

## **Florence BENOIT-MOREAU**

### **Maître de Conférences**

Co-responsable du Master Communication Marketing Intégré (CMI)  
Bureau A127  
Laboratoire DRM – Dauphine Recherche en Management  
GFR Marketing & Stratégie  
Université Paris-Dauphine  
[florence.benoit-moreau@dauphine.fr](mailto:florence.benoit-moreau@dauphine.fr)



## **Formation**

---

- 2008**      **Université PARIS-DAUPHINE / Programme Doctoral ESSEC - DOCTORAT en Sciences de GESTION (Marketing)**  
Titre de la thèse : « *La 1<sup>ère</sup> rencontre mémorable entre un consommateur et une marque* » (sous la co-direction des Professeurs B. Pras et P. Volle)  
*Promotion CEFAG (Centre Européen de Formation Approfondie à la Gestion) 2006*
- 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, Relation marque-consommateur

### **Prix, Distinction :**

- **Prix de la meilleure communication « Jeune Chercheur » - Colloque Etienne Thil 2008** (en collaboration avec Parguel B.) Titre de la communication : *Communication sociétale des enseignes, le consommateur est-il toujours dupe ? Le rôle de la réputation.*

### **Séjour à l'étranger :**

- **Sept 2006 – Visiting Student – University of Toronto – Rotman School of Business**

### **Chapitre d'Ouvrage collectif (à paraître courant 2009)**

- **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 :**

- **Benoit-Moreau F., 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
- **Parguel B., Benoit-Moreau F., Larceneux F., How Sustainability Ratings Might Deter "Greenwashing"?** **A Closer Look at Ethical Corporate Communication – Journal of Business Ethics** – En cours de 3<sup>ème</sup> tour

### Colloques avec Comité de lecture :

- **Congrès International de l'AFM (Association Française du Marketing) –14-15 mai 2009 – Londres**  
**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 XXV<sup>e</sup> congrès AFM, 14-15 mai 2009, Londres
- **Colloque Etienne Thil – 2-3 octobre 2008 – La Rochelle**  
**Parguel B., Benoit-Moreau F.,** *Communication sociétale des enseignes, le consommateur est-il toujours dupe ? Le rôle de la réputation*, Actes du 11<sup>e</sup> Colloque Etienne Thil, 2-3 octobre 2008, La Rochelle (Obtention du Prix de la meilleure communication « Jeune Chercheur »)
- **Congrès International de l'EMAC (European Marketing Academy) – 27-30 mai 2008 – Brighton**  
**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<sup>e</sup> congrès de l'EMAC, 27-30 mai 2008, Brighton
- **Congrès International de l'AFM (Association Française du Marketing) –15-16 mai 2008 – Vincennes**  
**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 XXIV<sup>e</sup> congrès AFM, 15-16 mai 2008, Vincennes
- **Congrès International de l'EMAC (European Marketing Academy) – 22-26 mai 2007 – Reykjavik**  
**Benoit-Moreau F., Parguel B.,** *Societal Communication and Brand Equity*, Actes du 36<sup>e</sup> congrès de l'EMAC, 22-26 mai 2007, Reykjavik
- **Thought leaders International Conference on Brand Management – 24-25 Avril 2007 – Birmingham**  
**Benoit-Moreau F., Parguel B.,** *Societal Communication and Brand Equity*, Proceedings of the Thought leaders International Conference on Brand Management, 24-25<sup>th</sup> April 2007, Birmingham
- **Congrès International de l'AFM (Association Française du Marketing) –30 mai-1<sup>er</sup> juin 2007 – Aix-les-Bains**  
**Parguel B., Benoit-Moreau F.,** *Communication sociétale et Capital Marque*, Actes du XXIII<sup>e</sup> congrès AFM, 30 mai-1<sup>er</sup> juin 2007, Aix-les-Bains
- **Congrès International de l'AFM (Association Française du Marketing) – 11-12 mai 2006 - Nantes**  
**Benoit-Moreau F.,** *La Première Rencontre Mémorable entre Marque et Consommateur et son Influence sur la Relation : Exploration par une Approche Qualitative Phénoménologique*, Actes du XXII<sup>e</sup> Congrès AFM, 11-12 mai 2006, Nantes
- **Consumer Personality & Research Conference -20-24 sept. 2005 – Dubrovnik**  
**Benoit F., Volle P.,** *Consumer Relationship Orientation towards a Brand (CROB): Concept definition and Construct Dimensions Exploration*

### Colloques sans Comité de lecture :

- **7<sup>ème</sup> 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. Présentation sous forme de « poster ». Sélectionné pour l'ouvrage collectif à paraître en janvier 2009.

- **2<sup>ème</sup> 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 sociale 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 Mémorable entre Marque et Consommateur et son Influence sur leur Relation*, Actes du Colloque Doctoral AFM, 9-10 mai 2006, Nantes

### **Cahiers de Recherche DRM- DMSP :**

- **Parguel B., Benoit-Moreau F., Larceneux F.**, A closer look at ethical corporate marketing: sustainability rating as a means to deter *Greenwashing?*, Cahier de Recherche DMSP n°383
- **Benoit-Moreau F., Parguel B., Larceneux F.**, *Comment prévenir le greenwashing ? L'influence des éléments d'exécution publicitaire*, Cahier de Recherche DMSP n°379
- **Parguel B., Benoit-Moreau F.**, *Communication sociale et Capital Marque*, Cahier de Recherche DMSP n°362
- **Benoit-Moreau F.**, *La Première Rencontre Mémorable entre Marque et Consommateur et son Influence sur la Relation : Exploration par une Approche Qualitative Phénoménologique*, Cahier de Recherche DMSP n°354

### **Autres :**

- 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  
**E-marketing** – M2 Marketing (coordination du cours)  
**Brand management** – M2 Marketing  
**Brand management** – M2 Marketing-Vente (co-habilité avec Paris VI – Pierre et Marie Curie)
- 2006-2008**   **Université de MARNE-LA-VALLEE**  
**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<sup>ère</sup> année et 2<sup>ème</sup> 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)