



Patrice PICCARDI

29, rue Sambin
BP 50608
21006 Dijon Cedex

✉ patrice.piccardi@bsb-education.com

PROFESSEUR ASSOCIE
DÉPARTEMENT : MARKETING
CHEF DU DÉPARTEMENT MARKETING
ÉQUIPE DISCIPLINAIRE : MARKETING (MKG)

FORMATION ET DIPLÔMES

- 1990 Licence en Sciences économiques Pierre Mendès France University, Grenoble, France
- 1992 Master en Economie Appliquée
- 1993 Master Recherche en Economie Industrielle Pierre Mendès France University, Grenoble, France

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

- 1998 - 2004 Co-fondateur et développement des affaires (OXALP Information Technology)
- 1994 - 1995 Manager des affaires de la zone sud-ouest (France Dunlop Tire)
- 2004 - ... Professeur de marketing (Burgundy School of Business)
- 1996 - 2004 Professeur associé consultant (Grenoble Graduate School of Business)

MISSIONS DE CONSEIL

- 1998 - 2004 E-Marketing CRM Business Development (Grenoble Graduate School of Business)

ENSEIGNEMENT EN FORMATION CONTINUE

- 2012 - ... Marketing (Burgundy School of Business)
- 1998 - 2004 E-Marketing, Marketing (Grenoble Graduate School of Business)

MEMBRE D'UNE ASSOCIATION PROFESSIONNELLE

- 2013 - ... Association des communicants de Bourgogne (Association des communicants de bourgogne, dijon, France)

AUTRES ACTIVITÉS

- 2001 - 2008 Supplemental Faculty (Business Administration University of Delaware)
- 2004 - ... Chef du département marketing (Burgundy School of Business, Dijon, France)
- 2014 - ... Coordinateur MSc Global Marketing & Negotiation (Groupe ESC Dijon Bourgogne, France)
- 2013 - ... Coordinateur "Excellence in Pedagogy" (Groupe ESC Dijon Bourgogne)

ENSEIGNEMENTS

ÉQUIPE DISCIPLINAIRE

- Marketing (MKG)

LANGUES D'ENSEIGNEMENT

- Anglais

ACTIVITÉS SCIENTIFIQUES

CONTRIBUTIONS INTELLECTUELLES

Articles dans des revues à comité de lecture

Bardey, A., Turner, R., Piccardi, P., Bargaining fashion: Investigating the consequences of purchasing luxury fashion counterfeit. *Strategic Change*, 2022, vol. 31, n°5, p. 505-514. **CNRS 4, FNEGE 4, HCERES C**

Allaert, F-A., Piccardi, P., Opinion des pharmaciens sur les attitudes des patients face aux médicaments déremboursés prescrits par les médecins, 2012, vol. 30, n°2, p. 71-78.

Conférences académiques

Allaert, F-A., Piccardi, P., Is wine's health benefits a marketing value?. *International Conference on Innovation & Trends in Wine Management ITWM*, 22 juin 2012, Dijon, France.

Piccardi, P., Allaert, F-A., Factors influencing French patients willingness to pay newly dereimbursed drugs: a consumer socialization perspective. *1st Joint Research Conference*, 26 mai 2010, Oxford, Royaume-Uni.

Allaert, F-A., Piccardi, P., Lecomte, Y., Quels indicateurs pour l'évaluation de la performance à l'hôpital ?. *Chaire de recherche du Canada sur la Performance des Entreprises et Université de Greenwich*, 1er-2 février 2007, Brest, France.

Cahiers de recherche

Allaert, F-A., Vandermander, J., Herpin, F., Bertin, C., Ventura, G., Piccardi, P., Des allégations de santé graduées selon la force de la preuve permettraient une meilleure information du public. *Cahiers du CEREN*, 2018, n°51, p. 60-70.

Allaert, F-A., Lecomte, Y., Piccardi, P., Le bénéfice/risque du traitement des artérites oblitérantes des membres inférieurs : vers une approche en termes de retour sur investissement ?. *Cahiers du CEREN*, 2010, n°30, p. 13-19.

Piccardi, P., Allaert, F-A., Opinions des pharmaciens sur les attitudes des patients face aux médicaments déremboursés prescrits par les médecins. *Cahiers du CEREN*, 2010, n°32, p. 2-8.

Piccardi, P., Lecomte, Y., Allaert, F-A., Perspectives socioéconomiques de la maladie veineuse : analyse de l'impact du déremboursement des veinotoniques. *Cahiers du CEREN*, 2010, n°30, p. 20-25.

Tribunes de presse

Bardey, A., Piccardi, P., Luxe : l'achat de contrefaçon n'est pas qu'une question de prix. *The Conversation*, 1 septembre 2022, theconversation.com