

Danielle **Pailler**  
(**Bouder-Pailler** en tant que chercheur)  
La Syonnaïère  
44 800 Saint-Herblain – France  
06 30 60 02 07  
[danielle.pailler@univ-nantes.fr](mailto:danielle.pailler@univ-nantes.fr)



## **Positionnement professionnel**

### **Double compétence : universitaire et managériale**

#### **- Compétence universitaire**

Docteur en sciences de gestion

**Maitre de conférences**

**Habilitée à diriger des recherches**

au sein de l'Institut d'Administration des Entreprises,  
Université de Nantes (depuis 1999)

**Vice-Présidente de l'Université de Nantes**

en charge de la culture (2007/2016 – 2 mandats)

Conception et mise en œuvre d'une stratégie politique  
Développement de partenariats – Gestion de projets

Recherches orientées sur les enjeux d'**innovation**  
Innovations ouvertes et managériales

Pédagogie centrée sur l'innovation (lien au numérique),  
**l'insertion professionnelle** et l'entrepreneuriat

Coordination d'un **ouvrage collectif** sur les nouvelles formes de médiations, L'Harmattan (2016)

**Rédacteur en chef invité** pour la revue d'HEC Montreal "International Journal of Arts Management "  
(2015)

**Engagements internationaux les plus récents :**

Nombreuses co-réalisations avec des partenaires du Maghreb et de la méditerranée  
Missions d'audit pour l'Institut Français dans différents pays

**Chevalier des Palmes Académiques** (2013)

#### **- Compétence managériale**

Management d'une équipe en tant que vice-présidente

Fonctions de management et de marketing en grande et petite entreprises

A ce jour, consultante pour différentes instances nationales et internationales

## EXPERIENCES PROFESSIONNELLES

---

- 1999-A ce jour **Maître de Conférences – Habilitation à Diriger des Recherches**  
IEMN- IAE (Institut d'Economie et de Management de Nantes - Institut d'Administration des Entreprises), Université de Nantes
- Responsable des Master 1 "Double Compétence"**, en formation initiale et en alternance  
*IEMN-IAE, Université de Nantes*
- Consultante en management**
- 2007-2016 **Vice-présidente** de l'Université de Nantes, en charge de la culture (2 mandats)  
[Politique culturelle qualifiée de « *remarquable* » par l'AERES]
- 1991-1999 **Enseignante-chercheur permanente en marketing**  
*AUDENCIA Nantes Ecole de Management*
- 1989-1991 **Consultante**  
*JML Consultants (Groupe Euro-RSCG), Cabinet-conseil en marketing, Nantes*  
Etudes qualitatives et quantitatives pour l'accompagnement de l'innovation, et notamment dans le cadre de lancements de nouveaux produits
- 1987-1989 **Responsable commerciale et marketing**  
*Laboratoires Garnier, L'OREAL, Strasbourg*  
Gestion autonome d'un chiffre d'affaires de 5 millions de francs (centrale d'achats régionale), progression des ventes de 15% en un an (1987/1988)

## DIPLOMES ET ETUDES

---

- 2005 **Habilitation à Diriger des Recherches (HDR)**  
sous la présidence du Professeur J.F. Amadiou, Université de la Sorbonne, Paris I  
« *Gestion des temps individuel et organisationnel : contributions théoriques et managériales* »
- 1997 **Thèse de doctorat**  
sous la direction du Professeur J.M. Aurifeille  
« *La conception du temps, variable médiatrice dans le processus motivationnel. Application à la consommation de théâtre* »  
**Mention très honorable avec les félicitations du Jury à l'unanimité**  
**Prix de la meilleure thèse** de l'Université de La Réunion Droit, Sciences Economiques et Gestion
- 1996 Séminaire de formation approfondie à la recherche du CEFAG - Centre Européen de Formation à la Gestion - : « *Faire de la recherche en Marketing ?* »  
Créé par la Fondation Nationale pour l'Enseignement de la Gestion des Entreprises (**FNEGE**)
- 1994 **Diplôme d'Etudes Approfondies (DEA)** en sciences sociales, option sociologie  
Université de Nantes, mention Bien  
« *International Teachers Programme* » (ITP) à l'**INSEAD** - Programme intensif de formation à la pédagogie, créé par la « Harvard Business School », 4 semaines  
Séminaire « *Méthodes de recherche en gestion* » organisé par la Fondation Nationale pour l'Enseignement de la Gestion des Entreprises (**FNEGE**)
- 1987 **Diplôme d'Etudes Supérieures Commerciales, Administratives et Financières (DESCAF)**  
Spécialisation en marketing (major du groupe)  
Ecole Supérieure de Commerce, Poitiers

## RESPONSABILITES MANAGERIALES

---

2007-2016 **Vice-présidente de l'Université de Nantes**, en charge de la culture

Conception et mise en œuvre d'une stratégie politique (validation en Conseil d'Administration de l'Université de Nantes, en Conseil Scientifique et en Conseil Universitaire des Relations Internationales)

➤ **La culture comme enjeu d'expériences préprofessionnelles**

- Développement de **partenariats** avec tous les acteurs parties-prenantes de l'écosystème (dont le ministère de la Culture et de la Communication, les acteurs de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche, les collectivités territoriales, des entreprises, les acteurs structurants –clusters,...)
- Expériences du **management de projet** liant des acteurs internes et externes
- **Valorisation numérique** des actions et partenariats réalisés dans un web-doc <http://univculture.univ-nantes.fr>
- Responsabilité de la **filière** des formations liées aux industries culturelles et créatives (25 formations) Université de Nantes, en lien avec le cluster de la ville de Nantes

### Exemples d'engagements sur les enjeux de la francophonie lors des deux mandats

- Multiplication des ateliers d'écritures, conférences participatives, résidences artistiques d'écriture (notamment avec des **croisements arts et science**).
- **Partenariats** avec les acteurs structurants du territoire engagés sur cette thématique : la Maison de la poésie, la Maison Julien Gracq, les laboratoires de recherche travaillant sur cette thématique, les BU...
- **Valorisation** des expériences des étudiants en mobilité : recours à des ateliers d'écriture et d'arts plastiques. Analyse de l'expérience internationale en termes de **compétences professionnelles**.
- Séminaires d'écriture avec l'**AUF** du bureau Maghreb pour accompagner la création de nouvelles (recours à un auteur marocain) – travail commun des étudiants de Nantes et des doctorants en littérature accompagnés par l'AUF à partir du thème très présent dans la littérature arabe : « l'étrange étranger ». **Edition** d'un ouvrage commun.

2000-à ce jour **Consultante**

Accompagnement d'organisations ayant des problématiques managériales

2003-2004 **Responsable d'une formation en alternance**

*Université de Nantes, service "Formation Continue"*

Rôle d'interface entre les acteurs internes et externes

Mise en place de l'enseignement à distance (**e-learning**)

1992-1999 *Groupe Ecole Supérieure de Commerce Nantes-Atlantique (Audencia)*

**Chef du département marketing**

**Adjointe au Directeur de l'Unité « Entreprise »**

**Membre du Comité de Management**, Instance de décision de l'Institution

**Membre du Groupe de Prospective Stratégique (G.P.S)**

Instance rattachée à la Direction Générale - En charge des relations avec les entreprises

1987-1991 **Responsable d'actions transversales innovantes en entreprise**

## ACTIVITES SCIENTIFIQUES

---

- **Chercheur publiant** au sein du **LEMNA** (Laboratoire d'Economie et de Management Nantes Atlantique), Axe « entreprise – travail – société », Université de Nantes
- **Principaux thèmes de recherche**
  - Innovations ouvertes et managériales – innovations méthodologiques
  - Entrepreneuriat
  - Marketing et management culturel
- **Développement de projets dans les domaines scientifiques et académiques**
  - Concepteur de la **Fédération de recherche « art, cultures et territoire »** (Université de Nantes, Université d'Angers, Ecole Supérieure des Beaux-arts de Nantes, Ecole Nationale Supérieure d'Architecture de Nantes) (72 chercheurs, 15 disciplines), contrat quadriennal 2012- 2015
  - Responsable scientifique de l'axe « **Réception / appropriation de différentes configurations de création et de diffusion artistiques par les publics / populations** » au sein de l'équipe de recherche pluridisciplinaire « Valeurs et Utilités de la Culture : une perspective territoriale », 70 chercheurs, 15 disciplines, budget de 750 000 euros
  - **Chef de projet** sur les enjeux scientifiques pour « L'université de Nantes dans le Quartier de la création » (depuis octobre 2009). Participation aux enjeux liés à la recherche et à la formation au sein du cluster de l'île de Nantes, dédié aux industries culturelles et créatives
  - **Responsable scientifique** au sein du projet régional « ALLIANCE EUROPA » (recherche-crédation en lien avec le Maroc et l'espace méditerranéen)
  - Porteur de **collaborations** avec l'ENCACT (European Network on Cultural Management and Policy – soutien de l'Unesco), l'AIMAC (Association Internationale du Management des Arts et de la Culture – liée à HEC Montreal), Culture Med - programme financé par l'Union Européenne,...
- **Recherches- actions avec des professionnels**
  - Co-production de connaissances sur les nouveaux modèles de développement culturel, sur le management, notamment de l'usure professionnelle,...
  - Exemple : recherche-action, menée seule, pour une entreprise publique (5 ans), Institut public des Hauts-Thébaudières (44), financé par le ministère de la santé(accueil de déficients visuels)
- **Nombreuses interventions dans des contextes professionnels liés aux politiques publiques**
  - Animation de **réseaux** de professionnels, mise en œuvre de **formations-actions** pour les acteurs,...
  - Exemples : Conférence lors des Journées Scientifiques de l'Université : « Innovation ouverte : de quelle ouvertures parle-t-on ? » (juin 2015). Journée d'étude commanditée par le Conseil Général, 17 septembre 2013 (présence de 150 professionnels),...
- **Directions de thèse**

Thèse soutenue en juin 2015 (meilleure mention) - 3 suivis de thèse en cours
- **Evaluateur d'articles pour des revues et des conférences**

"Psychology & marketing", IJAM (International Journal of Art Management), DM (Décisions Marketing), RAM (Recherche et Application en Marketing) AIMAC - Association Internationale de Management des Arts et de la Culture, IBIMA (International Business Information Management Association), EMAC (European Marketing Academy), AFM (Association Française de Marketing),...

## ACTIVITES INTERNATIONALES

---

### – Engagements au Maghreb et en lien avec la Méditerranée

#### *Interventions partenariales et conférences*

- **Convention** entre l'Université de Nantes et l'Université Hassan II Casablanca – Mohammedia
- Organisation d'un **prix littéraire** de nouvelles sur le thème « Etranges Etrangers », avec une réciprocité de dispositif : une master-class animée pour les étudiants par un auteur marocain en France et au Maroc – Coopération avec l'**AUF** (Association Universitaire de la Francophonie) du Maghreb – Edition d'un ouvrage commun (2016)
- Invitation par l'Agence de la Culture du **Ministère Algérien de la Culture** pour le suivi d'une résidence d'écriture en duo « artiste – chercheur » (2016)
- Chercheur-associé à l'atelier de l'Observatoire, Casablanca (Maroc), programme co-financé par l'**Union Européenne** dans le cadre du programme régional Med Culture et soutenu par le ministère de la Culture du Maroc (2016)
- Conférence au sein de l'**Institut National des Beaux-Arts** de Tétouan (Maroc) : « l'art pour plus d'humanité - le corps innocent : entre enjeux de médiation et approche phénomorphologique de la représentation du corps au Maroc » - regards croisés avec l'artiste Dr Saïd Bouftass (avril 2016)
- **Recherche-crédation** autour de la broderie contemporaine : workshop à Nantes (broderie sur des objets du quotidien) – objets ensuite brodés par des femmes de Fez et de Casablanca, soutien financier et artistique de l'**Institut Français de Fez** – Exposition à l'Université de Nantes (2016)
- Invitation à intervenir en tant qu'**experte** lors du colloque organisé par le **Ministère de la Culture** du Maroc « Quelles compétences pour la gestion des institutions culturelles ? », en lien avec l'ISADAC (décembre 2015)
- Co-crédation d'un séminaire professionnel « Les enjeux de la médiation culturelle ? Faire le lien entre cultures et publics », **Institut Français de Casablanca**, cible : artistes, acteurs culturels et citoyens marocains (octobre 2015 - 2 journées)
- Créédation des premières **rencontres universitaires sur la médiation culturelle**, Université de Casablanca-Mohammedia, en partenariat avec l'Université de Nantes (octobre 2014)
- Interventions et animations de tables rondes lors des **Forums Universitaires maghrébins des arts** organisés dans le cadre de la fête de la Francophonie (mars 2015 et mars 2016) - Publication d'un article « Le nombre d'or, ses mystères et sa beauté », revue Fémina n°88, interview culture, page 36, mars 2016 (**Forum Universitaire Maghrébin des Arts – AUF**)
- Collaboration entre la « maison Julien Gracq » (St Florent Le vieil - 44) et l'**Université Saint-Joseph, Beyrouth (Liban)** sur les problématiques de traduction – Contacts avec le bureau de l'AUF (2013)

#### *Engagements académiques*

- Publication d'un **chapitre** sur les enjeux de la médiation culturelle au Maroc co-écrit par des universitaires marocains et français (**L'Harmattan**, 2016) : « *En quoi la médiation sert la démocratie et la citoyenneté culturelle au Maroc ? La question des liens aux publics et populations - Diagnostic et perspectives* », Danielle Pailler, Nadia Bouqallal et Lahsen Hira (enseignants chercheurs à l'Université Hassan II Casablanca – Mohammedia)

- Publication d'un article dans la **Revue Marocaine du Marketing** (Université Souissi de Rabat) : « Les défis du marketing culturel dans le secteur du spectacle vivant : enjeux de distance perçue, de proximité et d'appropriation. *Résultats d'expérimentations* », 2015 (co-auteur : Alice Anbérée)
- Processus de **recherche-action** et de **formation-action** en cours avec des acteurs universitaires, civils et professionnels depuis 5 ans
- Conférence : « El papel de innovaciones artísticas en un contexto universitario: ¿Cómo fomentar el vínculo entre cultura y jóvenes? », 5th workshop in cultural economics and management, ACEI, **Universidad de Cadiz**, Espagne (2013)
- Conférence « Quelle est la personnalité des festivals culturels en Tunisie ? Proposition d'une mesure exploratoire », **Association Tunisienne de Marketing**, Tunis (2006)
- Conférence : « Quel est l'impact des sites antiques de représentation sur la consommation de spectacles vivants ? Approche exploratoire en Tunisie », **Association Tunisienne de Marketing**, Hammamet (2004)
- Conférence « L'usure professionnelle, quelle influence sur la gouvernance et les stratégies d'entreprises ? Résultats d'une analyse empirique », Troisièmes journées internationales de la recherche en sciences de gestion, **Association Tunisienne des Sciences de Gestion**, Tunis (2003)

#### – Collaborations avec l'Institut Français

- **Responsabilité de l'animation** d'un atelier sur la stratégie des publics-cibles lors des AIF annuels (Ateliers de l'Institut Français), La Villette, Paris – Juillet 2014 (présence du président de l'IF, Xavier Darcos)
- **Missions d'audit dans les postes de New-York et d'Hanoi** (2014-15)

#### – Autres engagements internationaux

- Développement de **collaborations scientifiques et culturelles** avec l'**Université Laval de Québec** (2013-15)
- **Organisation de 2 colloques internationaux** (2014)
  - "les médiations culturelles dans des perspectives internationales"
  - "la citoyenneté culturelle" en lien avec Culture Montréal et le Grand T – théâtre de Nantes
    - Mise en œuvre de partenariats académiques et professionnels
    - Intervention du **ministre de la culture québécois**
- **Conférences** : pour l'association « **Graines d'Europe** » : l'enjeu des innovations sur un territoire (2016 – Nantes) ; lors du colloque pluridisciplinaire sur le Développement Durable (2015 - Nantes) ;
- Membre de la **commission francophone** du CURI (Conseil Universitaire des Relations Internationales), Université de Nantes
- Sollicitation pour participer à un **projet européen** piloté par l'Université de Bilbao (2016)

## ENSEIGNEMENT ET FORMATION

---

- **3 caractéristiques** : diversité des publics et des contextes, pédagogie par projet, recours au numérique
- Expériences de l'enseignement en **formations initiale, continue et professionnelle** depuis plus de 25 ans
  - Formation initiale : interventions dans tous les niveaux du LMD, dans différentes universités et dans des écoles d'ingénieur - Ecole des Mines, Ecole Supérieure du Bois,... en France et à l'étranger
  - Formation continue : formations pour des cadres d'entreprise – exemples : modules de 40 heures en **stratégie** et en **marketing**, Audencia Ecole de Management, Université de Rennes,...
  - Formation professionnelle : création et animation de formations intra-entreprises sur les enjeux notamment de **management de projet** en tant qu'enseignant-chercheure et consultante
- **Interventions centrées sur les enjeux d'innovation**

- Depuis 2013 **Formations-actions** pour des professionnels sur les enjeux de **l'innovation** – Ville de Nantes (appels d'offre remportés à deux reprises) – formations professionnelles longues
- 2010-2011 Formation professionnelle assurée auprès de cadres du **CNAM** (Conservatoire National des Arts et Métiers) de Nantes sur les enjeux d'**innovativité** personnelle au service des objectifs institutionnels (sous l'angle « management de projet collectif »)
- Depuis 2010 **Séminaires professionnels sur le management** : comment mener un projet partenarial ? A quoi sert le marketing ? Quels enjeux de management interne pour générer de la confiance ? (Université de Nantes)

- **Initiatives destinées à renforcer l'employabilité des étudiants**

- Depuis 2010 Introduction dans les Masters dont j'ai la responsabilité de modules dédié à **l'insertion professionnelle** des étudiants (recours à des outils de créativité)
- 2005-2016 **Responsable** de la mise en œuvre de la démarche « **Projet Personnel et Professionnel** » (PPP) : pilotage du groupe dédié, mise en œuvre d'innovations pédagogiques (pédagogie du détour, "serious games")
- 1991-1999 Créatrice du **Portofio individuel des compétences** : outil d'aide au développement personnel et pré-professionnel destiné à accompagner les étudiants durant leur cursus académique (Audencia Nantes), interview pour présentation du concept dans le journal « Liaisons sociales », mai 1999)

## ENGAGEMENTS PERSONNELS

---

- 52 ans, mariée, deux enfants, née à Casablanca (Maroc)
- Contribution bénévole en tant qu'experte au sein de **l'Association pour le Droit à l'Initiative Economique** (ADIE) : banque de « la deuxième chance » pour des porteurs de projets de création d'entreprise
- **Vice-Présidente du conseil d'administration** de l'ARC (Art et Culture) à Rezé (44) : association culturelle de diffusion de spectacles vivants subventionnée à hauteur de 400000 euros par la mairie
- Formation aux deux premiers degrés de l'ennéagramme (outil de management)
- Pratique du tai-chi depuis 10 ans
- Goût pour la randonnée (souffle). Ascension du Mont Toubkal au Maroc (sommet du Maghreb, 4157 m) le 16 août 2001
- Passions pour la peinture, l'humain et les voyages
  
- **Langues** : anglais parlé couramment (conférences et cours donnés dans cette langue), espagnol (lu, écrit, parlé), sensibilisation à l'arabe
- **Permis B**

---

## Annexe : liste des publications scientifiques

### Articles parus dans des revues scientifiques à comité de lecture

- **Rédacteur en chef invité** pour le numéro spécial « Cultural Audiences and Populations: New Challenges for Creation and Appropriation » (2015), **International Journal of Arts Management, HEC Montréal**, vol. 18-1
- Boudier-Pailler D. et C.Urbain (2015), « How Do the Underprivileged Access Culture ? », **International Journal of Arts Management**, vol. 18-1, p. 65 – 76 [Revue classée C par l'AERES – stratégie et management]
- Boudier-Pailler D. et C.Urbain (2015), « Scènes, hors scènes, (non)publics : Comment faire œuvre(r) ensemble artistes, professionnels de la culture, acteurs du champ social et citoyens ? », **Revue de l'Observatoire des Politiques Culturelles** (ministère de la culture et de la communication, France), p. 66-70
- Boudier-Pailler D. (2011), « Comprendre les freins à la consommation de spectacles vivants à travers la conception individuelle de l'art », **Décisions Marketing** (co-auteur : Céline Gallen), n°58, p. 37 – 48 [Aeres - marketing]
- Boudier-Pailler D. (2008), « Personal and Social time, Its role in live entertainment non attendance », **International Journal of Arts Management**, vol. 10-3, spring , p. 38-48 [Aeres – stratégie et management]



- Boudier-Pailler D. (2008), « Spectacle vivant, stratégie et design du lieu : enjeux conceptuels », **Management et Sciences Sociales** (co-auteur : L. Damak)
- Boudier-Pailler (2007), « Favoriser la souscription d'abonnements dans la consommation culturelle : le rôle de la conception individuelle du temps », **Décisions Marketing**, n°47, juillet-septembre 2007, p.21-32 [Aeres - marketing]
- Boudier-Pailler D. (2005), « Usure professionnelle : perceptions des salariés et influence sur la gouvernance des entreprises ? Résultats d'une analyse empirique », **Gestion 2000**, n° 6 (novembre - décembre) [Aeres – stratégie et management]
- Boudier-Pailler D. (2003), « La conception du temps du consommateur influence-t-elle les comportements d'achat sur Internet ? Propositions de mesures et modèle. Cas de l'achat de livres », **Revue Française du Marketing**, n° 191/1, p. 81/99
- Boudier-Pailler D. (1999), « A Model for Measuring the Goals of Theatre Attendance », **International Journal of Arts Management**, vol.1, number 2, winter, p. 4/15 [Aeres – stratégie et management]
- Boudier-Pailler D. et Dion E. (1997), « La perte d'information dans les questionnaires : le cas des modalités de réponse indistinctes », **Revue Française du Marketing**, n°162/2, p.33/45

#### Coordination d'un ouvrage collectif

- « Médiation et participation : Participation et médiation(s), nouveaux regards pour de nouveaux enjeux », L'Harmattan, collection Liaisons sociales (2016, à paraître)

#### Chapitres d'ouvrage

- Pailler D. (2016), « Quels sont les enjeux de la médiation culturelle au Maroc ? La question des liens aux publics et populations - Diagnostic et perspectives, in « Médiation et participation » (à paraître) (co-auteurs : N. Bouqallal et L. Hira)
- Pailler D. (2016), « Les enjeux de la confiance dans la médiation culturelle : liens entre diffuseurs de spectacles vivants et publics », in « Médiation et participation » (à paraître) (co-auteurs : L.Damak et A. Anberrée)
- Pailler D. (2016), « De la démocratisation à la démocratie culturelle : la Folle aventure de la « Folle Journée » !, in « Médiation et participation » (à paraître) (co-auteur : C.Urbain)
- Pailler D. (2016), « Entre démocratisation de la culture et démocratie culturelle : quelles complémentarités pour de nouvelles médiations ? », in « Médiation et participation » (à paraître) (co-auteurs : Y. Evrard et C.Urbain)
- Pailler D., (2015), « La construction d'une offre de services publics innovante par hybridation des ressources, des activités et des missions des acteurs : le cas d'un restaurant social municipal », Handbook « **La transformation sociale par l'innovation sociale** », Centre de recherche sur les innovations sociales (CRISES), Université du Québec à Montréal (UQAM) (à paraître) (co-auteurs : C.Urbain et N. Schieb-Bienfait)
- Boudier-Pailler D. (2010), « Offre et consommation culturelle : les enjeux du risque perçu et de la confiance », in « **Faire de la recherche en marketing culturel** », Ouvrage collectif sous la direction du Professeur Marc Filser, Vuibert, Paris, p. 23-43 (co-auteur : L. Damak)
- Boudier-Pailler D., Gauzente C. et Gomy P. (1999), « L'approche historique en marketing » et « L'histoire en marketing : enjeux et opportunités », in « **Faire de la recherche en marketing ?** », Ouvrage collectif sous la direction du Professeur Bernard PRAS, Vuibert, Paris, p. 134-149

### Articles publiés dans des revues professionnelles

- Boudier-Pailler D. (2014), "La citoyenneté culturelle : pour mieux habiter sa ville", **Place Publique**, n°45, mai – juin, p.129-133 (co-auteur : C. Urbain)
- Boudier-Pailler D. (2014), "De "l'art pour qui" à "l'art avec qui"", **Journal Europa** (co-auteur : C. Urbain), p. 10 –11
- Boudier-Pailler D. (2012), « L'Université de Nantes dans le « Quartier de la Création » : quelles contributions pour un cluster créatif inédit ? », **Cahiers AUC** –Arts Université Culture –
- Boudier-Pailler D. (2011), « Des loisirs mieux partagés », **Têtes chercheuses**, p. 18 (co-auteur : C. Urbain)
- Boudier-Pailler D. (2011), « Le marketing culturel, la force créatrice de ses contradictions, voire de ses paradoxes... », **La Scène**, n° 60, p. 30 – 33
- Boudier-Pailler D. (2011), « Et les populations défavorisées dans une ville créative ? », **Place Publique**, mai (co-auteur : C.Urbain)
- Boudier-Pailler D. (2010), « « Et si l'évaluation était un enjeu pour faire partager son projet artistique et favoriser la créativité... », Cahier d'expert, **La Scène**, (numéro paru lors des BIS – Biennales Internationales du Spectacle vivant), n° 52, p. 160 – 163
- Boudier-Pailler D. (2007), « Qu'est-ce qui éloigne les non-publics des spectacles vivants ? », **La Scène**, décembre, n°47, p. 16-18

#### – Transformation des engagements universitaires en articles de recherche

- « Pratiques culturelles des étudiants, analyse exploratoire des représentations mentales », colloque international « Art, culture et économie », **Université de Sherbrooke**, Canada (2011)
- « Demande artistiques et culturelles des étudiants : analyses exploratoires de leurs représentations, quels liens avec l'économie culturelle ? », **ACFAS, Québec** (2011)
- Boudier-Pailler D. (2009), « Effects of an university cultural policy on (non) publics conquest », **10th International Conference on Arts and Cultural Management (AIMAC)**, Dallas, USA (2009)

### Communications publiées dans les actes de conférences

#### Communications internationales

- Pailler D. (2015), *Issues of cultural democratization and democracy : analysis of the different timeframes of a "cultural farm to fork project"*, **ENCACT**, Lecce (Italy) (co-auteurs : Saint Laurent-Kogan (de) A-F, Anberree A.)
- Boudier-Pailler D., Schieb-Bienfait N. & Urbain C. (2014), *La construction d'une offre de services publics innovante par hybridation des ressources, des activités et des missions des acteurs : le cas d'un restaurant social municipal*, 4ème colloque international du Centre de Recherche sur les innovations sociales (**CRISES**) : La transformation sociale par l'innovation sociale, UQUAM, Montréal
- Boudier-Pailler D., Damak L. & Anberree A. (2013), « Confiance et expériences du spectacle vivant : quelles influences ? Résultats de tests empiriques », **AIMAC**, Bogota

- Boudier-Pailler D., (2013), « Frontières du savoir et enjeux de la culture : de la recherche à l'action culturelle », 81ème congrès de l'**ACFAS**, Québec
- Saint Laurent-Kogan (de) A-F, Anberree A., Pailler D. (2013), « Des sociabilités numériques pour une autre forme de prescription et de diffusion. Le cas du panier culture », Colloque 484 – Nouveaux prescripteurs et transformation des goûts à l'ère numérique : de la quotidienneté au Web 2.0., 81ème congrès de l'**ACFAS**, Québec
- Anbérée A. & Boudier-Pailler D. (2012), « Co-creation as a vehicle of affective and cognitive proximity towards live performances, Results of practical experiments. », **ACEI**, Japan
- Boudier-Pailler D. and Damak L. (2012), « Cultural Marketing : contributions of studies of (non) public / consumers and issues of trust, Results of an empirical test », **Athens Institute for Education and Research**, Greece
- Anbérée A., Boudier-Pailler D., Kogan AF & Tassin D. (2012), "Design of a short art chain : which meanings for artists and audiences / populations?"; **IBIMA**
- Boudier-Pailler D. and Damak L. (2011), « Trust in (non) spectators towards diffusers : determinants and impacts on behaviours – results of an exploratory research », **11th International Conference on Arts and Cultural Management (AIMAC)**, Antwerp, Belgium
- Urbain C. et Boudier-Pailler D.(2011), « Exclusions économique, sociale et culturelle : la nécessité d'une nouvelle approche de l'accès aux loisirs et à la culture », Session spéciale « Transformative Consumer Research », **Association Française de Marketing**, Bruxelles, Belgique
- Boudier-Pailler D. and Damak L. (2009), « Perceived risk, trust and consumption of performing arts : theoretical and managerial issues », **10th International Conference on Arts and Cultural Management (AIMAC)**, Dallas, USA
- Boudier-Pailler D., Gonzalez C. et C. Urbain (2009), « Quel accès à la culture et aux loisirs pour les publics défavorisés ? Quelles pratiques ? Une approche exploratoire », **Association Française de Marketing**, Londres
- Boudier-Pailler D. and Damak L. (2009), « Système d'information et confiance : Enjeux pour les organisations culturelles des spectacles vivants », **10th IBIMA Conference**, Le Caire, Egypt
- Boudier-Pailler D. (2008), « Enjeux pour la mise en œuvre de systèmes d'information dans les organisations culturelles », **9th IBIMA Conference**, Marrakech (Maroc)
- Boudier-Pailler D. et Damak L. (2007), « Quelle est l'influence du design du logo des lieux de diffusion culturelle sur les attitudes et comportements des spectateurs ? Propositions exploratoires », **9<sup>th</sup> International Conference on Arts and Cultural Management**, Valence (Espagne)
- Boudier-Pailler D., David D. et Delmair L. (2007), « Proximité culturelle et nouveaux publics pour les spectacles vivants : résultats d'une expérimentation longitudinale », **9<sup>ème</sup> Conférence Internationale sur le Management des Arts et de la Culture**, Valence (Espagne)
- Boudier-Pailler D. et C. Gallen (2006), « Influence des représentations mentales sur la valeur de l'expérience de consommation culturelle : approche exploratoire », **5<sup>th</sup> International Marketing Trends Congress**, Venise
- Boudier-Pailler D. et Damak L. (2005), « Quelle est l'influence du design de l'espace de diffusion de l'art sur les attitudes et comportements des consommateurs ? Etude exploratoire qualitative », **International Conference on Arts and Cultural Management (AIMAC)**, HEC Montréal
- Boudier-Pailler D., Damak L. & M. Khanoussi (2004), « Quel est l'impact des sites antiques de représentation sur la consommation de spectacles vivants ? Approche exploratoire en Tunisie », **Association Tunisienne de Marketing**, Hammamet (cd-rom)

- Boudier-Pailler D. (2003), « L'usure professionnelle, quelle influence sur la gouvernance et les stratégies d'entreprises ? Résultats d'une analyse empirique », Troisièmes journées internationales de la recherche en sciences de gestion, **Association Tunisienne des Sciences de Gestion**, Tunis (cd-rom)
- Boudier-Pailler D. (2002), « Maîtrise des avantages temporels organisationnels internes et externes : implications logistiques. Cas des chantiers navals », **Fourth International Meeting for Research in Logistics**, Lisbonne, Portugal, p. 91/102
- Boudier-Pailler D. et Fassio G. (2001), « The Influence of Time on the Core Competence of the Firm : Exploratory Propositions », **17<sup>th</sup> International Logistics Congress**, Thessalonique, Grèce, p. 361/370
- Boudier-Pailler D. (2000), « Choix d'une formule de vente par les entreprises : critères temporels et implications logistiques », **Troisièmes rencontres internationales de la recherche en logistique**, Trois-Rivières, Canada
- **Désignation pour le prix du meilleur article**
- Boudier-Pailler D. et Le Doeuff C. (2000), « Conception individuelle du temps et souscription d'abonnement : mesure de l'influence », **XVI<sup>ème</sup> congrès de l'Association Française du Marketing (AFM)**, Montréal, Canada, p. 163/181
- Boudier-Pailler D. (2000), « Exploration of the Influence of the Consumer Conception of Time on The Internet Use : Empirical Test. Application to book purchasing », **Conférence « Time and Management »**, ISIDA, Palerme, Sicile, Italie, p. 25/38
- Boudier-Pailler D. (1999), « The Influence of Conception of Time on Consumer Decisions: Measurement Model and Causal Relationships », **5<sup>th</sup> International Conference of the Decision Sciences Institute** organisée par la Florida International University à Athènes, Grèce, p. 58/71
- Boudier-Pailler D. (1998), « The Consumer Conception of Time : a new explanatory variable of Behaviors in International Marketing Strategy ? », **American Marketing Association (AMA)**, International Marketing Strategy Conference, Vienne, Autriche, p. 95/108
- Lors de la conférence, présidence de la session « *Market Segmentation as an Increasingly Important Strategic Element* »
- Boudier-Pailler D. (1998), « Understanding the Differences in Consumer Conception of Time within the Globalization of Markets », Conférence « The International Firm and Emerging Economies » organisée par la **Michigan State University** à Cesme, Turquie, p. 72/84
- Boudier-Pailler D. (1997), « Les buts de la consommation de théâtre : une échelle de mesure », **4<sup>th</sup> International Conference of Arts & Cultural Management**, HEC Montréal & Golden Gate University, San Francisco, USA, p. 481/493
- Boudier-Pailler D. (1996), « Temporal Conception and Learning Styles : a Causality Link? », Conférence de la **World Association for Case Method Research (WACRA)**, Varsovie, Pologne

#### Communications françaises

- Boudier-Pailler D (2016), « Etudier le rôle de la confiance dans le développement de la participation citoyenne réflexions méthodologiques et appel à contributions », **AIRMAP**, Poitiers (co-auteur : A. Anberrée)
- Boudier-Pailler D (2015), L'accès à la culture des personnes en situation de pauvreté : expérimentation d'un nouveau modèle de don, l'Abonnement Culturel Solidaire (co-auteurs : C.Urbain, Nicolas Antheaume, Nathalie Schieb-Bienfait, C. Vargues), **Conférence AFM**, Tours

- Boudier-Pailler D. (2015), « Panier Agriculture / Panier Culture : de la pertinence de la transposition du modèle AMAP pour un projet entrepreneurial dans l'univers culturel : Etude de cas », **Congrès AEI « Entrepreneuriat Responsable: Pratiques et enjeux théoriques »**, Nantes, mai (co-auteurs : SCHIEB-BIENFAIT, Nathalie ; EMIN, Sandrine ; KOGAN, Anne France ; AMBERREE, Alice ; Urbain, Caroline)
- Boudier-Pailler D. & C.Urbain (2014), Scènes, hors scènes, publics : Comment faire médiation ? L'action artistique et culturelle au service de l'action sociale ? et inversement, Colloque international « Scènes et territoires », MSH Nantes, France (juin)
- De Saint- Laurent-Kogan Anne-France, Anbérée A & Boudier-Pailler D. (2013), "Mettre en pratique une autre idée de la démocratisation de la culture : le cas du panier culture", Colloque "**La culture en projet : service et/ou industrie d'Adorno au web 3**", Montpellier
- Boudier-Pailler D. (2012), La construction d'une offre de service public par hybridation : le cas d'un restaurant social, VALOREM, Tours (co-auteurs : Caroline Urbain et Nathalie Schieb-Bienfait)
- Boudier-Pailler D. (2005), « La conception individuelle du temps influence-t-elle la consommation culturelle ? Tests empiriques », Université de Lille 2, **colloque « Temps et comportement du consommateur »**, Interfaces 2005 (invitation à présenter un article)
- Boudier-Pailler D. et Damak L. (2004), « Le design de l'espace de représentation d'un spectacle vivant influence-t-il les réponses psychologiques et comportements des spectateurs ? Approche exploratoire », **Association Française de Marketing**, Journée de recherche sur le design, Nantes, France (cd-rom)
- Boudier-Pailler D. et Le Doeuff C. (2001), « Degré de contrôle du temps organisationnel : évolution des avantages temporels maîtrisés. Le cas des Chantiers de l'Atlantique », **Septième journées d'histoire de la comptabilité et du management**, Saint-Nazaire, France (cd-rom)
- Boudier-Pailler D. et Fassio G. (2000), « L'influence du temps sur le métier de l'entreprise : propositions exploratoires », **XVe Journées nationales des IAE** (article accepté non présenté)
- Boudier-Pailler D. (1999), « Conception du temps du consommateur et choix de formules de vente : propositions théoriques et mesures des construits. Application aux produits culturels », **2ème Colloque Etienne Thil, IUP Commerce & Distribution**, La Rochelle, France, p. 34/46
- Boudier-Pailler D. (1996), « Comportement de consommation culturelle et perception temporelle : approche théorique », **12ème Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM)**, Poitiers, France, p. 33/44
- Boudier-Pailler D. (1996), « Echelle de mesure de la conception du temps dans le cadre de la consommation culturelle : premiers résultats », **Deuxième journée « Jeunes Chercheurs »**, Université de Chambéry, France, p. 51/68