

# Jacques-François DIOUF

Maître de conférences



---

## Présentation

Mes activités de recherche sont axées principalement sur des thématiques du 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». 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.

Inscrit dans l'axe du marketing social critique, mes travaux portent sur l'étude de l'impact des stratégies marketing des industriels de l'alcool en France, avec un focus sur la question du contenu marketing dans la publicité et sur le packaging. Cette recherche vise à déterminer la nature et le poids de l'impact de ce marketing sur : d'une part les représentations et les envies de consommer des jeunes, et d'autre part l'efficacité de mesures de santé publique visant à réguler le marketing de l'alcool en France, que sont notamment les avertissements sanitaires présents sur les publicités et les bouteilles d'alcool (cf. la Loi Evin, 1991 ; loi n°2005-102).

Mobilisant essentiellement des méthodes qualitatives (entretiens, observations) et expérimentales, mes recherches s'intéressent aussi à l'application du paradigme neuroscientifique au marketing social. Elles visent des implications managériales et sociétales pouvant éclairer les prises de décision des autorités publiques et des associations.

> **Laboratoire de recherche** : CREM UMR CNRS 6211

> **Responsable pédagogique** :

- Licence 3 Gestion, parcours Sciences de Gestion & Management (SGM)

## Recherche et entreprise

### Rayonnement scientifique

### Projets scientifiques

- Financement MILDT-INCa (Institut national du cancer)-Paris 13 PREVDROG. Projet I(D)MATREC : «Impact du (De)Marketing de l'Alcool et du Tabac sur les Représentations et les Envies de Consommer», 2013-2016

- Membre du contrat de recherche sur la partie alcool. Responsable du projet: Karine Gallopel-Morvan. Participants : Oliviers Drouleurs, Sophie Lacoste-Badie, Jean-Luc Hermann, Gaëlle Pantin-Sohier, Mathieu Kacha, Mathieu Lajante
- Financement INCa (Institut national du cancer) AAP-DEPREV. Projet IMAJ : « Impact du Marketing de l'Alcool sur des Jeunes », 2015-2018
- Membre du contrat de recherche. Responsable du projet : Karine Gallopel-Morvan. Participants : Oliviers Drouleurs, Christian Barillot, Isabelle Courouge, Elise Bannier Sophie Lacoste-Badie, Jean-Luc Hermann, Mathieu Kacha

### **Manifestations scientifiques**

- Membre du comité d'organisation des 3èmes Journées Internationales du Marketing de la Santé (sous le patronage de l'AFM et ARAMOS), Ecole des Hautes Etudes en Santé Publique, 6 Juin 2014, Rennes

### **Interactions avec l'environnement social, économique et culturel**

#### **Rapport d'études et d'expertise destinés à des décideurs publics ou privés**

- Auditions de Karine Gallopel-Morvan (avec la participation de Jacques François Diouf) par les rapporteurs de la Cours des Comptes sur la règlementation du marketing de l'alcool et aide à la formulation de recommandations en vue d'une rédaction de rapport, 26 Mars 2015 et 22 Octobre 2015, Rennes
- «La publicité en faveur des boissons alcooliques liée à l'art: quel impact sur les individus?». Karine Gallopel-Morvan & Jacques François Diouf, Note de synthèse pour l'ANPAA (Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie), 30 juin 2014
- Karine Gallopel-Morvan & Jacques François Diouf (2013) L'influence du marketing des industriels de l'alcool et du tabac sur les individus, Réunion de travail expertise Collective INSERM (Institut National de la Santé et de la Recherche Médicale) Conduites Addictives chez les Jeunes. 29 Avril, Paris
- Mission Interministérielle de Lutte contre la Drogue et la Toxicomanie (MILDT), Karine Gallopel-Morvan & Jacques François Diouf. L'influence du marketing des industriels de l'alcool et du tabac sur les individus, Avril 2013

### **Collaboration avec des institutions culturelles**

- Jacques François Diouf & Karine Gallopel-Morvan (2015). Le marketing et la publicité des industriels de l'alcool: formes et influence sur les représentations et les envies de consommer des jeunes ? Contribution au catalogue de l'exposition « Boire, de la soif à l'ivresse » commanditée par le Musée de Bretagne de Rennes

### **Contributions à la diffusion de la culture scientifique et au débat public**

- Interviews radio : Radio France Bleu Armorique et Europe 1

*Toutes les infos sont sur le CV en pdf*

## Thèmes de recherche

Marketing social critique

Impact du marketing de l'alcool

Efficacité des avertissements sanitaires alcool

Neuroscience du consommateur

Usage des méthodes neuroscientifiques en marketing non-marchand

**Mots-clés** : Alcool - Marketing - Marketing social critique - Santé publique - Prévention - Neurosciences

## Activités pédagogiques

### Enseignements principaux

Depuis 2017 : Maître de conférences à l'IGR-IAE.

- Fondamentaux du marketing
- Marketing management
- Marketing New Product Launch
- Marketing Social
- Stratégie d'Entreprise

### Autres responsabilités pédagogiques

- Responsable pédagogique de la Licence 3 - Parcours SGM

## Publications

Jacques-François Diouf, Karine Gallopel-Morvan. La loi Evin de régulation du marketing de l'alcool. Quelle efficacité dans le cas de publicités/packagings orientés luxe vs. produit ?. Journal de gestion et d'Economie de la santé, ESKA, 2020, pp.123-153.

Jacques-François Diouf, Karine Gallopel-Morvan. Impact of alcohol marketing content regulation on consumers' responses and warnings' visibility. Global Alcohol Policy Conference, Mar 2020, Dublin, Ireland.

Quentin Duché, Elise Bannier, Jacques-François Diouf, Romain Moirand, Karine Gallopel-Morvan, et al.. BOLD fMRI to assess the impact of alcohol advertisements in young drinkers. OHBM 2020 - 26th Annual Meeting of the Organization for Human Brain Mapping, Organization for Human Brain Mapping (OHBM), Jun 2020, Montréal, Canada. pp.1-3.

Gloria Dossou, Karine Gallopel-Morvan, Jacques-François Diouf. The effectiveness of current French health warnings displayed on alcohol advertisements and alcoholic beverages. *European Journal of Public Health*, Oxford University Press (OUP): Policy B - Oxford Open Option D, 2017, 27 (4), pp.699 - 704.

Jacques-François Diouf. The luxury metaphor of alcoholic beverages marketing: a necessary focus and understanding to help public health. *Journal de Gestion et d'Économie Médicales*, Editions ESKA, 2014, 32 (3), pp.209-225.

Karine Gallopel-Morvan, Jacques-François Diouf. Influence du marketing et de la publicité des industriels du tabac et de l'alcool. Les éditions Inserm. *Conduites addictives chez les adolescents*, expertise collective de l'Inserm, 2014, Expertise collective.