

## **Gallopel-Morvan Karine**

Ecole des Hautes Etudes en Santé Publique  
15, Avenue du Professeur Léon-Bernard, CS 74312  
35043 Rennes cedex



### **Professeure des Universités**

EHESP (Ecole des Hautes Etudes en Santé Publique)  
Equipe d'Accueil Management des Organisations de Santé  
(EA 7348 MOS)

### **Honorary Professor**

University of Stirling (Scotland, UK)

#### **FONCTIONS**

**2013-** : **Professeure des Universités en Sciences de gestion**

Ecole des Hautes Etudes en Santé Publique

**2011-2013** : **Maître de Conférences HDR en Sciences de gestion**

Ecole des Hautes Etudes en Santé Publique

**1998-2011** : **Maître de Conférences en Sciences de gestion**

IGR-IAE de Rennes (Univ Rennes 1)

**1997-1998** : Attachée Temporaire à l'Enseignement et à la Recherche (A.T.E.R.)

Ecole Nationale Supérieure de Chimie de Rennes (E.N.S.C.R.) (Univ Rennes 1)

**1994-1997** : Allocataire de recherche et Monitrice de l'enseignement supérieur

IGR-IAE de Rennes (Univ Rennes 1)

*Mise à jour CV : Janvier 2018*

## TITRES UNIVERSITAIRES

### . **Habilitation à Diriger des Recherches (HDR)**

*(15 septembre 2006, IAE d'Aix-en-Provence, Université Aix-Marseille)*

#### Jury :

Dwight Merunka (coordinateur), Professeur Univ. Aix-Marseille III, Pierre Valette-Florence (président de jury), Professeur Univ. Pierre Mendès-France (IAE de Grenoble), Marc Filser (rapporteur), Professeur Univ. Bourgogne (IAE de Dijon), Gilles Laurent (rapporteur), Professeur HEC Paris, Bernard Pras (rapporteur), Professeur Univ. Paris IX Dauphine.

### . **Doctorat en sciences de gestion**

*(2 février 1998, IGR-IAE, Université Rennes 1)*

« Influence de la musique sur les réponses des consommateurs à la publicité : prise en compte des dimensions affective et symbolique inhérentes au stimulus étudié »

*Mention* : très honorable avec les félicitations du jury.

#### Jury :

Joël Jallais, Professeur Univ. Rennes 1 (directeur de thèse), Dwight Merunka (rapporteur), Professeur Univ. Aix-Marseille III, Pierre Grégory (rapporteur), Professeur Univ. Paris 1, Gérard Cliquet (suffragant), Professeur Univ. Rennes 1.

. **DEA en sciences de gestion** (IGR-IAE, Université de Rennes 1) (1993-1994)

. Maîtrise en sciences de gestion (IGR-IAE, Université de Rennes 1) (1991-1993)

. DEUG sciences Economiques (Faculté des sciences économiques, Université de Rennes 1) (1989-1991)

### **Autres informations**

- 2016-2020 : **bénéficiaire de la Prime d'Encadrement Doctoral et de Recherche (20% des meilleurs dossiers en national, meilleure note obtenue sur les 4 critères d'évaluation)**
- 2012-2016 : bénéficiaire de la Prime d'Excellence Scientifique (PES) (**note A obtenue**)
- Obtention de la 1<sup>ère</sup> classe de Professeure des universités (2017)
- Nomination en tant que Professeur honoraire (Honorary Professor) à l'Université de Stirling (Ecosse, GB) ; June 2017-May 2020

## 1. ACTIVITES SCIENTIFIQUES

Mes recherches sont menées au sein de l'**EA 7348 MOS de l'EHESP**.

Je suis également chercheuse associée au CREM (Centre de Recherche en Economie et Management, UMR CNRS 6211).

Le thème de la **persuasion publicitaire** (à travers l'impact de la musique publicitaire) a été exploré au cours de ma thèse de doctorat (1998).

A la fin des années 1990, je me suis intéressée au **marketing social**, discipline peu connue en France qui se définit comme « *l'application des techniques utilisées en marketing commercial pour analyser, planifier, exécuter et évaluer des programmes dont le but est la modification du comportement d'une cible d'individus, afin d'améliorer leur bien être personnel et celui de la société* »<sup>1</sup>. La recherche en marketing social s'est beaucoup développée à partir des années 1980 aux Etats-Unis, en Grande-Bretagne (sous l'impulsion de Gerard Hastings), puis en Australie.

J'ai abordé le marketing social sous 3 angles :

- dans le prolongement de ma thèse de doctorat, c'est **l'influence des émotions mobilisées dans les campagnes préventives** qui a retenu mon attention. J'ai en particulier étudié l'effet des émotions négatives dans un contexte de prévention des comportements tabagiques (sur les paquets de cigarettes : avertissements sanitaires sous formes de photos apposés sur les emballages des produits du tabac) ;

- le **marketing social critique** a pour objectif d'observer et d'analyser l'impact des pratiques marketing des industriels (tabac, alcool) sur les attitudes, représentations et comportements des individus. A titre d'illustration, j'ai travaillé sur le paquet de cigarettes, support de communication de l'industrie du tabac et je travaille sur la loi Evin alcool (la dimension publicitaire de cette loi). J'ai étudié les effets du paquet de cigarettes neutre (emballage dépourvu de signe publicitaire, de logo, etc.) et de la régulation publicitaire des produits alcoolisés proposé par les acteurs de la santé publique ;

- mes travaux en marketing social m'ont amené à côtoyer des organisations non marchandes (ONG) et publiques de santé (Santé Publique France, OFDT, etc.). Je me suis alors posée la question de l'intérêt et des apports de l'introduction du marketing dans ces structures afin d'améliorer leur performance et l'efficacité de leurs actions. Dans ce contexte, je me suis particulièrement intéressée au **marketing social** (déploiement des techniques du marketing dans un contexte de prévention) et au marketing de la **collecte de fonds** (« *fundraising* »).

L'ensemble de ces recherches a été / est réalisé en collaboration avec des partenaires français (Universités de Rennes 1, Paris-Sorbonne, CHU Brest, etc.) et étrangers (Universités de Stirling en Grande-Bretagne, Otago en Nouvelle-Zélande, London School of Hygiene and Tropical Medicine, Waterloo au Canada, etc.). Ces recherches visant à améliorer les campagnes de lutte contre le tabagisme et contre l'alcoolisme, je suis en contact régulier avec les autorités publiques et les associations qui peuvent s'appuyer sur les résultats de mes travaux pour éclairer leurs décisions.

---

<sup>1</sup> Kotler P., Zaltman G. (1971), Social marketing: an approach to planned social change, *Journal of Marketing*, 35.

**1.1. Articles dans des revues internationales ou nationales avec comité de lecture répertoriées par l'HCERES/CNRS ou dans les bases de données internationales (ISI Web of Science, Pub Med...)**

1. Dossou G., Gallopel-Morvan K. (à paraître), Les avertissements sanitaires sont-ils efficaces pour lutter contre la consommation excessive d'alcool? Synthèse de la littérature et voies de recherche, *Journal de Gestion et d'Économie Médicales*, (CNRS 4 / HCERES Gestion C).
2. Guignard R., Gallopel-Morvan K., Mons U., Hummel K., Nguyen-Thanh V. (2018), Impact of a negative emotional anti-tobacco mass-media campaign on French smokers: a longitudinal study, *Tobacco Control*, DOI: 10.1136/tobaccocontrol-2017-053936.
3. Droulers O., Gallopel-Morvan K., Lacoste-Badie S., Lajante M. (2017), The influence of threatening visual warnings on tobacco packaging: Measuring the impact of threat level, image size, and type of pack through psychophysiological and self-report methods. *PLoS ONE* 12(9):e0184415. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0184415> (IF: 2.806).
4. Gallopel-Morvan K. et Moodie C. (2017), Commentary on Russell, Régnier-Denois, Chapoton and Buhrau (2017): The continuing presence of tobacco and alcohol products in media that target young people, *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*, 78(5), 684-5, (IF: 2.789; HCERES psychologie).
5. Dossou G., Gallopel-Morvan K., Diouf J-F. (2017), The effectiveness of current French health warnings displayed on alcohol advertisements and alcoholic beverages, *European Journal of Public Health*, 27(4), 699-704 (IF: 2.789) (CNRS 3 Gestion / HCERES gestion B), doi: 10.1093/eurpub/ckw263.
6. Gallopel-Morvan K., Hoek J., Rieunier S. (2017), Do tobacco plain packaging and pictorial warnings affect smokers' and non-smokers' behavioral intentions?, *Journal of Consumer Affairs* (CNRS 4 / HCERES Gestion C), DOI: 10.1111/joca.12145.
7. Gallopel-Morvan K., Spilka, S., Mutatayi, C., Rigaud, A., Lecas, F., & Beck, F. (2017). France's Évin Law on the control of alcohol advertising: content, effectiveness and limitations. *Addiction*, 112(S1), 86-93 (IF 4.829) (PubMed) (HCERES psychologie).
8. Moodie C., A.M. Mackintosh, Gallopel-Morvan K., Hastings G., Ford A. (2017), Adolescents' perceptions of an on-cigarette health warning, *Nicotine & Tobacco Research*, 19(10):1232-1237 (IF: 3.811) (HCERES psychologie) (PubMed).
9. Hoek J., Ferguson S., Court E., Gallopel-Morvan K. (2016), A Qualitative exploration of young adult RYO smokers' practices, *Tobacco Control*, doi:10.1136/tobaccocontrol-2016-053168, (IF: 6.321) (HCERES psychologie) (PubMed).
10. Busson-Villa F., Gallopel-Morvan K., Le Gall-Ely M. (2016), La collecte de fonds dans les établissements de santé : facteurs clefs d'efficacité, *Management International*, 20 (3), 122-133 (CNRS 3 / HCERES Gestion A).
11. Gallopel-Morvan K. (2015), Le paquet de cigarettes neutre est-il efficace pour lutter contre le tabagisme ?, *La Revue du praticien*, 65 (octobre), 1018-20 (référéncée PubMed et classée par le CNU santé, Groupe VI).
12. Kotnowski K., Fong G.T., Gallopel-Morvan K., Islam T., Hammond D. (2015), The impact of cigarette packaging design among young females in Canada: Findings from a discrete choice experiment, *Nicotine & Tobacco Research*, doi: 10.1093/ntr/ntv114 (IF: 3.811) (HCERES psychologie) (PubMed).
13. Gallopel-Morvan K., Moodie C., Eker F., Béguinot E., Martinet Y. (2015), Perceptions of plain packaging among young adult roll-your-own smokers in France: A naturalistic

- approach, *Tobacco Control (BMJ Journal)*, 24 (1), 39-44 (IF: 6.321) (HCERES psychologie) (PubMed).
14. Brehonnet R., Gallopel-Morvan K., Gabriel P. (2014), L'impact de la présence d'alcool à l'écran sur le désir de consommer de jeunes Français : effet de la valence et du sexe, *Journal de Gestion et d'Économie Médicales*, 32, 3, 6-19 (CNRS 4 / HCERES Gestion C).
  15. Gallopel-Morvan K., Gabriel P., Le Gall-Ely M., Rieunier S. et Urien B. (2013), Plain packaging to help public health. The case of tobacco control, *Journal of Business Research*, 66, 133–136 (IF: 2.48) (CNRS 2 / HCERES gestion A).
  16. Gallopel-Morvan K. (2013), Le paquet de cigarettes au service de l'industrie du tabac ou de la santé publique ?, *Revue Communication & Langages*, 179, juin, 79-92 (HCERES sciences de l'information et de la communication).
  17. Gallopel-Morvan K. (2013), Lutte contre le tabagisme : le paquet de cigarettes neutre est-il efficace ?, *Bulletin Epidémiologique Hebdomadaire*, 20-21, 227-229 (AERES sociologie classement revues SHS 2010-2013).
  18. Gallopel-Morvan K., Orvain J., Waelli M., Rey Pino J.M. (2012), Demarketing tobacco products: the influence of plain packs on smokers and non-smokers perceptions and behavioural intentions, *Journal de Gestion et d'Économie Médicale*, 30(5), 322-331 (CNRS 4 / HCERES gestion C).
  19. Busson-Villa F. et Gallopel-Morvan K. (2012), La normalisation des associations : quelle efficacité pour rassurer les parties prenantes ?, *Management & Avenir*, 54(4), 168-190 (CNRS 4 / HCERES gestion C).
  20. Gallopel-Morvan K., Moodie C., Hammond D., Eker F., Béguinot E., Martinet Y. (2012), Consumer perceptions of cigarette pack design in France: A comparison of regular, limited edition and plain packaging, *Tobacco Control (BMJ Journal)*, 21(5), 502-506 (IF: 5.933) (HCERES psychologie "excellent").
  21. Gallopel-Morvan K., Gabriel P., Le Gall-Ely M., Rieunier S. et Urien B. (2011), The use of visual warnings in social marketing: the case of tobacco, *Journal of Business Research*, 64 (1), 7-11 (IF: 2.48) (CNRS 2 / HCERES gestion A).
  22. Gallopel-Morvan K., Béguinot E., Eker F., Martinet Y. et Hammond D. (2011), Perception de l'efficacité des paquets de cigarettes standardisés. Une étude dans un contexte français, *Bulletin Epidémiologique Hebdomadaire*, 20-21, 244-247 (HCERES sociologie classement revues SHS 2010-2013).
  23. Gallopel-Morvan K., Le Gall-Ely M., Rieunier S. (2011), Faut-il apposer des avertissements sanitaires visuels sur les paquets de cigarettes : les conditions de l'efficacité, *Décisions Marketing*, 62, 19-29 (CNRS 3 / HCERES gestion B).
  24. Gallopel-Morvan K., Moodie C., Hammond D., Eker F., Béguinot E., Martinet Y. (2011), Consumer understanding of cigarette emission labelling, *European Journal of Public Health*, 21(3), 373-375 (IF: 2.74) (CNRS 3 / HCERES gestion B).
  25. Béguinot E., Gallopel-Morvan K., Wirth N., Spinosa A., Martinet Y. (2010), Tobacco advertising through French TV in 2005: frequent illicit broadcasting; its impact on teenagers and young adults, *Journal of Public Health*, 32(2), 184-190 (IF: 1.92) (HCERES psychologie).
  26. Hastings G., Gallopel-Morvan K. et Rey J.M. (2008), The plain truth about tobacco packaging, *Tobacco Control (BMJ Journal)*, 17, 361-362 (IF: 5.933) (HCERES psychologie "excellent").

27. Gallopel-Morvan K. (2008), Les avertissements sanitaires apposés sur les paquets de cigarettes : quelle efficacité pour la lutte contre le tabagisme ?, Bulletin Epidémiologique Hebdomadaire, 21-22, 201-204 (HCERES sociologie classement revues SHS 2010-2013).
28. Gallopel-Morvan K. (2006), Peur et persuasion sociale : état de l'art, limites et voies de recherche, Recherche et Applications en Marketing, 21, 41-60 (CNRS 2 / HCERES gestion A).
29. Gallopel-Morvan K., Rieunier S., Dion D., Le Gall-Ely M. et Debenedetti S. (2006), Impact des avertissements sanitaires dans la lutte contre le tabagisme : synthèse théorique et résultats d'une étude qualitative, Revue Française du Marketing, 26, 7-25 (HCERES gestion C).
30. Gallopel-Morvan K. (2005), La peur est-elle efficace dans un contexte Français de lutte contre les comportements tabagiques ?, Décisions Marketing, 37, 7-16 (CNRS 3 / HCERES gestion B).
31. DeBarnier V., Maille V., Valette-Florence P. et Gallopel-Morvan K. (2005), A cross-cultural study of the persuasive effects of sexual and fear appealing messages : A comparison between France, Denmark, Thailand and Mexico, Asia Pacific Advances in Consumer Research, eds. Yong-Uon Ha and Youjae Yi, Duluth, MN : Association for Consumer Research, 6, 140-150 (AERES économie-gestion classement revues SHS 2010-2013).
32. Gallopel-Morvan K. et Lesage C. (2003), Prise en compte du phénomène de dissonance cognitive pour accroître l'efficacité des campagnes anti-tabac sur une cible de jeunes Français, Politiques et Management Public, 21(4), 89-116 (CNRS 4 / HCERES gestion C).
33. Sancho-Garnier H., le groupe de pilotage de la Ligue Nationale Contre le Cancer et K. Gallopel-Morvan K. (2003), Connaissances, opinions et comportements des médecins généralistes et des gynécologues vis-à-vis du dépistage organisé : analyse d'une enquête par sondage, Bulletin Epidémiologique Hebdomadaire, 4, 26-27 (AERES sociologie classement revues SHS 2010-2013).
34. Gallopel-Morvan K. et Cliquet G. (2002), Géomarketing et espace publicitaire, Décisions Marketing, 26, 47-54 (CNRS 3 / HCERES gestion B).
35. Gallopel-Morvan K. et Valette-Florence P. (2002), Fear appeal in anti-tobacco campaigns : cultural considerations, role of fear, proposal for an action plan, in Asia Pacific Advances in Consumer Research, eds. Ramizwick and Tu Ping, Valdosta, GA: Association for Consumer Research, 5, 274-279 (AERES économie-gestion classement revues SHS 2010-2013).
36. Gallopel-Morvan K. (2000), Influence de la musique publicitaire sur la formation de l'image de marque : une étude empirique, Revue Française du Marketing, 176, 73-86 (HCERES gestion C).
37. Gallopel-Morvan K. (2000), Contributions affective et symbolique de la musique publicitaire : une étude empirique, Recherche et Applications en Marketing, 15(1), 3-19 (CNRS 2 / HCERES gestion A).

**1.2. Articles dans des revues avec comité de lecture non répertoriées dans des bases de données internationales**

38. Gallopel-Morvan K., Moodie C., Eker F., Béguinot E., Martinet Y. (2015), Efficacité des paquets de cigarettes neutres sur des fumeuses en France : une étude dans un contexte réel de consommation, Bulletin Epidémiologique Hebdomadaire, 17-18, 308-315 ([http://www.invs.sante.fr/beh/2015/17-18/2015\\_17-18\\_5.html](http://www.invs.sante.fr/beh/2015/17-18/2015_17-18_5.html)).
39. Gallopel-Morvan K. (2015), Le marketing des producteurs d'alcool : quel impact sur les envies de consommer des jeunes ?, Actualité et dossier en santé publique (ADSP) (revue du Haut Conseil de la Santé Publique), La Documentation Française, 90, 26-27.
40. Gallopel-Morvan K. (2014), Marketing social et marketing social critique : quelle utilité pour la santé publique ?, Les Tribunes de la Santé (Sève, revue santé de Sciences Po), 45, 1-7.
41. Gallopel-Morvan K. (2012), le marketing des industriels du tabac et son influence sur les individus, Actualité et dossier en santé publique (ADSP) (revue du Haut Conseil de la santé publique), La Documentation Française, 81, 53-55.
42. Rey Pino J.M., Lacave Garcia B., Viedma Del Jesus M.I., Gallopel-Morvan K. (2011), Una imagen vale más que mil palabras: efectos de las advertencias sanitarias visuales en el descenso del consumo de tabaco: un estudio desde la perspectiva del marketing social, Cuadernos de gestión, 10, 149-165.
43. Gallopel-Morvan K. (2011), Le marketing social peut être très utile dans un programme de santé publique, Santé de l'Homme (revue de l'INPES), 412, 4-5.
44. Gallopel-Morvan K. (2008), Producteurs d'alcool : un marketing sur mesure pour séduire les jeunes, Santé de l'Homme (revue de l'INPES), 398, 20-21.
45. Gallopel-Morvan K., E. Béguinot, Y. Martinet, P. Mourouga, C. Nieraad et S. Ratte (2006), Le placement des produits du tabac dans les films, Les Tribunes de la Santé (Sève, revue santé de Sciences Po), 11, 81-87.
46. Gallopel-Morvan K., S. Ratte et A. Hirsh (2005), Tabac en Europe : les avertissements sanitaires au banc d'essai, Santé de l'Homme, 379, 4-6.
47. Gallopel-Morvan K. (2005), Marketing social et prévention : la peur, utile ou toxique ?, Santé de l'Homme (revue de l'INPES), 377.
48. Legohérel P., Callot P., Peters M. et Gallopel-Morvan K. (2004), Personality characteristics, attitude toward risk, and decisional orientation of the small business entrepreneur: a study of hospitality managers, Journal of Hospitality & Tourism Research, 28 (1), 109-120.
49. Legohérel P., Callot P., Peters M. et Gallopel-Morvan K. (2003), Dimensions psychologiques, processus de prise de décision et attitude envers le risque: une étude des dirigeants de petites et moyennes entreprises, La Revue des Sciences de Gestion, 199, 51-72.

### **1.3. Ouvrages**

1. **Coordinatrice** de l'ouvrage « Marketing et communication des associations » (2013). Co-auteurs P. Birambeau (Co-fondateur du Téléthon en France), F. Larceneux (Chargé de recherche CNRS, Université Paris-Dauphine), S. Rieunier (Maître de conférences, Université Paris-Sorbonne), Dunod, 2<sup>ème</sup> édition, 258 pages (**ouvrage labellisé en 2015 par le Collège de Labellisation de la FNEGE**).
2. Rey Pino M.J., Lacave Garcia M.L., Viedma des Jesus M.I., Gallopel-Morvan K., Hastings G., Moodie C. (2010), « Efectos de las esquelas sanitarias visuales y el envase generico en el

descendo des consumo de tabaco: un estudio desde la perspectiva del marketing social », Godel S.L. Ed., ISBN 978-84-92757-65-7, 209 pages.

3. **Coordinatrice** de l'ouvrage « Marketing et communication des associations » (2008), Co-auteurs P. Birambeau (Co-fondateur du Téléthon en France), F. Larceneux (Chargé de recherche CNRS, Université Paris-Dauphine), S. Rieunier (Maître de conférences, Université Paris-Sorbonne), Dunod, 1<sup>ère</sup> édition, 239 pages.
4. Gallopel-Morvan K. (2002), « Musique et Publicité. Comment tirer parti du potentiel de la musique dans une création publicitaire ? », e-ouvrage aux éditions e-theque.com, bibliothèque numérique du management, Collection Perfectionnement, 76 pages.

#### **1.4. Chapitres d'ouvrages**

1. Gallopel-Morvan K., Goudet A. et Rieunier S (2017), Comment gérer l'ambiance sonore ?, in Marketing sensoriel et expérientiel du point de vente, ouvrage coordonné par Sophie Rieunier, Dunod, 5ème édition, p.65-102.
2. Gallopel-Morvan K., Olivier Smadja, Anna Mercier, Elodie Safta, Jennifer Davies, Romain Guignard, Pierre Arwidson, Viêt Nguyen Thanh (2018), "Moi(s) sans tabac': The first collective challenge for smoking cessation launched by Santé publique France", in Social Marketing: rebels with a cause, Hastings G. et Domegan C., 3rd Ed., Routledge Taylor & Francis Group, p.444-452.
3. Blondé J., Girandola F., Gallopel-Morvan, K. (2016), Les avertissements sanitaires visuels sur les paquets de cigarette: quels sont leurs effets trois ans après leur lancement en France?, in *Évolutions sociales, innovations et politiques: Nouveaux enjeux en psychologie de la santé*, ouvrage collectif coordonné par A.-M. Etienne et I. Bragard, Editions des archives contemporaines, p.159-162.
4. Gallopel-Morvan K. (2015), Communication en santé, in *Santé en France : problèmes et politiques*, ouvrage collectif du Haut Conseil de la Santé Publique, Collection Avis et rapports, La documentation Française, p.100-101.
5. Gallopel-Morvan K. et Diouf J.-F. (2014), Influence du marketing et de la publicité des industriels du tabac et de l'alcool, in *Conduites addictives chez les adolescents, expertise collective de l'Inserm*, p.137-148.
6. Crié D., Gallopel-Morvan K., Louazel M., Tardif L. (2013), Créer de la valeur grâce au marketing hospitalier, in *L'innovation managériale à l'hôpital : 14 cas de mise en œuvre*, ouvrage collectif coordonné par Thierry Nobre, Dunod, 185-203 (**ouvrage labellisé en 2014 par le Collège de Labellisation de la FNEGE**).
7. Gallopel-Morvan K. (2013), Comment se faire connaître et gérer son image ?, in Marketing et communication des associations, Dunod, 2<sup>ème</sup> édition, p.53-98.
8. Gallopel-Morvan K. (2013), Comment réaliser une communication publicitaire efficace ?, in Marketing et communication des associations, Dunod, 2<sup>ème</sup> édition, p.199-238.
9. Gallopel-Morvan K. et Leroux C. (2013), The National League Against Cancer's 'You kill, you pay' campaign: How to fight the tobacco industry?, in *Social Marketing: from tunes to symphonies*, Hastings G. et Domegan C., Routledge, p.394-400.
10. Rey Pino M.J., Gallopel-Morvan K. (2013), Fundamentos y actividades del marketing social y critico: por qué safo decidio fumar?, in *Marketing y sociedad: aplicaciones sectoriales del marketing no lucrativo*, Ed. Universidad de Granada, 121-136.

11. Rieunier S, Gallopel-Morvan K. et Goudet A. (2013), Gérer l'ambiance sonore, in *Le marketing sensoriel du point de vente, créer et gérer l'ambiance des lieux commerciaux*, ouvrage coordonné par Sophie Rieunier, Dunod, 4<sup>ème</sup> édition, 57-90 (7000 exemplaires vendus depuis la 1<sup>ère</sup> édition ; **ouvrage labellisé en 2014 par le Collège de Labellisation de la FNEGE**).
12. Gallopel-Morvan K. (2012), Le packaging au service de la santé publique, in *Marketing. Nouveaux enjeux, nouvelles perspectives*, ouvrage coordonné par G. Cliquet, Presse Universitaire de Rennes, 169-177.
13. Gallopel-Morvan K. (2011), Une image peut-elle valoir mille mots ? L'image au service de la communication publicitaire en santé publique, in *Image et santé (matériaux, outils, usages)*, ouvrage coordonné par F. Douguet, T. Fillaut et F.-X. Schweyer, Presses de l'EHESP, collection Recherche Santé Social, 61-68.
14. Busson-Villa F. et Gallopel-Morvan K. (2011), Labels associatifs et collecte de fonds : des ambitions à la pratique, in Bergadaà M., Le Gall-Ely M. et Urien B. (ed.), *Don et pratiques caritatives*, De Boeck University, Bruxelles, 113-126.
15. Calvert G., Gallopel-Morvan K., Sauneron S. et Oullier O. (2010), Dans le cerveau du fumeur : neurosciences et prévention du tabagisme, in *Nouvelles approches de la prévention en santé publique: l'apport des sciences comportementales, cognitives et des neurosciences*, Rapports et documents n°25, La Documentation Française, 86-107.
16. Gallopel-Morvan K. et Rieunier S. (2008), Le marketing social, in *Le management des organisations : fondements et renouvellements*, ouvrage coordonné par G. Schmidt, Editions Sciences Humaines, 82-90.
17. Gallopel-Morvan K. (2008), Comment se faire connaître et gérer son image ?, in *Marketing et communication des associations*, Dunod, 1<sup>ère</sup> édition, p.49-87.
18. Gallopel-Morvan K. (2008), Comment réaliser des communications publicitaires efficaces ?, in *Marketing et communication des associations*, ouvrage coordonné par K. Gallopel-Morvan, Dunod, 1<sup>ère</sup> édition, p.177-211.
19. Gallopel-Morvan K. et Rieunier S. (2008), Réaliser un autodiagnostic de sa démarche marketing, in *Marketing et communication des associations*, Dunod, 1<sup>ère</sup> édition, 213-219.
20. Gallopel-Morvan K. (2007), Améliorer l'impact des campagnes de prévention. Eclairage théorique et empirique dans un contexte français de lutte contre le tabagisme, in *Quand les associations interrogent les modèles de management*, ouvrage coordonné par H. Rainelli-Le Montagner, L'Harmattan, 131-155.
21. Gallopel-Morvan K. (2006), Advertising Policy and Geographic information, in *Geomarketing*, ISTE, edited by G. Cliquet (version également en français).
22. Gallopel-Morvan K. (2003), Le marketing social : un outil au service de la prévention des comportements tabagiques des jeunes français, in *Tabagisme, prise en charge chez les étudiants*, ouvrage collectif Expertise Collective INSERM, éditions scientifiques, 81-194.

### **1.5. Communications scientifiques**

⇒ **Colloques internationaux et nationaux avec proceedings**

1. Diouf J-F, Olivier Droulers, Sophie Lacoste-Badie, Gallopel-Morvan K (2018), Assessing Ad Content Impact on Alcohol Products' Perceptions, Desire to Consume and Health Warnings' Noticeability: An Experiment Using Verbal and Non-verbal Measurements, 21st Academy of Marketing Science World Marketing Congress (AMS WMC), 27-29 June 2018, Porto, Portugal.
2. Diouf J-F, Olivier Droulers, Sophie Lacoste-Badie, Gallopel-Morvan K (2017), Does Advertising Content Influence Alcohol Products' Perceptions, Desire to Consume and Health Warnings' Noticeability? An Experimental Approach Based on Verbal and Non-verbal Measurements, European Marketing Academic Conference, 23-26 May, Groningen, The Netherlands.
3. Diouf J-F, Olivier Droulers, Sophie Lacoste-Badie, Gallopel-Morvan K (2017), Influence du contenu des publicités pour l'alcool sur les perceptions des boissons alcoolisées, l'envie de consommer et la visibilité des avertissements sanitaires, Colloque de l'association française du marketing, 17-19 mai, Tours.
4. Kacha M., Gallopel-Morvan K., Frazer R., Herrmann JL (2017), Effets du paquet de cigarettes neutre (vs. classique) sur les non-fumeurs et les fumeurs et rôle de la valence de la couleur du paquet neutre, Colloque de l'association française du marketing, 17-19 mai, Tours.
5. Dossou G, Gallopel-Morvan K., Diouf J-F (2017), Quel impact des avertissements sanitaires alcool utilisés en France sur les perceptions et les intentions des jeunes : résultats d'une étude exploratoire, Colloque de l'association française du marketing, 17-19 mai, Tours.
6. Dossou G. et Gallopel-Morvan K. (2017), Utilisation des avertissements sanitaires dans la prévention de l'abus d'alcool : quelle efficacité ?, Troisième Journée de Recherche en Marketing du Grand Est, Metz, 31 mars.
7. Diouf JF, Lacoste-Badie S., Gallopel-Morvan K., Droulers O. (2017), How advertising content influences alcohol products representations, desire to consume and health warnings' noticeability: an experiment with verbal and non-verbal measurements? Troisième Journée de Recherche en Marketing du Grand Est, Metz, 31 mars.
8. Dossou G, Gallopel-Morvan K., Diouf J-F (2017), The effectiveness of French alcohol health warning labels on youth, British Academy funded workshop (Advancing theory and understanding of risky drinking behaviour: Insights from alcohol warning messages), 20th January 2017, Chester (UK).
9. Gallopel-Morvan K., Spilka S., Mutatayi C., Rigaud A., Lecas F., Beck F. (2016), France's Évin Law on the control of alcohol advertising: content, effectiveness and limitations, The 41<sup>st</sup> Annual Macromarketing Conference, 12-15 July, Dublin, Ireland.
10. Diouf J-F, Dossou G, Gallopel-Morvan K. (2016), How packaging and advertising marketing content influences alcohol products representations, desire to consume and health warning visibility, The 41<sup>st</sup> Annual Macromarketing Conference, 12-15 July, Dublin, Ireland.
11. Drouet C., Gallopel-Morvan K., Pantin-Sohier G., Droulers O. (2016), Les cigarettes dissuasives : quel impact sur l'envie de fumer et les représentations des jeunes ?, Colloque International de l'Association Française du Marketing, 17-20 mai, Lyon.
12. Moodie C., Gallopel-Morvan K., Rey-Pino J.M., Purves R. (2015), Novel use of cigarette packaging to communicate health messages, World Social Marketing Conference, 19-21 April, Sydney.

13. Blondé J., Girandola F., Gallopel-Morvan K. (2014), Les avertissements sanitaires visuels sur les paquets de cigarette : quels sont leurs effets trois ans après leur lancement en France ?, 8<sup>ème</sup> Congrès de l'Association Francophone de Psychologie de la Santé, 15-17 décembre, Liège (Belgique).
14. Brehonnet R., Gallopel-Morvan K., Gabriel P. (2014), L'impact de la présence d'alcool à l'écran sur le désir de consommer de jeunes Français, 3<sup>èmes</sup> Journées Internationales Marketing de la Santé, Cannes, 6 juin.
15. Moodie C., Gallopel-Morvan K., Rey Pino J., Mackintosh A.M., Hastings G., Hoek J. (2013), Young adult smokers' perceptions of pictorial health warnings on cigarette packaging in the UK: lessons for warning design, European Marketing Academic Conference (EMAC), 4-5 June, Istanbul, Turkey.
16. Gallopel-Morvan K., Le Gall-Ely M., Rieunier S. et Urien B (2012), (De)marketing tobacco by combining plain packaging and warnings, Colloque International de l'Association Française du Marketing Brest, 10-11 mai.
17. Gallopel-Morvan K., Urbain J., Waelli M., Rey Pino J. (2012), Demarketing tobacco products: the influence of plain packs on smokers and non-smokers perceptions and behavioural intentions, Colloque ARAMOS, 23 novembre, Paris.
18. Busson-Villa F. et Gallopel-Morvan K. (2012), La normalisation des associations : quelle efficacité pour rassurer les parties prenantes ?, Colloque des IAE, 13-14 juin, Poitiers – *article sélectionné pour publication dans la revue Management & Avenir.*
19. Bréhonnet R., Gabriel P., Gallopel-Morvan K. (2012), Le placement de produits alcoolisés dans les films et son impact sur l'incitation à consommer: le rôle médiateur de l'imagerie mentale, 2<sup>èmes</sup> Journées Internationales Marketing de la Santé, Nice, 23 mars.
20. Busson-Villa F. et Gallopel-Morvan K. (2012), La normalisation des associations : quelle efficacité pour rassurer les donateurs ?, 2<sup>èmes</sup> Journées Internationales Marketing de la Santé, Nice, 23 mars.
21. Gallopel-Morvan K., Moodie C., Rey Pino J.M. (2010), Demarketing cigarettes through plain cigarette packaging, Colloque de l'Association Française du Marketing, Le Mans, 6-7 mai.
22. Gallopel-Morvan K., Gabriel P., Le Gall-Ely M., Rieunier S. et Urien B. (2010), Le packaging au service de la santé publique. Application à la lutte contre le tabagisme, 1<sup>ère</sup> Journée Internationale sur le marketing de la santé, 25 novembre, Lille.
23. Le Gall-Ely M., Bergadaà M., Busson-Villa F., Gallopel-Morvan K., Gonzalez C., Urbain C. et Urien B. (2010), Comportements des donateurs et management associatif, 2<sup>èmes</sup> Etats Généraux du Management, 22 octobre, Paris.
24. Rey Pino J.M., Lacave Garcia B., Viedma Del Jesus M.I., Gallopel-Morvan K. (2009), Una imagen vale más que mil palabras: efectos de las advertencias sanitarias visuales en el descenso del consumo de tabaco: un estudio desde la perspectiva del marketing social, Congrès national Espagnol en Marketing (AEMARK), Bilbao, 16-18 septembre.
25. Gallopel-Morvan K., Le Gall-Ely M., Rieunier S., Urien B. et Gabriel P. (2009), The impact of visual tobacco warnings in social marketing: a picture is worth a thousand words, European Marketing Academic Conference (EMAC), 26-29 May, Nantes.
26. Gallopel-Morvan K., Gabriel P., Le Gall-Ely M., Rieunier S. et Urien B. (2009), The use of visual warnings in social marketing: the case of tobacco, La Londe Conference in Marketing Communications and Consumer Behavior, 2-5 June, Lalonde les Maures.

27. Gallopel-Morvan K. (2006), Peur et persuasion sociale : état de l'art, limites et voies de recherche, Présentation au 22<sup>ème</sup> congrès de l'Association Française de Marketing, 11-12 mai, Nantes.
28. Gallopel-Morvan K., Rieunier S., Debenedetti S., Dion D. et Le Gall-Ely M. (2004), Efficacité des avertissements sanitaires dans la lutte contre le tabagisme : synthèse théorique et résultats d'une étude qualitative, Actes du 20<sup>ème</sup> Congrès de l'Association Française de Marketing, 6-7 mai, Saint-Malo.
29. De Barnier V., Maille V., Valette-Florence P. et Gallopel-Morvan K. (2004), Impact des messages à caractère choquant sur la persuasion publicitaire : une étude interculturelle, Actes du 20<sup>ème</sup> Congrès de l'Association Française de Marketing, 6-7 mai, Saint-Malo.
30. Gélinas-Chebat C., Daoust F., Dufresne M., Lebel M.-E. et Gallopel-Morvan K. (2004), What they say: A computer analysis of teenagers' interviews on smoking, Society for Marketing Advances (SMA), Proceedings of the conference, 2-7 November, St Pete Beach, Florida.
31. Gélinas-Chebat C., Daoust F., Dufresne M., Lebel M.-E. et Gallopel-Morvan K. (2004), Analyse exploratoire d'entrevues de groupe : les jeunes français et le tabac, Actes des Journées d'Analyse des Données Textuelles (JADT), 10 mars, Louvain, Belgique.
32. Gallopel-Morvan K. (2002), Peur et Persuasion : une étude empirique dans un contexte français de lutte contre le tabac, Actes du 18<sup>ème</sup> Congrès de l'Association Française de Marketing, 23-24 mai, Lille, 351-374.
33. Gallopel-Morvan K. et Petr C. (2000), Utilisation de la peur dans les campagnes de prévention des comportements tabagiques : analyse conceptuelle, études exploratoires qualitatives, perspectives de recherche, Actes du Congrès « les tendances du marketing en Europe », 24-25 novembre, Venise.
34. Gallopel-Morvan K. (2000), Influence de la musique publicitaire sur la formation de l'image de marque : une étude empirique, Actes du 16<sup>ème</sup> Congrès de l'Association Française de Marketing, 18-19 mai, Montréal, Québec, 573-585.
35. Gallopel-Morvan K. (2000), Réflexions sur l'utilisation de la peur dans les campagnes de prévention des comportements tabagiques, Actes des XV<sup>èmes</sup> Journées des IAE, 6-8 Septembre, Bayonne-Biarritz.
36. Gallopel-Morvan K. (1998), Remise en cause de l'approche strictement affective de la musique publicitaire, Actes de la Journée régionale de l'Association Française de Marketing, Communication et Marketing, stratégie, techniques et mesures, 18 mars, Toulouse, 25-58.
37. Gallopel-Morvan K. (1997), Influence of Music on Consumers' Responses to Advertising : Integration of Symbolic Dimension inherent to the Studied Stimulus, Proceedings of the 2<sup>nd</sup> International Research Seminar on Marketing Communications and Consumer Behavior, 3-6 juin, Lalonde les Maures, 94-112.

⇒ ***Communications scientifiques sur abstracts ou posters***

1. Guetaz S., Gallopel-Morvan K. (2017), Mise en place d'un campus universitaire sans tabac : quelles conditions pour sa réussite ?, 11<sup>e</sup> congrès de la Société Francophone de Tabacologie, 16 novembre, Paris.

2. Gallopel-Morvan K., Hoek J., Bue A.F., Rey Miguel J., Perceptions et consommation du tabac à rouler par des jeunes Français : étude exploratoire, 11<sup>e</sup> congrès de la Société Francophone de Tabacologie, 16 novembre, Paris.
3. Gallopel-Morvan K., Guignard R, Moodie C, Eker F, Béguinot E, Nguyen-Thanh V (2017), Consumer perceptions of cigarette design in France, Society for Research on Nicotine and Tobacco Conference, March 8-11, Florence, Italy.
4. Gallopel-Morvan K., Drouet C, Pantin-Sohier G, Droulers O (2016), Can dissuasive cigarettes influence young peoples' perceptions of smoking?, Society for Research on Nicotine and Tobacco European Conference, September 8-10th, Prague, (abstract).
5. Diouf JF, Gallopel-Morvan K. (2015), The impact of alcohol ad content on perceptions and representations: luxury vs product-oriented ads, Global Alcohol Policy Conference, October 7-9<sup>th</sup>, Edinburgh, Scotland (abstract).
6. Dossou G, Diouf JF, Gallopel-Morvan K. (2015), Effectiveness of current French health warning labels displayed on alcohol ads and bottles, Global Alcohol Policy Conference, October 7-9<sup>th</sup>, Edinburgh, Scotland (abstract).
7. Gallopel-Morvan K., Rigaud A, Lecas F, Diouf JF (2015), The French Evin law: content, effectiveness and limitations, Global Alcohol Policy Conference, October 7-9<sup>th</sup>, Edinburgh, Scotland (abstract).
8. Rey-Pino JM, Álvarez M, Esquivias A, López N., Ruiz M, Gallopel-Morvan K. (2014), Fancy an e-cigarette? The value creation of vaping in the mind of Spanish consumers Society for Research on Nicotine and Tobacco European Conference, September 18-20<sup>th</sup>, Santiago de Compostela, Spain (abstract).
9. Gallopel-Morvan K., Moodie C., Eker F., Béguinot E., Martinet Y. (2014), The impact of plain roll-your-own packaging on young adult smokers in France: a naturalistic approach, Society for Research on Nicotine and Tobacco American Conference, February 5-7<sup>th</sup>, Seattle, USA (abstract).
10. Kotnowski K., Hammond D., Fong G., Gallopel-Morvan K. (2014), The influence of pack shape and "slim" cigarettes among young women in Canada: evidence from a discrete choice experiment, Society for Research on Nicotine and Tobacco American Conference, February 5-7<sup>th</sup>, Seattle, USA (abstract).
11. Rey J., Moodie C., Gallopel-Morvan K., Lacave B., Viedma M., Montoro F. (2013), The impact of plain cigarette and picture health warnings on perception and smoking in Spain, European Marketing Academic Conference, 4-7 June, Istanbul, Turkey (poster)
12. Gallopel-Morvan K., Béguinot E., Eker E., Martinet Y. (2012), Perceptions of plain packaging for other tobacco products: a qualitative research, Society for Research on Nicotine and Tobacco European Conference, August 29<sup>th</sup> september 1<sup>st</sup>, Helsinki, Finland. (abstract)
13. Gallopel-Morvan K., Béguinot E., Eker E., Martinet Y. (2011), Smokers and non-smokers' perception of current cigarettes vs plain cigarettes, Society for Research on Nicotine and Tobacco European Conference, September 8th-11th, Antalya, Turkey. (abstract)
14. Gallopel-Morvan K., Béguinot E., Eker E., Martinet Y. (2011), Adult perceptions of the effectiveness of plain packaging of tobacco products: a quantitative survey, Society for Research on Nicotine and Tobacco European Conference, September 8th-11th, Antalya, Turkey. (abstract)

15. Gallopel-Morvan K., Béguinot M., Martinet Y., Eker F. (2010), The impact of plain packaging and pictorial warnings on French people, Society for Research on Nicotine and Tobacco American Conference, 24-27 février 2010, Baltimore, USA. (abstract)
16. Gallopel-Morvan K., Béguinot, Y. Martinet et S. Ratte, The impact of plain packaging on young people: an experimental study, 14<sup>th</sup> World Conference on Tobacco or Health, 8-12 mars 2009, Mumbai, Inde. (abstract)

## **1.6. Invitations dans des colloques / conférences**

### **⇒ A l'international**

1. « Tobacco plain packaging and health warnings », colloque ENSP Capacity Building Event, ENSP (European Network for Smoking and Tobacco Prevention), 15 novembre 2017, Tallin, Estonie.
2. « Alcohol marketing and the loi Évin » (with N. Critchlow), UK Center for Tobacco and Alcohol Studies, 20 septembre 2017, University of Stirling, Ecosse.
3. « The French Evin law on alcohol », Alcohol Focus Scotland, 21 septembre 2017, Glasgow (cf. résumé conférence <http://www.alcohol-focus-scotland.org.uk/news/qa-on-alcohol-marketing/>)
4. « Alcohol and social marketing », Ecole de santé publique d'Andalousie, Grenade, Espagne, 28 Avril 2017.
5. "Tobacco control in France", Ecole de santé publique d'Andalousie, Grenade, Espagne, 26th April 2016.
6. "Restrictions on alcohol marketing in France", 5<sup>th</sup> meeting of the Alcohol Policy Network in Europe (APN), 6th October 2015, Edinburgh, Scotland.
2. "The French Evin Law on alcohol", Ministerial meeting with experts and secretary of State for Health in the Scottish Government, Minister for Public Health, 8th October 2015, Edinburgh, Scotland.
7. "Is plain packaging effective for public health?", Celebration of the 10th anniversary of the Entry Into Force of the WHO Framework Convention on Tobacco Control, World Health Organization, 27<sup>th</sup> February 2015, Geneva, Switzerland.
8. "1/ State of research on effects of alcohol marketing on young people – Ex of 2 French research; 2/ Review of existing statutory codes on alcohol marketing (and their effectiveness) – The French Loi Evin; 3/ Setting up effective monitoring, adjudication, enforcement and sanctioning mechanisms to generate support for the new code at a national level – France", Meeting on Alcohol Marketing Regulation, World Health Organization / Pan American Health Organization, Washington, DC, USA, 12-13 January 2015.
9. "Tobacco plain packaging and graphic warnings », présentation des travaux de la France au Parlement Européen, 31 mai 2010, Bruxelles.
10. "Tobacco and social marketing - Focus on tobacco pack", social marketing conference, The Open University and the University of Stirling, 20 octobre 2009, Milton Keynes, GB.
11. "The marketing of cigarettes to women", Conférence nationale de médecine, 25 février 2009, Korsov, Danemark.

12. "Social marketing rules to conduct good prevention campaigns", 10ème conférence annuelle de la Society for Research on Nicotine and Tobacco Europe, 23-26 septembre 2008, Rome.
13. "Inventory and international literature review on plain packaging », (présentation devant les responsables santé et responsables tabac des pays de l'Union Européenne), 2-3 octobre 2008, Ministère de la Santé, Paris.
14. "Social marketing: main principles, tools & theoretical models", European alcohol & health forum 4th task Force Meeting, Commission Européenne, 12 octobre 2008, Bruxelles.
15. "The marketing of cigarettes to women", Conférence annuelle de l'European Respiratory Society, 4 octobre 2008, Berlin.
16. "Impact of tobacco warnings », Conférence « Le pouvoir de la communication contre le tabac », fev 2007, Bruxelles.

⇒ **En France**

17. Le marketing social, 10èmes rencontres de l'association BPCO, Sénat, Paris, 9 novembre 2017.
18. Comment passer de la mobilisation des publics au changement de comportement : l'apport du marketing social, colloque « Intervenir en santé-environnement auprès des futurs et jeunes parents » organisé par l'Association pour la Prévention de la Pollution Atmosphérique et la Mutualité Française Hauts-de-France, 26 octobre 2017, Lille.
19. Quelles sont les stratégies marketing des industriels du tabac ? (avec 2 étudiantes de l'EHESP), colloque organisé par l'ARS / ANPAA Pays de Loire dans le cadre de Moi(s) sans tabac, Le Mans Université, 24 octobre 2017.
20. Quelles sont les stratégies marketing des industriels du tabac ? (avec 3 étudiants de l'EHESP), colloque organisé par l'ARS / ANPAA Pays de Loire dans le cadre de Moi(s) sans tabac, Audencia, Nantes, 18 octobre 2017.
21. Le marketing des industriels de l'alcool : quelle influence sur les perceptions et comportements d'alcoolisation et quelle conséquence sur l'efficacité des outils de prévention?, Journée « Prévention alcool » organisée par l'INCA, 14 septembre 2017, Boulogne.
22. Marketing social et marketing social critique : définition, principe et utilité pour la santé publique, 16 mars 2017, séminaire Santé Publique France, Saint-Maurice ;
23. Marketing et tabac, Evènement grand public organisés par le Cancéropôle Grand Ouest et l'Université permanente de Nantes, Faculté de médecine, 1<sup>er</sup> février 2017, Nantes.
24. Marketing des industriels du tabac : formes, effet sur le tabagisme ?? Colloque à Audencia / Sciences Com organisé par l'ARS Pays de Loire et l'ANPAA Pays de Loire dans le cadre de Moi(s) sans tabac, 18 octobre 2016, Nantes.
25. Jeunes et tabac : impact du marketing et rôles des professionnels de santé. Quelles réponses ? Quelles convergences ?, invitation par la Fédération Addiction au colloque « Addictions: Variations autour des petits mécanismes de l'accompagnement – Parler faire transmettre », Marseille, 9-10 juin 2016.
26. Marketing de l'alcool et du tabac : quelles conséquences sur la santé ?, invitation aux Champs Libres (conférence grand public, env 250 personnes), Rennes, 31 mai 2016.

27. Le marketing des industriels du tabac et de l'alcool : quel rôle dans l'évolution des comportements des femmes ?, Colloque « Les femmes au cœur du risque cardiovasculaire », Ministère des affaires sociales et de la santé, INPES, InVS, 10 mars 2016, Paris.
28. Les femmes, une cible de choix dans l'arsenal marketing des cigarettiers, 8èmes rencontres de l'Association BPCO : « Femmes et BPCO : qu'attend-on pour agir ? », 10 novembre 2015, Paris.
29. Marketing social et addictions, les mardis de conférences territoriales, organisés par l'Institut fédératif des addictions comportementales (IFAC) et l'Association du Centre fédératif interaddictif et de liaison (ACFIAL) du CHU de Nantes, Hôpital Saint Jacques, Nantes, 13 octobre 2015.
30. Le paquet de cigarettes neutre : présentation des recherches françaises, Colloque organisé par le Ministère de la Santé (DGS) dans le cadre de la Journée Mondiale Sans Tabac, 26 mai 2015, Paris.
31. La philanthropie hospitalière Les grands principes de la collecte de fonds (avec Yaële Aferiat), conférence UNICANCER, Cycle « les Journées Efficience » sur la collecte de fonds, Jeudi 25 septembre 2014, Paris.
32. Le marketing social est-il utile pour les associations ?, conférence organisée par le Centre d'Etudes et de Recherches sur la Philanthropie (CerPhi), 2 octobre 2014, Paris.
33. L'influence du marketing de l'alcool et du tabac sur les individus : quelles conséquences pour la santé publique ?, 1<sup>ères</sup> rencontres de la Mission Interministérielle de Lutte contre les Drogues et Toxicomanie (MILDT), 4 mars 2014, Paris.
34. Le marketing social : quelle utilité pour les campagnes de prévention ?, forum organisé par la CARSAT Sud-Est, 7 novembre 2013, Marseille.
35. Efficacité des techniques de marketing social pour l'information en prévention des cancers, Colloque de la Société Française de Santé Publique, 18 octobre 2013, Bordeaux (invitation INCa).
36. Marketing des cigarettiers et des alcooliers : quelle influence sur les représentations et comportements de consommation des jeunes?, conférence-débat AGORA, « La Santé des 15-30 ans : que sait-on de leurs comportements et de leurs attentes? », 21 mars 2013, Paris.
37. La régulation des publicités alimentaires à destination des enfants, colloque organisé par la Société Française de Santé Publique, la Société Française de Nutrition, la Société Francophone Nutrition Clinique et Métabolisme, la Société Française de Pédiatrie, 21 février 2013, Paris.
38. Le marketing de la collecte de fonds à l'hôpital – le fundraising, conférence organisée par Medtronics, 19 juin 2012, Paris.
39. Le marketing hospitalier : quelle utilité ?, colloque MACSF, 5 juin 2012, Paris.
40. Responsabilité sociale des industriels du tabac : les campagnes anti-tabac menées auprès des jeunes, colloque organisée par le Haut Conseil en Santé Publique, le Ministère de la santé et Respad, 22 mai 2012, Paris.
41. Marketing social et prévention des comportements tabagiques, audition Institut national du cancer, 29 mars 2012. Intervention reprise dans l'ouvrage « *Les changements de comportements à risque de cancer et leurs déterminants individuels et*

- collectifs - Propositions pour la programmation de la recherche en prévention des cancers.* », Collection État des lieux et des connaissances, ouvrage collectif édité par l'INCa, Boulogne-Billancourt, décembre 2012.
42. Marketing sensoriel : Le marketing sensoriel : de nouvelles perspectives pour l'offre de services hospitalière ?, Chaire Management des établissements de santé, 13 janvier 2012, Paris.
  43. Avertissements sanitaires visuels et paquets de cigarettes standardisés : quelle efficacité ?, colloque organisé par RESPADD, Ministère de la Santé, 31 mai 2011, Paris.
  44. Faut-il apposer des avertissements sanitaires visuels sur les paquets de cigarettes ? Les conditions de l'efficacité, 1ère Journée de recherche IREP-AFM Communication et Médias, 17 novembre 2011, Paris (co-auteurs : Gallopel-Morvan K., Le Gall-Ely M., Rieunier S., Arwidson P., Wilquin J.-L.).
  45. La femme, cible marketing de l'industrie du tabac, Prendre soin des femmes, soigner les addictions, Colloque de l'APPRI, 12-13 mai 2011, Marseille.
  46. Marketing social. Critiques, limites et efficacité. Rencontres internationales de l'INPES, 22 octobre 2010 (conférenciers : Gerard Hastings et Karine Gallopel-Morvan).
  47. Le paquet de cigarettes au service de l'industrie du tabac ou de la santé publique ?, journée d'information sur l'instauration des paquets standardisés, Assemblée Nationale, 28 juin 2010, Paris.
  48. Le marketing des industriels du tabac et les femmes, colloque organisé par RESPADD, Ministère de la Santé, 25 mai 2010, Paris.
  49. Le marketing des produits de l'alcool : quel impact sur les jeunes ?, Congrès national de la Société Française d'Alcoologie, 18 mars 2010, Paris.
  50. Le packaging des produits du tabac, 3<sup>ème</sup> Congrès national de la Société Française de Tabacologie, Brest, 27 novembre 2009.
  51. Tabac et marketing auprès des jeunes, Rencontres régionales « Jeunes et tabac », AALT, 27 novembre 2008, Nancy.
  52. Le marketing social au service de la prévention du tabagisme, Colloque régional « Espace sans fumée, au-delà de la loi », 7 février 2008, Marseille.
  53. Le marketing des industriels de l'alcool, Etats Généraux de l'Alcool, 19 octobre 2006 (Ecole Nationale de la Santé Publique, Rennes).
  54. Le marketing des industriels de l'alcool, Etats Généraux de l'Alcool, 5 décembre 2006 (Arche de la défense, Paris).
  55. Faut-il faire peur dans les campagnes de prévention en santé publique ?, Journée d'étude pluridisciplinaires, « la santé par et à travers l'image », 30 novembre 2007, Lorient.
  56. Images et prévention – la lutte contre le tabagisme, 20 novembre 2007, Les Champs libres, Rennes.
  57. L'arrêt du tabac chez les jeunes, 1<sup>ère</sup> rencontre nationale sur l'accompagnement du sevrage des adolescents consommateurs de tabac, CNMR, Ministère de la santé, 19 septembre 2006, Paris.
  58. Le marketing des produits de l'alcool, Académie Nationale de Médecine, 2 mai 2006, Paris.

59. Le marketing des produits du tabac, Grand témoin à l'Assemblée Nationale, Colloque organisé par Y. Bur, La dépendance au tabac : la nécessité d'une nouvelle loi, 2 novembre 2005, Paris.
60. Les stratégies de l'industrie du tabac, 30 septembre 2005, Institut National du Cancer, Paris.
61. Le Marketing social et les stratégies marketing des cigarettiers, Colloque International Francophone sur le COntôle du Tabac (CIFCOT), 18-21 septembre 2005, Paris.
62. Les avertissements sanitaires des produits du tabac, Office Français des Drogues et Toxicomanie, groupe IDT (Indicateur Données Tabac), 4 avril et 17 octobre 2003, Paris
63. Le marketing social, INSERM, audition par le Groupe d'Expertise « Tabac », 17 janvier 2002, Paris.

### **1.7. Encadrements de doctorants, jurys de thèse**

#### **⇒ Directions et co-directions de thèses**

##### En cours

. Gloria Dossou, « Efficacité des avertissements sanitaires dans la lutte contre l'alcoolisme auprès des jeunes et des femmes enceintes » (titre provisoire), contrat doctoral EHESP.

. Saïdou Ouedraogo, « Efficacité des avertissements sanitaires dans la lutte contre le tabagisme au Burkina Faso » (titre provisoire).

##### Soutenues

. Jacques Diouf, « The influence of advertising content on alcohol products' perceptions, attitudes and behavioural intentions: the case of luxury codes appropriation by alcohol brands »; contrat doctoral EHESP. **Soutenue le 12 octobre 2017**, proposition pour le prix de thèse (jury : P. Valette-Florence et J.L. Herrmann –rapporteurs-, G. Hastings, S. Rieunier, S. Lacoste-Badie, A. Deutsch –INCa-).

. Rémi Brehonnet, « L'effet persuasif d'un placement d'alcool dans un film: le rôle de la valence des images mentales », co-direction avec le Professeur P. Gabriel (ICI EA 2652 – IAE de Brest). **Soutenue le 8 février 2013**, félicitations du jury à l'unanimité (jury : M.L. Gavard-Perret et J. Brée –rapporteurs-, B. Urien, P. Bodenez). Rémi Brehonnet est depuis son Doctorat en poste d'enseignant chercheur à l'ESC La Rochelle.

. Blandine Mellouet-Fort (interne en médecine, spécialité santé publique), « Le marketing social peut-il être utile en santé publique ? Application à la promotion de l'activité physique auprès des jeunes », co-direction avec P. Arwidson (INPES), thèse en médecine. **Soutenue le 8 janvier 2014**.

#### **⇒ Participation à des soutenances de jurys de thèse et de HDR**

. Nathan Critchlow, « *An Investigation into Digital Alcohol Marketing and User Generated Alcohol Promotion, and the Association with Young Adults' Alcohol-related Knowledge, Attitudes, and Behaviour* », PhD of Philosophy in the Faculty of Health Sciences & Sport, University of Stirling, 27 June 2017. External examiner.

. Fayrouz Akrim, « *L'intrusion perçue des sollicitations de don d'argent par les associations et son influence sur la résistance : conceptualisation et mesure de l'état de résistance* », Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Directeur de recherche : Pr. Marine Le Gall-Ely, Université de Bretagne Sud, 30 mai 2017. Rôle : rapporteur.

. Mathias Waelli, « *Le travail immédiat. Gestion du service dans les hôpitaux et les hypermarchés* », Habilitation à Diriger des Recherches en Sciences de Gestion, 12 mai 2017, Université Paris 13. Rôle : suffragant.

. Anne-Claire Pin, « *Prévention de la pratique problématique des jeux de hasard et d'argent: conceptualisation et mesure du risque perçu à adopter un comportement de jeu responsable* », Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Directeur de recherche : Pr. Ollivier Droulers, Université de Bretagne Sud, 8 décembre 2016. Rôle : présidente.

. Lydiane Nabec, « *Comprendre les changements de comportement : des stratégies des marques et des enseignes de distribution à la protection des consommateurs* », Habilitation à Diriger des Recherches en Sciences de Gestion, 24 novembre 2016, Université Paris Sud. Rôle : rapporteur.

. Jérôme Blondé, « *La persuasion par la menace : une approche expérimentale des effets de la vivacité dans les communications menaçantes* ». Thèse de Doctorat en Psychologie mention psychologie sociale, Directeur de recherche : Pr. Fabien Girandola, Université d'Aix-Marseille, 17 décembre 2015. Rôle : présidente.

. Oulmann Zerhouni, « *Processus implicites dans la formation d'attitudes implicites vis à vis de l'alcool : études expérimentales de l'effet de l'exposition incidente à l'alcool dans les médias* ». Thèse de Doctorat en Psychologie mention psychologie sociale, Directeur de recherche : Pr. Laurent Bègue, Université de Grenoble Alpes, 7 décembre 2015. Rôle : rapporteur.

. Nasser Harkat, « *De l'engagement du salarié à l'engagement du client : le rôle du personnel au contact dans le choix du consommateur dans les services, est-ce vraiment le choix ou plutôt la fidélité ?* », Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Directeur de recherche : Pr. Dominique Crié, Université de Lille 1, 16 décembre 2014. Rôle : rapporteur.

. Fatma Guneri, « *Hedonic consumption with suspense and specific curiosity in experiential marketing* », Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Directeur de recherche : Pr. Dominique Crié, Université de Lille 1, 16 décembre 2014. Rôle : suffragant.

. Raphaël Cuffolo, « *Comprendre la surconsommation des jeunes adultes pour mieux adapter les campagnes de prévention : le cas du binge-drinking* », Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Directeur de recherche : Joël Brée, Université de Caen Basse Normandie, 11 décembre 2014. Rôle : rapporteur.

. Marie-Claire Maillard, « *Compréhension du fonctionnement de l'appel à la peur et du rôle médiateur de la réactance situationnelle en communication préventive de l'anorexie* », Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Directrice de recherche : Pr. M.-L. Gavard-Perret, Université de Grenoble, CERAG, 10 décembre 2014. Rôle : rapporteur.

. Jennifer Amar, « *Vers une meilleure compréhension des effets de la typographie en comportement du consommateur: de la lisibilité de l'information à la persuasion publicitaire* », Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Directeur de recherche : Pr. Ollivier Droulers, Université de Bretagne Sud, 4 décembre 2014. Rôle : rapporteur.

. Lise Magnier, « *Influence du design écologique sur les réponses attitudeles et comportementales des consommateurs : le cas des packagings de produits de grande*

*consommation* », Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Directeur de recherche : Pr. Dominique Crié, Université de Lille 1, 3 décembre 2014. Rôle : rapporteur.

. Allison Justine Ford, "*Packaging as a marketing tool: Adolescents' perceptions of branded and plain tobacco packaging*", Doctor of Philosophy, Directeur de recherche : Crawford Moodie, 7 octobre 2014, University of Stirling (GB). Rôle: external examiner.

. Marie-Eve Laporte, « *La perception du risque nutritionnel par le consommateur, un nouveau levier pour expliquer les comportements alimentaires* », Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Directrices de recherche : Pr. Géraldine Michel et Sophie Rieunier, Université Paris Panthéon Sorbonne, 24 Septembre 2014. Rôle : suffragant.

. Carolina Werle, « *Marketing social et prévention de l'obésité* », Habilitation à Diriger des Recherches en Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France, Grenoble, 24 juin 2014.

. Mathieu Lajante, « *Contribution des neurosciences à l'étude de l'émotion publicitaire : concepts, méthodes et mesures* », Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Directeur de recherche : Pr. Ollivier Droulers, Université de Rennes 1. Rôle : suffragant, 4 décembre 2013.

. Faten Malek, "*Contexte émotionnel et persuasion publicitaire: pour une prise en compte du vieillissement affectif*", Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion Directeur de recherche : Pr. Ollivier Droulers, Université de Rennes 1. Rôle : suffragant, 27 novembre 2013.

. Lemarié L., « *Three essays on pro- and anti-behavioral messages in a preventive context* », PhD HEC Montréal. Directeur de recherche : Pr. J.-C. Chebat, Thèse de Doctorat en Marketing, HEC Montréal. Rôle : rapporteur / examinateur externe, 24 septembre 2012.

. Chedotal C., « *Le rôle de la culpabilité dans le marketing de la collecte de fonds : influence sur le comportement de don des particuliers* », Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion. Directeurs de recherche : Pr. C. Pinson et S. Rieunier, Université Paris Dauphine, Ecole doctorale de Dauphine, DRM, 29 novembre 2011. Rôle : rapporteur.

. Kny M., « *Les effets de l'éclairage, de la température et des senteurs sur les cognitions, émotions et comportements des acheteurs : une approche intégrative en magasin* », Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion. Directeur de recherche : Pr. J. Jallais, Université de Rennes 1, 19 décembre 2011. Rôle : suffragant.

. Bécheur I., « *Les effets de la peur, de la culpabilité et de la honte en persuasion sociale: application aux messages anti-alcool* », Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion. Directeur de recherche : Pr. P. Valette-Florence, CERAG / IAE de Grenoble, 4 décembre 2006. Rôle : suffragant.

. Blanchais A., « *Le tabagisme passif* », Thèse de Diplôme d'Etat de Docteur en Pharmacie, Faculté de Pharmacie de Rennes, 20 avril 2007.

## **1.8. Financement de recherche (grants)**

### **. Responsable scientifique de recherches financées**

. Gallopel-Morvan K. (IP), Financement 2017 de l'INCa (AP : "Accompagnement des politiques de prévention et de dépistage des cancers" et "Soutien aux projets et actions pour améliorer la prévention, le dépistage et la détection précoce des cancers" : DEPREV

- 2017), ASAFE : les Avertissements Sanitaires Alcool en France : comment améliorer leur Efficacité ? 2017-2020. 85 904 euros.
- . Financement INCa (AP 2015, SANTE PUBLIQUE, Accompagnement des politiques, de prévention et de dépistage des cancers). IMAJ : Impact du Marketing de l'Alcool sur des Jeunes. 2015-2019. 176 keuros.
  - . Financement MILDT-INCa-Paris 13 (AP 2013 PREVDROG). I(D)MATREC : Impact du (De)Marketing de l'Alcool et du Tabac sur les Représentations et les Envies de Consommer », 2013-2016. 99 keuros.
  - . 2 contrats de recherche financés par la Direction Générale de la Santé et coordonné par le Comité National Contre le Tabagisme : « Impact des paquets de cigarettes neutres standardisés et des avertissements sanitaires sur les perceptions et comportements des femmes et des jeunes », 2012-2013.
  - . contrat de recherche financé par l'EHESP : « Impact des paquets de cigarettes neutres standardisés et des avertissements sanitaires sur les perceptions et comportements des individus », 2012.
  - . contrat de recherche financé par la Mission Interministérielle de Lutte Contre les Drogues et Toxicomanies, l'Institut National de la Santé et de la Recherche Médicale et l'Institut National du Cancer (INCa) : « Impact des avertissements sanitaires visuels proposés par l'Union Européenne et des paquets de cigarettes génériques sur des Français », 2007-2009.
  - . contrat de recherche financé par l'Institut National du Cancer (INCa) et coordonné par le Comité National Contre le Tabagisme : « TaPafFi : vers des produits du tabac aux packagings et au coût financier dissuasifs ». Equipe pluridisciplinaire et internationale, 2009-2011.
  - . contrat de recherche financé par la Ligue Nationale Contre le Cancer et la Commission Européenne : « The labelling of Tobacco Product in France ». Etude européenne coordonnée par Gerard Hastings et le Centre de Marketing Social de Glasgow (University of Strathclyde), responsable scientifique pour la France, 2002.

#### **. Participation à des recherches financées**

- . Financement européen EAHC/Health/10 concerning Multiple Framework Contracts with reopening of competition to support tobacco policies - Lot 2: Labelling, Packaging, Presentation and Marketing of Tobacco and Related Products. 2013-2017.
- . Financement Maison des Sciences Humaines de Bretagne : « le Mécénat des Etablissements de Santé (MES) ». Responsable : Florence Busson-Villa (univ. Rennes 2), 2013.
- . Financement Agence Nationale de la Recherche : « DOBA : Don et bénévolat : de la compréhension des comportements à l'optimisation des ressources des associations ». Responsable : Marine Le Gall-Ely (IAE de Brest), 2008-2011.

### **1.9. Activités en lien avec les associations savantes**

Membre de l'AFM (Association Française du Marketing) et d'ARAMOS (Association de Recherche Appliquée au Management des Organisations de Santé).

⇒ **Correspondante santé AFM (depuis janvier 2013)**

Le rôle du correspondant AFM est d'encourager des échanges entre les chercheurs en marketing et les communautés scientifiques en santé en faisant connaître l'AFM, ses revues et ses activités au sein de la communauté en santé et en mettant en contact les chercheurs des 2 communautés.

Dans ce cadre et en collaboration avec D. Crié (IAE de Lille), mise en place à l'EHESP les **3<sup>èmes</sup> Journées Internationales du Marketing de la Santé** le 6 juin 2014 (labellisées AFM-ARAMOS), 163 participants.

Membre d'ARAMOS

#### ⇒ **Organisation de conférences scientifiques et présidence de session**

. Co-organisatrice (avec J. Hoek) du track "Cause- and Health-related Marketing and Consumer Well-being" du 2017 et 2016 Academy of Marketing Science World Marketing Congress, Colloque en France en 2016 et en Nouvelle-Zélande en 2017.

. Présidente du comité scientifique et d'organisation des **3<sup>èmes</sup> Journées Internationales du Marketing de la Santé** (labellisées AFM & ARAMOS), EHESP (avec l'IAE de Lille, HEC Montréal et l'Institut du Marketing Social – Université de Stirling, GB-), 6 juin 2014. 163 participants, 42 communications.

. Vice-Présidente du comité scientifique et d'organisation des **2<sup>èmes</sup> Journées Internationales du Marketing de la Santé** (labellisées AFM), EDHEC Nice (avec l'IAE de Lille et HEC Montréal), 23 mars 2012.

. Vice-Présidente du comité scientifique et d'organisation des **1<sup>ères</sup> Journées Internationales du Marketing de la Santé** (labellisées AFM), IAE de Lille (avec HEC Montréal et EDHEC Business School), 25 novembre 2010.

. Organisatrice du symposium « How to conduct effective tobacco mass media campaigns ? » (conférenciers : G. Hastings, P. Arwidson, C. Delaunay), Conférence annuelle de la Society for Research on Nicotine and Tobacco Europe, 6-9 septembre 2010, Bath, GB.

. Co-Présidente du comité scientifique et d'organisation (avec S. Rieunier et V. Maille) de la **1<sup>ère</sup> Journée de Recherche sur le Marketing Sensoriel** (labellisée AFM), CERAM Sophia antipolis, CREREG (UMR CNRS), IGR-IAE de Rennes, 3 juin 2002, Nice.

. Présidence régulière de sessions en marketing social au congrès annuel de l'AFM.

### **1.10. Activités éditoriales**

#### ⇒ **Evaluation de projets scientifiques, de prix scientifiques**

Prix scientifique MILDECA OFDT 2016, Cancer Research UK, Institut de Recherche et d'Etude en Santé Publique, Programme de Recherche sur la Performance du Système des Soins (PREPS, DGOS) (membre jury 2015), Institut National du Cancer, prix de thèse AFM – FNEGE, Agence Nationale de la Recherche, Etablissement Français du Sang, Maison des Sciences Humaines de Bretagne, Conseil de recherches en sciences humaines du Canada, Bupa Foundation Australie.

Membre pôle gouvernance de la Maison des Sciences Humaines de Bretagne (2011-2016).

### ⇒ **Revues**

Membre de Comités de rédaction :

- . Recherche et Applications en Marketing (CNRS 2)
- . Journal de Gestion et d'Economie Médicale (CNRS 4)

*Reviewing ad hoc* : Décisions marketing, European Journal of Public Health, International Journal of Environmental Research and Public Health, BMJ, Revue internationale de communication sociale et publique (revue Canadienne), Nicotine & Tobacco Research, Tobacco Control, Journal of Consumer Affairs, European Journal of Marketing, etc.

### ⇒ **Conférences**

*Environ 10 articles par an à évaluer pour les conférences suivantes :*

Association Française du Marketing, European Marketing Academic Conference (EMAC), E. Thil (la Rochelle), Journées AFM sur le marketing de la santé, conférence ARAMOS, conférence européenne de Santé publique (EUPHA), Advances in Consumer Research (2002), World Cancer Congress, World Marketing Congress de l'AMS, etc.

### ⇒ **Ouvrage**

The SAGE handbook of social marketing (2010), Hastings G., Angus K., Bryant C. (eds).

Membre du collège FNEGE de Labellisation des ouvrages en Sciences de Gestion et du prix du meilleur ouvrage de recherche en Sciences de Gestion.

## 2. ACTIVITES PEDAGOGIQUES

Depuis 2011, j'enseigne à plein temps à l'Ecole des Hautes Etudes en Santé Publique (EHESP) des cours en prévention des comportements tabagiques, santé publique, marketing social, et marketing des établissements de santé auprès d'étudiants en santé. J'enseigne / j'ai également enseigné dans d'autres universités et école en France et à l'étranger.

### 2.1. Enseignements actuellement dispensés (2016-2017)

Niveaux, universités	Cours dispensés	Type de formation
Ecole des Hautes Etudes en Santé Publique		
Master 2 Pilotage des Politiques et Actions en Santé Publique (depuis 2009)	Lobbying et santé publique	Formation initiale et continue
Master 2 pilotage des politiques et actions en santé publique (depuis 2011)	Campagnes de prévention en santé publique	
Master 1 Sciences sociales (depuis 2012)	Politiques de prévention du tabagisme	Formation initiale
Master 1 Sciences sociales (depuis 2013)	Marketing de la santé (marketing hospitalier, marketing social)	
Master of Public Health	Social marketing and tobacco control (enseignement en anglais)	Formation initiale et continue

Certificat promotion de la santé de la chaire INPES	Marketing social et prévention	Formation continue
Module InterProfessionnels (MIP) (depuis 2007)	Sujets différents proposés tous les ans en lien avec la santé publique	Ensemble des élèves fonctionnaires de l'école
Séminaire de rentrée en santé publique	Marketing social et prévention	
Elèves Directeurs d'hôpital (depuis 2011)	Marketing des établissements de santé et mécénat	Formation initiale (élèves fonctionnaires) et formation continue (concours interne)
Elèves Directeurs d'établissement sanitaire, social et médico-social (depuis 2011)		
Elèves attachés d'administration hospitalière (depuis 2013)		
Mastère Management de la Santé (depuis 2013)		
Dans d'autres Universités ou écoles		
M1 Nutrition humaine et santé publique, Paris 13 (depuis 2016)	Marketing social et prévention	Formation initiale
M2 management des organisations de santé, IAE des pays de l'Adour (depuis 2009)		Formation initiale et continue
DU addictologie, CHU de Caen (depuis 2011)	Prévention du tabagisme	Formation continue (médecins et infirmières)
M2 Santé Publique, Paris 11 (depuis 2017)		Formation initiale
DU addictologie, CHU de Brest (depuis 2016)		Formation continue (médecins et infirmières)
M2 Sciences Politiques - Parcours « Politiques Publiques de Santé », IEP Grenoble	Politiques publiques de santé	Formation initiale et continue
M2 Marketing – IAE de Rennes, Université de Rennes 1	Marketing social	Formation continue

## **2.2. Enseignements passés dispensés en lien avec la santé**

<b>Niveaux, universités</b>	<b>Cours dispensés</b>	<b>Type de formation</b>
<b>Cours en français en France</b>		
M2 marketing public, Université Aix Marseille	Marketing social	Formation initiale
M2 Management Santé-Social, Faculté de médecine de Nantes		Formation initiale et continue
M2 Management public, IAE, Université de Tours		Formation continue (médecins et infirmières)
Institut de Formation en Soins Infirmiers, Fougères et Nanterre	Prévention du tabagisme	Formation initiale
DU addictologie, CHU de Rennes		Formation continue
<b>Cours <u>en anglais</u> en France</b>		

Executive Health MBA, EHESP (2011-2013)	Marketing for health leaders	Formation continue
MSc International Management and skills development, IGR-IAE (2011)	Marketing management	Formation initiale
MSc International Management and skills development, IGR-IAE (2009-2011)	Marketing research	
<b>Cours en anglais à l'étranger</b>		
Doctorants et chercheurs, Université de Stirling, GB (2009, 2013)	Social marketing and tobacco control	Formation initiale
Doctorants et chercheurs, Université de Grenade, Espagne (2009) ; étudiants MPH, Ecole de santé publique de Grenade (2016)		
Université de Waterloo, Canada (course ERS 474 & 674) (2009)		Senior undergraduate and graduate students
<b>Cours en français à l'étranger</b>		
Master Environnement, Université de Ouagadougou 2 (programme de l'Agence Universitaire de la Francophonie)	Marketing social et environnement	Formation continue et initiale
Master Gouvernance et Management Public, Université de Senghor, Egypte (programme de l'Agence Universitaire de la Francophonie) (depuis 2007)	Marketing social	Formation continue et initiale
DESA finance-comptabilité, Ecole doctorale, Université de Rabat, Maroc (programme FNEGE) (2002)	Analyses des données multidimensionnelles	Formation initiale
Master 2 Franco-Polonais en management, Université des sciences économiques, Poznan, Pologne (master délocalisé Université Rennes 1) (1998-2001, 2009)	Etudes de marché	Formation initiale
Master 1 et 2 marketing, IGA Maroc (master délocalisé Université Rennes 1) (1998-2011)	Politique de communication, études de marché	Formation continue et initiale

### **2.3. Enseignements passés dispensés en marketing et management (1998-2011)**

<b>Niveaux, universités</b>	<b>Cours dispensés</b>	<b>Type de formation</b>
<b>IGR-IAE de Rennes, Université de Rennes 1</b>		
L3 sciences de gestion	Etudes de marché (1994-2002)	Formation initiale
	Analyses de données multidimensionnelles (1998-2002)	
	Marketing international (2006)	Formation continue
M1 sciences de gestion	Marketing stratégique (1998-2002)	Formation initiale
	Communication (2002-2011)	
	Marketing de base (2007 et 2008)	Formation continue
M2 recherche	Marketing social (depuis 2010)	

(marketing et finance)	Analyses de données multidimensionnelles (2006-2007)	Formation initiale
M2 marketing	Marketing des organisations non marchandes (depuis 2007)	Formation initiale
	Relations publiques (2007-2011)	
	Communication (2007-2011)	Formation continue
M2 distribution	Promotion et publicité (2007-2010)	Formation en apprentissage
M2 management international	Marketing international (2006-2010)	Formation initiale
M2 agroalimentaire	Stratégie d'entreprises (2003)	Formation en apprentissage
<b>Dans d'autres Universités</b>		
IUT GEA 2 <sup>ème</sup> année, Saint-Malo (1994-1997)	Marketing de base	Formation initiale
M1 marketing, Sciences Po Paris (2010-2012)	Marketing social	Formation initiale
M2 marketing des services (2005-2014) et M2 recherche, IAE de Brest (2011)		Formation initiale et continue
M2 management public, IAE de Tours (2003-2009)		Formation continue
M2 management des associations, IAE Paris Sorbonne (2007-2009))		
M2 marketing et communication publics, Université Aix-Marseille (IMPGT) (depuis 2013)		
M2 marketing, IAE de Grenoble (2003)	Comportement du consommateur	Formation continue
M2 communication, Paris Dauphine (2006-2008)	Communication et Prévention	Formation initiale

#### **2.4. Etude de cas IGR-IAE / Institut National du Cancer, ONG reconnues d'utilité publique**

De 2004 à 2008, j'ai mis en place une étude de cas dont le principe reposait sur le partenariat entre l'IGR-IAE puis l'Institut National du Cancer (INCa) et deux ONG reconnues d'utilité publique (le Comité National Contre le Tabagisme et la Ligue Nationale Contre le Cancer). Il s'agissait pour les étudiants de l'IGR-IAE de travailler sur un thème qui intéressait l'INCa et ces ONG, et qui les aiderait à éclairer leurs décisions en termes de prévention. Les étudiants ont ainsi travaillé sur les thèmes suivants en utilisant les techniques des études de marché :

- quel est l'impact des avertissements sanitaires apposés sur les emballages des produits à risque sur les intentions de consommer ?
- quel est l'impact des paquets de cigarettes neutres ?
- quel est l'impact du placement des produits du tabac dans les films ?
- quel est l'impact du packaging des produits du tabac ?

Afin de répondre à ces questions, les étudiants en M1 marketing devaient mobiliser leurs connaissances acquises au cours de leur cursus et mettre en place des études de marché (qualitative et/ou quantitative).

A l'issue de 2 mois de travail et de réunions, ils remettaient un rapport par groupe, puis présentaient oralement les résultats de leur travail devant un groupe d'experts français de la lutte contre le tabagisme (à Paris, à l'Institut National du Cancer). Le groupe gagnant se voyait remettre une récompense.

### **3. ACTIVITES INSTITUTIONNELLES et ADMINISTRATIVES**

#### **3.1. Activités institutionnelles à l'EHESP (2011-aujourd'hui)**

##### Directrice adjointe de l'Equipe d'Accueil 7348 MOS (Management des Organisations de Santé) (2013- )

MOS est une Equipe d'Accueil dirigée par Etienne Minvielle, Professeur des Universités en sciences de gestion à l'EHESP.

MOS est composé de 15 chercheurs en rattachement principal et de chercheurs associés.

L'Equipe aborde différentes thématiques : la performance hospitalière » ; le parcours de santé des individus » (qui intègre la recherche en marketing social), la coordination du parcours de soins, etc.

##### Membre élu du Conseil scientifique de l'EHESP (2016- fin 2017)

##### Groupe de travail sur les addictions de l'EHESP (2016- )

Membre du groupe de travail « Addiction » de l'EHESP : aide à la mise en place de Moi(s) sans tabac à l'EHESP, aide à l'évaluation de cet évènement à l'EHESP (rédaction du questionnaire d'évaluation), aide à la mise en place de zones fumeurs à l'EHESP.

##### Coordination de modules d'enseignements / mise en place de programme de formation à l'EHESP

- . Responsable de l'UE « Les instruments de l'action publique » du Master 2 Pilotage des Politiques et Actions en Santé Publique
- . Responsable de l'UE « Gestion en santé publique 1 – les bases » du Master 1 sciences sociales
- . Responsable du Module « Les maladies non transmissibles (MNT) » de l'UE « Les enjeux contemporains en prévention et promotion de la santé »
- . Responsable du Module « Marketing social, communication et plaidoyer » de l'UE « Stratégies et modes d'intervention en prévention et promotion de la santé »
- . Responsable de la session inter-écoles sur les addictions (2013).
- . Responsable d'un module de 2 jours en formation continue sur le mécénat des établissements de santé (en collaboration avec l'Association Française des Fundraisers)
- . Responsable du module de sensibilisation à la recherche en sciences de gestion des Directeurs d'hôpitaux.

### Directrice adjointe recherche de l'Institut du Management –IdM-de l'EHESP (2011- 2016)

- . Recensement et rédaction du rapport d'activité recherche de l'IdM
- . formulation d'un diagnostic et proposition d'une stratégie pour la recherche à l'IdM (2011-2012)
- . la mise en place des « workshops de la recherche et de l'expertise »
- . aide au recrutement des enseignants et enseignants-chercheurs de l'IdM : définition des postes, sélection des dossiers, participation aux jurys
- . Réunion hebdomadaire avec le directeur de l'IdM (point sur la recherche, le lien recherche-formation)
- . participation réunions et groupes de travail divers (CODIR de l'EHESP, etc.)
- . réalisation de « l'annuaire de la recherche et de l'expertise de l'Idm »
- . réalisation de sondages à l'Idm sur la recherche (besoins en BDD & logiciels, etc.)
- . Etc.

### **3.2. Activités institutionnelles à l'IGR-IAE (1998-2011)**

#### Responsable du Tutorat de l'IGR-IAE de Rennes (2001-2007)

Programme d'aide à l'insertion professionnelle des étudiants de l'IGR-IAE. Déroulement sur 3 ans, de la L3 au M2 (ateliers CV, lettres de motivation, etc.).

#### Responsable du parcours marketing du M1 marketing du master sciences de gestion (2003-2011)

#### Responsable de la communication de l'IGR-IAE de Rennes (1999-2003) :

Création du gala de remise des diplômes, rédaction brochure et affiche, rédaction plaquettes de présentation des diplômes, etc.

#### Fonctions électives

- . Membre élu du Conseil Scientifique de l'IGR-IAE de Rennes (jusqu'en 2011)
- . Membre élu de la Commission de Spécialistes de l'IGR-IAE (avant les Comités de Sélection)

### **3.3. Autres activités institutionnelles**

Membre de la Commission Scientifique de l'INSERM spécialisée n°9 (Santé publique, Santé des populations) (2012-2016)

- recrutement des Chargés et Directeurs de Recherche 1 et 2 de l'INSERM
- évaluation des Unités de Recherche INSERM

Membre du vivier des experts HCERES en sciences de gestion

Evaluations d'Equipes d'Accueil.

Membre de Comités de Sélection

Membre des Comités de Sélection de l'IGR-IAE, EHESP, IAE de Brest, IUT de Vannes, IAE de Nantes, Université Aix-Marseille, université d'Angers, Université de Rennes 2, IUT de Quimper, Université de Lorraine (Metz), etc.

## 4. RAYONNEMENT SCIENTIFIQUE

Mes travaux dans le domaine du marketing social et du marketing de la santé m'ont conduit à rencontrer des acteurs du terrain en santé publique. J'ai ainsi été intégrée dans des groupes de travail / groupes d'experts afin de faire connaître les résultats de mes recherches et de contribuer à la prise de décision en santé publique. J'ai également été invitée dans des Universités à l'étranger.

### 4.1. Invitation dans les universités étrangères

- Université de Stirling (institut du marketing social, directeur Gerard Hastings), Grande-Bretagne, 2004, 2009, 2013, 2014, 2017 (juin et septembre).
- Université de Grenade (département marketing), Espagne, 2009, 2016 et 2017.
- Université de Waterloo (département santé publique), Ontario, Canada, 2009.
- Université de Senghor (département management public), Egypte, depuis 2007 tous les 2 ans jusqu'en 2013.

### 4.2. Membre groupes de travail / comités de pilotage / conseil scientifique / expertise

#### ⇒ *En France*

- Membre du Haut Conseil de la Santé Publique (HCSP) : 2017-
- Membre du Conseil Scientifique de Santé publique France : 2016-
- Membre du Comité Scientifique mis en place par l'Institut National du Cancer pour l'évaluation du paquet de cigarettes neutre en France, mai 2016 -
- Membre du Conseil Scientifique de l'EHESP ; 2016-2017
- Membre du Conseil Scientifique de l'Institut National de Prévention et d'Education Pour la Santé (INPES) ; 2015-2016.
- Membre du Conseil Scientifique de l'Observatoire Français des Drogues et Toxicomanie (OFDT) ; 2015-
- Audition par le Haut Conseil de la Santé Publique sur le marketing de la cigarette électronique, 21 janvier 2016.
- Demande d'avis sur la stratégie, la conception et la réalisation du programme de communication média et hors média de l'INPES sur la prévention du tabagisme pour la période février – mars 2015
- Membre du vivier de compétences du Haut Conseil de la Santé Publique, 2011-2014, Paris.
- Membre du comité de pilotage de la MILDT (Mission Interministérielle de Lutte Contre les Drogues et Toxicomanies), rapport « évaluation des dommages liés aux addictions et les stratégies validées de réduction de ces dommages », mai à juin 2013.
- Membre de l'expertise collective INSERM sur les addictions et les jeunes, 2013, Paris.

- Membre du groupe de travail formé par le Ministre de la Santé Xavier Bertrand sur « comment lutter contre le tabagisme en France ? », 2011, Paris.
- Membre du groupe de travail de l'Académie Nationale de Médecine « plan cancer 2 : quelles solutions pour lutter contre le tabagisme en France ? », janvier à avril 2009, Paris.
- Membre du groupe d'experts des Etats généraux de l'alcool, Ministère de la Santé, 2006, Paris.
- Membre de l'expertise collective INSERM sur le tabagisme et les jeunes, 2003, Paris.
- Membre du groupe d'experts IDT (Informations Données Tabac), Office Français des Drogues et Toxicomanie (OFDT), depuis 2006.
- Membre du groupe de travail sur la communication de la Ligue Nationale Contre le Cancer, Paris, depuis 2011.
- Membre du Conseil d'Administration et du Bureau du Comité National contre le Tabagisme, Paris, depuis 2007.

#### ⇒ **A l'international**

- Membre du groupe d'experts sur la régulation du marketing de l'alcool, OMS / PAHO, 2015 (Washington, janvier 2015).
- Membre du groupe d'experts de la DG SANCO de l'Union Européenne pour la mise en place des futurs avertissements sanitaires sur les paquets de cigarettes, 2010-2012, Bruxelles.
- Membre du groupe de réflexion sur le paquet de cigarettes générique, Action on Smoking and Health, 22 juin 2009, Londres.
- Experte désignée par le Ministère de la Santé pour représenter la France, groupe de travail de l'Organisation Mondiale de la Santé sur l'article 11 de la Convention Cadre de Lutte Anti-Tabac (packaging des produits du tabac et avertissements sanitaires), 7-9 novembre 2007, Manille (Philippines).

### **4.3. Rédaction de rapports, de notes et d'avis**

- « Le paquet de cigarettes neutre : quel intérêt pour la santé publique ? Présentation des études scientifiques », rapport rédigé pour le Ministère de la Santé (Direction Générale de la Santé) dans la cadre du Plan National de Réduction du Tabagisme, 12 pages, mai 2015.
- « La publicité en faveur des boissons alcooliques liée à l'art : quel impact sur les individus ? » (avec J-F Diouf), note pour l'ANPAA, 30 juin 2014.
- « Réguler la publicité TV aux heures de grandes écoutes des enfants », note pour le séminaire du 21/02/2013 organisé par la Société Française de Santé Publique (avec François Bourdillon).
- « Avis relatif à la proposition de loi visant à concilier la préservation de l'intégrité des œuvres culturelles et artistiques avec les objectifs de la lutte contre le tabagisme », aide à la rédaction de cet avis formulé par le Haut Conseil en Santé Publique, 25 janvier 2011.
- « Réguler la publicité TV aux heures de grandes écoutes des enfants. Proposition d'actions pour le PNNS », note pour le séminaire fermé *Nutrition entre sociétés savantes et experts*, 16-17 sept 2010, Marseille (avec François Bourdillon).
- « L'impact des paquets de cigarettes génériques et des avertissements sanitaires visuels sur des Français – résultats des études qualitatives et quantitatives », rapport pour l'Institut National du Cancer, décembre 2009.

- « Comment changer l'image du tabac en France ? », in *Rapport sur le tabagisme*, rapport coordonné par Maurice Tubiana, Académie Nationale de Médecine, mai 2009, p.5 et 17-20.
- « La loi d'interdiction de vente de tabac aux moins de 16 ans en France : application et efficacité », rapport du Comité National Contre le Tabagisme pour la Direction Générale de la Santé, Ministère de la Santé, 2007.
- « Le marketing des produits de l'alcool », in *Rapport sur la perspective d'états généraux de la lutte contre l'alcoolisme*, Ministère de la santé, tome II, page 66, Paris, 2005.
- « The labelling of Tobacco Product in France », rapport pour la Ligue Nationale Contre le Cancer et l'Union Européenne. Etude coordonnée par le Centre de Marketing Social de Glasgow (University of Strathclyde), 2002.

#### **4.5. Publications didactiques (revues destinées à des professionnels)**

1. Gallopel-Morvan K. (2016), Studies are conclusive: plain packaging of tobacco works, Article rédigé à la demande de l'OMS CCLAT dans le cadre de la Journée Mondiale sans Tabac 2016 consacrée au paquet de cigarettes neutre, [http://www.fctc.org/fca-news/opinion-pieces/1409-studies-show-that-plain-packaging-of-tobacco-works](http://www.fctc.org/fca-news/opinion-pieces/1409-studies-show-that-plain-packaging-of-tobacco-works#sthash.SHAXULE8.dpuf)
2. Crié D. et Gallopel-Morvan K. (2015), Le marketing hospitalier ; Vous avez dit marketing ? Oui, marketing !, *Gestions Hospitalières*, 547 (juin-juillet), 356-358.
3. Gallopel-Morvan K. (2015), Nominoë : le fonds de dotation du CHU de Rennes (propos recueillis auprès de Marie Louis, *Gestions Hospitalières*, 546 (mai), 307-309.
4. Gallopel-Morvan K. (2014), Le marketing et la publicité des produits du tabac : quelles formes et quels effets sur l'envie de fumer ?, *Textes et documents pour la classe (TDC)* (revue pédagogique bimensuelle éditée par le CNDP : Centre national de documentation pédagogique à destination des enseignants du secondaire), n°1082, 15 octobre, p44-45.
5. Ollivier R., Gallopel-Morvan K., Minvielle E. (2013), Se lancer dans un doctorat en sciences de gestion et en management : contexte, modalités et conditions, *Journal de l'Association des Directeurs d'Hôpital*, vol. 45, 21-24.
6. Gallopel-Morvan K. et Rieunier S. (2012), La collecte de fonds des établissements de santé, *Gestions hospitalières*, 519, oct, 499-502.
7. Gallopel-Morvan K. et Louazel M. (2012), Les études de marché, un outil au service de l'hôpital?, *Gestions hospitalières*, 519, oct, 483-84.
8. Gallopel-Morvan K. et Rieunier S. (2012), Établissements de santé : comment collecter des fonds auprès des particuliers et des entreprises ?, 39, mai – juin, *Journal de l'Association des directeurs d'hôpital*, 29-31.
9. Gallopel-Morvan (2008), Le marketing des industriels de l'alcool auprès des jeunes, WEKA.
10. Nieraad C., Ratte S. et Gallopel-Morvan K. (2006), Les stratégies marketing des cigarettiers, *Lettre du Pneumologue*, mai-juin.
11. Gallopel-Morvan K. (2003), Le packaging des cigarettes: fonctions et utilisations dans les stratégies de l'industrie, *Santé Sans Tabac*, décembre 2003, 151.
12. Gallopel-Morvan K., S. Ratte (2003), Pertinence et efficacité des campagnes suscitant des émotions fortes dans la prévention du tabagisme, *Sevrage tabagique (L.E.N. médical)*, 1, juin, 3-4.

## **4.6. Interventions dans les médias**

### **Principales interviews en 2014, 2015 et 2016:**

#### ***Le Monde :***

Tribune acceptée : [http://www.lemonde.fr/idees/article/2015/03/30/oui-le-paquet-de-cigarettes-neutre-est-efficace-contre-la-tabagie\\_4605657\\_3232.html](http://www.lemonde.fr/idees/article/2015/03/30/oui-le-paquet-de-cigarettes-neutre-est-efficace-contre-la-tabagie_4605657_3232.html)

Interview vidéo sur le paquet neutre :

[http://www.lemonde.fr/sante/video/2015/04/03/loi-de-sante-le-point-sur-le-paquet-de-cigarettes-neutre\\_4609266\\_1651302.html](http://www.lemonde.fr/sante/video/2015/04/03/loi-de-sante-le-point-sur-le-paquet-de-cigarettes-neutre_4609266_1651302.html)

Citations :

[http://www.lemonde.fr/societe/article/2015/05/14/page-image-fumer-c-est-moche\\_4633825\\_3224.html](http://www.lemonde.fr/societe/article/2015/05/14/page-image-fumer-c-est-moche_4633825_3224.html)

[http://www.lemonde.fr/addictions/article/2016/03/22/les-paquets-de-cigarettes-neutres-en-vente-a-partir-du-20-mai\\_4887442\\_1655173.html](http://www.lemonde.fr/addictions/article/2016/03/22/les-paquets-de-cigarettes-neutres-en-vente-a-partir-du-20-mai_4887442_1655173.html)

[http://www.lemonde.fr/sciences/article/2016/04/11/alimentation-la-guerre-de-l-etiquetage\\_4900046\\_1650684.html](http://www.lemonde.fr/sciences/article/2016/04/11/alimentation-la-guerre-de-l-etiquetage_4900046_1650684.html)

#### ***Autres média***

*France Culture (invitée du journal du journal du matin, 1<sup>er</sup> février 2017)*

<https://www.franceculture.fr/emissions/la-question-du-jour/lutte-contre-le-tabagisme-quelles-sont-les-mesures-les-plus-efficaces>

*France Inter : invitée du 5/7 (http://www.franceinter.fr/emission-linvite-du-5-7-karine-gallopel-morvan)*

*France Culture (invitée de l'émission « Le grain à moudre » du 17 juillet 2015 sur le thème de l'alcool : <http://www.franceculture.fr/emission-du-grain-a-moudre-d-ete-rose-spritz-peut-on-echapper-au-marketing-de-l-alcool-2015-07-17>)*

Chaîne TV LCP (interview sur le marketing de la e-cigarette, diffusion le 22/11/2015)

Europe 1 : <http://www.europe1.fr/emissions/europe-1-midi/europe-midi-votre-journal-jean-michel-aphatie-et-maxime-switek-220216-2674324> (interview sur le marketing de la cigarette, diffusion le 22/02/2016)

Libération ([http://www.liberation.fr/societe/2014/05/30/le-paquet-neutre-rend-la-cigarette-moins-seduisante-moins-glamour\\_1030232](http://www.liberation.fr/societe/2014/05/30/le-paquet-neutre-rend-la-cigarette-moins-seduisante-moins-glamour_1030232) et [http://www.liberation.fr/societe/2014/10/06/e-cigarette-un-debat-a-pleins-poumons\\_1116091](http://www.liberation.fr/societe/2014/10/06/e-cigarette-un-debat-a-pleins-poumons_1116091))

Le quotidien du médecin (<http://www.lequotidiendumedecin.fr/actualite/sante-publique/alcool-et-tabac-la-mildt-veut-s-attaquer-au-marketing-agressif-et-performant>)

Journal International de Médecine ([http://www.jim.fr/medecin/actualites/pro\\_societe/e-docs/exclusif\\_71\\_des\\_professionnels\\_de\\_sante\\_estiment\\_que\\_luniformisation\\_des\\_paquets\\_de\\_cigarette\\_ne\\_changera\\_rien\\_\\_146253/document\\_actu\\_pro.phtml](http://www.jim.fr/medecin/actualites/pro_societe/e-docs/exclusif_71_des_professionnels_de_sante_estiment_que_luniformisation_des_paquets_de_cigarette_ne_changera_rien__146253/document_actu_pro.phtml))

Destination Santé ([https://destinationsante.com/tabagisme-vers-fin-de-lepidemie-industrielle.html?utm\\_medium=email&utm\\_campaign=Destinationsantecom%2021102016&utm\\_content=Destinationsantecom%2021102016+CID\\_4d7b3931d7ecfd0faea8fcf2c72204f3&utm\\_source=Emailing&utm\\_term=Lire%20la%20suite](https://destinationsante.com/tabagisme-vers-fin-de-lepidemie-industrielle.html?utm_medium=email&utm_campaign=Destinationsantecom%2021102016&utm_content=Destinationsantecom%2021102016+CID_4d7b3931d7ecfd0faea8fcf2c72204f3&utm_source=Emailing&utm_term=Lire%20la%20suite))

Pourquoi Docteur (<http://www.pourquoidocteur.fr/Tabac---comment-le-paquet-neutre-decourage-les-fumeurs-6659.html> et <http://www.pourquoidocteur.fr/Articles/Question-d-actu/15727-Le-paquet-neutre-incite-a-arreter-de-fumer>)

Alter Eco+ par Alternatives Economiques(<http://www.alterecoplus.fr/chronique/christian-chavagneux/le-marketing-du-paquet-de-cigarettes-neutralise-enfin-201605201804-00003477.html>)

Le Journal des Femmes (<http://sante.journaldesfemmes.com/respiration/1440321-comment-mieux-identifier-bpco-femmes-tabac/>)

Le Journal des Femmes (<http://sante.journaldesfemmes.com/addictions-psychiatrie/1458627-les-femmes-en-ligne-de-mire-de-l-industrie-du-tabac/>)

Hopital.fr : interview (<http://www.hopital.fr/Hopitaux/Espace-Sante-mentale/Actualites/Tabac-et-alcool-le-marketing-contourne-parfois-les-lois-!>)

20 minutes (<http://www.20minutes.fr/societe/2006183-20170131-tabagisme-lutte-contre-marketing-marques-efficace>)

Metronews (<http://www.metronews.fr/conso/tabac-la-loi-touraine-instaure-les-paquets-de-cigarettes-neutres-sans-logo-pour-le-20-mai-2016/mneD!RJR66gHHfN8M/>)

L'humanité (<http://www.humanite.fr/societe/ces-addictions-qu-nous-vend-560436>)

La Croix (<http://www.la-croix.com/Sciences-et-ethique/Sante/Arreter-de-fumer-un-mois-et-peut-etre-definitivement-2016-05-22-1200761979>; <http://www.la-croix.com/Actualite/France/L-incertaine-efficacite-des-paquets-de-cigarettes-neutres-2014-09-25-1211600>; etc.)

Le nouvel Obs (<http://leplus.nouvelobs.com/karine-gallopel-morvan>)

Le Parisien (<http://www.leparisien.fr/magazine/grand-angle/debat-pour-ou-contre-les-paquets-de-cigarettes-neutres-03-12-2014-4344087.php> et <http://www.leparisien.fr/flash-actualite-economie/paquet-de-cigarettes-neutre-ou-pourquoi-comment-22-07-2015-4963941.php> et <http://www.leparisien.fr/informations/sans-logo-difficile-de-seduire-le-fumeur-14-03-2015-4602191> et <http://www.leparisien.fr/espace-premium/actu/comment-sont-choisies-les-images-20-05-2016-5811391.php> )

MetroNews (<http://www.metronews.fr/conso/cigarettes-le-paquet-neutre-arrive-en-france-est-ce-efficace/mneD!RJR66gHHfN8M/>)

La vie ([http://www.lavie.fr/actualite/societe/le-paquet-de-cigarettes-neutre-une-mesure-efficace-25-09-2014-56416\\_7.php](http://www.lavie.fr/actualite/societe/le-paquet-de-cigarettes-neutre-une-mesure-efficace-25-09-2014-56416_7.php))

Ouest France (<http://www.ouest-france.fr/sante-lindustrie-du-tabac-luttera-contre-le-paquet-neutre-2630596>)

Le Mouv (<http://www.lemouv.fr/diffusion-le-paquet-de-cigarette-tue>)

BFM TV

France 3

etc.