



# Professeur (Full) Jacques BOULAY

Département de rattachement: Marketing and  
Retailing

Email: jacques.boulay@essca.fr

## INTÉRÊTS DE RECHERCHE

- Management des réseaux de distribution et de la franchise

## DOMAINE D'ENSEIGNEMENT

- Stratégie
- Leadership
- Retailing
- Méthodes quantitatives de recherche

## FORMATION

### Diplôme le plus élevé :

- 2006 Doctorat, Sciences de gestion, Université Paris Dauphine-PSL, France  
*L'apport de la technologie au contrôle pluriel du canal de distribution : Une mesure de l'efficacité du triptyque "Contrat- Technologie-Normes" appliquée au management des réseaux de points de vente franchisés*
- 2001 Agrégation d'Economie et Gestion, Ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse, France
- 2001 DEA en E-Management, Université Paris Dauphine-PSL, France

## EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

### Vie et positions académiques

- Depuis 2001 Professeur, ESSCA School of Management, France
- 2011 - 2013 Directeur délégué faculté, recherche, développement, ESSCA School of Management, France
- 2006 - 2011 Doyen délégué à la recherche, ESSCA School of Management, France

### Vie professionnelle

- Depuis 2024 Directeur de mission diversification, ESSCA School of Management, France
- 2020 - 2024 Directeur des opérations et du développement, ESSCA School of Management, France
- 2016 - 2020 Directeur du campus de Lyon, ESSCA School of Management, France
- 2013 - 2016 Directeur Executive Education, ESSCA School of Management, France
- 1998 - 2001 Consultant Senior, LGS France ( Groupe IBM)

## EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

### Vie professionnelle

1993 - 1998 Responsable marketing et publicité / Responsable des ventes, Groupe CORA

## PUBLICATIONS SCIENTIFIQUES

### Articles évalués par les pairs

BOULAY, J. et CHANUT, O. (2023). Relation franchiseur-franchisé et performance : synthèse narrative et perspectives. *Recherches en Sciences de Gestion - Management Sciences - Ciencias de Gestión*, 158(5), pp. 161-189.

BOULAY, J., CAEMMERER, B., CHANUT, O., CHAUDEY, M. et FADAIRO, M. (2023). It takes two to tango: a taxonomy of franchise success determinants. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 51(6), pp. 807-825.

BOULAY, J. et CHANUT, O. (2022). Revisiting the key factors of a successful franchisor-franchisee relationship. *European Review of Service Economics and Management*, 2(14), pp. 131-142.

BOULAY, J., CAEMMERER, B., EVANSCHITZKY, H. et DUNIACH, K. (2020). Multi-unit franchising from franchisor and franchisee perspectives: Antecedents, outcomes and the optimal mini-chain size. *Journal of Business Research*, 113, pp. 49-58.

MUZELLEC, L., FEENSTRA, F., DE FAULTRIER, B. et BOULAY, J. (2016). Children's experiences and parent's perceptions of retailers' mobile applications. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 44(11), pp. 1-16.

BOULAY, J., CAEMMERER, B., EVANSCHITZKY, H. et DUNIACH, K. (2016). Growth, Uniformity, Local Responsiveness, and System-Wide Adaptation in Multi-Unit Franchising. *Journal of Small Business Management*, 54(4), pp. 1193-1205.

FEENSTRA, F., MUZELLEC, L., DE FAULTRIER, B. et BOULAY, J. (2015). Edutainment Experiences for Children in Retail Stores, from a Child's Perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 26, pp. 47-56.

BOULAY, J., DE FAULTRIER, B., FEENSTRA, F. et MUZELLEC, L. (2014). When children express their preferences regarding sales channels: online or offline or online and offline? *International Journal of Retail and Distribution Management*, 42(11-12), pp. 1018-1031.

DE FAULTRIER, B., BOULAY, J., FEENSTRA, F. et MUZELLEC, L. (2014). Defining a retailer's channel strategy applied to young consumers, *International Journal of Retail and Distribution Management*, 42(11-12), pp. 953-973.

BOULAY, J. (2013). Contractual Governance, Relational Governance: Why Do Firms Continue Drafting Contracts? *Journal of Applied Business Research*, 29(3), pp. 863-870.

BOULAY, J. et STAN, V. (2013). How franchisors describe their ideal franchisee. *Journal of Applied Business Research*, 29(1), pp. 97-110.

BOULAY, J. et DE FAULTRIER, B. (2011). Gouvernance des réseaux de franchise : quand l'âge de la relation modère les effets du contrat. *Systèmes Agroalimentaires / Food systems- Série AG*, 45(6), pp. 893-912.

BOULAY, J., DE FAULTRIER, B. et VLAD, M. (2010). Internet et canal de distribution : de l'évolution des pratiques à de nouveaux équilibres de pouvoir. *La Revue des Sciences de Gestion*, 242(2), pp. 29-37.

BOULAY, J. (2010). The role of contract, information systems and norms in the governance of franchise systems. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 38(9), pp. 662-676.

BOULAY, J., JUSTIN, J., GEOFFRIAU, E., WIDEHEM, C. et MULLER, P. (2009). Où se crée la valeur ? Une application de l'analyse de Porter aux filières du végétal spécialisé. *Management & Avenir*, (28), pp. 177-195.

BOULAY, J. et BOISTEL, P. (2008). L'ouverture des écrans télévisés à la publicité de la distribution : une typologie des positionnements des enseignes au travers de la théorie sémio-contextuelle de la communication, *Décisions Marketing*, (51), pp. 7-16.

BOULAY, J. et KALIKA, M. (2007). Big brother is watching you : le rôle des technologies de l'information dans la stratégie de contrôle des réseaux de points de vente franchisés, *Décisions Marketing*, (45), pp. 7-20.

BOULAY, J. (2007). Le pouvoir panoptique des TSI : définition, mesure et implications. *Systèmes d'Information et Management*, 12(4), pp. 33-54.

BOULAY, J. et ISAAC, H. (2007). Contrôler les réseaux d'entreprises avec les technologies de l'information. *Revue Française de Gestion*, 33(170), pp. 103-116.

BOULAY, J. et DE FAULTRIER, B. (2005). L'apport des TSI au management de la supply chain : de l'absence d'un « one best way » aux enseignements pour la recherche en logistique. *Logistique & Management*, 13(2), pp. 59-68.

## Manuels

BOULAY, J. et CHANUT, O. (2010). Les réseaux de franchise. Paris: La Découverte.

## Chapitres d'ouvrages

BOULAY, J. et CHANUT, O. (2013). Monceau Fleurs ou l'éclosion d'un réseau de franchise. Dans: X. BRUSSET (ed.). *Cas en Distribution*. 1st ed. Cormelles-le-Royal: Editions Management & Société, pp. 71-86.

BOULAY, J. et DE FAULTRIER, B. (2010). Le cas Aquarezo. Dans: M. Kalika, J.P. Helfer et J. Orsoni eds. *Management, cas et applications*. 1st ed. Paris: Vuibert, pp. 302-308.

BOULAY, J. et DE FAULTRIER, B. (2007). Fédérer un réseau d'entreprises autour d'un projet : le cas du Pôle Enfants du Choletais. Dans: M. Kalika, J.P. Helfer et J. Orsoni eds. *Management, cas & applications*. 1st ed. Paris: Vuibert.

BOULAY, J. (2006). Le e-management du canal marketing. Dans: P. Romelaer et M. Kalika (ed.). *Recherches en Management et Organisation*. 1st ed. Paris: Editions Economica, pp. 456-468.

BOULAY, J. (2006). TIC, pouvoir et contrôle dans le canal de distribution : pour une approche interactionniste. Dans: J.M. Decaudin, J.F. Lemoine et J.F. Trinquecoste eds. *Les courants actuels de recherche en marketing : synthèse et perspectives*, 1st ed. Paris: Editions L'Harmattan, pp. 35-48.

BOULAY, J. (2002). L'impact transformatif des TIC sur le contrôle dans le canal de distribution. Dans: M. Kalika (ed.). *E-GRH : Révolution ou Évolution ?* 1st ed. Paris: Editions Liaisons, pp. 123-144.

## Conférence proceedings

BOULAY, J., CAEMMERER, B., EVANSCHITZKY, H. et DUNIACH, K. (2014). Antecedents and Consequences of Multi-unit Franchising. Dans: *AMA Educators Proceedings*. Proceedings - AMA.

## Communications (conférences avec comité de sélection)

- BOULAY, J. et CHANUT, O. (2023). The Performance Drivers of the Franchise Relationship: Narrative Synthesis and Perspectives. Dans: 36th Annual ISOConference. Université de Rennes.
- BOULAY, J., DE FAULTRIER, B., FEENSTRA, F. et MUZELLEC, L. (2014). Children's Experience Of Retailer's Mobile Applications And The Effect On Brand Relationship. Dans: Child and Teen Consumption Conference. Edinburgh.
- BOULAY, J., DE FAULTRIER, B., FEENSTRA, F. et MUZELLEC, L. (2013). On or Off or On and Off? When children tell us their preference in mater of sales channel. Dans: International Colloquium on Kids and Retailing. Paris.
- BOULAY, J., DE FAULTRIER, B., FEENSTRA, F. et MUZELLEC, L. (2013). Children's Experience in the Retail Store: a Typology of Experiential Value. Dans: International Colloquium on Kids and Retailing. Paris.
- BOULAY, J., DE FAULTRIER, B., FEENSTRA, F. et MUZELLEC, L. (2013). Children's (and Parents') Experience Of Mobile App. Dans: International Colloquium on Kids and Retailing. Paris.
- DE FAULTRIER, B., BOULAY, J., FEENSTRA, F. et MUZELLEC, L. (2013). Cross Channel Strategies for Retailers Serving Children from 6 to 12 Year-old: the New Challenge for Tomorrow's Customers. Dans: International Colloquium on Kids and Retailing. Paris.
- BOULAY, J., DE FAULTRIER, B., MUZELLEC, L. et FEENSTRA, F. (2013). Stratégies cross canal des distributeurs servant les enfants de 6 à 12 ans : le nouveau challenge pour les consommateurs de demain. Dans: 16e Colloque International Etienne Thil sur la distribution. Paris.
- BOULAY, J. et STAN, V. (2012). French franchisors describe their ideal franchisee. Dans: Colloquium on European Retail Research. Paris, France.
- BOULAY, J., CAEMMERER, B., DUNIACH, K. et EVANTCHVISKY, H. (2011). La multi-franchise, une alternative stratégique de développement des réseaux. Dans: Les Entretiens de la Franchise. MEDEF, Paris.
- BOULAY, J. et ATTAWAY, J. (2011). Ethical predispositions and ethical behavior in a sales context: the moderating role of susceptibility to interpersonal influence. Dans: 15th American Marketing Society World Marketing Congress. Reims.
- BOULAY, J. et STAN, V. (2011). Typology and characterization of franchisees' entrepreneurial profiles: An exploratory study of the French franchising industry. Dans: 25th Annual International Society of Franchising Conference. Boston, USA.
- BOULAY, J. (2011). Stratégie commerciale : comment booster vos ventes ? Une question de valeur(s) !? Dans: Végépolytain. Angers, France.
- BOULAY, J. et STAN, V. (2008). Recruter des franchisés entrepreneurs : un risque ou un atout pour un réseau ? Dans: 13e Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne. Dijon, France.
- BOULAY, J. (2008). Exploring the implications of franchisees' entrepreneurial proclivity on their autonomy, opportunism and performance: a research framework. Dans: 22nd International Society of Franchising Conference. Saint Malo.
- JUSTIN, J., BOULAY, J., GEOFFRIAU, E., MULLER, P. et WIDEHEM, C. (2008). La création de valeur dans les filières du végétal spécialisé : une analyse à partir de la chaîne de valeur de Porter. Dans: Plant International Meeting 2008. Angers.
- BOULAY, J., DE FAULTRIER, B. et VLAD, M. (2007). L'apport d'internet au marketing : une approche par le canal. Dans: 6es Journées nantaises de recherche sur le e-marketing. Nantes.

BOULAY, J. (2007). Contrat, technologie, normes : une mesure de l'efficacité comparée et combinée de trois mécanismes de gouvernement des relations de franchise. Dans: 23e Congrès International de l'Association Française de Marketing (AFM). Aix les Bains.

BOULAY, J. (2006). Electronic surveillance in the work place: does it really work? Dans: 6th IBIMA Conference. Bonn.

BOULAY, J. et KALIKA, M. (2006). Big brother is watching you : l'apport des technologies et systèmes d'information au management des réseaux de points de vente. Dans: 22e Congrès International de l'Association Française de Marketing (AFM). Nantes.

BOULAY, J. et DE FAULTRIER, B. (2006). What is the real contribution of IS to supply chain management? Dans: 15th Annual IPSERA Conference. San Diego.

BOULAY, J. (2005). Measuring the duality autonomy-control in franchise management research: a contingency perspective. Dans: 2nd International Conference on Economics and Management of Networks. Budapest.

BOULAY, J. (2005). L'efficacité du gouvernement relationnel du canal de distribution : référentiel théorique, éléments empiriques et pistes de recherche. Dans: 21e Congrès International de l'Association Française de Marketing (AFM). Nancy.

BOULAY, J. (2005). Technologie et management du canal de distribution : pour une approche de l'usage des TIC comme outil de contrôle. Dans: 4e Congrès sur les Tendances du Marketing en Europe. Paris.

BOULAY, J. (2004). La recherche sur le contrôle technologique et la mesure de son efficacité. Dans: 9e Colloque de l'Association Information et Management (AIM). Evry.

BOULAY, J. (2003). TIC, pouvoir et contrôle dans le canal de distribution : pour une approche interactionniste. Dans: 2e Colloque Méthodes, Sciences et Thématiques en Marketing. Bayonne.

BOULAY, J. (2002). L'impact des technologies de l'information sur le contrôle organisationnel : le cas de la franchise. Dans: 1e Journée d'étude et de recherche AGRH « GRH et TIC ». Paris.

## Rapports de recherche, rapports d'étude

BOULAY, J., CAEMMERER, B., DUNIACH, K. et EVANTCHIVSKY , H. (2011). Le recours à l'option multi-unités dans le développement d'un réseau de franchise : modèles décisionnels et avantages compétitifs.

## Etudes de cas

BOULAY, J. et DE FAULTRIER, B. (2008). Tape à l'œil ou « comment réussir à se démarquer » ? Cas CCMP (Réf. M1568).

BOULAY, J. et DE FAULTRIER, B. (2006). Jenky's in Paris ou comment construire une image d'enseigne ?, Cas CCMP (Réf. M1462).

## Présentation dans un séminaire de recherche

DE FAULTRIER, B., FEENSTRA, F., BOULAY, J. et MUZELLEC, L. (2013). Enfant et distribution: Quelle vision pour l'avenir? Dans: Master Class Kazachok. Paris.

## ACTIVITÉS DE RECHERCHE

---

## **Activités éditoriales**

### **Comité éditorial de revue scientifique**

- Depuis 2019 Membre du comité éditorial, International Journal of Retail and Distribution Management
- 2019 - 2019 Éditeur invité, numéro spécial Franchise Performance, International Journal of Retail and Distribution Management

### **Évaluateur d'une publication académique / professionnelle**

- Depuis 2007 Évaluateur ad-hoc, International Journal of Retail and Distribution Management
- Depuis 2007 Évaluateur ad-hoc, Systèmes d'Information et Management

## **Service à la discipline**

### **Membre adhérent à une association académique**

- Depuis 2007 Adhésion professionnelle, Association Française du Marketing (AFM)