Sihem DEKHILI

ASSOCIATE PROFESSOR, *MAÎTRE DE CONFÉRENCES*, Ph.D.
University of Strasbourg
Centre d'Études des Sciences Appliquées à la Gestion
CESAG Research Center
sihem.dekhili@em-strasbourg.eu
+ 33 (0)3 68 85 83 91
Date of arrival at EM Strasbourg Business School: 2008

/// Education

Doctorat ès sciences de gestion, 2007, Montpellier
DEA en économie de développement agricole, agroalimentaire et rurale, 2004
Master recherche en économie agroalimentaire internationale et gestion des PME, 2004
Ingénieur en économie rurale, 2002

/// Research Topics

International Marketing, Agri-Food Marketing, Consumer Behavior, Perceived quality, Choice

/// Intellectual contributions

PEER REVIEWED JOURNAL ARTICLES

«Effect of the region of origin on the perceived quality of olive oil: An experimental approach using a control group», *Food Quality And Preference,* 2009, Volume 20, Issue 7, pp. 525-532 (in coll. with F. d'Hauteville).

PAPERS PRESENTED AT INTERNATIONAL ACADEMIC CONFERENCES

«The effect of extrinsic information on olive oil perceived quality: a quasi-experiment design», *Conférence Quantitative Methods in the Social Sciences,* European Science Foundation, Prague, 20-23 juin 2007.

«Product origin as a quality cue and images perceived by Tunisian and French consumers. The case of olive oil». *The European/EAAE Ph.D. Workshop,* Wageningen University, 22-23 September 2005.

«Image d'origine : différences interculturelles dans les perceptions des consommateurs et des experts, cas de l'huile d'olive», *4e congrès de l'Association Tunisienne de Marketing (ATM),* Tunis, 31 mars-1er avril 2006 (in coll. with F. d'Hauteville).

PAPERS PRESENTED AT NATIONAL ACADEMIC CONFERENCES

«Choix alimentaires : un consommateur sous influences», Colloque ERERAL, Strasbourg, 8-10 septembre 2009 (in coll. with F. d'Hauteville).

«Comment l'image de la région d'origine influence-t-elle la qualité perçue de l'huile d'olive ?», *2es journées de recherches en sciences sociales INRA SFER CIRAD,* Lille, décembre 2008.

«Région ou pays d'origine : en quoi ces concepts sont-ils différents et reliés entre eux ?», *4e journée AFM Marketing agroalimentaire de Montpellier,* Montpellier SupAgro, 19 septembre 2008 (in coll. with F. d'Hauteville).

«Apports de la méthode Best Worst à l'analyse des critères de choix des consommateurs», *Les 12es journées de Recherche en Marketing de Bourgogne,* Dijon, novembre 2007 (in coll. with E. Cohen, F. d'Hauteville, L. Sirieix).

«**Les dimensions perçues de l'image de la région d'origine. Cas de l'huile d'olive»,** *22e congrès de l'AFM,* Nantes le 11 et le 12 mai 2006 (in coll. with F. d'Hauteville).

«**Place de l'origine dans la qualité et dimensions de l'image : perceptions des experts Français et Tunisiens, cas de l'huile d'olive»,** *Les 10es journées de Recherche en Marketing de Bourgogne,* Dijon, 9-10 novembre 2005 (in coll. with F. d'Hauteville).

WORKING PAPERS

Les dimensions perçues de l'image de la région d'origine. Cas de l'huile d'olive, Séries MOISA, 2006 (in coll. with F. d'Hauteville).

Place de l'origine dans la qualité et dimensions de l'image : perceptions des experts Français et Tunisiens, cas de l'huile d'olive, Séries MOISA, 2006 (in coll. with F. d'Hauteville).

DOCTORAL THESIS COMPLETED

Interaction pays d'origine-région d'origine et influences des dimensions de l'image régionale sur la perception de la qualité, SupAgro, Montpellier, 2007.

ADMINISTRATIVE AND ACADEMIC RESPONSIBILITIES

Head of Master 2 Business Engineering

MAIN COURSE(S) TAUGHT AT EM STRASBOURG BUSINESS SCHOOL

Marketing