



Olivier GERGAUD est professeur d'économie à [KEDGE Business School](#) (Bordeaux). Il est titulaire d'un doctorat en économie de l'Université de Reims depuis 2000, et a obtenu son habilitation à diriger des recherches à Sciences Po Paris en 2009. Il a été professeur visiteur dans plusieurs universités européennes (Sciences Po Paris, Université Libre de Bruxelles) et nord-américaines (NYU, UCLA, HEC Montréal). Olivier Gergaud a reçu différents prix honorifiques et notamment le prix du Président lors de la 12^e conférence internationale de l'Association for Cultural Economics International (ACEI) ainsi qu'un *accessit* pour le prix de thèse de l'Association française de sciences-économiques (AFSE). Ses domaines de recherche sont l'économie des comportements pro-sociaux, l'économie du vin et de la culture, l'économie du sport, l'économie du travail, l'économie industrielle et la finance comportementale.

Sélection de publications :

Articles & chapitres d'ouvrage

- Olivier GERGAUD, Karl STORCHMANN, Vincenzo VERARDI, « Expert opinion and product quality : evidence from New York City restaurants », *Economic Inquiry*, 53(2), 2015, p. 812–835
- Olivier GERGAUD, Victor GINSBURGH, « Endowments, production technologies and the quality of wines. Does terroir matter ? », *Economic Journal*, 118, June 2008, p. 142-157
- Renaud LUNARDO, Olivier GERGAUD, Florine LIVAT, « Celebrities as human brands : An investigation of the effects of personality and time on celebrities' appeal », *Journal of Marketing Management*, 31(5), 2015, p. 685-712
- Olivier GERGAUD, Linett MONTANO, Vincenzo VERARDI, « Stardust over Paris gastronomic restaurants », *Journal of Wine Economics*, 2(1), 2007, p. 24-39
- Véronique CHOSSAT, Olivier GERGAUD, « Expert opinion and gastronomy : The Recipe for Success », *Journal of Cultural Economics*, 27, 2003, p. 127-141
- Olivier GERGAUD, Victor GINSBURGH, Florine LIVAT, « Success of celebrities : talent, intelligence or beauty », *Economics Bulletin*, 32(4), 2012, p. 3120-3127