

# Anis CHARFI

Docteur en Sciences de gestion  
Responsable du Département Marketing  
EBS European Business School Paris  
[anischarfi@ebs-paris.com](mailto:anischarfi@ebs-paris.com)



## FORMATION

**2013 :** Qualification Maître de conférences. Section CNU 06.

**2012 :** Doctorat en Sciences de Gestion (Marketing) « L'expérience d'immersion en ligne dans les environnements marchands de réalité virtuelle » sous la direction du Professeur Pierre Volle – Université Paris Dauphine.

**2007 :** Master Recherche « Management des systèmes d'information » – Université Paris Dauphine.

**2006 :** Master Professionnel « Marketing, Vente et Commerce International » (Option affaires Internationales) – Université du Littoral côte d'Opale.

**2005 :** Maîtrise « Commerce international » – Ecole supérieure de commerce de Tunis.

## ACTIVITES SCIENTIFIQUES

### Publications dans des revues à comité de lecture :

- Charfi A.A., Volle P. et Isaac H. (2015), « Création de trafic sur les sites web marchands : enjeux et arbitrages entre visibilité et réputation », *Revue Française du Marketing*, 253 – 3/4, pp. 27-40.
- Charfi A.A. et Lombardot E. (2015) "Impacts of e-atmospherics elements on the perceived value of the online visit", *The Journal of Applied Business Research*, January/February, Volume 31, Number 1, pp. 265 – 274.
- Charfi A.A. et Atif M., (2014) "Virtual Agent: A Determinant of Online Social Presence and Consumer Trust in Websites", *The International Journal of Economic Practices and Theories*, pp. 796 – 806.
- Charfi A.A. (2014) "Immersion and perceived value: The strategic variables for commercial websites", *International Journal of Online Marketing*, pp. 38 – 50.
- Charfi A.A., Atif M. et Lombardot E. (2013) "Consumers' ethical decision making: a cross-cultural analysis articulating on issues, identities, and information", *Journal of Marketing Research & Case Studies*, pp. 1-20.
- Charfi A.A. et Volle P. (2011) « L'expérience d'immersion en ligne : un nouvel outil pour les sites web commerciaux », *Revue Française du Marketing*, N° 234-235, 4-5/5, pp. 49 – 65.

### Ouvrages :

- Charfi A.A. (2013), « L'expérience d'immersion dans les environnements virtuels marchands », Saarbrücken : Presses Académiques Francophones. ISBN 978-3-8381-7553-9.

### Congrès à comité de lecture :

- Charfi A.A. et Abidi-Barthe A. (2015), « L'agent virtuel : un déterminant de la présence sociale et de la confiance vis-à-vis d'un site web », *ICTO Information and Communication Technologies in Organizations and Society*, Paris 12-13 March.
- Charfi A.A. et Abidi-Barthe A. (2015), "Customiser ou personnaliser pour fidéliser? Une approche qualitative", *ICTO Information and Communication Technologies in Organizations and Society*, Paris 12-13 March.
- Charfi A.A. et Atif M. (2014) "Virtual Agent: A Determinant of Online Social Presence and Consumer Trust in Websites", *2<sup>nd</sup> Marketing and Business Development International Conference*, Bucharest-Romania, June 24th-26<sup>th</sup>.

- **Charfi A.A., Volle P. et Isaac H. (2013)** « Processus de visite et création de trafic en ligne : enjeux entre visibilité et e-réputation », *12<sup>ème</sup> Journée de Recherche sur le E-marketing, La Sorbonne, Paris*, 6 septembre.
- **Charfi A.A., Atif M. et Lombardot E. (2013)** "Consumers' ethical decision making: a cross-cultural analysis articulating on issues, identities, and information", *21<sup>st</sup> International Business Information Management Conference (IBIMA)*. 27-28 June 2013 in Vienna, Austria.
- **Charfi A.A., Atif M. (2013)** "Consumers' ethical decision making: a cross-cultural analysis", *The « CSR Research Seminar », Exploring the ins and outs of Corporate Social Responsibility*. May 23-24th, Brussels–Belgium.
- **Charfi A.A. et Lombardot E. (2013)**, « Les effets des e-atmospherics sur la valeur perçue de l'expérience de visite en ligne », *29<sup>ème</sup> Congrès international de l'Association Française du Marketing*, La Rochelle, 15- 17 Mai.
- **Charfi A.A. et Lombardot E. (2013)** "Impacts of e-atmospherics elements on the perceived value of the online visit", *42<sup>th</sup> European Marketing Academy (EMAC) conference*, Istanbul, 4-7 June.
- **Charfi A.A. et Lombardot E. (2013)** « Impact des e-atmospherics sur la valeur perçue de la visite en ligne », *41<sup>th</sup> ASAC Conference*, Calgary, Alberta. 8-11 June.
- **Charfi A.A., Atif M. et Lombardot E. (2013)** "Consumers' ethical decision making: a cross-cultural analysis articulating on issues, identities, and information", *41<sup>th</sup> ASAC Conference*, Calgary, Alberta. 8-11 June.
- **Charfi A.A., Volle P. et Isaac H. (2013)** « Création de trafic sur les sites web marchands : Enjeux et arbitrages », *12<sup>th</sup> International Marketing Trends Conference*, Paris.
- **Charfi A.A. (2012)** « L'effet conjoint des Agents Virtuels Intelligents et des environnements en 3D sur l'expérience d'immersion en ligne », *11<sup>ème</sup> Journée de Recherche sur le E-marketing, La Sorbonne, Paris*, 7 septembre.
- **Charfi A.A. et Atif M. (2012)** "A cross-cultural analysis of ethically conscious consumer behaviors" *18<sup>th</sup> IBIMA Conference*, Istanbul, Turkey, 9-10 May.
- **Charfi A.A. et Atif M. (2012)** "Consumers' ethical decision making: a cross-cultural analysis articulating on issues, information, and identities" *2<sup>nd</sup> IT and culture AIM workshop*, Strasbourg, June 22.
- **Charfi A.A. (2012)** « Bienvenue dans mon magasin virtuel ! Je m'appelle Avi, est ce que je peux vous aider ? » *20<sup>ème</sup> Congrès international de l'Association Information et Management*, Bordeaux, 21-23 Mai.
- **Charfi A.A. (2011)** « La valeur perçue de l'expérience d'immersion dans les environnements virtuels marchands sur Internet », *39<sup>ème</sup> Congrès international de l'Association des Sciences Administratives du Canada*, Montréal, 2-5 Juillet.
- **Charfi A.A. et Volle P. (2011)** « Valeur perçue et comportements en ligne en état d'immersion : Le rôle modérateur de l'implication et l'expertise », *27<sup>ème</sup> Congrès international de l'Association Française du Marketing*, Bruxelles, 18-20 Mai.
- **Charfi A.A. (2011)** « Expertise, immersion et valeur perçue : des variables stratégiques pour les sites web commerciaux », *9<sup>ème</sup> Congrès international de l'Association Tunisienne du Marketing*, Hammamet, 8-9 Avril.
- **Charfi A.A. et Volle P. (2010)** « L'immersion dans les environnements expérientiels en ligne : Rôle des dispositifs de la réalité virtuelle », *26<sup>ème</sup> Congrès international de l'Association Française du Marketing*, Le Mans, 6-7 mai.
- **Charfi A.A. et Volle P. (2010)** « L'expérience d'immersion dans les sites marchands », *8<sup>ème</sup> Congrès international de l'Association Tunisienne du Marketing*, Sousse, 2-3 Avril.

## Autre revues

- **Charfi A.A. (2013)** « L'expérience d'immersion en ligne dans les environnements marchands de réalité virtuelle », *Recherche et Applications en Marketing*, 28, 2, pp. 118-124.

## Associations scientifiques

Membre : AFM, AIM, IBIMA, ASAC ;

Évaluateur pour l'AIM ; ASAC ; IBIMA ; Marketing Trend, Décision Marketing.

## Prix

**Prix du meilleur article à l'IBIMA 2013 : International Business Information Management Association**

## ENSEIGNEMENTS

- **European Business School** : *Stratégie Marketing* (4A) ; *Communication Digitale, Web Marketing Avancé, Recherche en E-marketing, Séminaire E-commerce* (5A) ; *Marketing International* (5A) ; *Etudes et recherche en Marketing* (5A) ; *Méthodologie de recherche* (5A)
- **Novancia Business School** : *Stratégie E-commerce* (Bachelor 3A) ; *E-Business* (Master 1) ; *E-branding* (Master 2)
- **ESSCA Ecole de management** : *Etudes de Marché en marketing* ; *Encadrement de mémoires*
- **Telecom Paris Tech management** : *Méthodologie de Recherche* ; *Encadrement de mémoires*
- **IUT Paris 5 Descartes** : *Distribution* (1A) ; *Marketing des points de vente* (1A) ; *Merchandising* (2A)
- **NEOMA** : *Comportement du consommateur* ; *Marketing Fondamental* ; *Marketing Management* (1A du Master GE) ; *Communication des projets associatifs* ; *Etude et recherche en management* (3A du Programme GE) ;
- **Université Paris-Dauphine** : *Marketing Fondamental* ; *Simulation MARKSTRAT* (L3) ; *Communication publicitaire* (M1 Marketing) ; *Management des systèmes d'information* (M1 Gestion)

## EXPERIENCE PROFESSIONNELLE

- Depuis janvier 2016 : **Responsable du département Marketing de l'EBS-Paris**
- Depuis janvier 2015 : **Responsable du MBA Marketing et communication**
- Depuis septembre 2012 : **Enseignant - chercheur à EBS Paris**
- 2011-2012, *Université Paris 5* (IUT)
- 2010-2011, *Neoma Business School*
- 2008-2011, Convention de recherche avec *Novacom Groupe* (Paris) : *Analyse & Conseil en Stratégie e-Marketing* (Etudes qualitatives et quantitatives)
- 2007-2010, *Université Paris – Dauphine* : **Allocataire de recherche – moniteur CIES**

## COMPETENCES

- **Langues** : Français, Anglais, Arabe.
- **Logiciels** : Pack Office, SPSS, NVIVO, EQS, AMOS, Smart PLS, Photoshop, TYPO 3.