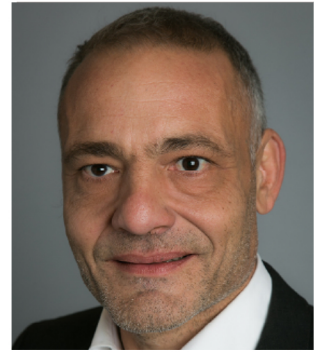


**TAFANI Eric**  
**Professor**



Aix Marseille Graduate School of Management - IAE  
Chemin de la Quille-Puyricard  
13089 Aix-en-Provence Cedex 2, France

E.mail : eric.tafani@iae-aix.com

## **BIOGRAPHY**

---

Eric Tafani is full professor of consumer psychology and quantitative methods at Aix-Marseille Graduate School of Management. His research interests are focusing on consumer behavior and customer-brand relationships in the car and the luxury goods markets. He is also consultant in brand management for several international firms.

## **EDUCATION**

---

- 2005 : *HDR (HABILITATION A DIRIGER DES RECHERCHES)*  
Aix-Marseille University
- 1997: *DOCTORATE in PSYCHOLOGY (PhD)*  
Aix-Marseille University
- 1994: *MASTER of PSYCHOLOGY*  
Aix-Marseille University
- 1992: *BACHELOR of PSYCHOLOGY*  
Aix-Marseille University

**Foreign languages** (mentioned with an X)

Language	Read	Spoken	Written
English	X	X	X
Spanish	X		

## **ACADEMIC ACTIVITIES**

---

Courses given currently at Aix Marseille Graduate School of Management - IAE

- Integrated Marketing Communication (Elective)
- Data-driven Marketing (Elective)
- Data Analysis and Modeling (Msc Marketing & Brand Management, Msc Research)

## **SCIENTIFIC ACTIVITIES & OTHER**

---

- Editorial Board of academic journals:  
International Review of Social Psychology  
Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale
- Ad-Hoc reviewer of academic journals  
Journal of Business Research  
Recherches et Application Marketing  
Organizational Research Methods  
European Journal of Social Psychology
- PhD Supervisor of 9 doctoral students, all of them have defended their thesis.

## CURSUS

---

- Since 2014: Full professor of consumer psychology  
Aix-Marseille Graduate School of Management  
Head of MSc Marketing and Brand Management (2014-2017)
- 2009 - 2014: Full professor of psychology  
Aix-Marseille University  
Head of Master of Psychology applied to Communication and Marketing
- 1998 - 2009: Assistant professor of psychology  
Aix-Marseille University

## RESEARCH AND PUBLICATIONS

---

### Impact Factor

Citations: 1335

h-index: 21

i10-index: 31

Retrieved from [https://scholar.google.fr/citations?user=XbHpn\\_gAAAAJ&hl=fr](https://scholar.google.fr/citations?user=XbHpn_gAAAAJ&hl=fr) on January 25<sup>30h</sup>, 2023.

### Articles in refereed journals

1. Khoso, U., & **Tafari, E.** (2023). Scarcity appeals in cross-cultural settings: A comprehensive framework to understand the effectiveness of scarcity appeals in cross-cultural settings. *Journal of International Marketing*, accepted with minor revisions on January 29, 2023.
2. **Tafari, E.**, Roux, E., & Greifeneder, R. (2018). In the mood for action: When negative program-induced mood improves the behavioral effectiveness of TV commercials. *Journal of Business Research*, 84, 125-140.
3. Khenfer, J., Laurin, K., **Tafari, E.**, Roux, E., & Kay, A. (2017). Interventionist external agents make specific advice less demotivating. *Journal of Experimental Social Psychology*, 73, 189-196.
4. Khenfer, J., Roux, E., **Tafari, E.**, & Laurin, K. (2017). When God's (not) needed: The influence of religious belief on goal commitment and moderating effects. *Journal of Experimental Social Psychology*, 70, 117-123.
5. Roux, E., **Tafari, E.**, & Vigneron, F. (2017). Values associated with luxury brand consumption and the role of gender. *Journal of Business Research*, 71, 102-113.
6. Khenfer, J., Roux, E., & **Tafari, E.** (2014). Aide-toi, le Ciel t'aidera : Quand et comment les croyances religieuses affectent la poursuite du but des consommateurs. *Revue Interdisciplinaire Management, Homme(s) et Entreprise*, 13(4), 3-21.
7. Rosa, E., **Tafari, E.**, Michel, G., & Abric, J.C. (2011). Rôle du processus de catégorisation dans le fonctionnement des représentations sociales : une application dans le champ du marketing. *Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, 91, 253-281.
8. Marfaing, B., & **Tafari, E.** (2011). Genre, stéréotypes et transmission de l'information : Une approche expérimentale de la communication intragroupe. *Canadian Journal of Behavioural Science*, 43(3), 161-172.
9. Codaccioni, C., & **Tafari, E.** (2011). Advertising effectiveness as a function of numerical support : From majority compliance to minority conversion. *European Review of Applied Psychology*, 61, 77- 87.
10. **Tafari, E.**, Michel, G., & Rosa, E. (2009). Vertical product line extension strategies: An evaluation of brand halo effect according to range level. *Recherches et Applications en Marketing / Research and Applications in Marketing*, 24(2), 73-89.
11. **Tafari, E.**, Haguel, V., & Ménager, A. (2007). Des images de marque aux représentations sociales des marques : Une application au secteur de l'automobile. *Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, 73, 27-46.
12. Souchet, L., **Tafari, E.**, Codaccioni, C., & Mugny, G. (2006). Influence sociale selon le statut numérique et l'appartenance sociale de la source : Auto-catégorisation et élaboration du conflit. *International Review of Social Psychology / Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 19(3/4), 35-67.
13. **Tafari, E.**, Marfaing, B., & Guimelli, C. (2006). Rôle de l'implication et des émotions dans le traitement et la diffusion d'un message : Une approche expérimentale des rumeurs. *Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, 70, 3-19.
14. Mugny, G., Quiamzade, A., Falomir, J.M., & Tafari, E. (2006). Diagnosticité de la tâche dans l'évaluation des compétences et contrainte informationnelle. *International Review of Social Psychology / Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 19(2), 5-26.

15. **Tafari, E.**, & Deschamps, J.-C. (2004). Identité sociale et dynamique des représentations sociales : Positions Sociales, menace identitaire et processus de différenciation. *New Review of Social Psychology / Nouvelle Revue de Psychologie Sociale*, 3(1-2), 38-46.
16. Souchet, L., & **Tafari, E.**, (2004). Pratiques, engagement et représentations sociales : Contribution expérimentale à un modèle de la dynamique représentationnelle. *Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, 63, 81-92.
17. **Tafari, E.**, Souchet, L., Codaccioni, C., & Mugny, G. (2003). Influences majoritaire et minoritaire sur la représentation sociale de la drogue. *New Review of Social Psychology / Nouvelle Revue de Psychologie Sociale*, 2(3),343-354.
18. **Tafari, E.**, Bellon, S., & Moliner, P. (2002). The role of self-esteem in social representation dynamics: An experimental approach concerning social representation of high education. *Swiss Journal of Psychology*, 62(3), 177-188.
19. **Tafari, E.**, Bellon, S., & Apostolidis, T. (2002). Théorie des champs sociaux et dynamique représentationnelle : Études des effets des asymétries positionnelles sur la structure d'une représentation sociale. *International Review of Social Psychology / Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 15(2), 57-90.
20. **Tafari, E.**, Audin, S., & Apostolidis, T. (2002). Asymétries positionnelles, identité sociale et dynamique représentationnelle : Une étude expérimentale sur la représentation sociale des Droits de l'Homme. *Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, 54, 47-61.
21. **Tafari, E.**, & Souchet, L. (2002). Commitment in a pro- versus counter-attitudinal behavior and social representation dynamics. *Swiss Journal of Psychology*, 61(1), 33-44.
22. **Tafari, E.** (2001). Attitude, engagement et dynamique des représentations sociales : Études expérimentales. *International Review of Social Psychology / Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 14(1), 7-29.
23. Mugny, G., **Tafari, E.**, Falomir, J.M., & Layat, C. (2000). Source credibility, social comparison and social influence. *International Review of Social Psychology / Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 13(3), 151-175.
24. **Tafari, E.**, Mugny, G., & Bellon, S. (1999). *Irréversibilité du changement et enjeux identitaires dans l'influence sociale sur une représentation sociale. Psychologie et Société*, 2, 73-104.
25. Mugny, G., **Tafari, E.**, Butera, F., & Pigière, D. (1998). Contrainte et dépendance informationnelles : Influence sociale sur la représentation du groupe idéal. *Connexions*, 72, 54-72.
26. Moliner, P., & **Tafari, E.** (1997). Attitudes and social representations: A theoretical and experimental approach. *European Journal of Social Psychology*, 27(6), 687-702.
27. Abric, J.C., & **Tafari, E.** (1995). Nature et fonctionnement du noyau central d'une représentation sociale : La représentation de l'entreprise. *Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, 28, 22-31.

### Chapters in books

1. Mugny, G., **Tafari, E.**, Souchet, L., & Quiamzade, A. (2014). Social influence processes and social representations. In A. Palmonari & F. Emiliani (Eds.) *The paradigm of social representations* (Vol. 2, p. 149-181), Bologne: Il Mulino.
2. Abric, J.C., & **Tafari, E.**, (2009). The structural approaches of social representations. In A. Palmonari & F. Emiliani (Eds.) *The paradigm of social representations* (Vol. 1, p. 147-176), Bologne: Il Mulino.
3. **Tafari, E.**, & Haguel, V. (2008). Identité et représentations sociales : Approche expérimentale du rôle des représentations sociales dans le favoritisme endogroupe. In P. Moliner & P. Rateau (Eds.), *Représentations sociales et processus socio-cognitifs* (p. 45-66). Rennes : Presses Universitaires de Rennes.
4. **Tafari, E.**, Bellon, S., & Apostolidis, T. (2004). Asymétries positionnelles, estime de soi et dynamique des représentations sociales. In J.-L. Beauvois, R.-V. Joule, & J.-M. Monteil (Eds.), *Perspectives cognitives et conduites sociales* (Vol. 9, p. 47-80). Rennes : Presses Universitaires de Rennes.
5. **Tafari, E.**, & Bellon, S. (2003). L'étude expérimentale des représentations sociales. In J.-C. Abric (Ed.), *Méthodes d'étude des représentations sociales* (p. 255-277). Saint-Agne: Erès.
6. **Tafari, E.**, & Mugny, G. (2002). Influence sociale et représentations sociales : Le rôle des enjeux identitaires dans la dynamique représentationnelle. In J.-L. Beauvois, R.-V. Joule, & J.-M. Monteil (Eds.), *Perspectives cognitives et conduites sociales* (Vol. 8, p. 27-44). Rennes : Presses Universitaires de Rennes.
7. **Tafari, E.**, & Bellon, S. (2001). Principe d'homologie structurale et dynamique représentationnelle. In P. Moliner (Ed.), *La dynamique des représentations sociales* (p. 163-193). Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble.
8. Mugny, G., Quiamzade, A., & **Tafari, E.** (2001). Influence sociale et dynamique représentationnelle. In P. Moliner (Ed.), *La dynamique des représentations sociales* (p. 123-161). Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble.
9. **Tafari, E.**, & Souchet, L (2001). Changement d'attitude et dynamique représentationnelle. In P. Moliner (Ed.), *La dynamique des représentations sociales* (p. 59-88). Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble.
10. **Tafari, E.**, Falomir, J.-M., & Mugny, G. (2000). Influence sociale et représentations sociales : Études

expérimentales sur le groupe idéal. In J.-L. Beauvois, R.-V. Joule, & J.-M. Monteil (Eds.), *Perspectives cognitives et conduites sociales* (Vol. 7, p. 95-124). Rennes : Presses Universitaires de Rennes.

#### Refereed proceedings conference papers

1. Khenfer, J., Kay, A., Roux, E. & **Tafari, E.** (2014, Octobre). The divergent effects of external systems of control on early-stage goal pursuit. Communication à la 42<sup>th</sup> *Conference of the Association for Consumer Research*, Baltimore, Etats-Unis.
2. Khenfer, J., Kay, A., Roux, E. & **Tafari, E.** (2014, Juillet). Trouble setting your savings goals? The moderating role of religious beliefs on goal pursuit. Communication au 28<sup>th</sup> *International Congress of Applied Psychology*, Paris, France.
3. Mugnier, G., **Tafari, E.**, & Roux, E. (2014, Mai). Une extension du modèle Connection-Prominence Attachment incluant les rôles de la dépendance, de la confiance et de la distinctivité de la marque. Communication au 30<sup>eme</sup> *Congrès de l'Association Française de Marketing*, Montpellier, France.
4. **Tafari, E.**, & Roux, E. (2013, Mai). Le rôle modérateur de l'humeur dans l'efficacité des messages publicitaire : Effets affectifs, conatifs et comportementaux. Communication au 29<sup>eme</sup> *Congrès de l'Association Française de Marketing*, La Rochelle, France.
5. Souchet, L., Girandola, F., & **Tafari, E.**, (2010, Août). Engagement et dynamique des représentations sociales : simple et double soumission forcée. Communication au 8<sup>eme</sup> *Congrès International de Psychologie Sociale en langue française*, Nice, France.
6. Rosa, E., **Tafari, E.**, & Michel, G. (2010, Juillet). Théorie du noyau central et stratégies d'extension de gamme. Communication à la 10<sup>th</sup> *International Conference on Social Representations*, Tunis, Tunisie.
7. Codaccioni, C., Rosa, E., **Tafari, E.**, & Souchet, L. (2008, Septembre). Stratégies d'influence minoritaire dans les campagnes publicitaires : approche expérimentale. Communication au 7<sup>eme</sup> *Congrès International de Psychologie Sociale en langue française*, Iasi.
8. Souchet, L., Rosa, E., & **Tafari, E.** (2008, Mai). Towards an approach of brand-equity based on the social representations theory. Communication à la 10<sup>eme</sup> *Conférence Internationale de l'Association Française d'Economie Expérimentale*, Dijon, France.
9. Marfaing, B., & **Tafari, E.** (2006, Septembre). Effet brebis galeuse et favoritisme endogroupe dans le traitement et la diffusion d'un message. Communication au 6<sup>eme</sup> *Congrès International de Psychologie Sociale en langue française*, Grenoble, France.
10. Codaccioni, C., **Tafari, E.**, & Vidal, J. (2006, Septembre). Influence sociale et inférences analogiques : Le rôle médiateur de l'analogie dans l'influence minoritaire. Communication au 6<sup>eme</sup> *Congrès International de Psychologie Sociale en langue française*, Grenoble, France.
11. **Tafari, E.**, Haguel, V., Ménager, A., & Guimelli, C. (2006, Août). Contribution de la théorie des représentations sociales à l'étude des images de marque et du capital-marque. Communication à la 8<sup>th</sup> *International Conference on Social Representations*, Rome, Italie.
12. Vidal, J., Codaccioni, C., & **Tafari, E.** (2006, Août). Image de marque, publicité et influence sociale : L'influence minoritaire comme support aux stratégies de communication. Communication à la 5<sup>th</sup> *International Conference on Social Representations*, Rome, Italie.
13. Souchet, L., Codaccioni, C., & **Tafari, E.** (2004, Septembre). Influences majoritaire et minoritaire sur la structure d'une représentation sociale. Communication au 5<sup>eme</sup> *Congrès International de Psychologie Sociale en langue française*, Lausanne, Suisse.
14. Marfaing, B., Guimelli, C., & **Tafari, E.** (2004, Septembre). Implication, émotion, traitement et diffusion d'un message : Une approche expérimentale des rumeurs. Communication au 5<sup>eme</sup> *Congrès International de Psychologie Sociale en langue française*, Lausanne, Suisse.
15. **Tafari, E.**, Bellon, S., & Souchet, L. (2002, Septembre). Rapports intergroupes, stratégies identitaires et dynamique des représentations sociales. Communication au 4<sup>eme</sup> *Congrès International de Psychologie Sociale en langue française*. Athènes, Grèce.
16. **Tafari, E.**, & Souchet, L. (2002, Août). Influence sociale et dynamique représentationnelle : De la dépendance normative à la conversion minoritaire. Communication à la 5<sup>th</sup> *International Conference on Social Representations*, Stirling, Grande-Bretagne.
17. **Tafari, E.**, Apostolidis, T., Audin, S., & Bellon, S. (2002, Août). Ancrages psychologique, psychosociologique et sociologique de la dynamique représentationnelle : Approches expérimentales. Communication à la 5<sup>th</sup> *International Conference on Social Representations*, Stirling, Grande-Bretagne.
18. **Tafari, E.**, & Souchet, L. (2002, Juin). Minority and majority influence on drug representation: Experimental studies. Communication au 13<sup>th</sup> *Meeting of the European Association of Experimental Social Psychology*. San Sebastian, Espagne.
19. **Tafari, E.**, Bellon, S., & Apostolidis, T. (2001, Septembre). Rôle des asymétries positionnelles et des processus identitaires dans la dynamique des représentations sociales. Communication à la 9<sup>eme</sup> *Table Ronde Cognitions et Conduites Sociales*, San Sebastian, Espagne.

20. Morin, M., Apostolidis, T., & **Tafari, E.** (2001, Septembre). Approches qualitatives et quantitatives des représentations sociales dans le champ de la santé. Communication aux *3<sup>ème</sup> Journées Internationales sur les Représentations Sociales*, Florianopolis, Brésil.
  21. Audin, S., **Tafari, E.**, & Apostolidis, T. (2000, Septembre). Identité sociale et dynamique représentationnelle : L'effet des asymétries de genre sur la représentation sociale des Droits de l'Homme. Communication au *3<sup>ème</sup> Congrès International de Psychologie Sociale en langue française*, Valencia, Espagne.
  22. Joule, R.-V., Tamboni, F., & **Tafari, E.** (2000, Septembre). Le pied dans la porte avec étiquetage: une nouvelle procédure de soumission librement consentie. Communication au *3<sup>ème</sup> Congrès International de Psychologie Sociale en langue française*, Valencia, Espagne.
  23. **Tafari, E.**, & Bellon, S. (2000, Septembre). Étude expérimentale de l'influence des asymétries positionnelles sur les représentations sociales. Communication au *3<sup>ème</sup> Congrès International de Psychologie Sociale en langue française*, Valencia, Espagne.
  24. **Tafari, E.**, Audin, S., & Apostolidis, T. (2000, Août). Ancrage social de la dynamique représentationnelle : L'effet des asymétries de genre sur la représentation sociale des Droits de l'Homme. Communication à la *4<sup>th</sup> International Conference on Social Representations*, Montréal, Canada.
  25. **Tafari, E.**, & Mugny, G. (1999, Septembre). Influence sociale et dynamique des représentations sociales : Le rôle des enjeux identitaires. *8<sup>ème</sup> Table Ronde Cognitions et Conduites Sociales*, Nice, France.
  26. **Tafari, E.**, & Mugny, G. (1999, Juillet). Social influence and dynamics of social representations: Source status, social comparison and self-image of competence. Communication au *11<sup>th</sup> Meeting of the European Association of Experimental Social Psychology*, Oxford, Grande-Bretagne.
  27. **Tafari, E.** (1998, Septembre). Approche expérimentale de la dynamique représentationnelle : Les modalités de transformation des représentations sociales sous influence sociale. Communication au *2<sup>ème</sup> Congrès International de Psychologie Sociale en langue française*, Turin, Italie.
  28. **Tafari, E.**, & Mugny, G. (1998, Août). Dynamique représentationnelle, influence sociale et enjeux identitaires. Communication à la *4<sup>th</sup> International Conference on Social Representations*, Mexico, Mexique.
  29. **Tafari, E.**, Falomir, J.-M., & Mugny, G. (1997, Septembre). Influence sociale et représentations sociales : Études expérimentales sur le groupe idéal. Communication à la *7<sup>ème</sup> Table Ronde Cognitions et Conduites Sociales*, Valencia, Espagne.
  30. **Tafari, E.**, & Moliner, P. (1996, Août). Attitudes et représentations sociales : Approche théorique et expérimentale. Communication au *1<sup>er</sup> Congrès International de Psychologie Sociale en langue française*, Montréal, Canada.
  31. **Tafari, E.** (1996, Septembre). Changement d'attitude et dimension évaluative des représentations sociales : Le rôle du système central dans la dynamique représentationnelle. Communication à la *3<sup>d</sup> Conference on Social Representations*, Aix en Provence, France.
  32. Abric, J.-C., & **Tafari, E.** (1994, Août). Nature et fonctionnement du noyau central d'une représentation sociale. Communication à la *2<sup>nd</sup> International Conference on Social Representations*, Rio de Janeiro, Brésil.
-