

**Pierre
Desmet**

**Professeur,
Département
Marketing**

Contact

Mail:

desmet@essec.fr
Avenue Bernard
Hirsch.
BP 50105
95021 Cergy Pontoise
cedex
FRANCE

Formation

Agrégé des Facultés en Sciences de Gestion.
Ph.D., ESSEC.
ITP, London Business School.
Doctorat d'Etat ès Sciences de Gestion, Université Paris-Dauphine.
Doctorat de 3e Cycle ès Sciences de Gestion, Université de Lille I & EIASM (Bruxelles)
Diplôme IESEG.
Maîtrise en Sciences économiques, U. Paris I.

Thèmes de recherche

Thèmes

Prix, Promotion des ventes, Financement participatif

Secteurs

Industrie, Services, Distribution.

Publications

Publications académiques

Ouvrages

Numéro spécial Produit. (avec A. Jolibert). 2006

Marketing direct. Concepts et méthodes. 3ème édition. Paris (France) : Dunod, 2005

Marketing Direct. : Dunod, 2004

Actes du 4ème Colloque Doctoral AFM. Cergy-Pontoise (France) : Editions Groupe ESSEC, 2004

Market. Etudes et recherches en marketing. (avec Y. Evrard, B. Pras, E. Roux, A. Dussaix, G. Lilien). 3ème édition. Paris (France) : Dunod, 2003

La promotion des ventes. Du 13 à la douzaine à la fidélisation. 2ème édition. Paris (France) : Dunod, 2002

Promotion des ventes. : Dunod, 2002

Marketing direct - concepts et méthodes. 2ème édition. Paris (France) : Dunod, 2001

Marketing Direct. : Dalloz, 1999

Promotion des ventes. : Dalloz, 1999

Le CD-ROM - Porte du multimédia pour le marketing. (avec A. Zeyl). Paris (France) : Economica, 1997

Le prix - de l'analyse conceptuelle aux méthodes de fixation. (avec M. Zollinger). Paris (France) : Economica, 1997

Marketing direct - Concepts et méthodes. Paris (France) : Editions Nathan, 1995

Promotion des ventes - Du 13 à la douzaine au marketing direct. Paris (France) : Editions Nathan, 1992

Analyse des décisions marketing avec Lotus 1-2-3 (G.LILIEN, ed. - P.DESMET, trad.). Paris (France) : Economica Série Gestion, 1987

Articles

"Convincing consumers to share personal data: double-edged effect of offering money" (V. Weydert, P. Desmet, C. Lancelot-Miltgen), *Journal of Consumer Marketing*

"Does the crowdfunding platform matter? Risks of negative attitudes in two-sided markets" (C. Lacan, P. Desmet), *Journal of Consumer Marketing*, Numéro 6

"Effectiveness of measures assessing response to price information" (P. Desmet), *Journal of Product & Brand management*, Numéro 7

"How retailer money-back guarantees influence consumer preferences for retailer versus national brands" (P. Desmet), *Journal of Business Research*, sept. 2014, Vol. 67, Numéro 9, p. 1971-1978

"Differences in purchasing behaviour between physical and virtual laboratory stores" (P. Desmet, R. Bordenave, J. Traynor), *Recherche et Applications en Marketing (English Edition)*, juil. 2013, Vol. 28, Numéro 2, p. 70-85 (Magasin laboratoire; magasin virtuel; expérimentation; comportement d'achat en magasin)

"Refund depth effects on the impact of price-beating guarantees. " (V. Esposito Vinzi, E. Le Nagard, P. Desmet), *Journal of Business Research*, nov. 2012, Vol. 65, Numéro 5, p. 603-608

"Are emotions consequences of affective expectations? A commentary essay" (P. Desmet), *Journal of Business Research*, sept. 2010, Vol. 63, Numéro 8, p. 903-904

"Format effects in volume discounts to consumers" (B. Parguel, P. De Pechpeyrou, O. Sabri-Zaaraoui, P. Desmet), *Journal of Product and Brand Management*, sept. 2007, Vol. 16, Numéro 5, p. 348-357

"Valeur et sincérité perçues d'une promotion multi-mécanismes" (P. De Pechpeyrou, B. Parguel, A. Mimouni, P. Desmet), *Recherche et Applications en Marketing*, févr. 2007, Vol. 21, Numéro 4, p. 25-39

"Differential Effects of Price-beating Versus Price-matching Guarantee on Retailers' Price Image" (E. Le Nagard-Assayag), *Journal of Product and Brand Management*, janv. 2005, Vol. 14, Numéro 6

"Effetti segnaletici della promozione sull'accettazione di un prodotto di largo consumo" (P. Desmet), *Micro Macro Marketing*, janv. 2004, Numéro 3

"Les déterminants du prix et la représentation mentale du consommateur" (P. Desmet), *Revue de la Concurrence et de la Consommation*, janv. 2004, Numéro 140

"Effet signal d'une réduction promotionnelle de prix : concept et expérimentation" (P. Desmet), *Recherche et Applications en Marketing*, janv. 2004, Vol. 19, Numéro 1, p. 25-37

"Promotion des ventes et capital marque" (P. Desmet), *Revue Française de Gestion*, janv. 2003, Vol. 29, Numéro 145

"Ask and Ye Shall Receive: The Effect of the Appeals Scale on Consumers' Donation Behavior" (P. Desmet), *Journal of Economic Psychology (The)*, janv. 2003, Vol. 24, Numéro 3, p. 349-376

"A study of the Potential Effects of the Conversion to Euro" (P. Desmet), *Journal of Product and Brand Management*, janv. 2002, Vol. 11, Numéro 3, p. 134-144

"Les prix en euro : questions, méthodes et premiers résultats" (P. Desmet), *Décisions Marketing*, janv. 2002, Vol. 1, Numéro 25, p. 7-16

"Effet du passage à l'euro sur les marques de distributeurs : une réplique partielle de l'étude de Diller et Ivens" (C. Gaston-Breton), *Recherche et Applications en Marketing*, janv. 2001, Vol. 16, Numéro 4, p. 47-56

"Buying behavior study with basket analysis : Pre-clustering with a Kohonen map" (P. Desmet), *European Journal of Economics and Social Systems*, janv. 2001, p. 17-30

"Politiques de prix sur Internet" (P. Desmet), *Revue Française du Marketing*, août 2000, Vol. 3 et 2, Numéro 177 et 178, p. 49-68

"Hedonic Prices and Colinearity: An Empirical Comparison of Statistical and Neuronal Solutions" (P. Desmet), *Fuzzy Economic Review*, mai 2000, Numéro 1, p. 61-78

"Les méthodes de mesure de l'importance des critères de satisfaction" (P. Windal), *Revue Française du Marketing*, janv. 2000, Vol. 5 et 4, Numéro 179 et 180, p. 167-179

"Relative Performance of the Statistical Learning Network: An Application of the Price-quality Relationship in the Automobile" (P. Desmet), *European Journal of Economic and Social Systems*, janv. 2000, Vol. 14, Numéro 1, p. 69-79

"La relation prix-qualité dans l'automobile : comparaison de méthodes d'estimation des prix hédoniques" (F. Hendaoui), *Revue Française du Marketing*, janv. 2000, Vol. 5 et 4, Numéro 179 et 180, p. 167-179

"Asking for Less to Obtain More" (P. Desmet), *Journal of Interactive Marketing*, janv. 1999, Vol. 13, Numéro 3, p. 55-65

"Le Lot Virtuel : une application d'un marketing interactif de masse" (P. Desmet), *Décisions Marketing*, janv. 1999, Numéro 16, p. 61-66

"The Impact of Mail Order on Subsequent Donations: An Experiment" (P. Desmet), *Financial Accountability & Management*, août 1998, Vol. 14, Numéro 3, p. 203-214

"L'Euro : conversion de prix ou remise en cause des stratégies marketing ?" (M. Zollinger), *Décisions Marketing*, janv. 1998, Numéro 13

"La promotion des ventes préfigure-t-elle l'avenir du marketing?" (G. Laurent), *Numéro spécial Décisions Marketing*, janv. 1998

"Promotion des ventes, Rédacteur en Chef Invité" (P. Desmet, G. Laurent), *Décisions Marketing*, janv. 1997, Numéro 12

"La Promotion des Ventes en France : Evolution et révolutions" (P. Bernardet, P. Chandon, F. Fargette, F. Guilbert, G. Laurent, C. Oustlant, M.

Toporkoff, P. Volle), *Décisions Marketing*, janv. 1997, Numéro 12

"Comparaison de la prédictivité d'un réseau de neurones à rétropropagation avec celles des méthodes de régression linéaire, logistique et AID pour le calcul des scores en marketing direct" (P. Desmet), *Recherche et Applications en Marketing*, janv. 1996, Vol. 11, Numéro 2, p. 17-28

"Etude empirique des effets de substitution de l'achat au don en collecte de fonds" (P. Desmet), *Revue Française du Marketing*, janv. 1996

"Challenges and Pitfalls for Direct Mail Across Borders : The European Example" (D. Xardel), *Journal of Direct Marketing*, janv. 1996, Vol. 10, Numéro 3, p. 48-60

"Intérêt et limites de la vente par catalogue en collecte de fonds" (P. Desmet), *Revue Française du Marketing*, janv. 1996, Vol. 4, Numéro 159, p. 23-32

"Merchandising and the Life Cycle of Books Sold by Mail" (P. Desmet), *Journal of Direct Marketing*, juin 1995, Vol. 9, Numéro 3

"Promotion des ventes : tendances et interactivité" (J. Bernardet), *Décisions Marketing*, mai 1995, Numéro 5, p. 79-83

"Pour un média-planning promotionnel" (J. Bernardet), *Décisions Marketing*, sept. 1994, Numéro 3, p. 7-14

"Strategies for a European Catalog" (D. Xardel), *Journal of Direct Marketing*, juin 1994, Vol. 8, Numéro 3, p. 62-73

"Editeur invité d'un numéro spécial" (P. Dubois), *Recherche et Applications en Marketing*, janv. 1994, Vol. 9, Numéro 3

"Portée et limites de l'utilisation du modèle Logit pour l'étude des comportements d'achat" (P. Desmet), *Recherche et Applications en Marketing*, janv. 1993, Vol. 8, Numéro 3, p. 67-82

"Catalog Space Allocation at the Department Level" (P. Desmet), *Journal of Direct Marketing*, déc. 1992, Vol. 7, Numéro 2, p. 7-18

"Mesurer les effets promotionnels par l'utilisation de la zone d'expérimentation Scannel" (I. Le Roy), *Recherche et Applications en Marketing*, janv. 1991, Vol. VI, Numéro 1, p. 27-52

"Estimation de la relation surface-vente pour la vente par catalogue" (P. Desmet), *Recherche et Applications en Marketing*, janv. 1991, Vol. VI, Numéro 2, p. 67-82

Chapitres

Motivations for Participation and e-WOM Among Supporters of Crowdfunding Campaigns. In: *Strategic Innovative Marketing* (avec C. Lacan). Berlin (Allemagne) : Springer, Kavoura, Androniki, Sakas, Damianos P., Tomaras, Petros . 2016, p. 1-7

Politique de prix. In: *MBA*. Paris (France) : Eyrolles, 2014, p. 369-390

Politique de Prix. In: *MBA - L'essentiel du management par les meilleurs professeurs (2ème édition)*. Paris (France) : Edition Eyrolles, Groupe Eyrolles. 2008, p. 311-333

Politique de prix. In: *MBA*. Paris (France) : Les Editions d'Organisation,

DUFOUR B.. 2005

Marketing Direct et Promotion des ventes. Objets de recherche traditionnels, mais en pleine évolution : promotion et échange, renouveau du prix, marketing direct. In: *Faire de la recherche en marketing ?*. Paris (France) : Vuibert, PRAS B.. 1999, p. 235-252

La vente et le Marketing Direct. In: *Manuel de Gestion* (avec S. Nyeck). : Ellipses/AUF, Universités Francophones. 1999, p. 467-472

Yield Management. In: *Encyclopédie de la Gestion et du Management - E.G.M.* (avec M. Zollinger). Paris (France) : Dalloz, LE DUFF R.. 1999, p. 1290-1292

Marketing direct. In: *Encyclopédie de la Gestion et du Management - E.G.M.*. Paris (France) : Dalloz, LE DUFF R.. 1999, p. 788-790

Promotion des ventes. In: *Encyclopédie de la Gestion et du Management - E.G.M.*. Paris (France) : Dalloz, LE DUFF R.. 1999, p. 1284-1286

La politique de prix. In: *Manuel de Gestion* (avec M. Zollinger). : Ellipses/AUF, Universités Francophones. 1999, p. 379-396

Comparison of the Predictability of a Neural Network with Retropropagation with Those using Linear Regression, Logistic and A.I.D. Methods for Direct Marketing Scoring. In: *Bio-Mimetic Approaches in Management Science*. Dordrecht (Pays-Bas) : Kluwer Academic Publishers, AURIFEILLE JM, DEISSENBERG C., 1998, p. 61-75

Le temps, composante de la valeur et du prix. In: *Valeur et Management* (avec M. Zollinger). : Foileau Ed. / Economica, 1998

Prix et information géographique. In: *Géographie et Gestion* (avec M. Zollinger). 1970

Working Papers

"Towards a Transnational Index of Customer Satisfaction : A Conceptual and Methodological Exploration" (M. Agrawal). Essec Research Center, DR-94041 nov. 94.

Autres publications

Communications publiées

"Comment gérer l'image-prix de votre point de vente ?", avec C. Lambey-Checchin. In : *International Conference Marketing Trends 2016*, International Marketing Trends Conference, Venice 21st-23rd. Venise (Italie) : Jean-Claude Andreani & Umberto Collesei, 2016.

"Motivations for participation and e-WOM among supporters of crowdfunding campaigns", avec C. Lacan. In : *Innovation and Growth Strategies in Marketing*, ANZMAC 2015. Sydney (Australie) : Ashish Sinha, Jack Cadeaux and Tania Bucic, 2015. (Meilleur présentation du thème)

"Does loyalty influence a store's price-image?", avec C. Lambey-Checchin. In : *Innovation and Growth Strategies in Marketing*, Anzmac 2015. SYDNEY (AUSTRALIE) : ANZMAC, 2015, p. 1-7. (Meilleure communication du thème)

"Do Network Externalities Really Matter in Consumer Behavior?"

Experimental Framework for Measuring Willingness to Pay for Network Size.", avec R. Cadario, E. Le Nagard. In : *Do Network Externalities Really Matter in Consumer Behavior? Experimental Framework for Measuring Willingness to Pay for Network Size.*, EMAC: 41st Annual Conference. Lisbonne (Portugal) : EMAC, 2012.

"An Individual measure of reference price using price limits", In : *titre des actes*, European Marketing Academy (EMAC). Copenhagen (Denmark) : Copenhagen Business School, 2010.

"Customer-base equity and price acceptability: an empirical analysis", In : *Sustainable Management & Marketing Conference*, ANZMAC 2009. Melbourne (Australie) : Monash University, 2009.

"The role of trust in consumers' evaluations of website personalization", avec P. De Pechpeyrou. In : *Electronic Marketing*, ANZMAC 2007 - Australia & New-Zealand Marketing Academy. University of Otag (New-Zealand) : Associate Professor Juergen Gnoth, 2007, p. 3125-3133.

"Consumers' perceptions and evaluations of virtual bundling", avec O. Sabri-Zaaraoui, P. De Pechpeyrou, B. Parguel. In : *Advancing theory, maintaining relevance*, ANZMAC. Brisbane (AUSTRALIA) : Queensland University of Technology, 2006.

"Store brands and overall store price image", avec P. Coutelle. In : *Advancing theory, maintaining relevance*, ANZMAC. Brisbane QU (AUSTRALIA) : Queensland University of Technology, 2006.

"perceived quality in a multi channel environment: impact of website visits on perceived in-store quality", avec S. Rolland. In : *Services Management 2006*, Services Management - La Londe seminar. Aix en provence (France) : IAE Aix en Provence, 2006.

"Valeur et sincérité perçues d'une promotion multi-mécanismes", avec P. De Pechpeyrou, B. Parguel, A. Mimouni. In : *Actes du 5ème Congrès International. Université Foscaro/ESCP-EAP*, Venise (Italie) : Université Foscaro/ESCP-EAP, 2006.

"Etude de l'effet de signal de la promotion sur l'acceptation d'achat d'un produit de grande consommation", In : *3ème Congrès International Tendances en Marketing*, Venise (Italie) : ESCP-EAP - Università Ca' Foscaro Venezia, 2003.

"Pratique des réseaux de neurones en marketing", In : *ACSEG. Approches connexionnistes en sciences économiques et de gestion. 10ème Rencontre Internationale*, Nantes (France) : I.A.E. Nantes, 2003.

"Analyse des paniers d'achat avec une typologie par une carte de Kohonen", In : *7ème Rencontre Internationale - ACSEG (Approches Connexionnistes en Sciences Economiques et de Gestion)*, Paris (France) : CNRS, SAMOS-MATISSE, CEREG, DMSP, 2000.

"Relative Performance of the Statistical Learning Network: An Application of the Price-quality Relationship in the Automobile", In : *Proceedings ANZMAC 2000 - Visionary Marketing for the 21st Century: Facing the Challenge*, Gold Coast (Australie) : Griffith University, 2000.

"Experimental Study of the Effect of the Switch to the Euro on the Intention to Buy Private Label Brand", avec C. Gaston-Breton. In : *Proceedings of the 29th EMAC Conference (CD-Rom)*, Rotterdam (Pays-Bas) : Erasmus University of Rotterdam, 2000.

"Perception of a Price Increase According to its Expression in Francs or Euros", In : *Marketing and Competition in the Information Age-28th EMAC Conference*, Berlin (Allemagne) : Humboldt-Universität zu Berlin, 1999.

"Modeling Reaction to a Pricing Scale: An Application to Requests for Charitable Donations", In : *ANZMAC98*, Dunedin (New Zealand) : University of Otago, 1998.

"Performance relative des réseaux statistiques à apprentissage : application à la relation prix-qualité dans l'automobile", In : *Cinquième Rencontre Internationale*. ACSEG, Louvain La Neuve (Belgique) 1998.

"Asking for Less in Order to Obtain More. Is it Really that Simple?", In : *Frontiers in Direct Marketing Research*, San Francisco (Etats-Unis) : John Wiley and Sons, Inc., 1998.

"Behavioral Consequences of the Coherence between Motivations and Distribution Channels : A fundraising Experiment.", In : *Workshop on the Management of non-profit Organisations*, Bruxelles (Belgique) : EIASM, 1997.

"Estimating Shelf-Space Elasticity for Product Categories : a Preliminary Step to Hierarchical Space Allocation in Stores belonging to a Chain.", avec V. Renaudin. In : *Marketing Progress Prospects Perspectives*, Warwick (Grande-Bretagne) : Warwick Business School, 1997.

"Rupture de la relation commerciale et comportement d'achat", avec S. Mace. In : *Troisième Rencontre Internationale / Approches Connexionnistes en Sciences Economiques de Gestion ACSEG*, Nantes (France) : Faculté des Sciences Economiques et de Gestion, 1996.

"The Modelling and Assessment of Store Loyalty Performance with a Simple-effect Gravitational Model", avec P. Volle. In : *Marketing for an Expanding Europe - Proceedings of the 25th EMAC Conference*, Budapest (Hongrie) : Budapest University of Economic Sciences, 1996.

"Apport des réseaux de neurones pour le scoring en marketing direct", In : *Approches Neuronales en Sciences Economiques et de Gestion - 2e Rencontre Internationale*, Poitiers (France) 1995.

"Promo-impact : un modèle de mesure des effets promotionnels sur données scanner au niveau du point de vente", avec I. Le Roy. In : *Actes du 6e Congrès l'Association Française du Marketing*, La Baule (France) : IAE et ESC Nantes, 1990.

Recension d'ouvrage

"Optimiser ses prix". () *Manageris*, 2003

Enseignement

Cas

Marketing-Science-Center_RFM (P. Desmet)Cergy (France) : Desmet., 2019 (Cas multimédia).

Autres activités

Prix et distinctions

- *Outstanding Contribution in Reviewing, Journal of Business Research, 2015, Elsevier*
- *Best paper in Track, Anzmac 2015, "Does TraLoyalty Influence a Store's Price-Image"*
- *Best paper in Track, Anzmac 2015, "Motivations for Participation and E-Wom among Supporters of Crowdfunding Campaign"*
- *Prix B.CLARKE du meilleur article de l'année, Direct Marketing Educational Foundation, 1992.*
- *Prix du Meilleur ouvrage de Marketing Direct, La Poste-Esc Lille-SEVPC, 1997 (Livre Marketing Direct)*
- *Prix B.CLARKE du meilleur article de l'année, Direct Marketing Educational Foundation, 1998.*
- *Médaille de l'Académie des Sciences Commerciales, Paris, 1998 (Livre sur le Prix)*
- *LE MARKETING DIRECT (3ème édition), Dunod Ed., Paris, Livre retenu au titre de la diffusion des &oeil;uvres dans la francophonie*
- *PROMOTION DES VENTES, (2ème édition) Dunod Ed., Paris. Livre retenu au titre de la diffusion des &oeil;uvres dans la francophonie*

Activités scientifiques

Membre d'un comité de lecture

Journal of Business Research, Elsevier

Recherche et Applications en Marketing, PUG

Décisions Marketing, EMS

Communications présentées à des conférences

"Pourquoi le marketing sportif peut-il être utilisé pour le lancement de nouveaux produits ?", (avec T. Lardinois, E. Le Nagard-Assayag). ASAC 2006, Banff, Canada, 03 juin 2006

"Asking for Less in Order to Obtain More. Is it Really that Simple? An Experimental Study on the Impact of the Level of Appeal", DMEF Educators' Conference, San Francisco, USA, 11 oct. 1998

"Giving or Buying : is There any Substitution Effect in Fund-Raising ?", DAM-DMEF, Chicago, Etats-Unis, 05 oct. 1997

"BERTENGUT : A Multimedia Case", (avec N. Mottis). International Teachers Programme, Londres, Grande-Bretagne, 09 juil. 1996

"Challenges and Pitfalls for Direct Mail across Borders : The European Example", (avec D. Xardel). DMA - DMEF Direct Marketing Association, Dallas, USA, 01 oct. 1995

"Fréquentation des points de vente : analyse descriptive préliminaire", (avec P. Volle). Journée Régionale de Recherche, Rennes, France, 13 oct. 1994

"The Catalog Merchandising and Life Cycles of Books", (avec D. Xardel). DMA-DMEF Annual Conference, San Francisco, USA, 01 oct. 1994

"Catalog Space Allocation at the Department Level", Direct Marketing Educational Conference, New York, USA, 25 oct. 1992

"Normative Segmentation and Customer Classes in Fund Raising", Direct Marketing Educator's Conference, Boston, USA, 01 nov. 1991

"A Multi-stage Methodology for the Estimation of Price Promotion Elasticities by Regression Method on Scanner Data with a Reduced Bias", ORSA/TIMS Special Interest Conference on New Frontiers in Scanner Research, Los Angeles, USA, 17 janv. 1991

"Estimation de la relation surface-vente pour la vente par catalogue", Congrès Marketing et Econométrie.", Lyon, France, 27 avr. 1990

Desmet P. et Le Nagard E., 2005, "Price matching guarantee: effects of offering discrepancy discounts", Annual congress EMAC, Milan (Italy)

Desmet P., 2004, "Effect of price matching guarantee on attitude toward the store: the moderating effect of price search", Fordham Pricing Conference, New York (USA)

Desmet P., 2004, "Negative effect of the promotion signal on reference price", Annual congress EMAC, Murcia (Spain)

Desmet P., 2003, Réseaux de neurones et Marketing, Conférence invitée, Rencontres internationales ACSEG, Nantes

Desmet P., 2003, Mesures d'audience sur Internet: à la croisée des chemins entre approche publicitaire et marketing direct (avec de Pechpeyrou P. et A. Goudey), Journée de recherche sur le e-marketing, Nantes.

Desmet P., 2003, Effet signal d'une promotion sur l'acceptation/rejet d'un achat, Tendances du Marketing, Venise (Italy)

Desmet P., 2000, "Analyse des paniers d'achat avec les cartes de Kohonen", Ed. M. Cottrell, Rencontres Internationales ACSEG, Paris, France, 14-15 décembre.

Desmet P., 2000, "Relative performance of the Statistical Learning Network: An application of the price-quality relationship in the automobile", Annual ANZMAC conference, Gold Coast (Australia).

Desmet P. and Gaston-Breton C., 2000, "Experimental study of the effect of the switch to the euro on the intention to buy a private label brand", Proceedings of the 29th Annual EMAC Conference, Rotterdam (Netherlands).

Desmet P., 1999, "Colinéarité et Prix hédoniques : comparaison de solutions statistiques et neuronale", Rencontres Internationales ACSEG, Reus, Espagne, 10 décembre.

Desmet P., 1999, "Perceived Effects of Psychological Price Thresholds according to the Monetary Unit", Annual ANZMAC Congress, Sydney, Australia.

Desmet P. and Zollinger M., 1998, "Le temps, composante de la valeur et du prix", XIVèmes Journées Nationales des IAE, Nantes, 28-29 avril.

Desmet P. and Gaston-Breton C., 1998, "Perception of a Price Increase According to its Expression in Francs or Euros ", Proceedings of the 27th annual EMAC conference, Berlin (Germany).

Desmet P., 1998, "Modeling Reaction to Requests for Charitable Donations", Annual ANZMAC Congress, Dunedin, New Zealand.

Desmet P., 1997, "Behavioral Consequences of the Coherence between Motivation and Distribution Channels: a Fundraising Experiment", Proceedings of the Workshop on Management of Non-Profit Organizations, EIASM, Bruxelles.

Desmet P. et Macé S., 1996, "Rupture de la relation commerciale et comportement d'achat : une application des réseaux neuronaux", Colloque Connectionism Approaches in Management, Nantes.

Desmet P. and Mottis N., 1996, "Teaching Project: Bertengut Multi-Media Case", International Teaching Programme, London Business School,

London, July.

Desmet P. and Renaudin V., 1996, "Estimating Shelf-Space Elasticity for Product Categories", Channel Productivity: Efficiency in Retailing & Merchandising, A. Bultez et L. Parsons Ed., FUCAM, 4-6 October.

Desmet P., 1996, "The Modelling and Appraisal of Store Loyalty with a Simple-Effect Gravitational Model", Proceedings of the 25th Annual EMAC Conference, Budapest (avec P. Volle).

Desmet P., 1995, "Apport des réseaux de neurones pour le scoring en marketing direct", Colloque international de l'ANSEG, Poitiers, octobre.

Affiliations et activités académiques

Association Française du Marketing (AFM)

European Marketing Academy (EMAC)

Australia New zealand Marketing Academy (ANZMAC)