



**Sondes ZOUAGHI**

06 24 90 10 54

Laboratoire THEMA CNRS umr8184  
Les chênes 1 - 33, boulevard du Port  
95011 Cergy-Pontoise Cedex  
[sondes.zouaghi@u-cergy.fr](mailto:sondes.zouaghi@u-cergy.fr) /  
[sondes.zouaghi@gmail.com](mailto:sondes.zouaghi@gmail.com)

**Université de Cergy-Pontoise**  
**SciencesPo Saint-Gremin-en-Laye**  
**Laboratoire THEMA-CNRS umr8184**

- Maître de Conférences HDR (*hors classe*)
- Directrice du groupe de recherche THEMA Marketing et Management (TMM)
- Directrice du Master Management des Etudes Marketing et d'Opinions (*labellisé Syntec Etudes*)
- Membre élu du CNU
- Membre élu du CA et du bureau de l'Association Française du Marketing

## FORMATIONS

### Formation en MARKETING

2012 **Diplôme d'Habilitation à Diriger des Recherches**

*Regard croisé sur l'identité culturelle, le concept de nous et l'image du corps : mise en perspective d'une approche subjective du consommateur.*

*Soutenue le 7 février 2012 à l'Université Paris Dauphine.*

Jury : Christian Pinson (Coordinateur), *Directeur de recherche, Université Paris Dauphine, Professeur Émérite, INSEAD*

Bernard Pras (Président du jury), *Professeur Émérite, Université Paris Dauphine*

Bertrand Urien (rapporteur), *Professeur, Université de Brest*

Nil Özçağlar-Toulouse (rapporteur), *Professeur, Université de Lille 2*

Eric Remy (rapporteur), *Professeur, Université de Rouen*

1996 **Doctorat en Sciences de Gestion spécialité Marketing à l'Université Paris Dauphine.**

*Du concept de soi au concept de nous : développement d'une échelle de mesure et implications en matière de préférences de produits.*

(Mention très honorable avec les félicitations du Jury à l'unanimité et proposition d'une subvention pour publication)

Jury : Christian Pinson (Directeur de Thèse), *Professeur, INSEAD, Professeur associé, Université Paris-Dauphine*

Gilles Laurent (rapporteur), *Professeur, HEC*

Alain Jolibert (rapporteur), *Professeur, Université Pierre Mendès France à Grenoble*

Bernard Pras (Président du jury), *Professeur, Université Paris-Dauphine*

Joël Brée (suffragant), *Maître de Conférences HDR, Université Paris-Dauphine*

### Formation en PSYCHOLOGIE

2005 Niveau **Maîtrise en Psychologie Clinique** à l'Université René Descartes - Paris V (*tous les examens ont été acquis, stage de 6 mois non réalisé car en poste à l'IUT de Cergy*).

2002 **Licence en Psychologie** à l'Université René Descartes-Paris V.

## THEMES DE RECHERCHE

### Comportement du consommateur

Marketing Identitaire - Marketing Social - Représentations Sociales – Psychologie Clinique.

## PUBLICATIONS

### Articles dans des revues ou proceedings à comité de lecture

Chouk I. & Zouaghi S. (soumission, V1), Donneurs d'organes silencieux : quelles stratégies pour les conduire à parler à leurs proches ?, *Décision Marketing* (rang 3 FNEGE, CNRS)

Zouaghi Sondes (2016), Le cas sensible de l'ethnicité : l'exemple de l'étude de la diversité en marketing, *Revue Internationale de Psychologie et de Gestion des Comportements Organisationnels*, vol. XXII(54): 131-137.(rang 4 FNEGE)

Zouaghi Sondes, Chouk Ines & Rieunier Sophie (2015), Promoting organ donation through the 'intensity of discussions' with next of kin: role of superstition, taboo of death and personality variables, *Recherche et Applications en Marketing*, 30(3): 109-127. (rang 2 FNEGE, CNRS)

Zouaghi Sondes (2015), Ethnic segmentation in marketing: a tool for social domination in France, *Society and Business Review*, special issue: Changing paradigms and/or concepts to understand reality: Markets, Organization and Society, 10(3): 243-257. (rang 4 FNEGE)

Béji-Bécheur Amina, Özçağlar-Toulouse Nil & Zouaghi Sondes (2012), Ethnicity Introspected: Researchers in Search of their Identity, *Journal of Business Research*, 65(4): 504-510. (rang 2 FNEGE, CNRS)

Zouaghi Sondes & Béji-Bécheur Amina (2011), Hammam, soins du corps et soins de soi : Espace ethnique et réduction des tensions identitaires, *Perspectives Culturelles de la Consommation*, 1(1): 79-108.

Özçağlar-Toulouse Nil, Béji-Bécheur Amina, Fosse-Gomez Marie-Hélène, Herbert Maud & Zouaghi Sondes (2009), Ethnicity in the Study of the Consumer: an Overview, *Recherche et Applications en Marketing*, 24(4): 57-76. (rang 2 FNEGE, CNRS)

Beji-Becheur Amina, Jamel Ahmad, Ozcaglar-Toulouse Nil & Zouaghi Sondes (2007), Ethnicity and Consumption in Europe: Comparing and Contrasting France and the UK, *European Advances in Consumer Research*, S. Borghini, M. A. McGrath, C.C. Otnes (Eds.), Duluth, MN: Association for Consumer Research, pp.318-319, pp.283-284.

Zouaghi Sondes & Darpy Denis (2006), La segmentation par le concept du Nous : exploration des liens entre le Nous idéal et l'image du produit préféré, *Recherche et Applications en Marketing*, 21(2): 31-41. (rang 2 FNEGE, CNRS)

Zouaghi Sondes & Darpy Denis (2003), Du soi au groupe : naissance du concept du Nous et exploration d'une échelle de mesure du Nous idéal, *Recherche et Applications en Marketing*, 18(4): 3-21. (rang 2 FNEGE, CNRS)

### Communications

#### Actes de colloques ou de journées à comités de lecture

Zouaghi Sondes & Mimouni-Chaabane Aïda (2016), Charity promotions: are they always beneficial for the charity?, *32ème Congrès International de l'Association Française du Marketing (afm)*, Lyon, 18-20 may.

Zouaghi Sondes & Mimouni-Chaabane Aïda (2016), L'attachement est-il toujours positif ? Dimensions sécuritaire et insécuritaire de l'attachement des donateurs à leurs associations, *2ème Journée de Recherche en Marketing du Grand Est, Reims*, 1er avril.

Ben Alaya Dorra & Zouaghi Sondes (2014), Etudier les représentations sociales à l'ère du web 2.0 ; in Symposium on Social Representations Theory: Facing the Challenges, *12ème Conférences Internationales sur les Représentations Sociales*, Sao Paulo, 20-23 july.

Zouaghi Sondes (2013), Ethnic identity, the game is not fixed: Reinvent relationship between origin and host cultures, *Critical Studies in Accounting and Finance Conferences*, Dubaï, 15th of Dec.

Zouaghi Sondes (2013), Revisiting ethnicity: theories and methodology research, in the symposium on democratizing management, *European Academy of Management Conference*, Istanbul, 26-29 june.

- Zouaghi Sondes & Béji-Bécheur Amina (2010), Beauty care and ethnicity: Examining the postassimilationist model, *5<sup>th</sup> Consumer Culture Theory Conference 2010*, Wisconsin School of Business, University of Wisconsin, June 10-13, Madison..
- Stamboli Céline & Zouaghi Sondes (2010), To acculturate or not to acculturate: Identity construction via media consumption, *5<sup>th</sup> Consumer Culture Theory Conference 2010*, Wisconsin School of Business, University of Wisconsin, June 10-13, Madison.
- Béji-Bécheur Amina & Zouaghi Sondes (2010), Le marketing agent d'institutionnalisation des identités ethniques ?, *9<sup>ème</sup> Journées Normandes de recherche sur la consommation*, Sessions spéciale d'ouverture : Ethnicité et Comportement de consommation (ETHNOS), Mont-Saint-Aignan, mars 2010.
- Damak Leïla & Zouaghi Sondes (2010), Corps et préférence de design-produit, *9<sup>th</sup> International Conference Marketing Trends*, Venise, Janvier 2010.
- Zouaghi Sondes & Béji-Bécheur Amina (2009), Soins de beauté pour dire son ethnicité, *14<sup>ème</sup> Journée de Recherche en Marketing de Bourgogne*, Dijon, novembre 2009.
- Zouaghi Sondes & Damak Leïla (2009), Body Consumer, Cultural Belonging and Ethnicity: Conceptual Framework and first results, *International Conference on Immigration, Consumption and Markets*, Lille, 18-19 may, Lille.
- Béji-Bécheur Amina, Özçağlar-Toulouse Nil & Zouaghi Sondes (2007), Ethnicity, Acculturation, and Consumption in France, *The La Londe Conference*, La Londe les Maures, june 2007.
- Zouaghi Sondes (1997), Les images familiales exprimées par les consommateurs : le concept de Nous peut-il prétendre au statut de variable de segmentation ?, *13<sup>ème</sup> Congrès de l'AFM*, Toulouse, mai 1997.
- Zouaghi Sondes (1996), Proposition d'une échelle de mesure du Nous idéal. *Deuxième Journée Jeune Chercheur*, Chambéry, juin 1996.
- Autres communications
- Zouaghi Sondes (2016), Secure and insecure attachment: Which consequences for associative donators?, *Workshop dedicated to Raymond-Alain Thiétart*, ESSEC, june 24<sup>th</sup>.
- Zouaghi Sondes (2016), Respect de la volonté des donneurs d'organes post-mortem : vers une meilleure compréhension des comportements de discussions avec les proches, *A.G. Réseau Régional de Prélèvement d'Organes et de Tissus, Région Bretagne*, CHU de Rennes, 26 avril 2016.
- Zouaghi Sondes (2016), Les représentations sociales en marketing : du marketing performatif, à la « transformative consumer research », *Conférence interdisciplinaire afm-ReMosco*, EHESS, 18 mars 2016.
- Zouaghi Sondes (2014), Ethnicité et Marketing : un état de l'art, *Journée AIMS/AFM/AGRH/AFMD/AFC « Pour un management de la diversité »*, Semaine du Management de la FNEGE, Marseille, mai 2014.
- Stamboli Céline & Zouaghi Sondes (2010), S'acculturer ou ne pas s'acculturer : la construction identitaire par les medias, Poster, *26<sup>ème</sup> Congrès de l'AFM*, Le Mans.
- Damak Leïla & Zouaghi Sondes (2009), Body Consumer, Product design preferences and ethnicity, Poster, *38<sup>th</sup> EMAC Conference*, Nantes.
- Béji-Bécheur Amina, Jamal Ahmad, Özçağlar-Toulouse Nil & Zouaghi Sondes (2007), Ethnicity and Consumption in Europe: Comparing and Contrasting France and the UK, working paper, *EACR Conference*, Milan.
- Béji-Bécheur Amina, Özçağlar-Toulouse Nil & Zouaghi Sondes (2007), La méditerranée multi-ethnique : une approche introspective, *4<sup>ème</sup> Journée d'Etude sur le Marketing Méditerranéen*, Università Bocconi de Milan.
- Zouaghi Sondes & Darpy Denis (2005), The 'we Concept' and product choice congruency. *Consumer Personality Research Congress*, working paper, Dubrovnik, september 2005.

Zouaghi Sondes (2012), Etudier l'ethnicité : un défi et des solutions innovantes ; in *L'Ethnicité : Fabrique Marketing*, Béji-Bécheur A. et Özçağlar-Toulouse N. (éds). Edition EMS Management et Société, 75-105. (*labellisé ouvrage scientifique par la FNEGE*).

## Chapitre d'ouvrages pédagogiques

Zouaghi Sondes et Damak Leïla (2004), Les Etudes de Marché ; in *le Manuel de Gestion*, (1<sup>ère</sup> et 2<sup>ème</sup> édition), Dayan A. (ed), ELLIPSES/Agence Universitaire de la Francophonie.

## ENCADREMENTS DE THESES et PARTICIPATION A DES JURYS

Depuis 2015 **Direction de thèse** de Olfa Ben Arfa : « Host societies' acculturation and identity crisis: The interplay of local and global cultural patterns. Evidence from the Arab Gulf ».

Depuis 2013 **Direction de thèse** de Imen Ben Fatma : « Identité et consommation de produits culturels : cas de la consommation des séries télévisées ».

2015 **Membre de jury de thèse** de Manel Hadj Hmida à l'Université de Lille 2.

*Titre : « lorsque le point de vente distribue une expérience identitaire... Apport du concept d'identité à la compréhension de l'expérience de magasinage du consommateur issu de l'immigration maghrébine ».*

*(Directeur de Thèse : Marie-Hélène Fosse-Gomez – Rapporteurs : Amina Béji-Bécheur, Gille Paché – Examineurs : Isabelle Collin-Lachaud, Sondes Zouaghi)*

2013 **Membre de jury de thèse** de Nathalie Montargot (ESSEC-Université de Cergy-Pontoise).

*Titre : « L'intégration des jeunes à faible capital scolaire : le cas de l'hôtellerie-restauration » (Directeur de thèse : Jean-Marie Peretti – Président de jury : Jean-Michel Plane – Rapporteurs : Jean-Yves Duyck et Alain Roger – Examineurs : Jean-Luc Cerdin, Franck Brillet et Sondes Zouaghi)*

2013 **Membre du jury** de la soutenance du diplôme d'**Habilitation à Diriger des Recherches** de Ashok Som (professeur et doyen associé à l'ESSEC Business School) à l'Université de Cergy-Pontoise.

*Titre : « Quel est le rôle d'une gestion stratégique et internationale des ressources humaines, ses innovations et les adoptions pendant la restructuration organisationnelle ? » (Coordinateur : Jean-Marie Peretti - Président de jury : Maurice Thévenet – Rapporteurs : David Alis, Frank Brillet et Jacques Igalens - Suffragante : Sondes Zouaghi).*

## DIFFUSION DES TRAVAUX (rayonnement et vulgarisation)

Membre de l'ANR ETHNOS : émergence d'un nouveau thème de recherche, le **marketing ethnique**.

- **Diffusion scientifique personnelle** : 3 articles à comité de lecture, 1 chapitre d'ouvrage scientifique et 14 communications, participation au rapport ANR.
- **Diffusion interdisciplinaire** : Présentation d'un état de l'art sur l'ethnicité en marketing aux Journées de l'association française du Management de la Diversité (AFMD), Marseille 2014.
- **Diffusion dans la société civile** : auteur pour 3 émissions culturelles sur ARTE (Karambolage).

Collaborations avec le **Réseau Mondial Serge Moscovici (ReMosco)** en Psychologie Sociale (EHESS) :

- **Journées d'hivers de l'afm** (18 mars 2016) : Organisation de la **conférence interdisciplinaire Marketing et Représentation Sociales**.

Intervenants en Psychologie Sociale : Denise Jodelet (EHESS), Saadi Lahlou (London School of Economics), Themis Apostolidis (U. Aix-Marseille), Dorra Ben Alaya (U. El Manar), Pascal Molinier (U. Montpellier) et Estelle Masson (U. de Brest)

Intervenant en Marketing : Géraldine Michel (IAE Paris), Eva Delacroix (U. P. Dauphine), Margaret Josion-Portail (U. Paris-Est), Sondes Zouaghi (U. Cergy).

- **Echange interdisciplinaires** : deux recherches sont en cours sur les Représentations Sociales du Web 2.0 et de la consommation responsable avec Dorra Ben Alaya (Directrice département de psychologie à l'Université d'El Manar, Tunis).
- Organisation de **trois séminaires sur les Représentations Sociales** au sein du laboratoire Théma Marketing Management (entre 2013 et 2015).

#### Collaboration avec les professionnels des Prélèvements et Transplantations d'Organes

- Fédération France ADOT : **rapport d'expertise et présentation orale** sur l'activation du levier de la discussion pour augmenter le nombre de donneurs d'organes, IAE Paris, 24 mars 2014.
- AG du Réseau Régional de Prélèvement d'Organes et de Tissus (Région Bretagne) : **Présentation orale** sur l'efficacité des étapes précédant le prélèvement et la relation aux familles. **Grand Témoin lors de 3 tables rondes** autour des rôles des comités de coordination face au protocole Maastricht III, CHU Rennes, 26 avril 2016.

### ENSEIGNEMENT et ACTIVITES PEDAGOGIQUES

Cours	Niveau	Institutions
<b>Marketing et Stratégie</b>		
Marketing fondamental	L1, L3, M1	MSG (U. P. Dauphine) - IUT + MSG (U. Cergy) – MSTCF (U. Paris 12) - ESCP – Rouen B.S. - L2 (SciencePo SGL).
Marketing Stratégique Marketing Strat, secteur de la mode Marketing Strat, secteur publique Projets de création d'entreprise Animation de jeux (Markstrat, Shadow Manager)	L3, M2, FC	MSG (U. St-Pétersbourg), FC (U. Timisoara), MSTCF (U. P. Dauphine), DESS Luxe (U. MLV)
Comportement du Consommateur	L1, L3, M1, M2, FC	IUT + MSG (U. Cergy) – IUT (U. Paris 12) - MSG (U. St-Pétersbourg) - Rouen B.S. – ESCP.
Distribution (+Challenge Auchan) Distribution, secteur de la mode Trade Marketing	L2, M1, FC	IUT (U. Paris 12) – M1 (U. Cergy) – ISEM – FC (Tropicana / CocaCola)
Communication dans les services	M1	M1 (U. MLV)
Etudes Marketing Etudes qualitatives Etudes quantitatives Analyses de données Méthodes ethnographiques Biais dans les études Etudes sectorielles	L2, L3 M1, M2,	IUT + L3 + M1 + M2 (U. Cergy) – L2 (SciencePo SGL).
Méthodologie de recherche + suivi de mémoires	M2	M2 (U. Cergy)
Marketing industriel	FC	FC (Greta-Chimie/Biologie)
Marketing médical	FC	FC (Greta-Chimie/Biologie)
<b>Psychologie et Développement Personnel</b>		
Introduction à la psychologie clinique (études quali)	M2	M2 (U. Cergy)
Biais de raisonnement (études)	M2	M2 (U. Cergy)
Développement personnel	M1, M2	M1 (ESCE) , M2 (U. Cergy),
Identités multiples : penser autrement la diversité au travail	DU	DU executive coaching (U. Cergy)
Identités culturelle : repère pour penser le coaching interculturel	DU	DU executive coaching (U. Cergy)

1994-1996 ATER Université Paris 12 Créteil (Marketing fondamental, Communication, Etudes de Marché et Distribution).  
1996-1997 ATER Université Paris IX-Dauphine (Marketing fondamental)



Depuis 2005	Encadrement de mémoires de Master 2 en Etudes Marketing avec exigence de canons scientifiques : deux mémoires primés au niveau national par le Syntec lors des <b>Trophées des Etudes</b> .
1998 - 2005	Transfert de compétences vers les enseignants russes de l' <b>Université d'Economie et de Finance de Saint-Pétersbourg – Russie</b> (réalisation et utilisation de cas pédagogiques, cours de Stratégie, de Comportement du Consommateur, d'Etudes de marché, de Segmentation et Positionnement).
2000 et 2002	Projet LEDA - séminaires de formation pour des <b>cadres de l'administration Roumaine</b> au Marketing des Services Publics, à la Stratégie et à l'Innovation, <b>Timisoara, Roumanie</b> .
1999 - 2002	Formation Continue des <b>chefs de secteurs de Virgin-Cola et de Tropicana</b> (Trade-Marketing).
1998 et 2001	Séminaires de formation en Comportement du Consommateur et Etudes de marché pour des <b>Cadres de l'industrie française</b> (ESCP Séniors).
1993 - 1995	Formation Continue en Marketing Médical de <b>Médecins, Pharmaciens, Chimistes et Biologistes</b> (GRETA chimie/biologie).

## IMPLICATIONS INSTITUTIONNELLES

### A l'Université de Cergy-Pontoise (UCP)

Depuis 2011	Directrice du groupe de recherche <b>THEMA Marketing et Management</b> - TMM (animation de journées de recherche mensuelles, invitation chercheurs étrangers).
Depuis 2005	Création et direction du master <b>Management des Etudes Marketing et d'Opinions</b> ( <i>labellisé Syntec Etudes, Classé 4 SMBG, Classé A par l'AERES</i> )
Depuis 2010	Administratrice de la <b>Fondation Partenariale</b> (sélection de la structure de levée de fond, mise à disposition de l'expertise en marketing et en études d'opinions – relais avec les laboratoires de recherche de l'UCP).
Depuis 2005	Présidente de jurys de <b>VAE</b> en Marketing et Management (suivi, évaluation des dossiers et soutenances).
2005-2007	Directrice des études de la MSG à l'UCP.
1999-2001	Directrice des études 2ème année à l'IUT de Cergy.

### Pour la communauté des chercheurs

Avril 2016	Expertise scientifique auprès de l' <b>ANRT</b> (dossiers CIFRE)
Mars 2016	Organisation de la <b>conférence interdisciplinaire</b> afm-REMOSCO (marketing-Psychologie) sur le thème des Représentations Sociales (18 mars 2016 – EHESS) – dans le cadre des rencontres d'hivers de l'afm.
Mai 2003	Organisation du <b>19ème Congrès International de l'afm</b> en Tunisie.

Participation à différents réseaux internationaux de chercheurs :

- Membre de l'Association Française du Marketing (afm)
- Membre de l'European Marketing Academy (EMAC)
- Membre de l'European Academy of Management (EURAM)
- Membre du Consortium Consumer Culture Theory (CCT)
- Participation au Réseau Mondial Serge Moscovici (CIRS)

Evaluatrice ad hoc pour les revues :

- Recherche et Applications en Marketing (*rang 2 FNEGE*)
- Journal of Business Research (*rang 2 FNEGE*)
- Décisions marketing (*rang 3 FNEGE*)
- Qualitative Market Research (*rang 4 FNEGE*)
- International Journal of Arts Management (*rang 4 FNEGE*)

Evaluatrice pour les conférences suivantes :

- Congrès de l'Association Française du Marketing (afm)
- Consumer Culture Theory Conference (CCT)

- International Conference Marketing Trends
- Colloque Ethienne Thil

### Pour la communauté des Enseignants Chercheurs

- Depuis 2016 Membre élu du **Conseil d'Administration et du bureau de l'Association Française du Marketing** (afm)
- Depuis 2015 Membre élu au **Conseil National des Universités** (CNU).
- 2005-2008 Membre du **jury d'agrégation du secondaire** en Economie (*option C : Marketing*).

### Pour le monde Professionnel (Etudes Marketing)

- 2012-2015 Création du **Label Syntec Etudes** des formations de master 2 en Etudes Marketing (*initiatrice du projet et organisation du comité de réflexion sur la procédure de certification*).
- Depuis 2005 Développement d'un réseau de professionnels en études marketing dans le cadre du master MEMO.
- Depuis 2015 Membre du jury du Label Syntec Etudes (*label destiné aux formations de niveau master 2 ayant pour objectif de renforcer les liens entre les professionnels et formations*).
- Depuis 2010 Membre du Jury des Trophées Syntec des Etudes (*Récompensent les meilleurs mémoires en Etudes Marketing des étudiants d'universités, d'écoles de commerce et de grands établissements*).
- 2005 Etude sectorielle Xerfi : Marques de Distributeurs dans L'Épicerie.