

RAPPORT D'ACTIVITÉ

1er juin 2002- 31 mai 2003

Chaire de commerce Omer DeSerres
3000, chemin de la Côte-Sainte-Catherine
Montréal (Québec)
H3T 2A7
Bureau : 4.348
Téléphone : (514) 340-64-31
Télécopieur : (514) 340-6432
<http://www.hec.ca/chaireomerdeserres>

Table des Matières

| | | |
|-------------|---|-----------|
| 1. | <i>Enseignement</i> _____ | 4 |
| 1.1. | Cours offerts dans le domaine du commerce de détail _____ | 4 |
| | ♦ Programme de certificat _____ | 4 |
| | ♦ Programme de B.A.A. _____ | 4 |
| | ♦ Programme de M.Sc. _____ | 4 |
| | ♦ Programme de Ph.D. _____ | 4 |
| 1.2. | Activités de promotion pour inciter les étudiants à choisir les cours relatifs au commerce de détail _____ | 5 |
| | ♦ Bourses «Chaire de commerce Omer DeSerres» _____ | 5 |
| | ♦ Étudiants au Ph.D. et en M.Sc. dirigés par le professeur Chebat _____ | 5 |
| 1.3. | Développement d'un profil en commerce de détail au B.A.A. _____ | 8 |
| 2. | <i>Placement</i> _____ | 8 |
| 3. | <i>Création d'un comité scientifique</i> _____ | 8 |
| 4. | <i>Diffusion</i> _____ | 9 |
| 4.1. | Diffusion auprès de la communauté scientifique _____ | 9 |
| | ♦ Articles de Jean-Charles Chebat publiés ou acceptés pour publication _____ | 9 |
| | ♦ Articles acceptés pour publication _____ | 10 |
| | ♦ Actes de colloques _____ | 10 |
| | ♦ Articles soumis _____ | 10 |
| | ♦ Livre et chapitre de livre _____ | 10 |
| | ♦ Conférences arbitrées dans des congrès scientifiques _____ | 11 |
| | ♦ Cahiers de recherche de la Chaire Omer DeSerres _____ | 11 |
| 4.2. | Diffusion auprès des praticiens _____ | 11 |
| | ♦ Nouveau : Série de conférences « <u>L'odyssée d'Omer</u> » _____ | 11 |
| | ♦ Jean-Charles Chebat : Conférencier et professeur invité _____ | 12 |
| | ♦ Organisation de Conférences, Colloques, Congrès et Séminaires _____ | 12 |
| 5. | <i>Activités servant au rayonnement de la Chaire Omer deSerres.</i> _____ | 12 |
| 5.1. | Entrevues radio et télévision _____ | 12 |
| 5.2. | Articles de presse _____ | 13 |
| 5.3. | Distinctions et réalisations principales du titulaire de la Chaire _____ | 14 |
| 5.4. | Prix de la Légende Vivante du Marketing _____ | 15 |
| 6. | <i>Fonds externes</i> _____ | 16 |
| 6.1. | Budget annuel de fonctionnement de la Chaire Omer DeSerres _____ | 16 |
| 6.2. | Subvention annuelle de l'entreprise Ivanhoé - Cambridge _____ | 16 |
| 6.3. | Concours CRSH _____ | 16 |
| 6.4. | Concours FRSC _____ | 16 |

| | | |
|-------------|---|-----------|
| 6.5. | Concours de la fondation Claude -Masse | 17 |
| 6.6. | Concours CQRS | 17 |
| 6.7. | 2^{ème} Subvention de recherche CRSH | 17 |
| 6.8. | Subventions du Ministère de l'industrie et du Commerce | 18 |

1. ENSEIGNEMENT

1.1. Cours offerts dans le domaine du commerce de détail

◆ Programme de certificat

30-125-94 Planification et stratégie en commerce de détail et distribution
30-131-86 Gestion de la distribution commerciale
30-132-88 Gestion du commerce de détail
30-105-94 Environnement du commerce de détail
30-114-94 Localisation commerciale
30-103-00 Communication marketing interpersonnelle
30-130-82 Gestion de la force de vente

◆ Programme de B.A.A.

3-112-88 Gestion du commerce de détail
3-199-99 Gestion de produits
3-108-93 Séminaire en distribution commerciale
3-103-93 Gestion de l'équipe de vente
3-198-94 Communication marketing interpersonnelle
3-197-97 Gestion du marketing dans les entreprises de services

◆ Programme de M.Sc.

6-115-99 Marketing de services
6-107-03 Marketing et distribution
6-104-03 Gestion des produits et de la marque
6-102-03 Modèles quantitatifs en marketing
6-103-96 Modèle de communication de masse

◆ Programme de Ph.D.

80-131-01 Marketing des services
80-101-95 Séminaire en gestion commerciale

Durant l'année 2002-2003 le professeur Jean-Charles Chebat a enseigné deux cours:

- Marketing des services (Programme Ph.D.): au trimestre d'automne 2002. L'évaluation générale de ce cours était de 3.66/4 en ce qui a trait à la satisfaction des étudiants vis-à-vis de leur apprentissage.*
- Marketing des services (Programme M.Sc.): au trimestre d'hiver 2003.*

1.2. Activités de promotion pour inciter les étudiants à choisir les cours relatifs au commerce de détail

◆ Bourses «Chaire de commerce Omer DeSerres»

Une bourse **2500\$** a été décernée en octobre 2002 à Madame Narjes Haj Salem (Étudiantes en maîtrise ès science de la gestion, option marketing) pour l'excellence de son mémoire portant sur «L'attente "on-line": Effets de la musique et de l'information sur les réactions émotionnelles, perceptuelles et comportementales des internautes».

7 bourses de 240\$ chacune, et **1 bourse de 80\$** ont été décernées à 8 étudiants de *M.Sc.* dans le cadre du cours *d'Anthropologie de la consommation* afin de permettre la réalisation du projet d'excursion pédagogique qui s'est déroulé à New York du 13 au 16 mars 2003. Les boursiers sont : Dubé Caroline, Pasini Alexandre, Than Kim, Kandiliotis Anna-Marie, Da Silva Costa Harethuza, Mahrouch Bouchra, Zizi Afaf, Isaac Baraya Paola et Sabbane Lalla Ilhame.

◆ Étudiants au Ph.D. et en M.Sc. dirigés par le professeur Chebat

Le professeur Jean-Charles Chebat a consacré l'année universitaire 2002-2003 à la supervision de ses nombreux étudiants à la *M.Sc.* (17) et au *Ph.D.* (15) (voir le tableau suivant)

Thèses et mémoires sous la direction de Professeur Jean-Charles Chebat

(Triées par date du début des études)

| <i>Nom et prénom</i> <i>Titre du mémoire, de la thèse ou du projet de recherche pour les stagiaires postdoctoraux</i> | <i>Cycle d'études</i> | <i>Début des études</i> | <i>Obtention du diplôme</i> | <i>Numéro de matricule</i> |
|---|-----------------------|-------------------------|-----------------------------|----------------------------|
| Savard, Martin Échecs de service, justice, Participation coûts de transfert et aliénation : le cas des services énergétiques aux entreprises (B to B) | 3 | 09/2002 | | |
| Michon, Richard Environnement des centres commerciaux: proposition d'un modèle intégratif | 3 | 09/1996 | | 80306014 |
| Driss, Sayah Les déterminants de la crédibilité perçue des messages publicitaires destinés aux adolescents, École des Sciences Économiques et Commerciales de Tunis. En codirection avec Mme Zeineb Mamelouk Ben Ammar. | 3 | 01/2000 | | |
| Cusson, Alain Effets des Hypo-Icônes dans les publicités des cigarettes | 3 | Étudiant à l'UQAM | | |
| Cherif Hana Rhétorique et Pub licité : Effets de la métaphore et de la métonymie sans implication (faible -vs- forte) | 3 | 01/1997 | | 95102608 |
| El Hedhli, Kamel Les effets de l'intonation, de l'intensité et du sexe de l'émetteur de la voix sur le comportement du consommateur dans le contexte de télémarketing | 2 | 12/2002 | | 11013692 |
| Agoppian, Soghomon Le sexe comme un modérateur de l'effet de la musique sur les perceptions, émotions et comportement du consommateur dans un centre commercial | 2 | 11/2002 | | 11002957 |
| Golmier, Isabelle Les effets conjoints des avertissements sur les paquets de cigarette avec ceux des placements films sur l'intention de l'adolescent de consommer la cigarette | 2 | 11/2002 | | 00335842 |

| | | | | |
|--|---|---------|---------|----------|
| Labbé, Sonia Échecs de service dans le domaine de l'assurance | 2 | 11/2002 | | 99322460 |
| Sabbane, Lalla Ilhame Effet du sponsoring des compagnies de tabac sur les attitudes des adolescents vis-à-vis des cigarettes | 2 | 11/2002 | | 11015237 |
| Kandiliotis, Anna-Marie The impact of music tempo and density in a restaurant study | 2 | 06/2003 | | 11032956 |
| Isaac Baraya, Paola Effects of Mall atmospherics on approach/avoidance Behaviors mediated by self congruity, emotions and perceptions and moderated by Mall format and shopper segment | 2 | 04/2003 | | 11014983 |
| Ben Amor, Kais Les effets de l'échec de service sur les émotions, la perception de la justice et la fidélité : le rôle modérateur des coûts de transfert. | 2 | 04/2002 | | 00327646 |
| Massicotte, Marie Claude Influence du design, ambiance et de la qualité du service sur la valeur à long terme et la fidélité des clients adolescent | 2 | 03/2003 | | 99109601 |
| Anne Marie Mazé Impact de la Lisibilité sur l'Attitude face aux Sites Internet et leurs produits | 2 | 01/2001 | | 00105084 |
| Valérie St-James Transfert d'Images de Marques des Centres Commerciaux vers les Magasins | 2 | 01/2001 | 02/2003 | 00326312 |
| Bouchard, Valérie Effet de la couleur en tant que variable atmosphérique sur la clientèle d'un centre commercial | 2 | 01/2000 | 01/2003 | 97320346 |
| Haj Salem, Narjes Attente "on-line" : Effets de la musique et de l'information sur les réactions émotionnelles, perceptuelles et comportementales des internautes | 2 | 01/2000 | 31/2002 | 1000356 |
| Karina Therrien Wayfinding : comment la Signalisation d'un Centre Commercial Affecte les Comportements de Magasinage | 2 | 09/2000 | 08/2002 | 00369255 |
| El Alaoui, Kanza Plaintes, justice & aliénation dans les stratégies de récupération | 2 | 01/1998 | 12/2002 | 98101609 |
| Foutz-Léonard, Camille Effets interactifs de la musique et des odeurs ambiantes dans un centre d'achat | 2 | 09/1998 | 03/2003 | 98330739 |

2.3. Développement d'un profil en commerce de détail au B.A.A.

Lancée en **Mars 2003** à HEC Montréal, l'initiative conjointe du CQCD et de HEC Montréal est suivie de la mise en place d'un programme de "*profil commerce de détail*" du **BAA**.

Ce profil consiste en un programme de formation pour des cadres intermédiaires du commerce de détail au Québec; ce programme suit les vœux du CQCD et du CCCD.

Il comprend 90 crédits, dont 56 sont en marketing, reliés au commerce de détail.

Ce projet doit être approuvé par les instances académiques de HEC Montréal et de l'Université de Montréal.

2. PLACEMENT

Une grande partie des diplômés de HEC occupent à leur sortie des postes au sein des entreprises du secteur de commerce de détail. Ci-dessus une liste sommaire d'entreprises du secteur du commerce de détail qui recrutent au service de placement et de gestion de carrière : **Sears, Winners, Alimentation Couche-Tard, Yves Rocher, Aldo, Sobeys, Super C, Rona, Messageries de presse internationales, L.L. Lozeau, Holt Renfrew, J.E. Mondou ltée, Groupe Essaim, Reitmans, Réno-Dépôt, Jacob, Métro-Richelieu, Provigo, Blinds to Go (Marché du store), Bureau en Gros, Wal-Mart, Vast Auto Distribution, Réno Dépôt.**

3. CRÉATION D'UN COMITÉ SCIENTIFIQUE

En 2003, la chaire Omer DeSerres s'est dotée d'un comité scientifique composé de trois chercheurs de renommées internationales :

- **Michael Lévy**, Rédacteur en Chef du *Journal of Retailing*
- **Arch Woodside**, Rédacteur en Chef du *Journal of Business Research*
- **Michel Laroche**, Rédacteur Ajoint du *Journal of Business Research*

4. DIFFUSION

4.1. Diffusion auprès de la communauté scientifique

◆ Articles de Jean-Charles Chebat publiés ou acceptés pour publication

CHEBAT, Jean-Charles & Robicheaux Robert (2003) « Advances in Consumer Decision Processes in Retail Environments: Introduction to the Special Issue on Retailing Research », *Journal of Business Research*, Vol, 56 (7): 503-505.

CHEBAT, Jean-Charles & François Daoud (2003) « Effects of F1 Grand Prix Sponsorship by Cigarette brands on Adolescents' Cognitive and behavioural Responses ». *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, Vol. 93: 93-104.

CHEBAT, Jean-Charles & Richard MICHON (2003) « Impact of Ambient Odours on Mall Shoppers' Emotions, Cognition and Spending: A Test of Two Competitive Causal Theories ». *Journal of Business Research*, Vol.56: 529-539.

CHEBAT, Jean-Charles, GÉLINAS-CHEBAT, Claire & DORAIS, Suzie (2003) « Missing information can be more persuasive ». *Psychological Reports*, Vol.92: 1043-1052.

CHEBAT, Jean-Charles, GÉLINAS-CHEBAT, Claire, HOMBOURGER, Sabrina & WOODSIDE, Arch G. (2003), « Testing consumers' motivation and linguistic ability as moderators of advertising readability », *Psychology and Marketing*, 20(7). 599-624.

CHEBAT, Jean-Charles, DRISSI-VERCOLLIER, Sarah & GÉLINAS-CHEBAT, Claire (2003) « Drama advertisements: moderating effects of self-relevance on the relations among empathy, information processing and attitudes ». *Psychological Reports*, 92, 997-1014.

BOURDEAU, Laurent & CHEBAT, Jean-Charles (2003) « The Effects of Signage and Location of Works of Art on Recall of Titles and Paintings in Art Galleries », *Environment & Behavior*, 35(2), 203-226.

CHEBAT, Jean-Charles, Richard MICHON & Lu Turley (2003) « Keeping Your Nose Above the Crowd: The Moderating Effects of Ambient Scent on Mall Shopping Behavior Under Multiple Retail Levels », *Journal of Business Research*, (accepté).

CHEBAT, Jean-Charles & Witold, SLUSARCZYK (2003) « How Emotions Mediate the Effects of Perceived Justice on Loyalty in Service Recovery Situations: An empirical Study », *Journal of Business Research*, (accepté).

CHEBAT, Jean-Charles, BABIN, Barry & KOLLIAS, Paul (2002) « What makes contact employees perform? Reactions to employee perceptions of managerial practices ». *International Journal of Bank Marketing*, 20(7), 325-332.

TURLEY, L.W. & CHEBAT, Jean-Charles (2002) « Linking retail strategy, atmospheric design and shopping behavior ». *Journal of Marketing Management*, 18(2), 125-

144.

BOURDEAU, Laurent, Jean-Charles CHEBAT & Christian Couturier (2002): "Internet Consumer Value of University Students: E-mail vs. Web Users"², *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 9: 61-69.

◆ **Articles acceptés pour publication**

MICHON, Richard & Jean-Charles CHEBAT (2002) «Cross-Cultural Mall Shopping Values and Habitats: A Comparison between English and French Speaking Canadians », *Journal of Business Research*, (accepté).¹

◆ **Actes de colloques**

CHEBAT, Jean-Charles (2003) «The Interaction of Retail Density and Music Tempo on Shopper Responses », *Proceedings of the American Collegiate Retailing Association Spring Conference, CD-Rom*.

MICHON, Richard & Jean-Charles, CHEBAT (2002) «Selling Brotherhood to North-American Multicultural Markets: How Life Values Mediate Charitable Donation Behaviors», *Academy of Marketing Conference*. Vol. IV b.248-254.

◆ **Articles soumis**

CHEBAT, Jean-Charles; Sevgin A. EROGLU; Karen A. MACHLEIT (2003), «The Interaction of Retailing Density and Music Tempo on Shoppers Responses» Soumis à *Psychology and marketing* (3ème round).

BABIN, Barry & Jean-Charles, CHEBAT, & Richard Michon «Atmospheric Fit and its Effect on Consumer Cognitions, Affect and Behavior », *Journal of Retailing and Consumer Services*, (3ème round).

DUBÉ, Laurette, Sylvie, MORIN & Jean-Charles, CHEBAT «How the Physical Environment May Influence Temporal Judgments for Social Episodes: An Experimental Test of Ambient Illuminance Effects », *Environment & behavior*, (2ème round).

RUIZ, Jean-Paul, Jean-Charles, CHEBAT & Pierre HANSEN, «Another Trip to the Mall: Psychographic Profiles Revised », *Journal of Retailing and Consumer Services*, (3ème round).

◆ **Livre et chapitre de livre**

CHEBAT, Jean-Charles, Pierre FILIATRAULT, Michel LAROCHE, en collaboration avec C. DUHAIME, G. KINDRA, T. MULLER, H. CHERIF, R. MICHON et M. A. TOMIUK (mai 2003): «Comportement du consommateur », Eds. Gaëtan Morin.

CHEBAT, Jean-Charles (2002): "The Interplay of Cognitions and Emotions in building

¹ Prix de la meilleure recherche présentée au séminaire «Services & Culture», parrainé par l'AMA

services Customers Retention", In Arch G. Woodside (Eds.), *Advances in Marketing Research by the Distinguished Scholars of the Society of Marketing Advances*; JAI Press. Greenwich, Connecticut.

◆ **Conférences arbitrées dans des congrès scientifiques**

CHEBAT, Jean-Charles; Sevgin A. EROGLU; Karen A. MACHLEIT (2003), «The Interaction of Retailing Density and Music Tempo on Shoppers Responses» 2003 Collegiate Retailing Association Spring Conference.

CHEBAT, Jean-Charles; (2002), «How Emotions Mediate the Effects of Perceived Justice on Loyalty in Service Recovery Situations: An Empirical Study», 2002 SMA Retail Strategy and Patronage Conference.

◆ **Cahiers de recherche de la Chaire Omer DeSerres**

Martin Savard (mars 2003) «*Les effets modérateurs de la participation et de la justice sur la relation plainte et satisfaction en B to B*».

François Daoud & Jean-Charles Chebat (juin 2003) «*Effects of F1 Grand Prix Sponsorship by Cigarette Brands on Adolescents' Cognitive and Behavioural Responses*».

4.2. Diffusion auprès des praticiens

◆ **Nouveau : Série de conférences « L'Odysée d'Omer »**

Pour accroître le rayonnement de la chaire, une série de conférence « *L'odyssée d'Omer* » a été lancée en 2003.

Quatre conférences ont été offertes cette année :

- **Cele Otnes**, University of Illinois at Urbana-Champaign, «*Social Influences on Gift Giving Over Time: A Taxonomy from the Giver's Perspective*», 5 mars 2003.
- **David Howes**, Concordia University, «*The Growing Sense Appeal of Commodities*», 20 mars 2003.
- **Daniel O'Keefe**, University of Illinois at Urbana-Champaign, «*Generalizing About Persuasive Message Effects: Some Meta-Analytic Findings and Implications*», 3 Avril 2003.
- **Pierre Lévy**, titulaire de la Chaire de Recherche du Canada en Intelligence Collective, Université d'Ottawa, «*Économie de la connaissance et intelligence collective*» 10 avril 2003.

◆ **Jean-Charles Chebat : Conférencier et professeur invité**

23 avril – 2 mai 2003 : Jean-Charles Chebat conférencier
« Les effets des variables atmosphériques sur les achats en magasin », École des Hautes Études Commercial (EDHEC), Nice.

9 Mai- 26 mai 2003 : Jean-Charles Chebat conférencier.
« Effets combinés des odeurs, de la musique et de la foule sur les comportements en magasin », Institut de Gestion de Rennes et ESC Rennes.
« L’atmosphère du magasin et son impact sur les comportements d’achat des clients », École supérieure de Commerce (ESC), Reims.

27 novembre 2002: Jean-Charles Chebat conférencier
« Effets de la musique sur les petits commerces », Chambre de commerce de Montréal.

◆ **Organisation de Conférences, Colloques, Congrès et Séminaires**

Novembre 2002- Organisateur et président du symposium sur le thème « Dépendances/Addictions : impact sur le Canada », Société Royale du Canada

Octobre 2002- Membre du comité organisateur du Research Seminar in Retailing, sous les auspices de la *Society for Marketing Advances*.

Mars 2003- Membre du comité organisateur de l’American Collegiate Retailing Association Congress (ACRA).

5. ACTIVITÉS SERVANT AU RAYONNEMENT DE LA CHAIRE OMER DESERRÉS.

5.1. Entrevues radio et télévision

TVA

Mars 2003, « le succès commercial des Tupperware » ».

CBC

Novembre 2002 : « L’impact de Provigo sur le commerce du plateau Mon-Royal »

CBC Radio

Mars 2003 : « Les effets des odeurs dans les centres d’achat »

LCN

Décembre 2002 : « Les difficultés financières des Ailes de la Mode »

Radio Canada

Janvier 2003 : « Les effets de la publicité des Fast Food ».
Juin 2003 «émission découverte»

5.2. Articles de presse

La Presse

- Mars 2003 : «La concentration du commerce de détails dans les pharmacies ».
- Mars 2003 : « La course est officiellement lancée pour le rachat de Réno-Dépôt».
- Mars 2003 : «La guerre des sexes dope les ventes de produits de beauté santé ».
- Février 2003 : « Mener l'acheteur par le bout du nez ! une recherche menée à Montréal révèle que les odeurs influencent les comportements en magasin »
- Janvier 2003 : « entre réalisme et réalité... »
- Janvier 2003 : « San Francisco fermerait plusieurs magasins »
- Décembre 2002 : «Les magasins du Québec en mutation »
- Décembre 2002 : « Y a t il trop de commerces ? »
- Décembre 2002 : «Power Center »
- Août 2002 : « La vente des jeux vidéo »

Le Devoir

- Mars 2003 : «Dissonance cognitive en marketing politique »
- Novembre 2002 : « Des plats à valeur ajoutée : Les comptoirs de repas cuisiné font gagner du temps aux consommateurs... et de l'argent aux épiciers »
- Octobre 2002 : « Chacun cherche son char : Les cabrio, New Beetle et autres Mini Cooper sont-elles réellement pensées pour les femmes ? »

L'Actualité

- Août 2002 : « Pharmacies : un trio Mc Pilules ? ».

Journal de Montréal

Décembre 2002 : « Vente de Téléphone Fido »

Magasine Les Ailes

Décembre 2002 : « La petite histoire des grands magasins »

Revue de Commerce

Décembre 2002 : « Le Marketing des REER »

Forum

26 mai 2003 « l'acheteur mené par le bout du nez»

5.3. Distinctions et réalisations principales du titulaire de la Chaire

2003- Professeur Jean Charles Chebat reçoit le prix "Avancement de la science en marketing" du chapitre montréalais de l'American Marketing Association. (29 avril 2003).

2001- Aujourd'hui Le professeur Jean-Charles Chebat occupe actuellement le poste de **Président de l'Académie des Lettres et Sciences Humaines** de la **Société Royale du Canada**, et ce depuis 15 novembre 2001. Il est à noter que M. Chebat était le Vice-président de la société Royale du Canada entre 1999 et 2001.

2003 - Jean-Charles Chebat : Récipiendaire du *Fortune Casuals Educator's Fellowship* et invité à la conférence "Retail Ruminations: Whose Merchandise is it?", Walton institute of retailing. (17 et 18 avril 2003).

2002 - Jean-Charles Chebat : Membre du comité scientifique de la 1^{ère} journée du Marketing sensoriel de l'Association Française de Marketing.

2002- Jean-Charles Chebat : Finaliste de la Catégorie Consultant Marketing lors du concours Personnalité Marketing 2002 de l'Association Marketing de Montréal

2000- aujourd'hui Le professeur Chebat occupe également le poste de vice-Président de l'*Academy of Marketing Science*.

2002- Le professeur Chebat est membre du comité de direction de la Chaire Auchan, School of Management, Reims (France).

Le professeur Chebat est membre des comités de rédaction des revues scientifiques suivantes :

- Membre du comité de rédaction du *Journal of Retailing*
- Membre du comité de rédaction du *Journal of Business Research* (section marketing)
- Membre du comité de rédaction de l'*International Journal of Bank Marketing*
- Membre du comité de rédaction du *Journal of services Industry*
- Membre du comité de rédaction de la *Revue Française du Marketing*
- Membre du comité de rédaction du *Academy of Marketing Science Review*
- Membre du comité de rédaction de *Management International*
- Membre du comité de rédaction du *Journal of Applied Social Psychology*
- Reviewer dans le *International journal of Service Industry Management* : (mars 2002)
- Évaluateur Ad-hoc du *Journal of Marketing*, *Journal of Applied Social Psychology* et du *Journal of the Academy of Marketing Science*.

5.4. Prix de la Légende Vivante du Marketing

Créé en 1997, le **Living Legend of Marketing Award** est décerné chaque année pour souligner la renommée de chercheurs qui ont marqué le domaine du marketing par leurs apports exceptionnels.

Cette année le prix a été décerné au professeur *Michael Lévy*, professeur de Marketing au Babson College, Rédacteur en Chef du Journal of Retailing.

6. FONDS EXTERNES

6.1. Budget annuel de fonctionnement de la Chaire Omer DeSerres

Montant (2002-2003) :158 305 \$

6.2. Subvention annuelle de l'entreprise Ivanhoé - Cambridge

Montant (2002-2003) : 50 000 \$

Recherche : *Projets des centres commerciaux Ivanhoé –Cambridge*

6.3. Concours CRSH

Programme Subvention ordinaire de recherche
Notre demande a été classée 3^{ème} sur 97 candidats

Montant (2003-2006) :139 212\$

Recherche: *Incidents Critiques dans les Services : Justice, Coûts de transfert et Aliénation (B to C)*

Chercheur principal: Jean-Charles Chebat, HEC Montréal

Co-chercheurs : Alain D'astous, HEC Montréal

Pierre Balloffet, HEC Montréal

Marc-Alexandre, Tomiuk, HEC Montréal

Pierre Filiatrault, UQÀM

Jean Perrien, UQÀM

Claire Gélinas-Chebat, UQÀM

Laurent Bourdeau, Université Laval

6.4. Concours FRSC

Programme d'appui à la Recherche Innovante
Notre demande a été acceptée. Nous recevons ainsi 90% de la somme demandée

Montant (2003-2006) :134 252 \$

Recherche : *Échecs de service, justice, participation, coûts de transfert et aliénation : le cas des services énergétiques aux entreprises (B to B)*

Chercheur principal: Jean-Charles Chebat, HEC Montréal

Co-chercheurs : Alain D'astous, HEC Montréal

Pierre Balloffet, HEC Montréal
Marc-Alexandre, Tomiuk, HEC Montréal
Pierre Filiatrault, UQÀM
Jean Perrien, UQÀM
Claire Gélinas-Chebat, UQÀM
Laurent Bourdeau, Université Laval

6.5. Concours de la fondation Claude-Masse

Nous recevons 100% de la somme demandée

Montant (2003-2005) :60 000 \$

Recherche : *La justice dans les relations conflictuelles entre consommateurs et institutions financières*

Chercheur principal: Jean-Charles Chebat, HEC Montréal

6.6. Concours CQRS

Nous recevons 100% de la somme demandée

Montant (2002-2004) :149 740 \$

Recherche : *Effets Cognitifs des Messages d’Avertissement de Santé Canada sur les Attitudes des adolescents face à la cigarette*

Chercheur principal : Claire Gélinas-Chebat, UQAM

Co-chercheurs : Jean-Charles Chebat, HEC Montréal

Tina Lower, U. of Texas at San Antonio

Karine Gallopel, Université de Rennes 1

6.7. 2^{ème} Subvention de recherche CRSH

Programme Subvention ordinaire de recherche

Nous recevons 100% de la somme demandée

Montant (2002-2004) : 71 500 \$

Recherche : *L’influence du temps sur l’arbitrage du consommateur en matière de choix de canal d’approvisionnement : le cas des services financiers électroniques*

Chercheur principal : Pierre Filiatrault, UQÀM

Co-chercheurs : Chebat, Jean-Charles
Jean Perrien, UQÀM

6.8. Subventions du Ministère de l'industrie et du Commerce

Montant (2002-2003) :5 750 \$

Recherche : Base de données commerce de détail