

Sandrine HEITZ-SPAHN
Maître de Conférences en Sciences de Gestion - HDR
Université de Lorraine

IAE Metz School of Management

Rue Augustin Fresnel, 57070 METZ

☎ : 06.23.23.41.02

✉ : sandrine.spahn@univ-lorraine.fr

Centre Européen de Recherche en Finance et en Gestion des Entreprises (CEREFIGE)

Maison de la Recherche – 23-25 rue Baron Louis 54000 NANCY

LinkedIn : [linkedin.com/in/sandrine-heitz-spahn-75415258](https://www.linkedin.com/in/sandrine-heitz-spahn-75415258),

ORCID : <https://orcid.org/0000-0002-5753-9723>

Diplômes, Distinctions et Formations Complémentaires

Diplômes

- ▶ **2023** **Habilitation à Diriger des Recherches**, Université de Lorraine, sous la coordination de Monsieur le Professeur Christian Dianoux, laboratoire CEREFIGE

Titre de la notice : *Vers une meilleure compréhension des processus de décision des consommateurs et des acteurs du commerce et de leur impact sur l'activité commerciale des entreprises.*

Rapporteurs : Monsieur le Professeur Bertrand Belvaux, Université de Bourgogne ; Madame le Professeur Karine Picot-Coupey, Université de Rennes ; Madame le Professeur Claire Roederer, Université de Strasbourg.

Suffragants : Monsieur le Professeur Olivier Badot, ESCP Europe ; Madame le Professeur Véronique des Garets (Présidente du jury) ; Monsieur le Professeur Jean-Marc Ferrandi, Oniris Nantes ; Monsieur le Professeur Mathieu Kacha, Université de Lorraine ; Madame le Professeur Siadou-Martin, Université de Montpellier.

Invité : Monsieur le Professeur émérite Marc Filser, Université de Bourgogne.

- ▶ **2007/2011** **Doctorat ès Sciences de Gestion**, Université de Bourgogne, sous la direction de Monsieur le Professeur Marc Filser, laboratoire CERMAB-LEG.

Mention *très honorable avec les félicitations du jury à l'unanimité.*

Titre du manuscrit : *Comportements des consommateurs dans un environnement multi-canal : exploration de la préparation de la décision et de l'achat.*

Rapporteurs : Monsieur le Professeur Gilles Paché, Université d'Aix-Marseille II ; Madame Régine Vanheems, Université Paris I Panthéon-Sorbonne ;

Suffragants : Monsieur le Professeur Jacques Thévenot, Université Nancy II ; Monsieur Bertrand Belvaux, Université Paris II Panthéon-Assas.

- ▶ **2006/2007** **Master Recherche en Management**, Université de Strasbourg. Mention *Bien*. (**Major de promotion**)

- ▶ **2003-2007** **Master Grande École**, EM Strasbourg Business School. *Spécialisation Marketing – Communication – Vente*. Mention *Bien*.

- ▶ **2004/2005** **Programme d'échange universitaire**, University of San Diego, USA. *Spécialisation Marketing – Relations Internationales*. Notes obtenues au cours de l'année équivalent à la Mention *Très Bien*.

- ▶ **2001/2003** **Diplôme Universitaire de Technologies (DUT) - Techniques de Commercialisation**, Université de Strasbourg. Mention *Bien*.

Distinctions, prix, primes et bourses

- 2026 **Lauréate** de la bourse « Common Research Grant » par l'Association Française du Marketing et l'Academy of Marketing Science valorisant le travail de recherche d'équipes internationales avec Grégory Bressolles (Kedge Business School), Cathérine Viot (Université de Bordeaux) et John Ford (Old Dominion University, Norfolk, VA, Etats-Unis).
- Oct. 25 Obtention de **la prime individuelle (RIPEC) au titre de l'activité scientifique. Avis très favorable du CNU et de l'Etablissement.**
- 2025 **Lauréate** de la bourse Widen Horizon Université de Lorraine d'un montant de 12 000 euros – aide au financement d'une mobilité pour le développement de projets de recherche à Old Dominion University (USA) d'une durée d'un an.
- 2023 **Lauréate** du prix de la meilleure communication scientifique traitant du rapport entre commerce électronique et espaces urbains, organisé par l'Institut de la Ville et du Commerce le Ladyss-Laboratoire Dynamiques sociales et recomposition des espaces (UMR 7533) et le soutien du cabinet d'avocats HB Associés, spécialisé en droit des baux commerciaux (avec Madiha Bendjaballah-Khelifi, Lydie Belaud et Béatrice Siadou-Martin).
- 2022 **Lauréate** de la bourse « Common Research Grant » par l'Association Française du Marketing et l'Academy of Marketing Science valorisant le travail de recherche d'équipes internationales avec Madiha Bendjaballah-Khelifi (Université de Lorraine), Christian Dianoux (Université de Lorraine) et Eleonora Pantano (University of Bristol, UK).
- Oct. 22 Obtention de **la prime individuelle (RIPEC) au titre de l'activité scientifique. Avis très favorable du CNU et de l'Etablissement.**
- 2022 **Lauréate** du prix de la meilleure communication, Colloque Etienne Thil 2022 (avec Béatrice Siadou-Martin et Lydie Belaud)
- 2021 **Lauréate** de la bourse « Common Research Grant » par l'Association Française du Marketing et l'Academy of Marketing Science valorisant le travail de recherche d'équipes internationales avec Yule Rae Kim (University of Montclair, USA), Rajiv Vaidyanathan, University of Minnesota Duluth, USA) et Nina Belei (Radboud University, Pays-Bas).
- 2019 **Lauréate** du prix du meilleur cas de recherche AFM-CCMP, Congrès de l'Association Française du Marketing 2019 (avec Lydie Belaud), « *Faire face au comportement de showrooming: le cas Castorama* ».
- 2017 **Lauréate** du prix de la meilleure communication, Colloque Etienne Thil 2017 (avec Lydie Belaud et Hélène Yildiz)
- 2017 **Lauréate** de la bourse « Common Research Grant » par l'Association Française du Marketing et l'Academy of Marketing Science valorisant le travail de recherche d'équipes internationales Rajiv Vaidyanathan, University of Minnesota Duluth, USA) et Nina Belei (Radboud University, Pays-Bas).
- 2016 **Highly Cited Research Award** décerné par la revue Journal of Retailing and Consumer Service pour l'article de recherche paru en 2013 sous l'intitulé : Cross-Channel Free-Riding Consumer Behavior in a Multichannel Environment: An Investigation of Shopping Motives, Sociodemographics and Product Categories
- 2014 **Lauréate** du *Junior Professor Award* FNEGE 2013 : obtention d'une bourse de 10 000 euros pour réaliser un séjour de recherche de 6 mois à l'étranger – Radboud School of Management, Nijmegen (Pays-Bas).
- 2010 **Lauréate** d'une bourse de 1.000€ de l'Université de Bourgogne pour la réalisation d'un séjour de recherche doctoral à l'étranger – Radboud School of Management, Nijmegen (Pays-Bas)

Formations complémentaires

- ▶ 2026 **Workshop on AI tools for business research**, department Computer Science, Strome College of Business, Old Dominion University, Norfolk, Virginia, Etats-Unis (1 journée)
- ▶ 2026 **Teaching Sales with AI** lors de la National Conference on Sales Management, Norfolk, Virginia, Etats-Unis (1 journée).
- ▶ 2026 **Séminaire « the meta-analysis method »** par Professor Kameron Carter à Strome College of Business, Old Dominion University, Norfolk, Virginia, Etats-Unis (1h)
- ▶ 2025 **Formation logiciel de traitement de données R Studio** de 2 jours, CEREFIGE, Université de Lorraine.
- ▶ 2025 **Formation "Exploiter l'IA pour conduire une analyse bibliométrique"** ½ jour, CEREFIGE, Université de Lorraine.

- ▶ 2022 **Formation « Accompagnement à l'encadrement de thèse »** de 2 jours, Ecole Doctorale SJPEG, Université de Lorraine. Outils et méthodes permettant d'accompagner de façon plus efficiente le développement des compétences d'un futur enseignant-chercheur et d'être mieux à l'écoute des difficultés rencontrées par le doctorant.
- ▶ 2022 **Formation certifiante « Teaching digital marketing »** par l'Academy of Marketing Science, Monterey, USA. (une demi-journée). <https://www.ams-web.org/event/2022DIGIMKTG>. Mise à jour des connaissances en marketing digital pour pouvoir enrichir les enseignements auprès des étudiants.
- ▶ 2021 **Formation certifiante** suivie en ligne sur **l'intégrité scientifique** intitulée « Social / Behavioral or Humanist Research Investigators and Key Personnel, CITI program (Collaborative Institutional Training Initiative). (en anglais). Certificat demandé pour travailler avec les chercheurs de l'University of Minnesota (USA). (3 heures). www.citiprogram.org/verify/?wefbb82bf-674a-4a60-a3a8-f46384c28249-43447265
- ▶ 2018 **Formation certifiante de prévention et secours civique de niveau 1** (7 heures) qui permet de connaître les gestes simples de secours (prévenir les secours, protéger une victime, gestes à effectuer en attendant l'arrivée des secours).
- ▶ Depuis 2016 **Formation** de deux jours en marge du colloque annuel **de l'Association Etienne Thil spécialisé dans le commerce et la distribution** (cœur d'expertise recherche et enseignement). Elles donnent l'occasion de visiter des entreprises (siège social, entrepôt logistique) et d'échanger avec des professionnels du secteur sur les évolutions et les grandes tendances.
- ▶ 2012 **Formation « Meet the Editors »** de 4 jours, FNEGE, Paris. Séminaire d'accompagnement à la publication pour les jeunes chercheurs avec présentation d'un projet d'article et échange avec les éditeurs en chef des revues *Marketing Science*, *Psychology & Marketing*, *Journal of Marketing Research*, *International Journal of Research in Marketing*.

Fonctions Exercées

- ▶ Sep. 25-Sep. 26 **Visiting Researcher** – Strome College, Old Dominion University, Norfolk, Virginia, (USA) dans le cadre d'un congé de recherche et de reconversion thématique (CRCT) d'une durée d'un an.
- ▶ Depuis 2021 **Maître de Conférences en Sciences de Gestion** – IAE Metz School of Management, Université de Lorraine, France.
- ▶ 2012-2021 **Maître de Conférences en Sciences de Gestion** – IUT de Metz, Université de Lorraine, France.
- ▶ Mai-Nov 14 **Visiting Researcher** – Nijmegen School of Management, Radboud Université, Nimègue, Pays-Bas.
- ▶ 2011- 2012 **Professeur Assistant** – ICN Business School Nancy – Responsable de la spécialité Marketing en 2^{ème} et 3^{ème} année de Master Grande École, enseignement du Marketing en français et anglais, encadrement de mémoires et suivi de stages de Bachelor et Master Grande École -210 HTD.
- ▶ 2009-2011 **Attachée Temporaire d'Enseignement et de Recherche à temps plein** – IUT Robert Schuman, Université de Strasbourg. Enseignement de la stratégie d'entreprises en DUT Informatique (Cours Magistraux et Travaux Dirigés).
- ▶ Jan.-Mar. 2009 **Enseignante Vacataire** – EM Strasbourg Business School. Enseignement en 1^{ère} année du Marketing en Master Grande École. (Marketing opérationnel – 25h Travaux dirigés) -
- ▶ Octobre 2008 **Enseignante Vacataire** – Université de Lorraine, Metz. Enseignement du Marketing en DUT Gestion et Administration des Entreprises. (Gestion de la marque – 20h Travaux dirigés)
- ▶ Sep 07 – sep 08 **Gestionnaire pédagogique à mi-temps** – EM Strasbourg Business School, Strasbourg (France)
- ▶ Juil. 05 – Aout 06 **Chargée de marketing et communication** – Herrenknecht AG – Lahr (Allemagne) (année de césure entre la 1^{ère} et la 2^{ème} année du Master Grande Ecole)

Activités Pédagogiques

Enseignements

Enseignements réalisés du niveau L1 au doctorat, en français et en anglais, en formation initiale, par apprentissage et en formation continue.

Niveau Doctorat

- ▶ **Doctoral Seminar** (Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät, Universität Passau, Allemagne) (**anglais**) (en 2023)

Niveau Master

- ▶ **Méthodologie de recherche** (en Master Management Franco-Allemand et en Master Marketing, Vente M1 et M2, IAE Metz School of Management) (depuis 2020)
- ▶ **Etudes de marchés** (en 3ème année de diplôme d'Ingénieur en Production Agroalimentaire, ENSAIA, Nancy) (depuis 2021)
- ▶ **Mutations dans les canaux de distribution** en Master 2 Management Commerce Vente en Agroalimentaire, Institut Agro Montpellier et Institut Montpellier Management - Univ. Montpellier. (2024-2025).
- ▶ **Challenge/concours** (en Master 2 Marketing, Vente, IAE Metz School of Management) : participation à des concours nationaux (Ecotrophelia, Nudge BVA Unit, Ucosmetics) et développement de projets étudiants faisant l'objet d'un concours (depuis 2024)
- ▶ **Observatoire des pratiques de marketing et communication** (en Master 2 Marketing, Vente, IAE Metz School of Management) : construction d'un observatoire (depuis 2024)
- ▶ **Comportement du consommateur** (en Master 1 Marketing, Vente, IAE Metz School of Management) (de 2021 à 2024)
- ▶ **Principles of Marketing** (en Master 1 Marketing, Vente, IAE Metz School of Management) (**anglais**) (de 2021 à 2014)
- ▶ **Distribution et Stratégies omni-canal** (en Master 2 Marketing, Vente, IAE Metz School of Management) (de 2019 à 2024)
- ▶ **Web analytics** (en Master 1 Marketing, Vente, IAE Metz School of Management) (**anglais**) (de 2020 à 2022)
- ▶ **Principes du marketing** (2ème année de formation Ingénieur Spécialité Matériaux et Gestion de Production en Master Production et Matériaux, Ecole des Mines, Nancy) (de 2012 à 2016).
- ▶ **Divers Enseignements en marketing, en communication et en retail** au sein du programme Master Grande Ecole à ICN Business School Nancy (de 2011 à 2012). (Certains cours enseignés **en anglais**).

Niveau Licence

- ▶ **Divers Enseignements en marketing, en communication et en retail à l'IUT de Metz, Université de Lorraine** de 2012 à 2022 du niveau L1 au niveau L3 : gestion de la relation client, marketing stratégique, distribution, e-marketing, plans d'actions marketing.
- ▶ **Divers Enseignements en marketing, en communication et en retail** au sein du programme Bachelor à ICN Business School Nancy (de 2011 à 2012). (Certains cours enseignés **en anglais**).
- ▶ **Ecole d'été internationale « Erasmus Marketing Project in Europe ».** Enseignements en anglais (comportement du consommateur, études de marché et traitements statistiques sous SPSS) et encadrement de projets étudiants plurinationaux. Programme qui s'est tenu sur trois semaines en 2011 dans les trois universités partenaires : Université de Strasbourg (France, Hope University Liverpool (Grande Bretagne) et Duale Hochschule Baden Württemberg Karlsruhe (Allemagne). Une semaine dans chaque pays.

Co-responsabilité de mention

- ▶ 2024-2025 **Responsable de la mention « Master Marketing, Vente » pour le site de Metz** (en co-responsabilité avec le site de Nancy) – Université de Lorraine

Responsabilités pédagogiques de formation

- ▶ 2024-2025 **Responsable pédagogique du parcours Marketing et Communication du Point de Vente, Master Marketing Vente**, IAE Metz School of Management, (formation initiale classique et par alternance, et formation continue), Université de Lorraine.
- ▶ 2023-2025 **Responsable pédagogique du parcours Marketing Digital du M2 Marketing, Vente**, IAE Metz School of Management, (formation initiale classique et par alternance, et formation continue), Université de Lorraine.
- ▶ 2023-2024 **Responsable pédagogique du parcours Marketing Digital du M2 Marketing, Vente**, IAE Metz School of Management délocalisé à l'ISIAM Universiapolis, Agadir (Maroc) (formation initiale classique et continue).
- ▶ 2021-2023 **Responsable pédagogique de l'orientation Marketing et Développement des Services Hôteliers du M1 Marketing, Vente**, IAE Metz School of Management, (formation initiale classique et par alternance, et formation continue), Université de Lorraine.

- ▶ 2020-2025 **Responsable pédagogique de l'orientation Marketing Digital du M1 Marketing, Vente**, IAE Metz School of Management, (formation initiale classique et par alternance, et formation continue), Université de Lorraine.
- ▶ 2020-2025 **Responsable pédagogique, M1 et M2 Marketing, Vente, double diplôme IAE Metz School of Management-Université de Passau**, Université de Lorraine. Formation soutenue par l'Université Franco-Allemande.
- ▶ 2015-2021 **Responsable pédagogique de la Licence Professionnelle Commercialisation de Produits et Service parcours Distribution** (formation initiale en alternance) - IUT de Metz, Université de Lorraine.
- ▶ 2011-2012 **Responsable pédagogique du parcours Marketing 2^{ème} et 3^{ème} année – Master Grande Ecole – ICN Business School**.

Réalisation de supports pédagogiques « étude de cas »

- ▶ Belaud L. et **Heitz-Spahn, S.** (2019), « *Faire face au comportement de showrooming : le cas Castorama* », cas de recherche AFM-CCMP. **Lauréates** du prix du meilleur cas de recherche AFM-CCMP, Congrès de l'Association Française du Marketing 2019. (10 pages). Cas disponible dans le catalogue de la CCMP.
- ▶ **Heitz-Spahn, S.** et Levy M. (2013), « *Parisian Patisserie Maison Ladurée: the conquest of the US Market* » in Retailing Management, 9^{ème} édition, McGraw-Hill International editions.
- ▶ **Heitz-Spahn, S.** et Levy M. (2013), « *Sephora Loyalty Programs: A comparison between France and the US* » in Retailing Management, 9^{ème} édition, McGraw-Hill International editions.

Encadrements de projets tuteurés et suivi d'étudiants-apprentis

- ▶ Depuis 2019 **Suivi d'étudiants-apprentis** en Master 1 et 2 Marketing, Vente, IAE Metz School of Management, Université de Lorraine (une dizaine de suivi par année de Master).
- ▶ 2019 - 2024 **Encadrement de projets tuteurés** en Master 1 et 2 Marketing, Vente, IAE Metz School of Management, Université de Lorraine (une dizaine d'encadrements par année de Master).
- ▶ 2012-2020 **Suivi d'étudiants-apprentis** en LP Commercialisation de Produits et Services, en LP Relation Client et LP Commercialisation de Produits et Services parcours Distribution, IUT de Metz, Université de Lorraine (2h/an/alternant – suivi d'une demi-douzaine d'apprentis par an)
- ▶ 2012-2020 **Encadrement de projets tuteurés** en DUT Techniques de Commercialisation (deux à trois projets par an pour un volume de suivi d'environ 20h/an).
- ▶ 2012-2019 **Animatrice de jeu de simulation en gestion**, Kalypso (ICN Business School et IUT de Metz), Tecstrat (IUT de Metz) et Cesim Retail (LP Commercialisation de Produits et Services, parcours Distribution, IUT de Metz).
- ▶ 2011 **Participation à l'organisation de l'école d'été internationale « Erasmus Marketing Project in Europe**, Istanbul, Turquie. Définition des thèmes de projets d'étudiants et des enseignements.

Thèmes de Recherche

Thèmes de recherche

- ▶ **Axe 1 : Les processus de décision des consommateurs dans un contexte d'achat** (les déterminants du choix de canaux et d'enseignes, les parcours d'achat des consommateurs)
- ▶ **Axe 2 : Le management du commerce et les décisions des acteurs** (la coordination entre acteurs privés et publics dans la gestion de l'appareil commercial, *business-model* des formes de commerce traditionnel – marchés de plein vent aux formes de commerce future – mondes immersif type *metaverse*)
- ▶ **Axe 3 : La perception des clients et des vendeurs relative au déploiement d'outils de communication en point de vente physique** (*nudge* en point de vente, outils de digitalisation du point de vente, outils digitaux d'aide à la vente utilisant les technologies d'intelligence artificielle, de réalité augmentée et de réalité virtuelle)

Articles scientifiques : 13

Article Editorial : 1

Coordination d'ouvrage : 1

Chapitres d'ouvrage : 12

Entrée encyclopédie : 1
Communications : 50
Co-Encadrement Thèses : 2 soutenues et 1 en cours
Articles dans « The Conversation » : 4
Interview dans les media : 46

Activité Scientifique

Articles dans des revues académiques à comité de lecture

Publications soumises en attente de décision

- ▶ Dianoux C., **Heitz-Spahn S.**, Siadou-Martin B., Ferrandi J-M et Thévenot G. Article soumis à la revue Journal of Public Policy & Marketing (**FNEGE 2, CNRS 2, ABS 3**) intitulé « Do consumers perceive nudges in a commercial context as ethical? »
- ▶ Bendjaballah M., Dianoux C. et **Heitz-Spahn S.**, intitulé « Quand le client interagit avec un vendeur équipé d'un assistant de vente » en attente de décision – Management International (**FNEGE 2, CNRS 3**)
- ▶ Belaud L. et **Heitz-Spahn S.** soumis à la revue International Journal of Consumer Studies (**FNEGE 3, ABS 2**) « Religious influences on traditional retail markets : a Christian and Muslim theological perspectives.

En cours de publication

- ▶ Gicquel I., **Heitz-Spahn S.**, Siadou-Martin B. et Thévenot G (2026) « Marché alimentaire de plein air, une proposition de valeur grâce au modèle « Âme-Distance-Naturalité » ? » Food System (**FNEGE 4, CNRS 4**)

Publiés

- ▶ **Heitz-Spahn S.**, Belaud L. et Ferrandi J.M. (2025) Showroomers and webroomers: What do they share and how do they differ? A regulatory focus theory approach, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 78, Mai, <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.103749>. (**FNEGE 3 ; CNRS 3, ABS 2**)
- ▶ Dianoux C. et **Heitz-Spahn S.** (2023), Le marketing face à cinq défis managériaux actuels (Editorial), *Revue Projectique*, 34, 1, 5-8.
- ▶ Dianoux C., **Heitz-Spahn S.**, Siadou-Martin B. et Thévenot G. et Yildiz H. (2019) Nudge, a relevant tool adapted for agile innovation, *Journal of Innovation Economics & Management*, 28, 1, 7-27 (DOI: 10.3917/jie.028) (**FNEGE 3 ; CNRS 4**).
- ▶ **Heitz-Spahn S.**, Yildiz H. et Belaud L. (2018) Investigating the factors driving channel choice and retailer choice in an omni-channel environment, *Revue Projectique*, 21, 3, 43-60.
- ▶ **Heitz-Spahn S.**, Belaud L. et Yildiz H. (2018) Le point de vente physique, entre espace de showrooming et espace d'achat. *Décisions Marketing*, 91, Octobre, 27-44 (**FNEGE 3 ; CNRS 3**)
- ▶ Yildiz H., **Heitz-Spahn S.** et Belaud L. (2018) Do ethnocentric consumers really buy local products?, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 43, Juillet, 139-148 (**FNEGE 3 ; CNRS 3, ABS 2**).
- ▶ Yildiz H., **Heitz-Spahn S.** et Belaud L. (2017) Explaining small-retailer patronage through social capital theory, *International Journal of Retailing and Distribution Management*, 45, 6, 1-23 (**FNEGE 3 ; CNRS 3, ABS 2**).
- ▶ Dalla-Pozza I., **Heitz-Spahn S.** et Texier L. (2017) Generation Y multichannel behavior for complex services: the need for human contact embodied through a distance relationship, *Journal for Strategic Marketing*, 25, 226-239 (**FNEGE 4 ; CNRS 4, ABS 2**).
- ▶ Belaud L., **Heitz-Spahn S.** et Yildiz H. (2016), Le joueur social et connecté : une perspective d'analyse par la théorie de l'engagement comportemental, *Décisions Marketing*, 84, Octobre-Décembre, 77-93 (**FNEGE 3 ; CNRS 3**).
- ▶ Dianoux C., Herrmann J.-L., Chakroun R. et **Heitz-Spahn S.** (2015), Comparative Versus Non-comparative Sales Pitches: Impact On New Product Buying Behaviors And Moderating Role Of Buyer–Seller Relationship, *Journal of Applied Business Research*, 31, 4, 1505-1518 (**FNEGE 3 ; CNRS 3**).
- ▶ **Heitz-Spahn S.** (2014), Comportement cross-canaux/cross-enseignes de la génération Y: étude comparative avec la génération X et les Baby Boomers, *Management & Avenir*, 72, octobre, 157-175 (**FNEGE 3 ; CNRS 4**).
- ▶ **Heitz-Spahn, S. et Filser, M.** (2014), La place de l'enseigne dans les trajectoires d'achat des clients en contexte multi-canaux, *Décisions Marketing*, 74, Avril-Juin, 21-36 (**FNEGE 3 ; CNRS 3**).

- ▶ **Heitz-Spahn, S.** (2013), Cross-Channel Free-Riding Consumer Behavior in a Multichannel Environment: An Investigation of Shopping Motives, Sociodemographics and Product Categories, *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol 20, 6, 570-578 (**FNEGE 3 ; CNRS 3, ABS 2**). Article faisant partie des 5 articles les plus cités dans la revue entre 2013 et 2016.

Coordination d'ouvrages collectifs

- ▶ **Coordination d'un ouvrage de recherche collectif** paru en 2019 intitulé "*Révolution du commerce de centre-ville : de l'état des lieux à la résilience*" avec Hélène Yildiz et Béatrice Siadou-Martin, Presses Universitaires de Lorraine. **Labellisé par la FNEGE dans la catégorie « Ouvrage de Recherche Collectif ».** <https://www.fnege.org/ouvrages/?recherche=commerce>

Publications de chapitres dans des ouvrages collectifs

- ▶ Roux A., **Heitz-Spahn S.** et Kacha M (à paraître), « Vert », mais jusqu'à quel point... Le respect de l'environnement se retrouve-t-il dans la communication digitale ? Le cas des sites Internet de producteurs lorrains de fruits et légumes en vente directe aux consommateurs, Edition ISTE.
- ▶ **Heitz-Spahn S.** et Siadou-Martin B. (2024), Accompagner le client dans son projet immobilier : une compréhension du rôle des impacts des NAVA dans la gestion de la relation client, coord. Fana Rasoarimanana-Distler in *Numérique et parcours client dans l'immobilier*, Edition Dunod. **Labellisé par la FNEGE dans la catégorie « Ouvrage de Recherche Collectif »** en 2025.
- ▶ **Heitz-Spahn S.** et Siadou-Martin B. (2023), Améliorer l'attractivité de l'immobilier commercial grâce aux outils digitaux, coord. Fana Rasoarimanana-Distler, Edition Mare & Martin. <https://www.lgdi.fr/l-immobilier-face-aux-defis-du-numerique-9782849347607.html>
- ▶ **Heitz-Spahn S.** et Belaud L. (2022), Etat des lieux de l'omnicanal, la perspective des consommateurs et des enseignes, coord. Des Garrets V. et Paché G., in *Variations sur la consommation et la distribution : individus, expériences, systèmes*, Presses Universitaires de Provence, pages 339-347. **Labellisé par la FNEGE dans la catégorie « Ouvrage de Recherche Collectif »**. <https://www.fnege.org/ouvrages/?recherche=variations>
- ▶ Guguen-Gicquel I, **Heitz-Spahn S.**, Siadou-Martin M. et Thévenot G. (2022), Le marché de plein air, un circuit de distribution porteur de proposition de valeur durable ? in *marketing pour une société responsable : se former au marketing et transformer le marketing*, coord. Association Française du Marketing. <https://marketingpourunesocieteresponsable.org/>
- ▶ Dianoux C., **Heitz-Spahn S.**, Siadou-Martin B. et Thévenot G. (2022), Ethique en santé et nudges : un compromis possible?, in « *Marketing social et nudges* », coord. Gallopel-Morvan K. et Crié D., éditions EMS Management & Société. **Labellisé par la FNEGE et Prix 2023 du meilleur ouvrage de recherche collectif FNEGE.**
- ▶ Dianoux D., Siadou-Martin B., **Heitz-Spahn S.** et Thévenot G. (2021), La promotion d'une alimentation saine par les grandes surfaces alimentaires ? in « *Guide de l'Economie Comportementale 2021* » coord. E.Singler, édition BVA-Labrador. Pages 95-104. ISBN 978-2-9562187-0-8. <https://www.bva-group.com/news/decouvrez-ledition-2021-guide-de-leconomie-comportementale/>
- ▶ **Heitz-Spahn S.**, Yildiz H. et Siadou-Martin B. (2019), « Introduction « contours et enjeux du commerce de centre-ville ». In Yildiz H. Heitz-Spahn S. et Siadou-Martin B. (coord.). *(R)évolution du commerce de centre-ville : de l'état des lieux à la résilience*, Presses Universitaires de Lorraine, pages 15-27.
- ▶ **Heitz-Spahn S.**, Yildiz H. et Siadou-Martin B. (2019), Dynamiser le commerce de centre-ville et de centre-bourg : quels dispositifs et quels acteurs ?. In Yildiz H. Heitz-Spahn S. et Siadou-Martin B. (coord.). *(R)évolution du commerce de centre-ville : de l'état des lieux à la résilience*, Presses Universitaires de Lorraine, pages 103-124.
- ▶ Siadou-Martin B., **Heitz-Spahn S.** et Yildiz H. (2019), « Regards croisés sur la problématique de la dynamisation du commerce de centre-ville. In Yildiz H. Heitz-Spahn S. et Siadou-Martin B. (coord.). *(R)évolution du commerce de centre-ville : de l'état des lieux à la résilience*, Presses Universitaires de Lorraine, pages 221 à 244.
- ▶ **Heitz-Spahn S.**, Yildiz H. et Siadou-Martin B. (2019), Conclusion « Vers une ré(invention) du commerce de centre-ville ? ». In Yildiz H. Heitz-Spahn S. et Siadou-Martin B. (coord.). *(R)évolution du commerce de centre-ville : de l'état des lieux à la résilience*, Presses Universitaires de Lorraine, pages 245-255.
- ▶ Yildiz H. et **Heitz-Spahn S.** (2018), Acheter au sein de son territoire : le cas des petits commerces de centre-ville. In Nobile D. (coord.). *Management de la Dynamique territoriale*, Presses Universitaires de Lorraine, 423 p.

Entrées dans dictionnaires et encyclopédies

- ▶ Gasnier A. et **Heitz-Spahn S.** (à paraître), *commerce omni-canal* (3000 signes), dictionnaire Commerce, Consommation et Territoire. Dictionnaire des transitions.
- ▶ **Heitz-Spahn S.** et Siadou-Martin B. (à paraître), *marketing et communication intégrés* (3000 signes), dictionnaire Commerce, Consommation et Territoire. Dictionnaire des transitions.
- ▶ **Heitz-Spahn S.** et Belaud L. (25 décembre 2025), *The Showrooming phenomenon*, in Gallouj C et Gallouj F. (coord). The Elgar Encyclopedia of Retailing, Elgar Encyclopedias in Business and Management series, Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781035319701>

Communications dans des colloques à comité de lecture nationaux et internationaux

- ▶ Roux A. Kacha M et **Heitz-Spahn S.** (2026), Internet Users' Perceptions of Environmentally Friendly Websites: A Dual-Approach Exploratory Study - Structured Abstract, *Academy of Marketing Science Congress*, Savannah, USA.
- ▶ Roux A. Kacha M et **Heitz-Spahn S.** (2025), « Je surfe, je pollue » : premiers enseignements d'une étude exploratoire sur la perception des internautes concernant l'impact des sites Internet sur l'environnement, 24^{ème} Colloque sur le Marketing Digital, Paris, France
- ▶ Roux A., Kacha M. et **Heitz-Spahn S.** (2025), Digital Eco-Design applied to websites: towards an understanding of user's perceptions and expectations, *9th French-Austrian-German Workshop in Consumer Behavior*, Montpellier, France.
- ▶ Bendjaballah M., **Heitz-Spahn S.** et Dianoux C. (2025), When technology is imposed on salespeople: between compliance, identification and internalization, *9th French-Austrian-German Workshop in Consumer Behavior*, Montpellier, France.
- ▶ Roux A., Kacha M. et **Heitz-Spahn S.** (2025), Digital Eco Design applied to websites: towards an understanding of the practices and perceptions of the actors involved - a structured abstract, *26th Academy of Marketing Science World Marketing Congress*, Dijon, France.
- ▶ Roux A., Kacha M. et **Heitz-Spahn S.** (2025), L'éco-conception digitale appliquée aux sites Internet : vers une compréhension des perceptions et attentes des internautes, *11^{ème} Journée du Marketing du Grand Est*, Dijon, France.
- ▶ **Heitz-Spahn S.**, Dianoux C., Siadou-Martin B., Ferrandi M. et Thévenot G. (2024), Nudging in a retail environment : a consumer perspective, *25th Academy of Marketing Science World Marketing Congress*, Bel Ombre, Ile Maurice.
- ▶ Bendjaballah M., **Heitz-Spahn S.** et Pantano E. (2024), Salesperson and consumers VS artificial intelligence? Investigating preventing and promoting factors of new forms of collaboration in physical retail settings, *Academy of Marketing Science Congress*, Coral Gable, Etats-Unis.
- ▶ Bendjaballah M., **Heitz-Spahn S.** et Pantano E. (2024), Vendeur et consommateur versus IA ? investigation des facteurs de promotion et de prévention des nouvelles formes de collaboration dans le contexte d'un point de vente physique, *40^{ème} Congrès de l'Association Française de Marketing*, Paris, France.
- ▶ Roux A., Kacha M. et **Heitz-Spahn S.** (2024), L'éco-conception digitale appliquée aux sites internet : vers une compréhension des pratiques et perceptions des différentes parties prenantes, *10^{ème} Journée du Marketing du Grand Est*, Strasbourg, France.
- ▶ Bendjaballah M., **Heitz-Spahn S.**, Siadou-Martin Béatrice, Belaud Lydie (2024), Regards croisés sur un dispositif de dynamisation du commerce de centre-ville : Une étude exploratoire des places de marché en ligne, *10^{ème} Journée du Marketing du Grand Est*, Strasbourg, France.
- ▶ Bendjaballah M., Dianoux C. et **Heitz-Spahn S.** (2023), Quand le client interagit avec un vendeur équipé d'un assistant de vente : le rôle médiateur du jugement de chaleur et compétence perçue du vendeur par le client, *22^{ème} Colloque du Marketing Digital*, Paris (France)
- ▶ Bendjaballah M., Dianoux C. et **Heitz-Spahn S.** (2023), Mobile Use In-store: Understanding Customer's Intrinsic Motivations based on the Self-Determination Theory. An abstract., *24th Academy of Marketing Science World Marketing Congress*, Canterbury, United Kingdom.
- ▶ Bressolles G., **Heitz-Spahn S.** et Racat M. (2023), Retail channel integration: how do the metaverse impact the omnichannel strategy? *Association for Consumer Research, special conference on Metaverse*, Fontainebleau, France.
- ▶ Bendjaballah M., **Heitz-Spahn S.**, Siadou-Martin B et Belaud L. (2023), Les marketplace : une « fausse » bonne solution pour le commerce de centre-ville ? Le point de vue des managers du commerce **Prix de la meilleure communication scientifique traitant du rapport entre commerce électronique et espaces urbains**, organisé par l'Institut pour la Ville et le Commerce et le laboratoire Ladyss spécialisé dans les dynamiques sociales et recomposition des espaces (UMR 7533) et le soutien du cabinet d'avocats HB Associés, spécialisé en droit des

baux commerciaux. <https://www.institut-ville-commerce.fr/index.php/recherches/217-quand-l-e-commerce-s-invite-en-ville>

- ▶ Bendjaballah M., Dianoux C. et **Heitz-Spahn S.** (2023), Les conséquences du jugement social perçu par les vendeurs sur le recours à la technologie durant la rencontre de service, *39^{ème} Congrès de l'Association Française de Marketing*, Vannes, France.
- ▶ **Heitz-Spahn S.**, Siadou-Martin B. et Belaud L. (2022), un état des lieux exploratoire des fonctions du manager de centre-ville, *25^{ème} Colloque Etienne Thil*, La Rochelle (France). **Prix de la meilleure communication** décerné par le comité scientifique du colloque ainsi que la Fédération Française du Commerce et de la Distribution. **Communication également présentée au 39^{ème} Congrès de l'Association Française du Marketing**, Vannes, France.
- ▶ Dianoux, C., **Heitz-Spahn S.**, Siadou-Martin B. et Thévenot G. (2022), Promouvoir une alimentation saine sur les lieux d'achat des produits alimentaires ? le recours aux nudges, *7^{ème} Journée Internationale du Marketing de la Santé (JIMS)*, Juin, Paris, France.
- ▶ Kim R.Y, Belei N. Vaidyanathan R. et **Heitz-Spahn S.** (2022) From Eerie to Aww: Embracing the Imperfect Side of Humans can Improve the Consumer-Robot Interaction, *Academy of Marketing Science Congress*, Monterey, Etats-Unis.
- ▶ Bendjaballah M., Dianoux, C. et **Heitz-Spahn S.** (2022), Vers une communication client/vendeur médiatisée par l'usage de l'instrument digital, *8^{ème} Journée de Recherche en Marketing du Grand Est*, Metz, France.
- ▶ Guguen-Gicquel I, **Heitz-Spahn S.**, Siadou-Martin B., Thévenot G. (2021), Comprendre le modèle de proposition de valeur du format de distribution du marché alimentaire de plein air : une étude de cas de l'association mosellane d'économie montagnarde, *3^{ème} Journée sur le Marketing et Développement Durable*, Troyes, France
- ▶ Guguen-Gicquel I, **Heitz-Spahn S.**, Siadou-Martin B., Thévenot G. (2021), Le marché a survécu à la Peste Noire ! Et si son ADN « durable » ouvrait les voies de sa résilience, *37^{ème} Congrès de l'Association Française de Marketing*, Angers, France.
- ▶ **Heitz-Spahn S.** et Siadou-Martin B. (2020), Crise COVID-19 : une analyse de l'agilité des acteurs du commerce de centre-ville, *23^{ème} Colloque Etienne Thil*, Paris, France.
- ▶ Comino L. et **Heitz-Spahn S.** (2020), la dynamique des courses : Une étude des facteurs explicatifs de la transformation des manières de faire les courses au sein du ménage, *23^{ème} Colloque Etienne Thil*, Paris, France.
- ▶ Comino L. et **Heitz-Spahn S.** (2020), la numérimorphose des pratiques de consommation : une approche conceptuelle, *6^{ème} Journée de Recherche en Marketing du Grand Est*, Dijon, France.
- ▶ **Heitz-Spahn S.** et Belaud L. (2019), Etat des lieux du concept de showrooming, *22^{ème} Colloque Etienne Thil*, Paris, France.
- ▶ Dianoux C., Siadou-Martin S., Thévenot G., Yildiz H. et **Heitz-Spahn S.** (2019), et si un « coup de pouce » permettait d'adopter un comportement écologique : comment inciter les étudiants à recycler leurs brouillons ? *5^{ème} Journée de Recherche en Marketing du Grand Est*, Strasbourg, France.
- ▶ Yildiz H., **Heitz-Spahn S.** et Siadou-Martin B. et (2018), L'out-shopper peut-il être un consommateur local ? étude des pratiques de consommation transfrontalière dans le pôle européen, de développement de Longwy-Alzette-Belval. *21^{ème} Colloque Etienne Thil*, Roubaix, France.
- ▶ Yildiz H., **Heitz-Spahn S.** et Belaud L. (2018), Consumer at the frontiers: between the "out-shopper" and the "localist". *2nd Association of Border Studies World Conference*, Vienne (Autriche) et Budapest (Hongrie).
- ▶ **Heitz-Spahn S.**, Vaidyanathan R. et Belei N. (2018), first thoughts of the impact of anthropomorphism on showrooming behavior, *Academy of Marketing Science Congress*, Nouvelles Orléans, Etats-Unis.
- ▶ Dianoux C., **Heitz-Spahn S.**, Siadou-Martin B., Thévenot G. et Yildiz H. (2018), les relations entre les connaissances objective et subjective et le comportement déclaré dans le cadre du tri des déchets ménagers, *4^{ème} Journée du Marketing du Grand Est*, Mons, Belgique.
- ▶ **Heitz-Spahn S.**, Yildiz H. et Belaud L. (2017), Pourquoi le showroomeer est-il focalisé sur le prix ? une grille de lecture par la théorie de niveau de représentation, *20^{ème} Colloque Etienne Thil*, Roubaix, France (**Prix de la meilleure communication**).
- ▶ **Heitz-Spahn S.**, Siadou-Martin B., Thévenot G., Dianoux C. et Yildiz H. (2017), Nudge Marketing: an innovative way to encourage more responsible behavior? Which devices with what theoretical foundations? *2nd ARTEM Organizational Creativity and Sustainability International Conference*, Nancy, France.
- ▶ Dianoux C., **Heitz-Spahn S.**, Siadou-Martin B., Thevenot G. et Yildiz H. (2017), Les nudges, une innovation managériale dans la communication d'entreprise ? *Ecole d'été RRI*, Nancy, France.
- ▶ **Heitz-Spahn S.**, Yildiz H. et Siadou-Martin B. (2017), Dynamiser l'activité commerciale du centre-ville : quels acteurs ? Quels dispositifs ?, *3^{ème} Journée du Marketing du Grand Est*, Metz, France.
- ▶ Yildiz H. & **Heitz-Spahn S.** (2016), What makes consumers shop at small retailers? *Academy of Marketing Science World Marketing Congress*, Paris, France.

- ▶ Dalla Pozza I., **Heitz-Spahn S.** et Texier L. (2016), Digitizing the human relationship: multichannel behavior of Generation Y in the service sector, *SERVSIG International Research Conference 2016*, Maastricht, Pays-Bas.
- ▶ Dalla Pozza I., **Heitz-Spahn S.** et Texier L. (2016), Multichannel behavior of Generation Y in the service sector, *32^{ème} Congrès de l'Association Française de Marketing*, Lyon, France.
- ▶ Dalla Pozza I., **Heitz-Spahn S.** et Texier L. (2016), Multichannel behavior of Generation Y in the service sector: digitizing the human contact, *The 6th Global Innovation and Knowledge Academy (GIKA)*, Valencia, Espagne.
- ▶ Belaud L., **Heitz-Spahn S.** et Yildiz H. (2015), Le jeu online: quand le communautaire appelle au contenu additionnel, *14^{ème} Journée de Recherche sur le marketing digital*, Paris.
- ▶ Dalla Pozza I. et **Heitz-Spahn S.** (2015), Multichannel behavior and generation Y in the insurance industry, *International Conference for Marketing in the Insurance Industry*, Paris.
- ▶ **Heitz-Spahn S.** et Yildiz H. (2015), Qui sont les « showroomers » et les « webroomers »? : Une approche par la théorie du focus régulateur, *31^{ème} Congrès de l'Association Française de Marketing*, Marrakech, Maroc.
- ▶ Belaud, L. et **Heitz-Spahn S.** (2015), Free to Play ou Free to Pay ? Farmville ou le social gaming fermier, *1^{ère} Journée du Marketing du Grand Est*, Dijon.
- ▶ Yildiz H. et **Heitz-Spahn S.** (2015), Le consommateur ethnocentrique achète-t-il réellement local ?, *1^{ère} Journée du Marketing du Grand Est*, Dijon.
- ▶ **Heitz-Spahn S.** et Yildiz H. (2015), Product categories or personal characteristics: which factor drives channel related and retailer related consumer behavior most ?, *International Marketing Trends Conference*, Paris.
- ▶ **Heitz-Spahn S.** (2013), Comportement cross-canaux/cross-enseignes de la génération Y: étude comparative avec la génération X et les Baby Boomers, *Colloque ISTE*, Paris.
- ▶ **Heitz-Spahn S.** (2012), My customer visits my competitors: explaining free-riding and retention consumer behavior patterns in a multichannel environment, *International Marketing Trends Conference*, Venise, Italie.
- ▶ **Heitz-Spahn S.** (2010), Profils de comportements de consommateurs dans un environnement multi-canal : identification et études des facteurs explicatifs, *Journées de Recherche de Marketing de Bourgogne*, Dijon.
- ▶ **Heitz-Spahn S.** (2010), La segmentation fondée sur les comportements d'achat des clients est-elle encore pertinente pour une enseigne de distribution multi-canal ?, *13^{ème} Colloque Etienne Thil*, La Rochelle.
- ▶ **Heitz-Spahn S.** (2009), Les facteurs explicatifs du choix d'un canal dans un contexte multi-canal dans les phases de recherche d'information et d'achat, *Journées de Recherche de Marketing de Bourgogne*, Dijon.

Portage et participations à des projets de recherche

2025-2026 – Porteur du projet RELIA (RELations professionnelles médiées par l'IA) financé par le pôle scientifique Sciences juridiques, politiques, économiques et de gestion (SJPEG) de l'Université de Lorraine dans le cadre de l'appel à projets structurants internationaux (4500 €).

2015-2016 - Participation au Projet de Recherche transdisciplinaire *Border retail* financé par la Région Lorraine (7 000 euros). Collecte de données : conduire d'une dizaine d'entretiens auprès de consommateurs vivant en zone transfrontalière (France, Belgique et Luxembourg).

2017-2018 - Participation au Projet de recherche transdisciplinaire Programme ARIANE – Les territoires du commerce dans l'espace transfrontalier de la Grande Région : aménagement, stratégies et mobilités (Border retail 2.0) – Commerce et frontière (7000 euros). Collecte de données par questionnaires auprès de consommateurs vivant en zone transfrontalière (France, Belgique, Luxembourg et Allemagne). Résultats présentés lors du colloque Etienne Thil en octobre 2018.

Co-encadrement de thèses de doctorat

2023- : Co-encadrement de thèse de doctorat en Sciences de Gestion avec Monsieur le Professeur Mathieu Kacha (Université de Lorraine). (50%/50%)

Allocataire d'un contrat doctoral de trois ans de la Maison des Sciences de l'Homme (MSH) de l'Université de Lorraine.

Titre provisoire du manuscrit : *l'éco-conception digitale : études des pratiques des acteurs et impact sur les réactions des consommateurs* par **Alizée Roux**.

2020-2023 : Co-encadrement de thèse de doctorat en Sciences de Gestion avec Monsieur le Professeur Christian Dianoux (Université de Lorraine). (50%/50%)

Titre du manuscrit : *Rencontre de service triadique : l'instrument technologique comme moyen d'action et médiateur des interactions sociales vendeur/client* par **Madiha Bendjaballah**.

Lauréate du Programme d'études doctorales approfondies (Centre Européen de Formation Approfondie à la Gestion) **CEFAG 2022** organisé par la Fédération Nationale pour l'Enseignement de la Gestion des Entreprises (**FNEGE**).

Madiha Bendjaballah est **Maître de Conférences en Sciences de Gestion et du Management** à l'Université de Lorraine depuis 2024.

2013-2017 : Co-encadrement de thèse de doctorat en Sciences de Gestion avec Monsieur le Professeur Renaud Garcia-Bardidia (Université de Lorraine). (50%-50%)

Titre du manuscrit : *La numérimorphose des courses ordinaires : une approche par les usages*, thèse de doctorat présentée et soutenue par **Loïc Comino**.

Prix de thèse en marketing décerné par l'Association Française de Marketing (AFM) 2018 qui récompense la meilleure thèse soutenue en marketing en 2018. Loïc Comino est **Maître de Conférences en Sciences de Gestion et du Management** à l'Université de Lorraine depuis 2018.

Co-encadrement de mémoires de master

2024-2025 : Encadrement du mémoire de master Métiers du Conseil et de la Recherche (Université de Lorraine) de M. Hugo Linder avec projet de poursuite en thèse de doctorat en 2026.

2022-2023 : Co-encadrement du mémoire de master Métiers du Conseil et de la Recherche de Mme Alizée Roux (Université de Lorraine) avec le Professeur Mathieu Kacha (50%/50%)

Sujet de la recherche : la sobriété énergétique en matière de pratiques de communication.

Depuis 2019 : Encadrement de mémoires en Master Marketing, Vente, en Master Management Franco-Allemand à l'Université de Lorraine. Depuis 2022, plus d'une quinzaine d'encadrements par an, **en français, anglais et allemand**.

2011-2012 : Co-Encadrement d'une demi-douzaine de mémoires de Master Grande Ecole, ICN Business School, Nancy.

2010-2011 : Co-encadrement de deux mémoires de Master Recherche avec Dr. Marcel Van Birgelen sur le thème du comportement multi-canal (sujet de la thèse de doctorat) dans le cadre de mon visiting doctoral à la Radboud School of Management, Nijmegen, Pays-Bas.

Rapporteur de thèses de doctorat et membre de comités de suivi individuel de thèse

- ▶ **2025** **Membre spécialiste de la discipline du comité de suivi individuel de thèse de doctorat** de Mme Yingzi-Grace LIU sur le thème de la tendance au Made in China comme un signe de qualité en faisant référence aux traditions chinoises (Guochao) sous la direction de M. Fabien PECOT (Toulouse School of Management, Université Toulouse Capitole).
- ▶ **2025** **Présidente du jury de la thèse de Doctorat ès Sciences de gestion de l'ESCP (ED de Management Panthéon Sorbonne n° 559) de Mme Rania Hiri intitulée : « Les Dispositifs de Revitalisation du Centre-Ville (DRCV). Investigation empirique multi-pays et induction théorique ».** (sous la direction du Pr. Olivier BADOT, ECSP-Europe). Soutenance le 03 juin 2025.
- ▶ **2024-25** **Membre spécialiste de la discipline du comité de suivi individuel de thèse de doctorat** de M. Anass BACHA sur le thème des évaluations en ligne par les consommateurs des produits et marques responsables : spécificités et processus d'influence sous la direction de M. Yohan BERNARD (Université de Franch-Comté).
- ▶ **2024-25** **Membre spécialiste de la discipline du comité de suivi individuel de thèse de doctorat** de M. Antoine TOURNIER sur le thème des mécanismes de consommation compensatoire dans le cadre de la transition énergétique sous la direction du Pr. Françoise SIMON (Université de Haute-Alsace).
- ▶ **2023-24** **Membre spécialiste de la discipline du comité de suivi individuel de thèse de doctorat** de Mme Xingming Yang intitulé provisoirement « Understanding the use of IST in the retail environnement » (thèse rédigée en anglais) sous la direction du Pr. Souad DJELASSI (Université de Lille) et de Mme Marion GARNIER (EM Grenoble).
- ▶ **2022** **Rapporteur de la thèse PhD programme ICN** de M. Yuan WAN encadrée par le Dr. Maxime KOROSMYSLOV et soutenue publiquement le 14 décembre 2022 à ICN Business School, Nancy

(France). Titre de la thèse : *Discussion on purchase intention of Chinese luxury consumers under digital environment.*

Invitation à des journées d'étude, séminaires de recherche en France et à l'étranger

- ▶ **Heitz-Spahn S.** (2025), **AI in-store** : AI-salesperson teamwork in front of a customer, Research seminar, *Old Dominion University, Norfolk (VA), USA.*
- ▶ **Heitz-Spahn S.** et Kacha M. (2024), Nudge et Marketing, *Journée d'Etude « L'analyse des nudges: des enjeux à la croisée des disciplines »* co-organisée par le Pr. Isabelle Gaudy-Campbell et Mme Samia Saci, Axe Langues et Supports, IDEA, *Université de Lorraine.*
- ▶ **Juin 2023 : séminaire en anglais** de trois jours sur la méthode de la revue systématique de la littérature auprès d'un public de doctorants en sciences de gestion, *Université de Passau, Allemagne* et présentation d'un projet de recherche en cours.
- ▶ Dianoux, C., **Heitz-Spahn, S.**, Siadou-Martin, B. et Ferrandi, J.-M. (2022), Do consumers perceive nudged tags in grocery stores as an ethical practice ?, Research seminar, *Old Dominion University, Norfolk (VA), USA.*
- ▶ **Heitz-Spahn, S.** (2016), Des comportements cross-canaux aux comportements cross-enseignes : clarification et implications, *Séminaire de recherche en distribution Skema Business School Lille, France.*
- ▶ **Heitz-Spahn, S.** (2014), a better understanding of the mechanisms explaining free-riding consumer behavior in a multichannel retailing context, *Séminaire de recherche HEC Liège, Université de Liège, Belgique.*
- ▶ **Heitz-Spahn, S.** (2010), Consumer behavior in a multi-channel setting : an investigation of factors influencing the channel lock-in effect, *Séminaire de recherche Radboud School of Management, Nijmegen – Pays-Bas.*
- ▶ **Heitz-Spahn, S.** (2009), Investigating the impact of shopping experience on consumer's search behavior in a multi-channel environment, *Séminaire de recherche Radboud School of Management, Nijmegen – Pays-Bas.*

Activités éditoriales

Co-rédactrice en chef invitée du numéro spécial sur « Le marketing face à cinq défis managériaux actuels » dans la revue *Projectique*, 2023, 34, 1. DOI : 10.3917/proj.034.0005.

Evaluatrice pour des revues scientifiques et des colloques scientifiques

Evaluatrice ad hoc (plus d'une quinzaine d'évaluations par an) pour les revues *Journal of Retailing and Consumer Services* (depuis 2013 en moyenne deux par an), *Recherche et Applications en Marketing* (2017), *Projectique* (depuis 2019), et pour les congrès de l'Association Française du Marketing (AFM), de l'Academy of Marketing Science (AMS World Congress et AMS US), de la European Marketing Academy (EMAC), le colloque Etienne Thil, et la Journée de Recherche en Marketing du Grand Est (JRMGE), French Austrian German Conference on Consumer Behavior (FAG), American Association of Marketing Global Conference (AMS Global Conference).

Membre de comités scientifiques à comité de lecture

- ▶ **2025** **Membre du Comité de lecture** du French-Austrian-German workshop in Consumer Behavior, Montpellier.
- ▶ **Juil 24-Mai 25** **Co-présidence scientifique (co-track chair) sur le thème** « Retailing, Omni-Channel, and Pricing » avec Pr. Karine Picot-Coupey et Julien Troiville au 25^{ème} Congrès de l'Academy of Marketing Science, Montréal, Canada. Promotion du thème auprès des réseaux académiques, organisation des évaluations et sélection des communications, proposition de plusieurs thèmes de sessions.
- ▶ **2018** **Co-organisatrice de la session** : "The transformation/development of businesses in towns in border areas" 2nd ABSWorld Conference 10–14 July 2018 à Vienna (Autriche) et Budapest (Hongrie) (avec Hélène Yildiz).
- ▶ **Mai 2015** **Membre du Comité Scientifique** de la Conférence Internationale en Marketing dans le domaine de l'assurance, organisée par l'IPAG Business School, Paris. <https://icmi.sciencesconf.org/>

Participation à l'organisation de conférences

- ▶ 2017 **Organisatrice et animatrice de la table ronde** sur la redynamisation du commerce physique lors du 20^{ème} colloque Etienne Thil à Roubaix.
Intervenants : Antoine FREY (DG Retail Park et Président de la CNCC) ; Emmanuel LE ROCH (Délégué Général Procos) ; Hélène JAROSZ (Responsable du service commerce de la ville de Roubaix).
- ▶ 2016 **Co-organisatrice** de la conférence sur l'Attractivité du Territoire Lorrain : une approche par le patrimoine culturel et commercial – 18 octobre 2016 à la CCI de Lorraine à Metz – Définition du programme, recherche d'intervenants, promotion auprès des réseaux académiques et professionnels.
- ▶ 2016 **Organisatrice et animatrice de la table ronde** sur la dynamisation du territoire par le digital lors de la journée sur l'Attractivité du Territoire Lorrain à la CCI de Moselle, Metz.
Intervenants : Leo Casagrande, GreenBerry développe des solutions digitales autour du concept de « ville intelligente », Sandro Di Bernardi, chargé du développement numérique à la Fédération des Commerçants de Metz, Jean-Pierre Douard, Maître de Conférences en Sciences de Gestion, Université de Lorraine et Philippe Hénault, Responsable de la mission Ville Numérique, Ville de Metz.

Séjours de recherche à l'étranger

- ▶ Séjour de recherche d'une année - **Old Dominion University, Norfolk, (VA - USA)** (juillet 2025- juin 2026) financé par *Widen Horizon 2025*
- ▶ Séjour de recherche de 10 jours – **Old Dominion University, Norfolk, (VA - USA)** (Novembre 2022)
- ▶ Séjour de recherche de 7 mois - **Radboud School of Management, Nijmegen (Pays-Bas)** (mai à novembre 2014 financé par la FNEGE – Lauréate Junior Professor Award 2013).
- ▶ Plusieurs séjours de recherche de courte durée - **Radboud School of Management, Nijmegen (Pays Bas)** (décembre 2015, juillet 2012, juillet 2011 et avril à juin 2010).

Présidence de session dans des colloques

- ▶ 2025 **Présidente de session** lors du 2025 Academy of Marketing Science Congress à Montréal (Canada).
- ▶ 2020 **Présidente de session** lors du colloque spécialisé dans le commerce et la distribution, Etienne Thil, Roubaix.
- ▶ 2017 **Présidente de session** lors du colloque spécialisé dans le commerce et la distribution, Etienne Thil, Roubaix.
- ▶ 2016 **Présidente de session « Retail »** lors du 2016 World Congress de l'Academy of Marketing Science à Paris.

Membre de sociétés savantes et de réseaux académiques

Membre de la National Conference on Sales Management (Depuis 2026) <https://pse.org/ncsm/>

Membre de la Chaire "Marketing responsable et bien-être", Institut Montpellier Management, Université de Montpellier (depuis 2022) co-fondée par les Professeurs Marie-Christine Lichtlé et Jean-Marc Ferrandi

Membre de l'Academy of Marketing Science (Depuis 2016) <https://www.ams-web.org/>

Membre de l'Association Etienne Thil (depuis 2013) <https://www.association-etienne-thil.com/>

Membre de l'Association Française de Marketing (depuis 2011) <https://www.afm-marketing.org/>

Valorisation Scientifique

Articles diffusés sur la plateforme The Conversation et Vidéos sur YouTube

- ▶ **Heitz-Spahn S.** (2026), Paroles d'experts – Les Paradoxes du consommateur à l'ère numérique, Observatoire Prospectif du Commerce , Opcommerce https://www.youtube.com/watch?v=DDsea-FvfEo&list=PLti5KrWOSofLujL1QtGv_tFki91Zeq3jK&index=3 (53 vues en mars 2026)
- ▶ Siadou-Martin B., Diallo M.F., **Heitz-Spahn S.** et Djellassi S. (2025), Mieux comprendre les mutations du commerce, article publié sur la plateforme média The Conversation, 27 janvier 2025, <https://theconversation.com/mieux-comprendre-les-mutations-du-commerce-244306> (1179 vues en mars 2025)
- ▶ Yildiz H, Siadou-Martin et **Heitz-Spahn S.** (2019), *Le commerce de centre-ville n'a pas dit son dernier mot...* » article publié sur la plateforme média The Conversation, 29 mars 2019 <https://theconversation.com/le-commerce-de-centre-ville-na-pas-dit-son-dernier-mot-112710> (9718 vues en mars 2025).

- ▶ Yildiz H., Siadou-Martin B. et **Heitz-Spahn S.** (2017), *L'avenir des centres-villes : être au cœur de la mobilité et des réseaux*, article publié sur la plateforme média The Conversation, 04 janvier 2017 ([https://theconversation.com/lavenir-des-centres-villes-etre-au-c-ur-de-la-mobilite-et-des-reseaux-70781\(4001](https://theconversation.com/lavenir-des-centres-villes-etre-au-c-ur-de-la-mobilite-et-des-reseaux-70781(4001) vues en mars 2025).
- ▶ Delacour D., **Heitz-Spahn S.**, Siadou-Martin B. et Yildiz H. (2016), *les deserts commerciaux : fatalité ou nouveaux enjeux ?*, article publié dans The Conversation, 03 octobre 2016 (<https://theconversation.com/les-deserts-commerciaux-fatalite-ou-nouveaux-enjeux-65932>) (5276 vues en mars 2025).

Invitations à des tables rondes organisées par des associations savantes et des organisations publiques

- ▶ **2026** Participation à la table ronde « **AI in sales : AI frontline employee** » organisée lors de National Conference on Sales Management, Norfolk, USA.
- ▶ **2022** Participation à la table ronde « **10 ans de transformation numérique** », Conférence Professionnelle Grand Est Numérique, #GEN22, Metz.
Intervenants : Bernard TREUVELOT (1er adjoint au maire Morhange & Vice-Président Communauté d'agglomération de Saint Avol), Michel ONFRAY (Président LA COMPAGNIE DU DIAMANTAIRE), Maxime GROJEAN, Président (Fondateur GAMING ENGINEERING), Sylvain FIEVET, Co-fondateur & dirigeant Alliancy, Florian GUICHON (Partner, COO VIVOKA), Philippe BURON PILÂTRE (Président Fondateur Mondial Air Ballons), Philippe HENAU (Directeur de la Mission Economie Numérique Eurométropole de Metz) et Frédéric SCHNUR Président Grand Est Numérique).
- ▶ **2017** Participation à la table ronde « **dévitisation des centres-villes et centres-bourgs** » organisée par la Confédération Générale de l'Alimentation de détail (CGAD), Paris.
- ▶ **2013** Participation à la table ronde sur le cross-commerce lors du Festival Nancy Numérique « **Les clés pour comprendre le comportement cross-canal des consommateurs** », Nancy.

Conférencière invitée par des organisations publiques et privées

- ▶ Dianoux D., **Heitz-Spahn S.**, Siadou-Martin B. et Thévenot G. (2021), La promotion d'une alimentation saine par les grandes surfaces alimentaires ? Webinar « Guide de l'économie comportementale » organisé par la société BVA Nudge Unit.
- ▶ **Heitz-Spahn, S.** (2013), « Du cross-canal au cross-enseigne : étude du comportement des consommateurs », *Présentation auprès du comité de prospective du Pôle de Compétitivité des Industries du Commerce (PICOM)*, Lille.
- ▶ **Heitz-Spahn, S.** (2013), « Les clés pour comprendre le comportement cross-canal des consommateurs », *Conférence sur le cross-commerce organisée par la société RBS*, Paris.
- ▶ **Heitz-Spahn, S.** (2012), « Contexte de crise et enseignement catholique, quelle approche communicationnelle adopter ? », *Conférence organisée par la Direction des lycées privés catholiques de Meurthe et Moselle et Meuse*, Nancy.
- ▶ **Heitz-Spahn, S.** (2011), « E-commerce et distribution multi-canal », *Présentation auprès des enseignants de BTS MUC - Académie de Nice*, Toulon.

Intervention en qualité d'expert dans les media

2026 (2 interviews)

- ▶ Interview sur les stratégies que peuvent mettre en place les commerçants de centre-ville pour augmenter la fréquentation en magasin, par Mathilda (Mes Infos, 12 janvier 2026).
- ▶ Interview sur la mise en rayon des œufs de paques dans les magasins Action, par Alexandra Durad, la Matinale Week-End, 10 janvier 2026.

2025 (3 interviews)

- ▶ Interview sur la stratégie de création de file d'attente par les marques, par Cécile Chabaneau (M6, 1^{er} Novembre 2025).
- ▶ Interview sur l'intérêt marketing des files d'attentes « Ça fait partie du jeu » : pourquoi les Parisiens aiment tant attendre devant les restaurants et boutiques à la mode ?, par Juliette Duclos (Le Parisien – 25-10-25)

<https://www.leparisien.fr/paris-75/ca-fait-partie-du-jeu-pourquoi-les-parisiens-aiment-tant-attendre-devant-les-restaurants-et-boutiques-a-la-mode-26-10-2025-DNBLTINAYNBVDJ7RFTZOMIG2M.php>

- ▶ Interview sur l'efficacité des programmes de fidélité « Promos, ventes privées... Les cartes de fidélité ont-elles encore un intérêt? », par Emma Forton (RMC Conso – 21-01-25) https://rmc.bfmtv.com/conso/conseils-d-achat/promos-ventes-privees-les-cartes-de-fidelite-ont-elles-encore-un-interet_AN-202501210464.html

2024 (6 interviews)

- ▶ Citation dans l'article publié dans Ouest France « Les chariots de supermarché devraient bientôt disparaître, voici ce qui va les remplacer » par Valentin Binet, https://www.ouest-france.fr/leditiondusoir/2025-02-17/les-chariots-de-supermarche-devraient-bientot-disparaitre-voici-ce-qui-va-les-remplacer-62b80731-1b49-460e-9b3b-6721d5a3b2e4?utm_source=firefox-newtab-fr-fr
- ▶ Interview sur les offres promotionnelles durant la période de fin d'année « Pourquoi la saison de Noël commence de plus en plus tôt », par William Audureau et Manon Romain (Le Monde – 19/12/24) https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2024/12/19/pourquoi-la-saison-de-noel-commence-de-plus-en-plus-tot_6456525_4355770.html
- ▶ Interview sur les chariots connectés : avantages pour les enseignes et les consommateurs – (JT 13h et JT 20h TF1 – 13-11-24) <https://lnkd.in/e9rMAKTQ>
- ▶ Interview sur les stratégies de promotion Singles' Day – par Mathieu Rio (Télé Matin France 2 – 12/11/24).
- ▶ Interview sur les chariots mystères proposés par les distributeurs alimentaires « Les chariots mystère, popularisés par Auchan et Carrefour, sont-ils revendus à perte ? » par Emma Donada (Libération – 18/03/24). https://www.liberation.fr/checknews/les-chariots-mystere-popularises-par-auchan-et-carrefour-sont-ils-revendus-a-perte-20240318_K2A6FDC45RC6RK2TQ2VAF34D3Q/
- ▶ Interview sur l'arrivée d'un nouveau harddiscounters en France, Wima, par Gautier Delobette (JT 20h TF1 – 31/01/24). https://lnkd.in/gSsK8S_6

2023 (10 interviews)

- ▶ Interview sur les secrets de l'une des plus grandes marketplace, Amazon, en évaluant possibilités de livraison et conséquences pour le client dans le cadre des achats en lignes par Esther (JT 20h TF1 – 18/11/23). <https://lnkd.in/egd6snBg>
- ▶ Interview sur les négociations commerciales entre la grande distribution et les PME par Lise Croix (TF1 - 01/11/23)
- ▶ Interview sur les stratégies des distributeurs par Jean-Loup Delmas « Casino, Cora, Match... C'est quoi ce mercato qui agite les enseignes de la grande distribution française? (20 Minutes – 19/07/23) <https://www.20minutes.fr/economie/consommation/4045875-20230718-casino-cora-match-quoi-mercato-agite-enseignes-grande-distribution-francaise>
- ▶ Interview sur l'enseigne Action, sa stratégie et le comportement d'achat des consommateurs « pour c'est devenu cool de faire ses courses chez action » par Mélodie Bouchaud (Les Echos – 18/07/23) <https://www.lesechos.fr/industrie-services/conso-distribution/video-pourquoi-cest-devenu-cool-de-faire-ses-courses-chez-action-1962832>
- ▶ Interview sur l'enseigne Action et les facteurs clés de sa réussite « le déstockeur Action cartonne en France, mais à quel prix ? par Audrey Fisé-Koch (Alternatives Economiques – 11/05/23) <https://www.alternatives-economiques.fr/destockeur-action-cartonne-france-a-prix/00106914>
- ▶ Interview sur les stratégies des industriels de boissons gazeuses « pénurie de perrier dans les rayons, tout part à vau-l'eau » par Julie Renson-Miquel (Libération – 30/03/23) https://www.liberation.fr/lifestyle/gastronomie/penurie-de-perrier-dans-les-rayons-tout-part-a-vau-leau-20230330_AQ6KGC5MK5DAFKECQH7ZGZF4U/
- ▶ Interview sur le métier d'enseignant-chercheur en sciences de gestion et l'évolution du comportement des étudiants (le Républicain Lorrain – 24 mars 2023) par Lisa Lagrange. <https://www.republicain-lorrain.fr/education/2023/03/23/le-bien-etre-au-travail-enjeu-du-management-de-demain>
- ▶ Interview France Bleu Lorraine – 08 mars 2023 par Raffael Marseglia sur le métier d'enseignant-chercheur et les mes travaux de recherche.
- ▶ Interview Journal Télévisée TF1 – 07 février 2023 par Léa Kabani sur le thème des habitudes de consommation en matière de mobilier.
- ▶ Interview la matinale Radio Totem – 17 janvier 2023 par Olivier Cammas sur la proposition de loi sur les centrales d'achat par le député Frédéric Descrozaille.

2022 (18 interviews)

- ▶ Interview la matinale France Inter – 18 novembre 2022 par Agnès Soubiran sur le sujet du discount en France.
- ▶ Interview sur les taxes de surtourisme « Les taxes sur le surtourisme, une solution bénéfique ou punitive ? » par Balla Fofana (Libération-28 septembre 2022) https://www.liberation.fr/lifestyle/voyages/les-taxes-sur-le-surtourisme-une-solution-benefique-ou-punitive-20220928_XC6FXWMUFJA4NMDDOO2IAFOZE4/
- ▶ Interview « Deux minutes pour comprendre la "shrinkflation", cette pratique commerciale décriée » sur la réduction des tailles des produits par Lilli Pillot (L'Express – 16 septembre 2022) https://www.lexpress.fr/economie/deux-minutes-pour-comprendre-la-shrinkflation-cette-pratique-commerciale-decriee_2180254.html
- ▶ Interview sur la réduction des tailles des produits par Clément Kasser (Le Nouvel Observateur – 1^{er} août 2022). <https://www.nouvelobs.com/economie/20220801.OBS61542/la-shrinkflation-quand-les-marques-reduisent-les-quantites-dans-les-paquets.html>
- ▶ Interview sur l'influence de l'augmentation du prix des produits et la baisse du pouvoir d'achat sur le comportement de consommation des français par Alizée Golfier (La Dépêche – 08 juillet 2022). <https://www.ladepeche.fr/2022/07/06/inflation-dans-ces-situations-de-baisse-de-pouvoir-dachat-il-y-a-un-recentrage-sur-lessentiel-10419073.php>
- ▶ Interview sur la drop culture par Karine Lambin « c'est quoi la drop culture. (Brut – 06 juillet 2022). <https://www.facebook.com/watch/?v=582034513400694>
- ▶ Interview sur l'impact de la baisse du pouvoir d'achat des consommateurs sur la fréquentation des sites de comparaison et de cashback (M6 – 25 juin 2022)
- ▶ Interview sur le concept de drop culture par Balla Fofana « la drop culture a bouleversé les codes de la distribution et de la consommation » (Libération – 23 juin 2022) https://www.liberation.fr/lifestyle/mode/la-drop-culture-a-bouleverse-les-codes-de-la-distribution-et-de-la-consommation-20220623_3OMXRF6SDBEXLB7HLZSMOIMHM/
- ▶ Interview sur le comportement des consommateurs dans le contexte de la tendance à la suppression des mots de passe sur les sites web (TF1 – 13 mai 2022).
- ▶ Interview https://www.rmcbfmplay.com/video/bfm-business/le-grand-journal-de-leco-du-vendredi/emission-du-vendredi-1er-avril?contentId=Product::NEUF_BFMBUSINESS BUM0300011560&universe=PROVIDER (BFM Business – 1er avril 2022)
- ▶ Interview sur le groupe Casino par Stéphanie Gallo Triouleyre « Face à l'essoufflement des hypermarchés, Casino réoriente 20 magasins » (La Tribune – 31 mars 2022) <https://region-aura.latribune.fr/strategie/distribution-franchise/2022-03-30/face-a-l-essoufflement-du-modele-des-hypermarches-casino-reoriente-20-magasins-vers-l-alimentaire-907335.html>

2021 (6 interviews)

- ▶ Interview sur la logistique du dernier kilomètre par Maxime Giraudeau « Livraison de courses : opérateurs géants et locaux croquent le marché du « dernier kilomètre » (La Tribune – 24 novembre 2021) <https://objectifaquitaine.latribune.fr/business/2021-11-24/livraison-de-courses-operateurs-geants-et-locaux-croquent-le-marche-du-dernier-kilometre-1-3-896647.html>
- ▶ Interview sur la pénurie annoncée des baskets par Balla Fofana (Libération – 9 et 10 octobre 2021) « Y aura t-il des baskets à Noël ? » page 46. https://www.liberation.fr/lifestyle/y-aura-t-il-des-baskets-a-noel-20211004_ELXMKY6V7RCVDMJILVZQ3AX65A/
- ▶ Interview sur les circuits-courts par Florent Guignard (La Drenche – 24 août 2021) <https://ledrenche.ouest-france.fr/habiter-la-france-de-demain-consommation-e-commerce-vs-circuits-courts/>
- ▶ Interview sur la thématique du commerce de centre-ville par Jean Le Borgne « La revanche du commerce de centre-ville ? » (Le Télégramme – 10 juillet 2021).
- ▶ Interview sur la thématique du commerce de centre-ville par Jean Le Borgne « Taxer les commerces vacants : une bonne idée ? » (Le Télégramme – 10 juillet 2021).
- ▶ Interview sur la thématique du commerce de centre-ville par Jean Le Borgne « C'est le collectif du prime » (Le Télégramme – 10 juillet 2021) <https://www.letelegramme.fr/economie/sandrine-heitz-spahn-c-est-le-collectif-qui-prime-10-07-2021-12787527.php>

2020 (3 interviews)

- ▶ Interview sur la thématique des grands magasins « Malgré leur réouverture, les grands magasins ne sont à la fête » par Ségolène Allemandou (France 24 – 27 novembre 2020) <https://www.france24.com/fr/france/20201127-malgr%C3%A9-leur-r%C3%A9ouverture-les-grands-magasins-parisiens-ne-sont-pas-%C3%A0-la-f%C3%AAt>

- ▶ Interview sur la thématique de la grande distribution et de la vente de produits culturels par Thomas Rozec (Programme B, Binge Audio – 16 novembre 2020) <https://podcasts.podinstall.com/binge-audio-programme-b/202011161559-la-culture-cest-vendu-comme-la-confiture.html>
- ▶ Interview sur la thématique du marché des lessives écologiques – « lessives écologiques : ces start-up qui vous aident à ne pas polluer l’environnement » par Chloé Marriault (Les Echos - 12 novembre 2020) <https://start.lesechos.fr/innovations-startups/tech-futur/lessives-ecologiques-ces-start-up-qui-vous-aident-a-ne-plus-polluer-lenvironnement-1264729>

2019 (3 interviews)

- ▶ Interview sur la thématique de l’évolution du comportement du consommateur, à destination du site web corporate du groupe Renault par Thomas Audebert (Magazine du Groupe Renault - 10 septembre 2019) <https://group.renault.com/news-onair/actualites/sandrine-heitz-spahn-contact/>
- ▶ Interview sur la thématique des hypermarchés (Novethic - 29 août 2019) <https://www.novethic.fr/actualite/social/conditions-de-travail/isr-rse/l-avenir-des-caissieres-dependra-de-l-engouement-des-clients-pour-l-automatisation-147629.html>
- ▶ Interview sur la thématique des supermarchés (France Inter - 25 août 2019) <https://www.franceinter.fr/vie-quotidienne/comment-les-supermarches-ramenent-des-clients-dans-leurs-rayons-et-incident-a-la-consommation>

2018 (3 interviews)

- ▶ Interview sur la thématique du commerce physique et le showrooming par Olivier Pirot (La Nouvelle République - 08 février 2018). <https://www.lanouvellerepublique.fr/actu/sandrine-heitz-spahn-en-fermant-des-magasins-les-enseignes-prennent-le-risque-d-etre-oubliees>
- ▶ Interview sur l’enseigne Carrefour par Ferial Alouti, Le doyen des hypermarchés Carrefour mise sur le bio, les produits frais et le « drive » (Le Monde – 25 janvier 2018).
- ▶ Interview sur la thématique des hôtes de caisse en magasin par Amandine Seguin (Slate.fr - 5 février 2018) <http://www.slate.fr/story/157198/consommation-disparition-metier-caissiere-grande-distribution>

2015

- ▶ Blog de l’Association Française du Marketing : Mon article en 3 minutes (2015) <https://www.afm-marketing.org/fr/content/mon-article-en-3-minutes> - Vidéo : <https://vimeo.com/139556636>

Implications dans des Missions Collectives

Responsabilités collectives et d’intérêt général au sein de l’établissement et de l’académie

- 2025 **Membre du conseil franco-allemand de prospective**, Maison du Franco-Allemand Jean DAVID, Université de Lorraine (nommée par le directeur de la Maison du Franco-Allemand, M.Grégory Hamez)
- 2024 - **Membre de l’école doctorale SJPEG** (Sciences Juridiques, Politiques, Economiques et de Gestion), Université de Lorraine – Membre de la commission doctorale ad hoc AAP Région contrats doctoraux (nommée par la directrice de l’école doctorale, Mme Alexia Gardin).
- 2024 - **Présidente du jury du diplôme d’études supérieures spécialisées en management par l’innovation, ICN Business School, Nancy (DESMI). (Visé Bac+5, RNCP 7)** sur proposition du recteur de l’Académie de Nancy-Metz.
- 2024 - **Membre du Comité de Direction de l’IAE de Metz** – en charge des missions relatives à la démarche qualité et aux accréditations (nommée par le Directeur de l’IAE de Metz).
- 2023 - **Membre élue au Conseil du laboratoire de sciences de gestion et du management CEREFIGE** (Centre Européen de Recherche en Économie Financière et Gestion des Entreprises), Université de Lorraine.
- 2022-2023 **Membre du groupe de travail** initié par la Présidence de l’Université de Lorraine sur **les relations franco-allemande pour l’enseignement et la recherche**. Transmission d’informations relatives aux formations en gestion franco-allemand et participation aux échanges et aux réunions.
- 2022 - **Membre élue au Conseil d’administration de l’IAE Metz School of Management**, Université de Lorraine.
- 2022 - **Membre élue au Conseil restreint de l’IAE Metz School of Management**, Université de Lorraine.

- 2022 - **Membre élue du Conseil du Pôle Scientifique SJPEG** (Sciences Juridiques, Politiques, Economiques et de Gestion), Université de Lorraine.
- 2012-2021 **Membre élue** (2012-2015) puis de droit (2015-2021), au **Conseil du Département** Techniques de Commercialisation de l'IUT de Metz, Université de Lorraine.

Responsabilités dans les réseaux académiques nationaux et internationaux

- 2022 - **Trésorière - Association nationale scientifique « Etienne Thil »** spécialisée dans le commerce et la distribution. Gestion des dépenses relatives au fonctionnement de l'association et à l'organisation du colloque annuel du même nom spécialisé dans le commerce et la distribution, gestion des inscriptions au colloque et du suivi des paiements et relance.
- 2022 - **Membre du bureau restreint - Association nationale scientifique « Etienne Thil »** spécialisée dans le commerce et la distribution. Gestion du contenu de la page web de l'association <https://www.association-etienne-thil.com/>, participation à l'élaboration d'une enquête annuelle commanditée par la fédération du commerce non alimentaire PROCOS, à l'analyse des données et la présentation des résultats durant le colloque, identification d'ouvrages sur le thème du commerce et de la distribution, participation aux décisions relatives à l'organisation du colloque et des tables rondes.

Participation à des comités de sélection d'enseignants-chercheurs, missions d'expertise et jurys

- ▶ 2025 **Vice-présidente du comité de sélection** section 06 grade de « Maître de Conférences » IUT de Sarreguemines, Université de Lorraine.
- ▶ 2024 **Membre du comité d'examen** des candidatures aux contrats doctoraux d'établissement 2024-2027, Université de Haute Alsace
- ▶ 2024 **Rapporteur pour la campagne d'avancement** de grade des personnels enseignants-chercheurs, Université de Lorraine
- ▶ 2023-2024 **Rapporteur pour la campagne d'évaluation de Prime Individuelle C3 RIPEC**, Université de Lorraine
- ▶ 2023-2024 **Membre du comité de sélection** en section 06 - poste d'ATER à l'IAE Metz School of Management
- ▶ 2021-2022 **Mission d'expertise** auprès de l'Université Franco-Allemande. Evaluation de cursus franco-allemand demandant le soutien de l'Université Franco-Allemande (2 programmes évalués)
- ▶ 2021 **Mission d'expertise** pour le concours Ecotrophéa qui récompense des groupes d'étudiants pour leur proposition d'innovation alimentaire et de démarche de développement de produits et d'études de marché. (2 projets évalués)
- ▶ 2016 **Mission d'expertise** auprès du Haut Conseil de l'Evaluation de la Recherche et de l'Enseignement Supérieur. (2 formations évaluées)
- ▶ Dep. 2015 **Membres de comités de sélection** en section 06 grade « Maître de Conférences » dans le Grand-Est et la Bourgogne Franche-Comté. (8 participations au total en 2015, 2018, 2020, 2023, 2024).
- ▶ 2012 **Jury d'admission programmes Master Grande Ecole et Bachelor Sup' Est** – ICN Business School.
- ▶ 2009 -18 **Correctrice de l'épreuve Marketing** « Grande École Passerelle »– Concours d'entrée en admission parallèle aux écoles de management faisant partie du réseau Passerelle. (Environ 120 copies/an).
- ▶ 2009 **Jury d'admission à l'EM Strasbourg** - Concours HEC et Passerelle.

Activités Civiques et Associatives

- ▶ 2024 - 2025 **Représentante des parents d'élèves**, Collège de la Vallée de la Bièvre, Hartzviller (Moselle, France) (3 réunions par an)
- ▶ Depuis mars 2020 **Conseillère municipale**, Commune de Brouderdorff (Moselle, France) (une dizaine de réunions par an ainsi que des représentations à des manifestations)
- ▶ Depuis mars 2020 **Déléguée titulaire**, Syndicat Intercommunal de Gestion du Collège de la Vallée de la Bièvre (Moselle, France) (2 réunions par an)
- ▶ Depuis 2017 **Trésorière** - Association Bien Bouger à Brouderdorff (Moselle, France)
- ▶ 2016-2024 **Représentante des parents d'élèves**, Regroupement Pédagogique Intercommunal de Brouderdorff (Moselle, France)

Langues et Compétences Complémentaires

- ▶ Anglais **Niveau avancé** - TOEIC : 970/990 (score en 2013) (C2)
- ▶ Allemand **Niveau avancé** (C1)
- ▶ Espagnol **Niveau débutant** (A2)
- ▶ Néerlandais **Niveau moyen** (A1/A2)
- ▶ Russe **Niveau débutant** (A1)
- ▶ Maîtrise d'outils de création de question et de traitements des données qualitatives et quantitatives : SPSS, AMOS, NVivo, Qualtrics, EndNote.