

FICHE DE CHERCHEUR (Travaux > 2001) :

NOM : BOULBRY

Prénom : Gaëlle

Qualité : Maître de Conférences

Laboratoire :

Université de Bretagne-Sud
LESTIC

1°) **Thèmes de recherche** :

- Senior marketing, Marketing mémoriel (nostalgie)
- Communication publicitaire, Comportements du consommateur.

2°) **Communications dans les Colloques** :

BOULBRY (Gaëlle), « Pour une prise en compte de l'effet d'âge sur l'efficacité publicitaire. Le cas des seniors et des publicités télévisuelles », *22^{ème} Congrès International de l'Association Française de Marketing*, Nantes 11 - 12 mai 2006.

BOULBRY (Gaëlle), « Caractère nostalgique perçu d'une publicité, Proposition d'une échelle de mesure adaptée au contexte culturel français et à des segments d'âges opposés », *22^{ème} Congrès International de l'Association Française de Marketing*, Nantes, 11 - 12 mai 2006.

BOULBRY (Gaëlle), « Tempérament nostalgique : Conception, test et application d'une échelle adaptée au contexte culturel français et à des segments d'âges opposés », *18^e journées nationales des IAE*, Montpellier, 3 - 4 avril 2006.

BOULBRY (Gaëlle), RIEUNIER (S.) & CHEDOTAL (C.), « Comment faire face à la maturité du marché de la collecte de fonds pour une association de solidarité ? Rajeunir la cible et / ou changer de méthode de collecte ? », *21^{ème} Congrès International de l'Association Française de Marketing*, Nancy, 19 - 20 mai 2005.

BOULBRY (Gaëlle), « Enquêtes verbales et biais méthodologiques : le cas des seniors », *17^e journées nationales des IAE*, Lyon, 13 - 14 septembre, 2004, CD Rom, 13 p.

BORGES (A.), BOULBRY (Gaëlle), «Measuring French Nostalgia: the Validation of The Holbrook's Nostalgia Proneness Scale in France», *Ninth Cross-Cultural Research Conference*, December 10-14, 2003, Half Moon Bay Resort, Rose Hall, Jamaica.

BOULBRY (Gaëlle), BORGES (A.), « Evaluation d'une échelle anglo-saxonne de mesure du tempérament nostalgique dans un contexte culturel français », *19^{ème} Congrès International de l'Association Française de Marketing*, Gammarth - Tunisie, 9 - 10 mai 2003.

BOULBRY (Gaëlle), « Evaluation des capacités sensorielles d'une cible attractive : les seniors », *1^{er} Colloque Communiquer le sensoriel*, Montpellier, 13-14 mars 2003, pp. 165-177.

BOULBRY (Gaëlle), « Vieillesse cognitive : perspectives dans le domaine publicitaire », - *16^e journées des IAE*, 10-12 septembre 2002, Paris, CD Rom, 13 p.

BOULBRY (Gaëlle), « Vieillesse cognitive : perspectives dans le domaine publicitaire », *Premier Colloque de Marketing Spécialisé et Thématiques pour le Marketing* (MSTM), Marketing, enrichissement et diversification, Bayonne, 16-17 mai 2002, pp. 1-14.

BOULBRY (Gaëlle), DE KERCADIO (Y.), « La lexicométrie en marketing : proposition d'un indice de spécificité intégrant l'ambiguïté du mot », *18^{ème} Congrès International de l'Association Française de Marketing*, Lille, 23-24 mai 2002, Vol II, pp. 655-670.

BOULBRY (Gaëlle), DE KERCADIO (Y.), « La lexicométrie en marketing : proposition d'un indice de spécificité intégrant l'ambiguïté du mot », *Premier Colloque de Marketing Spécialisé et Thématiques pour le Marketing* (MSTM), Marketing, enrichissement et diversification, Bayonne, 16-17 mai 2002, pp. 53-66.

3°) Publications :

Ouvrages :

BOULBRY (Gaëlle), DE KERCADIO (Y.), « De l'analyse lexicale à la construction d'échelles psychométriques. Application à la mesure du tempérament nostalgique », in *L'analyse de discours*, ouvrage collectif co-édité par l'IREIMAR et les Editions APOGEE de Rennes, 2002.

Articles :

GUEGUEN (Nicolas), JACOB (Céline) & BOULBRY (Gaëlle), « Server's suggestion and tactile contact: An evaluation in a restaurant. *International Journal of Hospitality Management* », (accepté 2007).

BOULBRY (Gaëlle), « Enquêtes verbales et biais méthodologiques : le cas des seniors et de leurs non-réponses », *Revue des Sciences de Gestion, Direction et Gestion*, vol. 222, 2007.

BOULBRY (Gaëlle), « La cible des seniors, un nouvel « Eldorado Marketing » ?, *Gestion 2000*, vol. 2, 2004, pp. 15 - 28.

BOULBRY (Gaëlle), ROBERT-DEMONTROND (P.), « Marketing mémoriel, attraits et dangers du phénomène nostalgique », *Gestion 2000*, vol. 2, 2003, pp. 31 - 47.

Articles en cours d'évaluation :

AUBIER-PIRON (A), BOULBRY (Gaëlle), « Souscription de produits bancaires : Pour une prise en considération des risques perçus par les seniors », Proposé à la *Revue Française de Gestion*.

BOULBRY (Gaëlle), BORGES (A.) & LE BLANC-MARIDOR (F.), Modes de sélection des distributeurs alimentaires : Comparaison entre les attributs utilisés par les seniors et ceux des juniors, Proposé à *Décisions Marketing*.