



**Eloïse Sengès**  
**Maître de Conférences en marketing**



☎ 06 62 21 79 05  
 ✉ eloisesengès@hotmail.com  
 📍 7, rue Paul Campadiou, 31200 Toulouse  
 Née le 22/03/74

**POSTE** **Maître de Conférences en Sciences de Gestion, Marketing, TSM**

**PARCOURS**

**4 PRIX DE THÈSE (2017)**  
**DOCTORAT Dauphine (2016)**  
**MASTER Dauphine (M2 Recherche Marketing & Stratégie. Major de promotion)**  
**MASTER Sciences Po. Paris (M2 Études & Stratégie Marketing. Major de promotion)**  
**Groupe ESC Clermont**

**ATOUS**

**5 Publications** - Revues internationales & nationales  
**14 Communications** - Congrès internationaux & nationaux

**8 ans – Projet de recherche international dans la robotique et l'Intelligence Artificielle dédiées aux seniors**  
*Responsable marketing de grands projets de recherche & d'innovation (financement par la Commission Européenne)*

**14 ans - Enseignement en marketing**  
*Responsable de Master 2 Marketing & Communication, Conception de modules d'enseignement, supervision des intervenants, cours magistraux, TD, suivi de stagiaires & apprentis, encadrement de mémoires, Business Games, jury.*

**10 ans - Marketing grande consommation, en entreprise**  
*Chef de groupe Marketing Europe*

**Thèmes de recherche**

① **Marketing du Bien vieillir**, Comportement du consommateur senior.  
 ② **Intelligence Artificielle et robotique au service du bien-être des consommateurs.** Cocréation.

**Mots clés** Vieillesse réussie, bien vieillir, Bien Vieillir Désiré, Intelligence Artificielle (IA), Internet of the Things (IoT), social robot, robot de service, cocréation, échelle de mesure, modèles d'équations structurelles, modèle bifactoriel, comportement de consommation, senior, senior marketing, marketing sociétal.

**Principaux domaines d'enseignement**

<b>Marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing stratégique et opérationnel</li> <li>• Communication et développement publicitaire</li> <li>• Comportement du consommateur</li> <li>• Panels (consommateurs et distributeurs)</li> <li>• Marketing des produits de grande consommation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stratégie de marque</li> <li>• Mix Marketing</li> <li>• Études qualitatives</li> <li>• Marketing agroalimentaire</li> </ul>
<b>Gestion</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Méthodologie de la Recherche en sciences de gestion</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Management de projet</li> </ul>

## FORMATION

	Qualification aux fonctions de Maître de Conférences en Sciences de Gestion (n° 21206302508)	2017
	<b>Thèse en marketing</b> (soutenue le 2 mai 2016) Directeur de Thèse : Denis Guiot <i>Recommandée pour un Prix de Thèse</i>	2016
	<b>Master 2 Recherche Marketing &amp; Stratégie.</b> <i>MAJOR DE PROMOTION. Mention Bien</i>	2010
	<b>Master 2 Études &amp; Stratégie Marketing</b> (Sciences Po Paris) <i>MAJOR DE PROMOTION</i>	1999
	<b>Diplômée du Programme Grande École</b>	1997
	Classe préparatoire HEC. Lycée Ozenne. Toulouse	1993
	Baccalauréat C (scientifique). MENTION BIEN	1992
	LANGUES : Anglais (Toeic 865), Espagnol	

## DISTINCTIONS

	<b>PRIX SOLENNEL DE LA CHANCELLERIE DES UNIVERSITES DE PARIS</b> Prix Aguirre-Basualdo	2017
	<b>PRIX FNEGE de la meilleure thèse en management</b> (Thèse en 180s)	2017
	<b>PRIX AFM de la meilleure thèse en marketing</b>	2017
	<b>PRIX DE THESE SPHINX</b> (Premier prix)	2017
	<b>TROPHEES SYNTEC DES ETUDES</b> <b>1er PRIX</b> du meilleur mémoire de Master 2 Recherche Mémoire : « L'influence de la crise de milieu de vie sur la consommation »	2010

## PUBLICATIONS

### Articles publiés dans des revues à comité de lecture

Gyrard, A., Tabeau, K., ... **Senges, E.** et al. (2021), Knowledge Engineering Framework for IoT Robotics Applied to Smart Healthcare and Emotional Well-Being, *Int J of Soc Robotics*. [h-index: 53; IF: 5,126].

Laura Fiorini, Marleen De Mul, Isabelle Fabbricotti, **Eloïse Sengès**, et al. (2021), Assistive robots to improve the independent living of older persons: results from a needs study, *Disability and Rehabilitation, Assistive Technology*, 16, 1, 92-102, (Ed: Taylor & Francis; h-index: 32; IF: 1,71).

**Sengès E.**, Guiot D., & Chandon J.-L. (2019). Desired Ageing Well: Predictive validity for consumers aged 50–80. *Recherche et Applications en Marketing* (English Edition), 34(1), 2–27, Classé rg 2 CNRS, rg 2 FNEGE, rg A HCERES.

**Sengès, E.**, Guiot, D., & Chandon, J.-L. (2019). Le Bien Vieillir Désiré : quelle validité prédictive auprès des consommateurs âgés de 50 à 80 ans ? *Recherche et Applications en Marketing* (French Edition), 34(1), 3–28, Classé rg 2 CNRS, rg 2 FNEGE, rg A HCERES.

D'Onofrio G., Fiorini L., ... **Senges E.** et al. (2018), Agile Co-Creation for Robots and Aging (ACCRA) Project: new technological solutions for older people, *European geriatric medicine*, 9(6), 795-800, (Ed: Elsevier Masson; h-index : 19; IF: 1,13).

**Senges, E.**, Guiot, D., & Malas, Z. (2014). Peut-on prédire la consommation des 50-65 ans à partir du critère du Bien Vieillir Désiré ? *Décisions Marketing*, (76), 13-28, Classé rg 3 CNRS, rg 3 FNEGE, rg B HCERES.

## Autres publications

**Sengès E.**, De Mul M., Guiot D., Fabriccotti I., Kung A. (2020). **Life methodological handbook for agile cocreation of robotics solutions for ageing.** ACCRA project. Available on: [https://www.accra-project.org/wp-content/uploads/2020/04/LIFE\\_Handbook.pdf](https://www.accra-project.org/wp-content/uploads/2020/04/LIFE_Handbook.pdf)

## Communications dans des congrès avec comité de lecture

**Sengès E.**, Guiot D., & Chandon J.-L. (2021). Desired Aging Well for consumers aged 50 to 80: An integrative framework and a bifactor measurement. *EMAC Conference*, Special Session: The role of marketing for a more inclusive society, Spain, Madrid, 26-28 May.

**Sengès E.**, Guiot D. (2020), Les personnes âgées en perte d'autonomie : prêtes à adopter les solutions robotiques ?, *8<sup>ème</sup> Congrès Francophone - Fragilité du Sujet Agé*, 9-10 Mars 2020, Toulouse, France.

Guiot D., **Sengès E.**, Kerekes M. (2019), What added value to be expected from robotic solutions for elderly individuals with a loss of autonomy? A co creation approach, *18<sup>èmes</sup> Journées Normandes de Recherche sur la Consommation (JNRC)*, jeudi 21 et vendredi 22 novembre 2019, Angers, France.

Guiot D., **Sengès E.**, Kerekes M., Fiorini I., De Mul, M., Fabriccotti I. (2019), Assessing the Added Value of Robotic Solutions For Elderly Individuals With a Loss of Autonomy Through Cocreation, *Advances in Consumer Research*, 18-19 octobre 2019, Atlanta, USA.

Guiot D., **Sengès E.**, Kerekes M., Sancarolo D. (2019), Can robotic solutions favor the The Aging Well of the elderly with loss of autonomy?, *18<sup>th</sup> International Marketing Trends Conference*, 17-19 Janvier 2019, Venise, Italie.

Guiot D., **Sengès E.**, Kerekes M., Fiorini I., Fabriccotti I., De Mul, M., (2019), Can robotic solutions favor The Aging Well of the elderly with loss of autonomy?", *EMAC 48<sup>th</sup> Annual Conference*, 28-31 mai, Hambourg, Allemagne.

**Sengès E.**, Guiot D., Kerekes M. (2019), Assessing the added value of robotic solutions for the target of the elderly with a loss of autonomy through cocreation, *International Conference on Pension, Insurance and Savings*, 27-28 mai 2019, Paris, France.

Guiot D., **Sengès E.**, Kerekes M. (2019), Living with Buddy : can a social robot help elderly with loss of autonomy to age well ?, *28<sup>th</sup> IEEE RO-MAN Internet Of Intelligent Robotic Things For Healthy Living and Active Ageing, International Conference on Robot & Human Interactive Communication*, 14 octobre 2019, New Delhi, Inde.

Guiot D., **Sengès E.**, Kerekes M., Sancarolo D. (2019), Les solutions robotiques peuvent-elles favoriser le Bien-Vieillir de la personne âgée en perte d'autonomie ?, *7<sup>ème</sup> Congrès Francophone - Fragilité du Sujet Agé*, 4-5 avril 2019, Paris, France.

**Sengès E.**, Guiot D., Malas Z., (2014), Le Bien-Vieillir Désiré : Vers une nouvelle segmentation des 50-65 ans, *13<sup>th</sup> International Marketing Trends Conference*, Venise, Italie.

**Sengès E.**, Guiot D., Malas Z., (2013), Aging Well Differently: Desired Aging Well and its Influence on the Consumption of People from Ages 50 to 65, *Advances in Consumer Research*, vol. 41, p. 608-610.

**Sengès E.**, Guiot D., Malas Z., (2013), À chacun son bien vieillir: le bien vieillir désiré et son influence sur la consommation des 50-65 ans, *Congrès International de l'Association Française de Marketing*.

Sengès E., (2013), L'influence du Bien Vieillir Désiré sur la consommation, *Colloque de l'Association Française de Marketing*.

## Conférences sur invitation

- Sengès E., Guiot D., Berteau-Granet L. (2020), Table ronde : Que gagne-t-on à avoir une vision plus holistique du consommateur ? *Journée Nationale des Études*, 4 Février, Paris, France.

Lien : <https://youtu.be/tku1dcqftQ8>



## Révision d'articles

- Relectrice pour **Recherche et Applications en Marketing (RAM)**

## RECHERCHE ET ENSEIGNEMENT

### Poste actuel

Depuis Septembre 2021

### Maître de Conférences TOULOUSE SCHOOL OF MANAGEMENT

Direction du M2 Marketing & Communication  
Membre du laboratoire TSM-R



### Recherche

8 ans

### Université Paris DAUPHINE

2012 - 2020

### INGENIEUR DE RECHERCHE (Laboratoire DRM-Ermes) : RESPONSABLE MARKETING DE GRANDS PROJETS DE RECHERCHE & D'INNOVATION (Consortiums).

Ingénieur de recherche au sein du centre DRM de Dauphine sur le projet ACCRA (Agile CoCreation of Robots for Ageing). Financé par Horizon 2020 pour la partie européenne, ce projet international (France, Italie, Pays-Bas, Japon) a pour but de cocréer, avec les personnes âgées, des solutions robotiques, dotés d'Intelligence Artificielle, visant à favoriser le bien vieillir.



### Consortium international ACCRA

*Cocréation agile de robots, dotés d'Intelligence Artificielle, au service du bien vieillir des personnes âgées en perte d'autonomie. (Projet de R&D H2020, financé par la Commission européenne).*

2016 - 2020

<http://www.accra-project.org>

### RESPONSABLE MARKETING & RESPONSABLE DES ETUDES MARKETING INTERNATIONALES

Italie  Pays-Bas  Japon  France   
- **Participation au montage du projet** (partie études et marketing).  
- **Conception & mise en place de la méthodologie d'études marketing internationales** dans les 4 pays : ① Etude des BESOINS (N=120), ② COCREATION agile (N=190), ③ EXPERIMENTATION (N=120), ④ ETUDE QUANTITATIVE (N=1000).

- **Management des équipes** des 4 pays partenaires (France, Italie, Pays-Bas et Japon) sur la méthodologie des études et leur mise en oeuvre.
- **Analyse des résultats et recommandations.**
- **Conception et gestion du budget** (50 K€).

Consortium ACCRA (universités, hôpital, entreprises en robotique et technologie) :



## Consortium AMISURE<sup>1</sup>

*Innovations technologiques au service du bien vieillir*  
(Projet de R&D FUI<sup>2</sup> - Contrat de recherche interministériel)

2012-2016

### Contrat doctoral : RESPONSABLE MARKETING DES SERVICES

Développement et mise en œuvre d'un nouveau modèle de services aux personnes âgées dépendantes.

Consortium AMISURE (université, hôpital, entreprises d'innovations technologiques, mutuelle, société d'assistance à domicile, réseau de prestataires d'aide à domicile) :

## Enseignement - Professeur affiliée

14 ans

### TSM - Toulouse School of Management

Depuis septembre 2021

Responsable de programme Co-responsable du M2 Marketing & Communication

Cours magistraux Branding

Branding & Activation

Encadrement de mémoires Tutorat individuel de 13 étudiants sur leurs mémoires de fin d'études

### ICD International Business School

2020-2021

Niveau : Programme Grande Ecole, Grade Master.

Cours magistraux **Méthodologie de la Recherche** (14h)

Jury Jury de Grand Oral (40h), Jury de recrutement des étudiants

Encadrement de mémoires Tutorat individuel (11h) de 16 étudiants sur leurs mémoires de recherche

### EDHEC Nice

2017 - 2019

Niveau : Bachelor

- Cours magistraux et TD
- **Stratégie et management de la marque** (48h)
  - **Conseil et Études Marketing (Études qualitatives)** (24h)
  - **Marketing management (Stratégie et Mix Marketing)** (30h)

<sup>1</sup> AMélioration et Innovation des écoSystèmes pour la personne en perte d'Autonomie et son enviRonnEment

<sup>2</sup> FUI : Fonds Unique Interministériel

## EDC Paris Business School

2011 – 2016

Niveau : Programme Grande Ecole, Grade Master, 4<sup>ème</sup> et 5<sup>ème</sup> années.

Responsable de programmes Conception du programme, supervision des intervenants, cours magistraux, ingénierie pédagogique et élaboration de cas pratiques

- **Marketing agroalimentaire stratégique et opérationnel** (5<sup>ème</sup> année, 30h)
- **Panels distributeurs et consommateurs** (4<sup>ème</sup> année, 18h)

Cours magistraux

- **Panels distributeurs et consommateurs** (4<sup>ème</sup> année, 18h)
- **Panorama de l'industrie agroalimentaire** (5<sup>ème</sup> année, 3h)
- **La stratégie d'innovation en agroalimentaire** (5<sup>ème</sup> année, 6h)
- **La stratégie de communication en agroalimentaire** (5<sup>ème</sup> année, 6h)
- **Plan de lancement & promotion** (5<sup>ème</sup> année, 3h)

Suivi de stagiaires et apprentis

## GROUPE ESC CLERMONT

2009 - 2014

Niveau : Programme Grande Ecole, Grade Master, 3<sup>ème</sup> année.

Responsable du programme Conception du programme, supervision des intervenants, cours magistraux, ingénierie pédagogique et élaboration de cas pratiques

- **Marketing stratégique et opérationnel en agroalimentaire** (60h)

Cours magistraux

- **Communication on & off line et développement publicitaire** (15h)
- **Panorama de l'industrie agroalimentaire** (6h)
- **La stratégie d'innovation en agroalimentaire** (6h)
- **La stratégie de communication en agroalimentaire** (12h)
- **Plan de lancement & promotion** (6h)

Suivi de stagiaires et apprentis

## PARIS DAUPHINE Université

2010- 2011

Travaux dirigés **Introduction au marketing** (42h), Encadrement d'un *business game*.

## MARKETING EN ENTREPRISE

10 ans

**CADBURY / MONDELEZ** – 700 millions € de CA, Leader marché de la Confiserie

8 ans

## CHEF DE GROUPE EUROPE Marchés Bonbon & Produits d'impulsion

2008 - 2010

*Gestion marketing de 2 marchés et d'un portefeuille de 13 marques (Carambar, Malabar, Kiss Cool, Krema, La Vosgienne, Pie Qui Chante, Hollywood PCP, Vichy, Cachou Lajaunie, Halls, Michoko, Pimousse, Gom's)*

*Management d'une équipe de 5 personnes (1 CM, 2 CP, 2 ACP)*

*CA 300 millions € - Budget 25 millions €*

Stratégie : Plan stratégique des marques, nouvelle segmentation du marché du bonbon  
Refonte de la stratégie de portefeuille, redéfinition du positionnement des marques

Innovation : Stratégie d'innovation de 13 marques. Développement et lancement des innovations

Business : Gestion des marques, construction des volumes, pilotage P&L

Communication : Responsable des spots publicitaires TV, du sponsoring TV, de la communication digitale et de la stratégie media

**CHEF DE GROUPE Petite Confiserie de Poche**

2006 - 2008

*Gestion d'un portefeuille de 6 marques (Hollywood, Halls, Kiss Cool, La Vosgienne, Vichy, Cachou Lajaunie)  
Management d'une équipe de 3 personnes (2 CP, 1 ACP)  
CA 25 millions € - Budget 10 millions €*

Stratégie : Plans stratégiques et marketing des marques.  
Lancement d'1 nouvelle marque (Halls) en France : stratégie, positionnement, mix  
Innovation : Développement et lancement de 10 nouveaux produits  
Business : Gestion des marques. Construction et suivi des volumes et PDM. Pilotage P&L  
Communication : Responsable des spots publicitaires TV, du sponsoring TV, de la communication digitale et de la stratégie media

**CHEF DE MARQUE Hollywood**

2004 - 2005

*Management d'une équipe de 4 assistants chef de produits  
CA 350 millions € - Budget 30 millions €*

Stratégie : Repositionnement de la marque Hollywood. Plans stratégiques et marketing  
Communication : Responsable des spots publicitaires TV, du sponsoring TV, de la communication digitale et de la stratégie media  
Business : Plan de lancement des innovations (GMS et circuits traditionnels). Plans promotionnels

**CHEF DE PRODUIT INNOVATION Hollywood**

2003

*Management d'1 ACP – CA 350 millions €*

Développement de 5 nouveaux chewing-gums et 2 nouveaux concepts (ex/ Blancheur menthe verte)  
Repositionnement des références historiques Hollywood : nouveaux concept & formules

**CHEF DE PRODUIT Stimorol**

2001 – 2002

**KRAFT FOODS – GROUPE PHILIPS MORRIS - Confiserie et Café****2 ans****CHEF DE PRODUIT Malabar**

2000

**ASSISTANT CHEF DE PRODUIT Tonigum**

1999