

Florence BENOIT-MOREAU

Maître de Conférences

Co-responsable du Master Communication
Marketing Intégrée (CMI)
Laboratoire DRM – Dauphine Recherche en
Management
GFR Marketing & Stratégie
Université Paris-Dauphine (Bur A125)
florence.benoit-moreau@dauphine.fr



Formation

2008 **Université PARIS-DAUPHINE / Programme Doctoral ESSEC - DOCTORAT en Sciences de GESTION (Marketing)**

Promotion CEFA G (Centre Européen de Formation Approfondie à la Gestion) 2006

➤ *Séjour à l'étranger - 2006 – Visiting Student – University of Toronto – Rotman School of Business*

2002 **Université PARIS-DAUPHINE – DEA Marketing & Stratégie – Mention Bien**

1999 **HEC Paris – Ecole des Hautes Etudes Commerciales – Majeure Marketing**

Activités de Recherche en cours- Séjours à l'étranger, Publications, Colloques

Thèmes de recherche : Communication sociétale et Marketing responsable, Participation du client & co-création de valeur, Gestion de marque (nouvelles relations marque-consommateur)

Thèmes d'enseignements et Interventions : Stratégie de marque, Communication (notamment communication sociétale), Introduction au Marketing

Prix, Distinction :

- **2009 – Prix Emerald / EMRBI Business research Award for Young Researchers**
- **2008 - Prix de la meilleure communication « Jeune Chercheur » - Colloque Etienne Thil** (en collaboration avec Parguel B.) Titre de la communication : *Communication sociétale des enseignes, le consommateur est-il toujours dupe ? Le rôle de la réputation.*

Ouvrage

- *Benoit-Moreau F., Delacroix E., de Lassus C., **Maxi-fiches de Communication Marketing**, Dunod, Paris, 2011*

Chapitre d'Ouvrage collectif

- *Benoit-Moreau F., Parguel B., Larceneux F., **Comment prévenir le « greenwashing » ? L'influence des éléments d'exécution publicitaire** in Bernard Pras (ed.), *Management : Tensions d'aujourd'hui*, éditions Vuibert, Collection FNEGE (2009)**
Ouvrage de synthèse des Etats Généraux du Management (journée du 17 octobre 2008 au Sénat)

Articles dans revues à comité de lecture :

- *Larceneux F., Benoit-Moreau F., Renaudin V. (soumis 1^{er} tour), **Is the organic label always relevant to promote sustainable consumption? Marginal Labelling Effect and moderation of brand equity**, *Journal of Consumer Policy*.*
- *Parguel B., Benoit-Moreau F. et Larceneux F. (2011), **How Sustainability Ratings Might Deter "Greenwashing": A Closer Look at Ethical Corporate Communication**, *Journal of Business Ethics*, forthcoming, DOI : 10.1007/s10551-011-0901-2*
- *Parguel B. et Benoit-Moreau F. (2011), **Building brand equity with environmental communication: an empirical investigation in France**, *EuroMed Journal of Business*, 6, 1, 100-116*

- Benoit-Moreau F., Larceneux F. et Parguel B. (2010), **La communication sociétale : entre opportunités et risques d'opportunisme**, *Décisions Marketing*, 59, 75-78
- Benoit-Moreau F. (2007), *Entre consommateurs et marchés financiers, quel rôle pour la direction Marketing ?* **Revue Française de Marketing (RFM)** – Juillet 2007 – N°213 3/5 – p.57-71

Colloques avec Comité de lecture :

Thématique de Recherche n°1 (depuis 2006) : Communication Sociétale et Marketing responsable

- Benoit-Moreau F. et Parguel B. (2011), **Much to tell to consumers about CSR, but who should talk or not talk about it?**, *EMAC Conference*, Ljubljana, Slovenia, 24-27 mai.
- Benoit-Moreau F., Parguel B. et Larceneux F. (2010), **Mieux vaut bien faire et le faire dire : Le rôle des notations environnementales dans la régulation du greenwashing**, *Etats Généraux du Management*, Paris, 22 octobre.
- Benoît-Moreau F., Larceneux F. et Parguel B. (2010), **L'oiseau rend-il la marque plus écolo ?**, *Congrès de l'AFM*, LeMans, 14-15 mai.
- Benoit-Moreau F., Larceneux F., Parguel B., **Le « greenwashing » publicitaire est-il efficace ? Une analyse de l'élaboration négative des éléments d'exécution**, *Actes du XXVè congrès AFM*, 14-15 mai 2009, Londres
- Parguel B., Benoit-Moreau F., **Communication sociétale des enseignes, le consommateur est-il toujours dupe ? Le rôle de la réputation**, *Actes du 11è Colloque Etienne Thil*, 2-3 octobre 2008, La Rochelle (Obtention du Prix de la meilleure communication « Jeune Chercheur »)
- Parguel B., Benoit-Moreau F., **Le rôle de la congruence entre l'enseigne et son engagement dans la construction du capital marque par la communication sociétale : une approche par la théorie de l'attribution**, *Actes du XXIVè congrès AFM*, 15-16 mai 2008, Vincennes
- Benoit-Moreau F., Parguel B., **Societal Communication and Brand Equity**, *Actes du 36è congrès de l'EMAC*, 22-26 mai 2007, Reykjavik
- Benoit-Moreau F., Parguel B., **Societal Communication and Brand Equity**, *Proceedings of the Thought leaders International Conference on Brand Management*, 24-25th April 2007, Birmingham
- Parguel B., Benoit-Moreau F., **Communication sociétale et Capital Marque**, *Actes du XXIIIè congrès AFM*, 30 mai-1^{er} juin 2007, Aix-les-Bains

Thématique de Recherche n°2 (depuis 2009) : Participation du client et co-création de valeur (via Contrat de recherche avec Auchan)

- Bonnemaizon A., Benoit-Moreau F., Cadenat S., Renaudin V., **Client « ouvrier », « auxiliaire », « associé » ou « consultant » : quel rôle veulent nous faire endosser les enseignes ?**, 14^{ème} colloque international Etienne Thil sur la Distribution, Roubaix, 22-23 septembre 2011
- Bonnemaizon A., Cadenat S., Benoit-Moreau F., Renaudin V. (2011), **Customer participation in retailer service offerings: a proposed typology of practices**, 18ème Conférence Internationale de l'EIRASS (European Institute of Retailing & Services Studies), San Diego, 15-18 juillet 2011
- Benoit-Moreau F., Bonnemaizon A., Cadenat S., Renaudin V. (2011), **Au boulot chez client : une approche interprétative de la participation ordinaire du consommateur**, *Actes du XXVIIème Congrès de l'AFM*, Bruxelles, 19-20 mai 2001.

Thématique de Recherche n°3 (depuis 2005) : Nouvelles relations marque-consommateur

- Benoit-Moreau F., **Décris-moi tes rencontres avec les marques et je te dirai qui tu es... » Une approche interprétative des premières rencontres marque-consommateur**, *Actes des Xèmes Journées Normandes de Recherche sur la Consommation*, 17 et 18 mars 2011, Rouen

- Benoit-Moreau F., **The first memorable encounter between a consumer and a brand and its influence on their relationship: an exploration through a qualitative phenomenological enquiry**, Actes du 37^è congrès de l'EMAC, 27-30 mai 2008, Brighton
- Benoit-Moreau F., **La Première Rencontre Méorable entre Marque et Consommateur et son Influence sur la Relation : Exploration par une Approche Qualitative Phénoménologique**, Actes du XXII^è Congrès AFM, 11-12 mai 2006, Nantes
- Benoit F., Volle P., **Consumer Relationship Orientation towards a Brand (CROB): Concept definition and Construct Dimensions Exploration**, Consumer Personality & Research Conference -20-24 sept. 2005 – Dubrovnik

Autres colloques / Conférences professionnelles :

- **Club Marketing & Stratégie de l'Association des Alumni de Dauphine « Intégrer la RSE à la stratégie : source d'innovations et de compétitivité**, 15 mars 2011, Université Paris-Dauphine, Les paradoxes de la consommation responsable : le regard de la recherche
- **7^{ème} Journée AFM-AACC – « L'Eco-Communication. Une nouvelle énergie motrice pour les entreprises »**, 28 avril 2009, à l'ESCP-EAP Paris – *Le consommateur face à l'éco-communication : Une synthèse des recherches.* (avec F. Larceneux et B. Parguel)
- **Etats Généraux du Management : Tensions d'aujourd'hui, enjeux de demain** – 17 octobre 2008 – Paris, Palais du Luxembourg (journée organisée par la FNEGE)
Benoit-Moreau F., Parguel B., Larceneux F., Comment prévenir le greenwashing ? L'influence des éléments d'exécution publicitaire. En partenariat avec le WWF.
- **2^{ème} Rencontre autour de la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) dans la Grande Distribution (colloque organisé par l'IAE Gustave Eiffel de l'Université Paris XII) – Thème « La consommation responsable », 3 avril 2008 – Réponses du consommateur à la communication sociétale de l'enseigne : une approche par la théorie de l'attribution**, Créteil (avec B. Parguel)
- **Colloque Doctoral de l'Association Française du Marketing – 9-10 mai 2006 – Nantes**
Benoit-Moreau F., La Première Rencontre Méorable entre Marque et Consommateur et son Influence sur leur Relation, Actes du Colloque Doctoral AFM, 9-10 mai 2006, Nantes

Autres :

- Reviewer et membre du Comité scientifique pour les congrès de l'AFM (2010, 2011), Colloque Ethique & Sciences de Gestion 2011 (Université Paris-Descartes), Rencontres sur la Communication numérique (2011)
- Membre de **l'Association Française du Marketing (AFM)** depuis 2004
- Membre de la **European Marketing Academy (EMAC)** depuis 2007
- **Session Chair** lors de la *Thought leaders International Conference on Brand Management*, Birmingham Business School, 24-25 avril 2007 – Reviewing pour la conférence 2010

Activités d'Enseignement

- 2009-...** **Université PARIS-DAUPHINE**
Introduction au Marketing – L3 en Apprentissage
Brand Management – M2 Communication Marketing Intégrée (CMI)
Brand management – M2 Marketing
- 2009-...** **Université Paris VI – Pierre & Marie Curie**
Brand management – M2 Marketing de la Santé
- 2006-2008** **Université de MARNE-LA-VALLÉE**
Marketing dans le Luxe – M2 - Master de Gestion des Industries du Luxe et du Design
Stratégies Marketing – M1 - Master d'Ingénierie Economique + L3
E-marketing – M1 – Master d'Ingénierie Economique
Etudes de Marché – L3
- 2003-2006** **ESSEC** – Chaire Européenne de Marketing Sportif (étudiants cycle MBA) – **Séminaire d'aide méthodologique à la résolution des Cas d'entreprise**

2005 **ESCP-EAP – 1^{ère} année et 2^{ème} année (étudiants Etrangers et Admis directs) de « Grande Ecole » - *Fondements du Marketing***

2004 **Université de CERGY-PONTOISE – M1 – *Comportement du Consommateur***

2002-2003 **Université PARIS-DAUPHINE – L3 – *Cours d'Introduction au Marketing***

Encadrement d'étudiants -

- **Université de Marne-la-Vallée – M2 – Master de gestion des Industries du Luxe et du Design** : Encadrement d'une étude opérationnelle pour le compte de notre partenaire **Van Cleef & Arpels**
- **ESSEC – Chaire Européenne de Marketing Sportif** : Encadrement de binômes d'étudiants MBA sur **les études opérationnelles** réalisées pour les **partenaires de la Chaire** (projets de 6 mois)
- Encadrement d'une **Thèse professionnelle Master en Management du Sport** + Mémoires de fin d'études

Expériences professionnelles

2006-2008 **Université de Marne-la-Vallée- Assistant Temporaire d'Enseignement et de Recherche (ATER) – Poste temps plein**

2001-2006 **Missions de Conseil Marketing auprès de grands groupes (Kraft, Marie Group Uniq, Rivoire & Carret Lustucru, lastminute.com...) et Groupes familiaux (Comtesse du Barry, Valrhona...) via le cabinet CATALYSE MARKETING**

1999- 2001 **THE BOSTON CONSULTING GROUP (BCG) – Paris – Consultante Junior**

Jan-Juil 98 **Société Générale Australia Limited – Sydney – Département Group Finance – Stage de césure**

Juil-Déc 97 **Unilever (Elida Fabergé) – Paris – Assistante Chef de produit « Brut de Fabergé » - Stage de césure**

- Suivi des prévisions de vente et du budget promotionnel – Rédaction de recommandation de lancement
- Gestion des coffrets de Fin d'année : développement pack, argumentaires, PLV, coupons et site internet
- Réalisations de synthèses Nielsen mensuelles

Juil-Sept 96 **Qualipige (agence publi-promotionnelle) – Paris – Stage de Vente**

- Prospection de nouveaux clients et co-rédaction d'une campagne (gamme de produits cosmétiques)