

**Dr. Karine Gallopel-Morvan**  
**Professor in social marketing**

**EHESP School of Public Health (France)**

Avenue du Professeur Léon-Bernard  
35043 Rennes (France)  
00 33 2 99 02 28 65  
[Karine.gallopel-morvan@ehesp.fr](mailto:Karine.gallopel-morvan@ehesp.fr)

**EDUCATION**

- 2006      **Habilitation à diriger des recherches (HDR)** (French certification for directing doctoral thesis students enrolled in French public universities), University of Aix-Marseille (France)
- HDR committee*  
Dr. Dwight Merunka (University of Aix-Marseille): HDR supervisor  
Dr. Pierre Valette-Florence (University of Grenoble): chairman  
Dr. Marc Filser (University of Bourgogne)  
Dr. Gilles Laurent (HEC Paris)  
Dr. Bernard Pras (University of Paris IX Dauphine)
- 1998:      **PhD in Management Sciences** (Marketing), Graduate School of Business Administration (IGR-IAE), University of Rennes 1, France
- PhD title:* Influence of music advertising's affective and symbolic qualities on consumer responses
- Doctoral committee:*  
Dr. Joël Jallais (University of Rennes 1): thesis supervisor  
Dr. Dwight Merunka (University of Aix-Marseille)  
Dr. Pierre Grégory (University of Paris 1 Sorbonne)  
Dr. Gérard Cliquet (University of Rennes 1)
- Viva on 02/02/1998 :* Mention très honorable avec les félicitations du jury
- 1994      Master Degree in Management Sciences (Marketing), Graduate School of Business Administration (IGR-IAE), University of Rennes 1, France.
- 1991      Bachelor in Economics, University of Economic Sciences, University of Rennes 1, France

## ACADEMIC POSITIONS

- Since 2013    **Professor** of Social Marketing at the School of Public Health (EHESP), France
- 2011-2013    Associate Professor of Social Marketing at the School of Public Health (EHESP), France
- 1998-2011    Associate Professor of Marketing at the Graduate School of Business Administration (IGR-IAE), University of Rennes 1, France

## RESEARCH

### 1. Research interests

My main research activities deal with social marketing, critical social marketing and tobacco control. I study the effect of tobacco industry marketing tactics, the impact of tobacco plain packaging and tobacco warnings on consumers.

I am also interested in marketing and philanthropy of NGOs and healthcare organisations.

### 2. Publications

#### *Refereed Journal Articles*

- 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 (*Impact of the presence of alcohol in movies on attitudes and the desire to drink in French youth: effect of valence and sex*), Journal de Gestion et d'Économie Médicales, 32(3), 6-19.
- Gallopel-Morvan K., Moodie C., Eker F., Béguinot E., Martinet Y. (2014), Perceptions of plain packaging among young adult roll-your-own smokers in France: A naturalistic approach, Tobacco Control, doi:10.1136/tobaccocontrol-2013-051513.
- 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.
- Gallopel-Morvan K. (2013), Le paquet de cigarettes au service de l'industrie du tabac ou de la santé publique ? (*Tobacco packing: an advertising tool for the tobacco industry or for tobacco prevention?*), Revue Communication & Langages, 179, juin, 79-92.
- Gallopel-Morvan K. (2013), Lutte contre le tabagisme : le paquet de cigarettes neutre est-il efficace ? (*Tobacco plain packaging: is it effective in tobacco control?*), Bulletin Épidémiologique Hebdomadaire, 20-21, 227-229.
- 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 Médicales, 30(5), 322-331 (*article in English*).

- Busson-Villa F. et Gallopel-Morvan K. (2012), La normalisation des associations : quelle efficacité pour rassurer les parties prenantes ? (*The standardization of NGOs: is it effective to reassure stakeholders?*), *Management & Avenir*, 54(4), 168-190.
- 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*, 21(5), 502-506.
- 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.
- 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 (*Effectiveness perception of plain packaging of tobacco products: Findings from France*), *Bulletin Epidémiologique Hebdomadaire*, 20-21, 244-247.
- 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 (*Are visual warnings on tobacco packs pertinent? Conditions for their effectiveness*), *Décisions Marketing*, 62, 19-29.
- 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.
- 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.
- 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).
- Hastings G., Gallopel-Morvan K. et Rey J.M. (2008), The plain truth about tobacco packaging, *Tobacco Control*, 17, 361-362.
- Gallopel-Morvan K. (2008), Les avertissements sanitaires apposés sur les paquets de cigarettes : quelle efficacité pour la lutte contre le tabagisme ? (*Warnings: are they effective in tobacco control?*), *Bulletin Epidémiologique Hebdomadaire*, 21-22, 201-204.
- Gallopel-Morvan K. (2006), Peur et persuasion sociale : état de l'art, limites et voies de recherche (Fear appeals use in social marketing: survey, limits and directions for future research), *Recherche et Applications en Marketing*, 21, 41-60.
- 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 (*Tobacco warning effectiveness: theoretical review and results of a qualitative study*), *Revue Française du Marketing*, 26, 7-25.
- Gallopel-Morvan K. (2005), La peur est-elle efficace dans un contexte Français de lutte contre les comportements tabagiques ? (*Are fear-arousing communications effective in the French context of tobacco control?*), *Décisions Marketing*, 37, 7-16.
- 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.
- 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 (*Psychological characteristics, decisional orientation process and attitude toward risk: a study on small business managers*), *La Revue des Sciences de Gestion*, 199, 51-72.

- 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 (*taking into account cognitive dissonance to improve anti-tobacco campaigns that target young people*), Politiques et Management Public, 21(4), 89-116.
- 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.
- Gallopel-Morvan K. et Cliquet G. (2002), Géomarketing et espace publicitaire (*geomarketing and advertising*), Décisions Marketing, 26, 47-54.
- Gallopel-Morvan K. (2000), Influence de la musique publicitaire sur la formation de l'image de marque : une étude empirique (*Influence of music in advertising on brand image: an empirical study*), Revue Française du Marketing, 176, 73-86.
- Gallopel-Morvan K. (2000), Contributions affective et symbolique de la musique publicitaire : une étude empirique (*Affective and symbolic contributions of ad music: an empirical study*), Recherche et Applications en Marketing, 15(1), 3-19.

### *Other Articles*

- Gallopel-Morvan K. (forthcoming), 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)* (Centre national de documentation pédagogique).
- 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.
- 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.
- Gallopel-Morvan K. et Rieunier S. (2012), La collecte de fonds des établissements de santé, Gestions hospitalières, 519, oct, 499-502.
- Gallopel-Morvan K. et Louazel M. (2012), Les études de marché, un outil au service de l'hôpital?, Gestions hospitalières, 519, oct, 483-84.
- 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.
- Gallopel-Morvan K. (2011), Le marketing social peut être très utile dans un programme de santé publique, Santé de l'Homme, 412, 4-5.
- Gallopel-Morvan K. (2008), Producteurs d'alcool : un marketing sur mesure pour séduire les jeunes, Santé de l'Homme, 398, 20-21.
- Gallopel-Morvan (2008), Le marketing des industriels de l'alcool auprès des jeunes, WEKA.
- Gallopel-Morvan K., E. Béguinot, Y. Martinet, P. Mourouga, C. Nieraad et S. Ratte (2006), Le placement des produits du tabac dans les films, SEVE (revue de santé publique), 11, 81-87.
- Nieraad C., Ratte S. et Gallopel-Morvan K. (2006), Les stratégies marketing des cigarettiers, Lettre du Pneumologue, mai-juin.
- 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.
- Gallopel-Morvan K. (2005), Marketing social et prévention : la peur, utile ou toxique ?, Santé de l'Homme, 377.
- Gallopel-Morvan K. (2003), Le packaging des cigarettes: fonctions et utilisations dans les stratégies de l'industrie, Santé Sans Tabac, décembre 2003, 151.

- 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.

### *Books*

- Gallopel-Morvan K. (supervisor), Birambeau P., Larceneux F., Rieunier S. (2013), Marketing et communication des associations (*Marketing and communication for NGOs*), Dunod, 2<sup>nd</sup> edition, 258 pages.
- Rey Pino M.J. (supervisor), 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 descenso des consumo de tabaco: un estudio desde la perspectiva del marketing social, Godel S.L. Ed., ISBN 978-84-92757-65-7, 209 pages.
- Gallopel-Morvan K. (supervisor), Birambeau P., Larceneux F., Rieunier S. (2008), Marketing et communication des associations (*Marketing and communication for NGOs*), Dunod, 1<sup>st</sup> edition, 239 pages.
- Gallopel-Morvan K. (2002), Musique et Publicité. Comment tirer parti du potentiel de la musique dans une création publicitaire ? (*Can music improve advertising effectiveness?*) (e-book), e-theque.com Publisher, 76 pages.

### *Book Chapters*

- Gallopel-Morvan K. (forthcoming), La communication dans la conduite des politiques de santé, in *Santé 2014*, ouvrage collectif du Haut conseil de la santé publique coordonné par Stéphane Le Bouler.
- 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.
- Crié D., Gallopel-Morvan K., Louazel M., Tardif L. (2013), Créer de la valeur grâce au marketing hospitalier, in *Les innovations managériales à l'hôpital*, coordonné par Thierry Nobre, 185-203.
- 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.
- 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.
- 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 (Case study).
- 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.
- 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.
- 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. Schwyer, Presses de l'EHESP, collection Recherche Santé Social, 61-68.
- 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.

- Calvert G., Gallopel-Morvan K., Sauneron S. et Oullier O. (2010), In the smoker's head: neuroscience and smoking prevention, in Improving public health prevention with behavioural, cognitive and neuroscience, Supervised by O. Oullier and S. Sauneron, Centre for Strategic Analysis, 74-93 (in French and English).
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- Gallopel-Morvan K. (2006), Advertising Policy and Geographic information, in *Geomarketing*, ISTE, edited by G. Cliquet (French and English versions).
- 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.

### *Official reports*

- La publicité en faveur des boissons alcooliques liée à l'art : quel impact sur les individus ? (with J-F Diouf), short report for the ANPAA (French alcohol control NGO), 2014.
- Réguler la publicité TV aux heures de grandes écoutes des enfants (with François Bourdillon), short report for a seminar organised by the French Society for Public Health (Société Française de Santé Publique), 2013.
- Réguler la publicité TV aux heures de grandes écoutes des enfants. Proposition d'actions pour le PNNS (with François Bourdillon), short report for the seminar « *Nutrition entre sociétés savantes et experts* », September 2010.
- L'impact des paquets de cigarettes génériques et des avertissements sanitaires visuels sur des Français – résultats des études qualitatives et quantitatives, report for the French National Cancer Institute (Institut National du Cancer), December 2009.
- Comment changer l'image du tabac en France ?, in *Report on tobacco control supervised by Pr. Maurice Tubiana*, French Academy of Medicine (Académie Nationale de Médecine), May 2009, p.5 et 17-20.
- La loi d'interdiction de vente de tabac aux moins de 16 ans en France : application et efficacité, report made for the National Committee Against Tobacco (French NGO) for the French Health Ministry, 2007.
- Le marketing des produits de l'alcool, in *Rapport sur la perspective d'états généraux de la lutte contre l'alcoolisme*, French Health Ministry, vol II, 2005.
- The labelling of Tobacco Product in France, report for the French National League Against Cancer and the EU, Research supervised by the University of Strathclyde (Institute for social marketing), 2002.

### 3. Communications

#### *Publications in proceedings and oral presentations at conferences*

- Brehonnet R., Gallopel-Morvan K., Gabriel P. (2014), *Impact of the presence of alcohol in movies on attitudes and the desire to drink in French youth*, 3<sup>rd</sup> 3<sup>èmes</sup> Journées Internationales Marketing de la Santé, 6 June, Rennes, France.
- 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), 4-7 June, Istanbul, Turque.
- Gallopel-Morvan K., Le Gall-Ely M., Rieunier S. et Urien B (2012), *(De)marketing tobacco by combining plain packaging and warnings*, Conference of the Association Française du Marketing, 10-11 May, Brest, France.
- 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, 23 March, Nice, France.
- 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, 23 March, Nice, France.
- Gallopel-Morvan K., Orvain J., Waelli M., Rey Pino J. (2012), *Demarketing tobacco products: the influence of plain packs on smokers and non-smokers perceptions and behavioural intentions*, ARAMOS Conference, 23 November, Paris, France.
- Busson-Villa F. et Gallopel-Morvan K. (2012), *La normalisation des associations : quelle efficacité pour rassurer les parties prenantes ?*, Colloque des IAE, 13-14 June Poitiers, France.
- 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 November, Lille, France.
- 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 October, Paris, France.
- Gallopel-Morvan K., Moodie C., Rey Pino J.M. (2010), *Demarketing cigarettes through plain cigarette packaging*, Colloque de l'Association Française du Marketing, 6-7 May, Le Mans, France.
- 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), 16-18 September, Bilbao, Spain.
- 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, France.
- 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 Behaviour, 2-5 June, Lalonde les Maures, France.
- 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, Seoul, South Korea.

- 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 May, Nantes, France.
- 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 May, Saint-Malo, France.
- 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 May, Saint-Malo, France.
- 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, USA.
- 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 March, Louvain, Belgium.
- 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 May, Lille, France.
- 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, Beijing, China.
- 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 November, Venise, Italy.
- 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 September, Bayonne-Biarritz, France.
- 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 May, Montréal, Canada.
- 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 March, Toulouse, France.
- 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 Behaviour, 3-6 June, Lalonde les Maures, France.

#### *Oral presentations in other conferences (with abstracts or posters)*

- 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).
- 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).

- 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).
- 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).
- 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).
- 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).
- 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).
- 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).
- 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).

### *Invited speaker in conferences*

#### ⇒ In French

- 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.
- Le marketing social : quelle utilité pour les campagnes de prévention ?, forum organisé par la CARSAT Sud-Est, 7 novembre 2013, Marseille.
- 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).
- 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.
- 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.
- Le marketing de la collecte de fonds à l'hôpital – le fundraising, conférence organisée par Medtronics, 19 juin 2012, Paris.
- Le marketing hospitalier : quelle utilité ?, colloque MACSF, 5 juin 2012, Paris.

- 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.
- 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.
- Marketing sensoriel : Le marketing sensoriel : de nouvelles perspectives pour l'offre de services hospitalière ?, Chaire Management des établissements de santé, 13 janvier 2012, Paris.
- Avertissements sanitaires visuels et paquets de cigarettes standardisés : quelle efficacité ?, colloque organisé par RESPADD, Ministère de la Santé, 31 mai 2011, Paris.
- 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.
- Marketing social. Critiques, limites et efficacité. Rencontres internationales de l'INPES, 22 octobre 2010 (with Gerard Hastings)
- 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
- Le marketing des industriels du tabac et les femmes, colloque organisé par RESPADD, Ministère de la Santé, 25 mai 2010, Paris
- Le marketing des produits de l'alcool : quel impact sur les jeunes ?, Congrès national de la Société Française d'Alcoologie, 18 mars 2010, Paris
- Le packaging des produits du tabac, 3<sup>ème</sup> Congrès national de la Société Française de Tabacologie, Brest, 27 novembre 2009.
- Tabac et marketing auprès des jeunes, Rencontres régionales « Jeunes et tabac », AALT, 27 novembre 2008, Nancy.
- Le marketing social au service de la prévention du tabagisme, Colloque régional « Espace sans fumée, au-delà de la loi », 7 février 2008, Marseille.
- Le marketing des industriels de l'alcool, Etats Généraux de l'Alcool, 19 octobre 2006 (Ecole Nationale de la Santé Publique, Rennes).
- Le marketing des industriels de l'alcool, Etats Généraux de l'Alcool, 5 décembre 2006 (Arche de la défense, Paris).
- 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.
- Images et prévention – la lutte contre le tabagisme, 20 novembre 2007, Les Champs libres, Rennes.
- 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.
- Le marketing des produits de l'alcool, Académie Nationale de Médecine, 2 mai 2006, Paris.
- 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.
- Les stratégies de l'industrie du tabac, 30 septembre 2005, Institut National du Cancer, Paris.
- Le Marketing social et les stratégies marketing des cigarettiers, Colloque International Francophone sur le COntôle du Tabac (CIFCOT), 18-21 septembre 2005, Paris.
- 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

- Le marketing social, INSERM, Réunion du Groupe d'Expertise « Tabac », 17 janvier 2002, Paris.

⇒ *In English*

- Tobacco plain packaging and graphic warnings, European Parliament, 31 May 2010, Brussels, Belgium.
- Tobacco & social marketing - Focus on tobacco pack, The Open University and the University of Stirling, Social Marketing Conference, 20 October 2009, Milton Keynes, UK.
- Impact of plain packaging: research from France, meeting organised by Action on Smoking and Health, 22 June 2009, London, UK.
- The marketing of cigarettes to women, National Conference of medicine, 25 February 2009, Korsov, Denmark.
- Social marketing rules to conduct good prevention campaigns, 10<sup>th</sup> Conference of the Society for Research on Nicotine and Tobacco Europe, 23-26 September 2008, Rome, Italy.
- Inventory and international literature review on plain packaging, French Health Ministry (invited for a European meeting), 2-3 October 2008, Paris, France.
- Social marketing: main principles, tools & theoretical models, European alcohol & health forum 4th task Force Meeting, European Commission, 12 October 2008, Brussels, Belgium.
- The marketing of cigarettes to women, Annual conference of the European Respiratory Society, 4 October 2008, Berlin, Germany.
- Impact of tobacco warnings, Conference « The power of anti-tobacco media campaigns », February 2007, Brussels, Belgium.

#### 4. Funding / Grants

*Principal Investigator*

- . Impact du (de)marketing de l'alcool et du tabac sur les représentations et les envies de consommer (*Impact of the (de)marketing of tobacco and alcohol products on consumers perceptions and desire to consume*), Funding: MILDT-INCa (French Cancer Institute)-Paris 13 PREVDROG, 2013-2016.
- . Impact des paquets de cigarettes neutres standardisés et des avertissements sanitaires sur les perceptions et comportements des femmes et des jeunes (*Impact of tobacco plain packaging and warnings on perceptions and behaviours of young people and women*), Funding: Health ministry (Direction Générale de la Santé), supervised by the Comité National Contre le Tabagisme (French NGO), 2012-2013.
- . Impact des paquets de cigarettes neutres standardisés et des avertissements sanitaires sur les perceptions et comportements des individus (*Impact of tobacco plain packaging and warnings on perceptions and behaviours*), Funding: School of Public Health (EHESP Rennes), 2012.
- . Impact des avertissements sanitaires visuels proposés par l'Union Européenne et des paquets de cigarettes génériques sur des Français (*Impact of European tobacco graphic warnings and plain packaging on French people*), Funding: MILDT-INCa (French Cancer Institute)-INSERM, 2007-2009.
- . TaPaFi : vers des produits du tabac aux packagings et au coût financier dissuasifs (*TaPaFi: dissuasive packagings and prices for tobacco products*), Funding: INCa, supervised by the Comité National Contre le Tabagisme (French NGO), 2009-2011.

## *Contributor / participant*

- . Labelling, Packaging, Presentation and Marketing of Tobacco and Related Products (Lot 2), EAHC/Health/10 concerning Multiple Framework Contracts with reopening of competition to support tobacco policies, European funding, 2013-2017.
- . Le Mécénat des Etablissements de Santé (hospital philanthropy), Funding: Maison des Sciences Humaines de Bretagne, 2013.
- . Don et bénévolat: de la compréhension des comportements à l'optimisation des ressources des associations (*donation and volunteering: understand them to optimize NGOs' resources*), Funding: Agence Nationale de la Recherche (French National Agency), 2008-2011.
- . The labelling of Tobacco Product in France, Funding: UE and the French National League Against Cancer, PI: G. Hastings (University of Strathclyde, UK), 2002.

## **5. Research supervision**

- . Jacques-François Diouf, *PhD title: The luxury metaphor of alcoholic beverage marketing: understanding its impact on consumers to help public health* (PhD in English), principal supervisor, second supervisor: Pr. G. Hastings, defense scheduled in 2015-2016.
  - . Saïdou Ouedraogo, *PhD title: Effectiveness of tobacco warnings in Burkina Faso*, principal supervisor, defense scheduled in 2017.
  - . Isabelle Lemeur, *PhD title: Comment améliorer l'efficacité des messages préventif en santé ? (How to improve preventive health messages?)*, second supervisor (principal supervisor: Pr. D. Crié), defense scheduled in 2017.
  - . Rémi Brehonnet, *PhD title: L'effet persuasif d'un placement d'alcool dans un film: le rôle de la valence des images mentales* (impact of alcohol placement in movies: the role of valence of the mental imagery), second supervisor (principal supervisor: Pr. P. Gabriel), defense on 8th February 2013, University of Brest, France.
  - . Blandine Mellouet-Fort, PhD in medicine, *PhD title: Le marketing social peut-il être utile en santé publique ? (is social marketing useful for public health?)*, supervisor with Dr. P. Arwidson, defense on 8th January 2014, Faculty of medicine, Brest, France.

## **6. Thesis Committees**

- . Carolina Werle, *Marketing social et prévention de l'obésité* (HDR in Management-Marketing), Member of the HDR committee, June 2014, University Pierre Mendès France, Grenoble, France.
- . Mathieu Lajante, *Contribution des neurosciences à l'étude de l'émotion publicitaire: concepts, méthodes et mesures* (PhD in Management-Marketing), Member of the PhD committee, December 2013, University of Rennes 1, France.
- . Faten Malek, *Contexte émotionnel et persuasion publicitaire: pour une prise en compte du vieillissement affectif* (PhD in Management-Marketing), Member of the PhD committee, November 2013, University of Bretagne Sud, Vannes, France.
- . Lemarié L., *Three essays on pro- and anti-behavioural messages in a preventive context* (PhD in Marketing), Member of the PhD committee, September 2012, HEC Montréal, Canada.
- . Chedotal C., *Le rôle de la culpabilité dans le marketing de la collecte de fonds: influence sur le comportement de don des particuliers* (PhD in Management-Marketing), Member of the PhD committee, November 2011, University of Paris Dauphine, France.

- . 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* (PhD in Management-Marketing), December 2011, University of Rennes 1, France.
- . Blanchais A., *Le tabagisme passif* (PhD in pharmacy) Member of the PhD committee, April 2007, Faculty of pharmacy, Rennes, France.
- . Bécheur I., *Les effets de la peur, de la culpabilité et de la honte en persuasion sociale: application aux messages anti-alcool* (PhD in Management-Marketing), Member of the PhD committee, December 2006, University Pierre Mendès France, Grenoble, France.

## 7. Editorial Activities

### *Journals*

Member of the scientific committee: Journal de Gestion et d'Economie Médicale  
 Ad hoc Reviewer: Recherche et Applications en Marketing, Décisions marketing, European Journal of Public Health, International Journal of Environmental Research and Public Health, BMJ, Revue internationale de communication sociale et publique, Nicotine & Tobacco Research, Tobacco Control, Journal of Consumer Affairs, European Journal of Marketing.

### *Conferences*

Association Française du Marketing, European Marketing Academic Conference (EMAC), conférence européenne de Santé publique (EUPHA), Advances in Consumer Research (2002), World Cancer Congress, World Marketing Congress de l'AMS, etc.

### *Book*

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

<b>TEACHING</b>
-----------------

### *Fields:*

Social marketing, critical social marketing, tobacco control, marketing

### *Teaching places:*

France (EHESP School of public health, IGR-IAE Graduate School of Business Administration), Egypt, Morocco, Poland, Burkina Faso

### *Teaching levels:*

Master's degrees, PhD levels

### *Teaching languages:*

French and English

### *Current teaching:*

- . Social Marketing, School of Public Health (EHESP), Graduate School of Business Administration (IGR/IAE), University of Senghor (Egypt), University of Ouagadougou 2 (Burkina Faso)
- . Tobacco control, School of Public Health (EHESP)
- . Health campaigns, School of Public Health (Rennes)
- . Marketing and philanthropy for healthcare organisations, School of Public Health (EHESP)

- . Marketing for non-profit organisations, Graduate School of Business Administration (IGR/IAE)

*Past teaching experiences:*

- . Advertising and public relations, Graduate School of Business Administration (IGR/IAE), IGA School of Business (Morocco), University of Economics (Poland)
- . Consumer behaviour, Graduate School of Business Administration (IGR/IAE), IGA (Morocco), University of Economics (Poland)
- . Marketing research, Graduate School of Business Administration (IGR/IAE), University of Economics (Poland)
- . Statistical analysis, Graduate School of Business Administration (IGR/IAE)
- . International marketing, Graduate School of Business Administration (IGR/IAE)
- . Marketing, Marketing management and strategy, Graduate School of Business Administration (IGR/IAE)

## ADMINISTRATIVE RESPONSABILITIES

**Deputy manager** of the research unit of the EHESP School of Public Health: « Management des Organisations de Santé » (Management of Healthcare Organisations).  
Director: Etienne Minvielle.

## ADDITIONAL INFORMATION

### **Involvement / work with governments, NGOs and policy makers**

⇒ *France*

- Member of the « vivier de compétences » of the Haut Conseil de la Santé Publique, 2011-2014
- Member of the MILDT committee for the report « évaluation des dommages liés aux addictions et les stratégies validées de réduction de ces dommages », May-June 2013, Paris
- Member of the expert group of the INSERM on young people and addiction, May-September 2013, Paris
- Member of the working group supervised by the former Health Minister (Xavier Bertrand) on « How to conduct effective tobacco control in France ? », 2011, Paris
- Member of the expert group on communication of the National league against cancer (NGO) (Ligue Nationale Contre le Cancer), since 2011
- Member of the working group of the French Academy of Medicine, Cancer plan 2: How to conduct effective tobacco control in France ?, January-April 2009, Paris
- Member of the working group of the « Etats généraux de l'alcool », Health ministry, 2006, Paris
- Member of the expert group IDT (Informations Données Tabac), Office Français des Drogues et Toxicomanie (OFDT), since 2006
- Member of the Board of the French National Committee against tobacco (NGO) (Comité National contre le Tabagisme), since 2007
- Member of the expert group of the INSERM on tobacco consumption and young people, 2003, Paris

⇒ *International*

- Consultant for DG SANCO (EU) on the development of health warnings for tobacco packages, 2010-2012, Brussels
- Member of the working Group on article 11 of the World Health Organization Framework Convention for Tobacco Control, November 2007, Manilla, Philippines

### **Stays Abroad**

- University of Stirling (ISM), UK, 2004, 2009, 2013 and 2014.
- University of Granada (marketing department), Spain, 2009.
- University of Waterloo (department of public health), Ontario, Canada, 2009.
- University of Senghor, Egypt, since 2007, every 2 years
- University of Ouagadougou 2, 2014
- University of Mohamed V and IGA Business School, Morocco, 1999 to 2011

### **Languages**

French: native language

English: good writing, reading and conversational skills

Spanish: passive knowledge, good reading skills

### **Press articles**

Radio: France Inter, Radio Suisse Normande, BMF, Europe 1, France Info, RFI

Press: Le Monde, Le Figaro, La Croix, Le Monde de l'éducation, l'Expansion, Management, Le Quotidien du Médecin, etc.

TV: France 2, France 5, France 3 Canal plus, LCI, M6