-Pierre Mouline, Hélène Yildiz. Quand l'effet proteus stimule les joueurs de MMORPG en 3D à acheter. *Responsabilité(s) et pratique du marketing*, 39  me congrès international de l'afm, Association Française du Marketing, May 2023, Vannes, France.
- Ali Ghasemi Baghabrishami, Nathalie Fleck-Dousteysier, Hélène Yildiz. Social proximity in reshaping perceived rarity of luxury brands in communicated messages on social vs. classic media: an exploratory study. *5th Monaco Symposium on Luxury*, Apr 2023, Monaco, Monaco.
- Alan Reiter, Jean-Pierre Mouline, Sarah Tahali, Hélène Yildiz. Research on MMORPG: A bibliometric analysis overview covering 2000-2021. *International Marketing Trends conference*, Jan 2023, Paris, France.
- Damien Guilbert, Latifa Boutat-Baddas, Hugues Rafaralahy, Michel Zasadzinski, Rachid Belkacem, et al.. Plateforme dédiée à l'utilisation de l'hydrogène dans le cadre des énergies renouvelables et du stockage de l'énergie. *Congrès National de la Recherche en IUT, CNRIUT'2022*, Jun 2022, Roanne, France.
- Sarah Tahali, Hélène Yildiz, Rachid Belkacem, Latifa Boutat-Baddas, Damien Guilbert, et al.. L'engagement comportemental citoyen pour une plus grande acceptabilité sociale d'une technologie à « hydrogène vert et local ». *Congrès National de la Recherche en IUT, CNRIUT'2022*, Jun 2022, Roanne, France.
- Sarah Tahali, Hélène Yildiz, Françoise Simon. Touriste classique versus touriste durable, les nouvelles figures du touriste de demain. *24  me Colloque Etienne Thil*, Association Etienne Thil, Oct 2021, Roubaix, France.
- Habiba Elbardai, Hélène Yildiz, Beatrice Siadou-Martin. Vers une clarification des approches publicitaires soft-sell et hard-sell :   tude des perceptions du consommateur français. *24i  me Colloque Etienne Thil*, Oct 2021, Roubaix, France.
- Sarah Tahali, Hélène Yildiz. How fair is the handling of the claimant customer? a comparison between the e-mail and telephone channels. *COBLI2021: 2nd International Colloquium on Brand, Label, and Product Intelligence*, Jun 2021, Orleans, France.
- Sarah Tahali, Hélène Yildiz, Joseph Kaswengi. Ethnocentrism consumer research: A bibliometric analysis overview over 1984-2021. *COBLI2021: 2nd International Colloquium on Brand, Label, and Product Intelligence*, Jun 2021, Orleans, France.
- Khoudia Gu  ye, Lo  c Comino, Antonietta Specogna, Karine Useldinger, Hélène Yildiz. L'innovation,

potentiel levier d'attractivité territoriale : réflexions préalables à l'étude d'un hackathon. *Attractivité des territoires : défis et enjeux pour les acteurs*, Jun 2021, Fontainebleau, France.

- Sarah Tahali, Régis Rouyer, Hélène Yildiz. Le processus d'acceptabilité sociale d'une énergie verte à travers le prisme de la théorie du capital social. *CNRIUT*, Jun 2021, Lyon, France.
- Ali Ghasemi Baghabrishami, Nathalie Fleck-Dousteysier, Hélène Yildiz. An exploratory study on how social media communication of luxury brands influence consumers' perception depending on the source. *European Marketing Academy (EMAC)*, May 2021, Madrid, Spain.
- Ali Ghasemi Baghabrishami, Nathalie Fleck-Dousteysier, Hélène Yildiz. Luxury on thin ice with social media: understanding consumers' perception from online vs offline communication. *Congrès International de l'AFM*, May 2021, Anger, France.
- Sarah Tahali, Régis Rouyer, Hélène Yildiz. Social marketing: the role of civic commitment in local methanisation projects in relation to stakeholder theory. *Marketing trends*, Jan 2021, Venice, Italy.
- Nizar Ayed, Sarah Tahali, Helene Yildiz, Komivi Afawubo. Marketing territorial : l'impact de l'engagement comportemental versus communautaire sur la fidélité du touriste. *Congrès International de l'AFM*, May 2020, BIARRITZ, France.
- Ali Ghasemi Baghabrishami, Nathalie Fleck, Hélène Yildiz. Du prestige au 'masstige' : comment la distance psychologique influence la fidélité et la désirabilité des marques de luxe en ligne. *Congrès International de l'AFM*, May 2020, Biarritz, France.
- Sarah Tahali, Nizar Ayed, Hélène Yildiz, Jean-Pierre Mouline. La durabilité des plateformes online dans le secteur du tourisme. *Colloque international Projectique 2020*, Apr 2020, Agadir, Maroc.
- Habiba Elbardai, Helene Yildiz, Béatrice Siadou-Martin. Du désamour affirmé des consommateurs pour la publicité à l'attrance vers un contenu « soft-sell » : Étude exploratoire dans le contexte français. *Journées de Recherche Marketing du Grand Est*, Mar 2020, Dijon, France.
- Sarah Tahali, Helene Yildiz, Komivi Afawubo. L'économie de partage dans le tourisme : durabilité ou non durabilité ?. *19 ème édition du colloque Marketing Trends*, Jan 2020, paris, France.
- Sarah Tahali, Hélène Yildiz. Réclamations clients et médias sociaux dans le secteur touristique. *International marketing trends conference*, Jan 2020, Paris, France.
- Sarah Tahali, Nizar Ayed, Hélène Yildiz, Komivi Afawubo, Philippe Kornmann, et al.. L'économie de partage dans le tourisme : durabilité ou non durabilité ? : 24eme colloque marketing trends des 18, 19 janvier 2020. *International marketing trends conference*, Jan 2020, Paris, France.
- Nizar Ayed, Hélène Yildiz, Komivi Afawubo. La fidélisation du « touriste shopper » de montres de luxe par la communication événementielle. *23ème édition Colloque international de Recherche en Marketing Horloger*, Dec 2019, Neufchâtel, Suisse.
- Sarah Tahali, Hélène Yildiz. La réactivité dans la prise en charge du client-touriste réclamant. *2nd Journée de recherche Relation à la Marque dans un Monde Connecté*, Nov 2019, Colmar, France.
- Béatrice Siadou-Martin, Géraldine Thévenot, Hélène Yildiz. Vers une redéfinition de la zone de chalandise dans les zones transfrontalières : Application à la zone France-Belgique-Luxembourg-Allemagne. *22ème Colloque Etienne Thil*, Oct 2019, Paris, France.
- Hélène Yildiz, Komivi Afawubo. Le commerce en région transfrontalière : éclairage à la lumière de la théorie de l'écologie des populations. *Journée d'étude interdisciplinaire sur l'espace transfrontalier*, Jul 2019, Longwy, France.
- Christian Dianoux, Jean-Pierre Mouline, Hélène Yildiz. L'assistant mobile pour une vente plus efficace. *International Conference on Project Logistics*, Jun 2019, Metz, France.
- Hélène Yildiz, Komivi Afawubo. La force des liens faibles peut-elle expliquer le processus d'achat des biens virtuels. Le cas des joueurs de MOBA. *Congrès international de l'AFM, 15-17 Mai, Havre*, May 2019, Havre, France.
- M Boquet, N Dorkel, Hélène Yildiz. Le renouvellement de l'offre commerciale du centre-ville : l'exemple messin. *35ème Congrès de l'Association Française de Marketing*, May 2019, Le Havre, France.
- Habiba Elbardai, Hélène Yildiz, Béatrice Siadou-Martin. L'effet publicitaire : l'impact d'une culture à « contexte fort » dans le processus d'apprentissage cognitif. *4ème édition la Conférence Internationale PROJECTICS*, Mar 2019, Agadir, Maroc.
- P Hodonou, R Rouyer, Hélène Yildiz. Le rôle du processus d'apprentissage des parties prenantes dans le cadre de projets locaux de méthanisation. *4ème édition la Conférence Internationale PROJECTICS*, Mar 2019, Agadir, Maroc.
- H Elbardai, Hélène Yildiz, Béatrice Siadou-Martin. L'impact de la culture sur le format de la communication persuasive : étude exploratoire dans le contexte marocain ?. *5ième journée de recherche en marketing du grand est*, Mar 2019, Strasbourg, France.
- Christian Dianoux, Béatrice Siadou-Martin, Géraldine Thévenot, Hélène Yildiz, Sandrine Heitz-Spahn. Et si un « coup de pouce » permettait d'adopter un comportement écologique : comment inciter les étudiants à recycler leurs brouillons ?. *5ième Journée de Recherche en Marketing du Grand Est*, Mar 2019, Strasbourg, France.

- Ali Ghasemi Baghabrishami, Hélène Yildiz, Nathalie Fleck-Dousteyssier. La communication des marques de luxe sur les médias sociaux. *5ème Journée du Marketing du Grand Est*, Mar 2019, Strasbourg, France.
- Habiba Elbardai, Helene Yildiz, Béatrice Siadou-Martin. L'effet publicitaire: l'impact d'une culture à « contexte fort » dans le processus d'apprentissage cognitif. *5ème Journées de Recherche Marketing du Grand Est*, 2019, Strasbourg, France.
- Nathalie Fleck-Dousteyssier, Hélène Yildiz. Comprendre le visage polymorphe du consommateur transfrontalier : un modèle théorique intégrateur. *21ème Colloque Etienne Thil*, Oct 2018, Roubaix, France.
- Hélène Yildiz, Sandrine Heitz-Spahn, Béatrice Siadou-Martin. L'out-shopper peut-il être un consommateur local ? Etude des pratiques de consommation transfrontalière dans le pôle européen de développement de Longwy-Alzette-Belval. *21ème Colloque Etienne Thil*, Oct 2018, Roubaix, France.
- Hélène Yildiz, Sandrine Heitz-Spahn, Lydie Belaud. Consumers at the frontiers: between the « out-shopper » and the « localist ». *2nd ABS World Conference*, Jul 2018, Vienne, Austria.
- M Boquet, N Dorkel, Hélène Yildiz. La relation « client/commerçant/territoire » dans le renouvellement de l'offre commerciale du centre-ville : l'exemple messin. *Commerce du futur, futurs du commerce, Colloque de la commission Commerce du CNFG*, May 2018, Le Havre, France.
- Hélène Yildiz, Nathalie Fleck-Dousteyssier. Modèle théorique explicatif et intégratif de la consommation frontalière : regards croisés entre géographie et gestion, Commerce du futur, futurs du commerce. *Colloque de la commission Commerce du CNFG*, May 2018, Le Havre, France.
- Christian Dianoux, Sandrine Heitz-Spahn, Béatrice Siadou-Martin, Géraldine Thévenot, Hélène Yildiz. Les relations entre les connaissances objective et subjective et le comportement déclaré dans le cadre du tri des déchets ménagers. *4ième Journée de Recherche en Marketing du Grand Est*, Mar 2018, Mons, France.
- Hélène Yildiz, Philippe Kornmann, Habiba Elbardai. L'innovation à travers les systèmes de monnaie locale : l'engagement au cœur du process. *3ème édition de la Conférence Internationale PROJECTICS*, Mar 2018, Agadir, Maroc.
- Sandrine Heitz-Spahn, Hélène Yildiz, Lydie Belaud. Pourquoi le showroomer est-il focalisé sur le prix ? Une grille de lecture par la théorie de niveau de représentation. *20ème Colloque Etienne Thil*, Oct 2017, Roubaix, France.
- Sandrine Heitz-Spahn, Hélène Yildiz, Béatrice Siadou-Martin. Dynamiser l'activité commerciale du centre-ville : quels acteurs ? Quels dispositifs ?. *3ème Journée du Marketing du Grand Est*, Mar 2017, Metz, France.
- Christian Dianoux, Sandrine Heitz-Spahn, Béatrice Siadou-Martin, Géraldine Thévenot, Hélène Yildiz. Les nudges, une innovation managériale dans la communication d'entreprise ?. *Ecole d'Eté RRI 2017*, 2017, NANCY, France.
- Christian Dianoux, Sandrine Heitz-Spahn, Béatrice Siadou-Martin, Géraldine Thévenot, Hélène Yildiz. Nudge Marketing: an innovative way to encourage more responsible behavior? Which devices with what theoretical foundations?. *2nd ARTEM Organizational Creativity and Sustainability International Conference*, 2017, NANCY, France.
- Hélène Yildiz, Sandrine Heitz-Spahn. What makes consumers shop at small retailers?. *Academy of Marketing Science World Marketing Congress*, Jul 2016, Paris, France.
- Hélène Yildiz, Sandrine Heitz-Spahn. Le consommateur ethnocentrique achète-t-il réellement local ? : Une approche transactionnelle de la confiance. *1ère Journée de Recherche en Marketing du Grand Est*, CREGO, Mar 2015, Dijon, France.
- Sandrine Heitz-Spahn, Hélène Yildiz. Product categories or personal characteristics: which factor drives channel related and retailer related consumer behavior most?. *International Marketing Trends Conference*, Jan 2015, Paris, France.
- J. Frisou, Hélène Yildiz. Les programmes de fidélisation éco-localistes ont-ils des effets plus forts sur les comportements à long-terme des femmes que sur ceux des hommes ? . *Congrès AFM de Montpellier*, AFM, Association française du Marketing, May 2014, Montpellier, France.
- Hélène Yildiz. L'engagement comportemental civique du consommateur facteur de succès d'un territoire. *Congrès AFM de Montpellier*, AFM, Association française du Marketing, May 2014, Montpellier, France.

Poster de conférence¹ document

- Ali Ghasemi Baghabrishami, Nathalie Fleck-Dousteyssier, Hélène Yildiz. Closely distant: how luxury brand-consumer engagement on social media influences consumer perception and loyalty. *European Marketing Academy EMAC Conference*, May 2020, Budapest, Hungary.

Ouvrages (y compris édition critique et traduction)1 document

- Hélène Yildiz, Sandrine Heitz-Spahn, Béatrice Siadou-Martin (Dir.). (R)évolution du commerce de centre-ville : de l'état des lieux à la résilience ?. PUN, 2019, 9782814305205.

Chapitres d'ouvrage12 document

- Mathias Boquet, Nicolas Dorkel, Hélène Yildiz. La relation Client-Commerçant-Territoire dans le renouvellement de l'offre commerciale du centre-ville : l'exemple messin. Samuel Deprez. *Commerces, consommation et territoires. Le temps des transitions, des futurs incertains*, , 2022, 979-10-240-1595-8.
- Sarah Tahali, Hélène Yildiz. How fair is the handling of the claimant customer? A comparison between the e-mail and telephone channels. Springer. *Brand, Label, and Product Intelligence*, 2022.
- Sarah Tahali, Hélène Yildiz, Joseph Kaswengi. Ethnocentrism consumer research: A bibliometric analysis overview over 1984-2021. Springer. *Brand, Label, and Product Intelligence*, 2022.
- Michaël Pouzenc, Hélène Yildiz. Clients et commerçants. Evolution des pratiques et stratégies d'adaptation. Introduction. Samuel Deprez. *Commerces, consommation et territoires. Le temps des transitions, des futurs incertains*, Presses Universitaires de Rouen et du Havre, pp.19-21, 2022.
- Michaël Pouzenc, Hélène Yildiz. Clients et commerçants. Evolution des pratiques et stratégies d'adaptation. Conclusion. Samuel Deprez. *Commerces, consommation et territoires. Le temps des transitions, des futurs incertains*, Presses Universitaires de Rouen et du Havre, pp.93-95, 2022.
- Nizar Ayed, Helene Yildiz, Komivi Afawubo. La fidélisation du « touriste shopper » de montres de luxe par la communication événementielle. *Direct to consumer: à la conquête du client horloger*, 2020, 978-2-606-01945-7.
- Sandrine Heitz-Spahn, Hélène Yildiz, Béatrice Siadou-Martin. Dynamiser le commerce de centre-ville et de centre-bourg : quels dispositifs et quels acteurs ?. Yildiz H.; Heitz-Spahn S.; Siadou-Martin B. (coord.). *(R)évolution du commerce de centre-ville : de l'état des lieux à la résilience*, Presses Universitaires de Lorraine, pp.103-124, 2019.
- Béatrice Siadou-Martin, Sandrine Heitz-Spahn, Hélène Yildiz. Regards croisés sur la problématique de la dynamisation du commerce de centre-ville. Yildiz H.; Heitz-Spahn S.; Siadou-Martin B. (coord.). *(R)évolution du commerce de centre-ville : de l'état des lieux à la résilience*, Presses Universitaires de Lorraine, p. 205-228, 2019.
- Sandrine Heitz-Spahn, Hélène Yildiz, Béatrice Siadou-Martin. Conclusion. Yildiz H.; Heitz-Spahn S.; Siadou-Martin B. (coord.). *(R)évolution du commerce de centre-ville : de l'état des lieux à la résilience*, Presses Universitaires de Lorraine, p. 229, 2019.
- Sandrine Heitz-Spahn, Hélène Yildiz, Béatrice Siadou-Martin. Introduction. Commerce de centre-ville : de l'état des lieux à la résilience. Yildiz H.; Heitz-Spahn S.; Siadou-Martin B. (coord.). *(R)évolution du commerce de centre-ville : de l'état des lieux à la résilience*, Presses Universitaires de Lorraine, p. 15-17, 2019.
- Hélène Yildiz, Sandrine Heitz-Spahn. Acheter au sein de son territoire : le cas des petits commerces de centre-ville. Nobile D.; Marin, A. *Management de la Dynamique territoriale*, Presses Universitaires de Lorraine, 2018.
- Hélène Yildiz, Philippe Kornmann. Les externalités négatives du tourisme d'Airbnb sur la valeur locative immobilière : Le cas complexe de Metz Hyper-centre. F. Rasolofo-Distler. *Manager l'immobilier dans sa complexité*, Presses Universitaires de Lorraine, 2018, 978-2814305281.

Autres publications7 document

- Béatrice Siadou-Martin, Colette Renard-Grandmontagne, Hélène Yildiz, Mathias Boquet, Nicolas Dorkel, et al.. Consommation : dans le Grand-Est, la crise a changé les habitudes des frontaliers. 2020.
- Hélène Yildiz. Des déserts des centres-villes aux déserts des périphéries ?. 2019.
- Hélène Yildiz, Béatrice Siadou-Martin, Sandrine Heitz-Spahn. Le commerce de centre-ville n'a pas dit son dernier mot.... 2019.
- Hélène Yildiz, Béatrice Siadou-Martin, Sandrine Heitz-Spahn. L'avenir des centres-villes : être au cœur de la mobilité et des réseaux !. 2017.
- Hélène Yildiz. « Achetez Gaulois ». 2016.
- Hélène Yildiz. Attractivité du territoire lorrain: le commerce au centre de la ville. 2016.
- Sandrine Heitz-Spahn, Béatrice Siadou-Martin, Hélène Delacour, Hélène Yildiz. Les déserts commerciaux : fatalité ou nouveaux enjeux ?. *The Conversation*, 2016.

Thèses1 document

- Hélène Yildiz. La permission de communiquer peut-elle favoriser la construction de relations d'échange durables ? : le cas de l'e-mail OPT-IN. Gestion et management. Université Nancy 2, 2006. Français. .



Documents récupérés de l'archive ouverte HAL