



# 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

- 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, Lille, 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.**, MZAH 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., RAIES 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 Zaghuan » : 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](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

