



NORCHENE BEN DAHMANE MOUELHI

École de rattachement : ESCE

Email : nbendahmane@esce.fr

Département de rattachement : Marketing

Rang académique : Professeure HDR

Pays de naissance : France

Nationalité : Tunisienne

Num orcid : 0000-0003-0615-5655

BIOGRAPHIE

Norchene Ben Dahmane Mouelhi est professeure de Marketing à *ESCE International Business School, OMNES Education* en France. Auparavant elle était à l'IHEC Carthage en Tunisie. Ses thématiques de recherches portent sur le marketing digital, le comportement responsable des entreprises et des consommateurs ainsi que le marketing expérientiel et sensoriel. Elle a publié ses travaux de recherche dans *Journal of Business Ethics, Management et Avenir, Qualitative Market Research, International Journal of Retail and Management, Décision Marketing, Revue des sciences de gestion* ... Elle a aussi publié de nombreuses études de cas dans la revue des cas en sciences de gestion. Elle a présenté des communications dans le congrès de l'AFM (Association Française de marketing) et de l'ATM (Association Tunisienne de marketing). Elle est l'ambassadrice de l'AFM en Tunisie et auprès de l'ATM.

INTÉRÊTS DE RECHERCHE

- Marketing digital
- Marketing expérientiel et sensoriel
- Comportement responsable des entreprises et des consommateurs

DOMAINE D'ENSEIGNEMENT

- Marketing, Distribution, Communication digital
- Méthodologie de recherche
- Design Hacking, Design Thinking,
- Technique de communication orale

FORMATION

2022 Habilitation à Diriger des Recherches, Sciences Économiques et Sociales, Marketing, IAE Caen, FRANCE

2015 Habilitation à Diriger des Recherches, Sciences Économiques et Sociales, Marketing, Institut des Hautes Etudes Commerciales IHEC Carthage, TUNISIE

2007 Doctorat, Sciences Économiques et Sociales, Marketing, Université de CAEN, FRANCE

2001 Grade de Master, Sciences Economiques et Sociales, Marketing, ISG Tunis, TUNISIE

PUBLICATIONS SCIENTIFIQUES

Articles classés

CHUNG CHAI MAN A., BELLINI B., **BEN DAHMANE MOUELHI N.** (2025), Marques et Eco-score textile : Comment l'affichage environnemental redéfinit le surprix éthique dans la société ?, *Revue Décisions marketing*, Numéro Spécial sur les marques, 120, Octobre – Décembre, 153 – 180 (FNEGE 3).

DAVID-IGNATIEFF A., BRAUN O., RETHORE C., MALEK F., **BEN DAHMANE MOUELHI N.** (2024), "Comment la co-création contribue t-elle à renforcer le capital marque ? Le cas de « C'est Qui Le Patron »?", *Revue Recherche et Cas en Sciences de Gestion*, 26, 2, 57-76. (FNEGE 4).

CHAOUALI, W., SOUIDEN, N., ALOUI N., **BEN DAHMANE MOUELHI N.**, WOODSIDE ARCH G., BEN ABDELAZIZ F. (2024), "Roles of barriers and gender in explaining consumers' chatbot resistance in banking: a fuzzy approach", *International Journal of Bank Marketing*, 2024, vol. 42, no. 7, pp. 1867-1887 (ABDC A, ABS 1).

KALLEL, A., BEN DAHMANE MOUELHI N., CHAOUALI W., DANKS N. P. (2023), "Hey chatbot, why do you treat me like other people? the role of uniqueness neglect in human-chatbot interactions.", *Journal of Strategic Marketing*, (ABDC A, ABS 2)

DAHMAN, M., **BEN DAHMANE MOUELHI N.**, PAILLÉ P., HAMZI L., (2023) "Encourager les comportements écoresponsables en milieu organisationnel par les échanges sociaux : l'effet contingent du climat de travail sur la justice perçue", *Management International*, (FNEGE 2)

KALLEL, A., BOUHAFS A., **BEN DAHMANE MOUELHI N.**, DAOULA S. (2023), "Réflexion autour de la stratégie de marketing expérientiel d'une maison d'hôtes", *Recherche et Cas en Sciences de Gestion*, vol. 24, pp. 93-106 (FNEGE 4)

BEN DAHMANE MOUELHI N., ABBES I., HALLEM Y., "Les facteurs d'adoption des courses ordinaires en ligne : le cas «Founa »", *Recherche et Cas en Sciences de Gestion*, 2021 (FNEGE 4)

DIALLO, M. F., **BEN DAHMANE MOUELHI N.**, GADEKAR M., SCHILL M., "CSR Actions, Brand Value and Willingness to Pay a Premium Price for Luxury Brands: Does Long-term Orientation Matter?", *Journal of Business Ethics*, 2021 (ABDC A, FNEGE 1, ABS 3)

TURKI, H., BELAID S., BEN DAHMANE MOUELHI N., SAYADI F., "Quel impact des contextes décisionnels ambivalents sur la force de l'attitude chez le consommateur lors de l'expérience d'achat?", *Management et Avenir*, 2021 (FNEGE 3)

Communication dans une conférence avec actes

1. CHOURA F., CHABCHOUB R. ET **BEN DAHMANE MOUELHI N.** (2025), La création publicitaire par IA : Quels impacts sur la perception de l'authenticité de la marque ?, Colloque de l'association Tunisienne de Marketing, Sousse, Avril.
2. CHOURA F. ET **BEN DAHMANE MOUELHI N.** (2025), En route vers un livre intelligent à l'ère de l'IA ?, Colloque de l'Association Française de Marketing, Lilles, Mai
3. Jeannot F., **Ben Dahmane Mouelhi N.**, Hallem Y., Ben Arfi W., and Damperat M. (2025), The AI revolution in gastronomy: Transforming culinary creativity and efficiency, 3rd Edition of International Conference on Customer Experience and Marketing (ICCEM 2025), May, Bucharest, Romania.
4. HAMRITA S., **BEN DAHMANE MOUELHI N.**, CHAOUALI W., CLOAREC J. (2024), Chaleur et compétence du chatbot, une arme à double tranchant ? La mise en évidence des effets quadratiques de ces caractéristiques sur les réactions des utilisateurs, Colloque de l'Association Française de Marketing, Paris, Juin.
5. AZIB S., **BEN DAHMANE MOUELHI N.**, MZAHY C. (2024), Valeur perçue de l'expérience virtuelle des metavers et proposition d'une typologie d'utilisateurs, Colloque de l'Association Française de Marketing, Paris, Juin.

6. REKIK Z., **BEN DAHMANE MOUELHI N.**, DE DIESBACH P., BAGOZZI R. (2024), Modeling older adults' acceptance of a life companion robot: A test of the service robots' acceptance model in a context of elderly use at home, Colloque de l'Association Française de Marketing, Paris, Juin.
7. KETOU M., KHALBOUS S., ET **BEN DAHMANE MOUELHI N.** (2024), Proposition d'une typologie des produits et services de luxe, Colloque de l'association Tunisienne de Marketing, Hammamet, Avril.
8. LAFI M., RAIKES K. ET **BEN DAHMANE MOUELHI N.** (2023), Quand une expérience transformative devient un moment de luxe : Le cas de la chirurgie esthétique, Colloque de l'association Tunisienne de Marketing, Hammamet, Octobre.

Études de cas publiées

CHUNG A., GIFFARD P.O, **BEN DAHMANE MOUELHI N. (2025)**, PikkoPay: The QR Code That Helps Avoid Checkout Lines, <https://www.thecasecentre.org/products/view?id=208002>

CHUNG A., GIFFARD P.O, **BEN DAHMANE MOUELHI N. (2025)**, PikkoPay : Préparer, convaincre et vendre dans le commerce BtoB de demain, Etude de cas CCMP (Centrale de cas et médias pédagogiques), <https://www.casestudies.ccmp.fr/>.

BEN DAHMANE MOUELHI N. ET CHUNG A., (2025), Quand le digital et le QR code font renaître l'histoire : Cas B2B de l'internationalisation de QRbox, Etude de cas CCMP (Centrale de cas et médias pédagogiques), <https://www.casestudies.ccmp.fr/>.

CHUNG A., **BEN DAHMANE MOUELHI N. (2025)**, Stratégie digitale de Pastel : Coup de pouce pour la seconde main, Etude de cas CCMP (Centrale de cas et médias pédagogiques), <https://www.casestudies.ccmp.fr/>.

DAVID-IGNATIEFF A., BRAUN O., RETHORE C., MALEK F., **BEN DAHMANE MOUELHI N. (2024)**, "Quand « C'est Qui Le Patron » se demande qui sera vraiment le patron demain ? ", *Revue Recherche et Cas en Sciences de Gestion*, 26, 2, 107-129.

KALLEL A., BOUHAFS A., **BEN DAHMANE MOUELHI N.**, DAOULA S. (2023), « Dar Zaghouan » : Quand une maison d'hôtes tente de faire du charme à ses hôtes, *Revue Recherche et Cas en Sciences de Gestion*, 20, 93 – 106.

BEN DAHMANE MOUELHI N., ABBES I., HALLEM Y. (2021), "Founa : faire la course (running) ou faire ses courses ?", *Revue Recherche et Cas en Sciences de Gestion*, 20, 57 – 74, 15 pages.

BEN DAHMANE MOUELHI N., KHLIF F., DAHMAN M. (2020), Van Laack Tunisie : faire le plein d'énergie positive dans un esprit sincère de responsabilité d'entreprise, *Revue Recherche et Cas en Sciences de Gestion*, 21 pages, 18, 129 – 150.

Contribution média de référence (valorisation) Vidéos (Valorisation)

AUBRUN, F., N. **BEN DAHMANE MOUELHI** N. - "L'IA dans la publicité : l'humour comme stratégie de légitimation" - 2025, *The Conversation*, Paris, France. https://theconversation.com/lia-dans-la-publicite-lhumour-comme-strategie-de-legitimation-250193?utm_medium=article_native_share&utm_source=theconversation.com
Ben Dahmane Mouelhi N. (2025), Devenir du matin les meilleures astuces pour enfin aimer se lever tôt, 17 Novembre, <https://www.mondedesgrandesecoles.fr/devenir-du-matin-les-meilleures-astuces-pour-enfin-aimer-se-lever-tot/>

Vidéos (valorisation)

Ben Dahmane Mouelhi N. (2025), Démarquez-vous (programme de vulgarisation digitale du département Marketing de l'ESCE) sur la marque « **C'est qui le patron ?** » sur le concept de marque de consommateur (MDC).
<https://www.youtube.com/shorts/dLWLYpPrtAw>

Ben Dahmane Mouelhi N. (2025), Démarquez-vous (programme de vulgarisation digitale du département Marketing de l'ESCE) sur **Nature et Découverte** sur le concept du marketing sensoriel
<https://www.youtube.com/shorts/hoJ8ZqEhKgI>

Ben Dahmane Mouelhi N. (2025), Démarquez-vous (programme de vulgarisation digitale du département Marketing de l'ESCE) sur **Globetrotter** sur le concept du marketing expérientiel

