

## SWAEN Valérie



Adresse professionnelle : Université catholique de Louvain  
Louvain School of Management  
Place des Doyens, 1  
1348 Louvain-la-Neuve (Belgique)  
Tél. : +32-10-47-91-56  
Fax : +33-10-47-83-24  
E-Mail: [valerie.swaen@uclouvain.be](mailto:valerie.swaen@uclouvain.be)

### INFORMATIONS PERSONNELLES

ETAT CIVIL: CELIBATAIRE  
NATIONALITE: BELGE

DATE DE NAISSANCE: 4 NOVEMBRE 1975  
LIEU DE NAISSANCE: OTTIGNIES (BELGIQUE)

### FORMATION

#### **Doctorat en sciences de gestion (Juin 2000 – Septembre 2004)**

Université catholique de Louvain, Facultés des Sciences Economiques, Sociales et Politiques, Institut d'Administration et de Gestion, Belgique.

DISSERTATION DOCTORALE: “*Etude des perceptions et des réactions des consommateurs face aux activités citoyennes des entreprises : Application à deux catégories de produits*”.

PROMOTEURS : **R. Chumpitaz** (IESEG School of Management, France).  
**M-P. Kestemont** (Université catholique de Louvain, Institut d'Administration et de Gestion).

RAPPORTEURS : **J-J. Lambin** (Università degli Studi di Milano Bicocca, Istituto di Economia di Impresa, Italie).

**P. Pellemans** (Université catholique de Louvain, Institut d'Administration et de Gestion).

LECTEURS : **A. Gosseries** (Université catholique de Louvain, Chaire Hoover).

**I. Maignan** (Free University of Amsterdam, Pays-Bas).

#### **DEA en sciences de gestion, orientation marketing (Septembre 1998 - Juin 2000)**

Université catholique de Louvain, Facultés des Sciences Economiques, Sociales et Politiques, Institut d'Administration et de Gestion, Belgique (La Plus Grande Distinction).

COURS SUIVIS : Méthodologie, Epistémologie, Economie industrielle, Comportement du consommateur, Marketing industriel, Econométrie avancée, Atelier de lecture.

PROJET DE RECHERCHE: “La citoyenneté d'entreprise et son influence sur les consommateurs”

COMITE D'ENCADREMENT : Promoteur : M-P. Kestemont.  
Rapporteurs: R. Chumpitaz et G. Warnotte.

## **Ingénieur commercial et de gestion (Septembre 1993 – Juin 1998)**

Université catholique de Louvain, Facultés des Sciences Economiques, Sociales et Politiques, Institut d'Administration et de Gestion, Belgique.

(Juin 94, Grande Distinction; Juin 95, Distinction; Juin 96, Distinction ; Juin 97, Grande Distinction; Juin 98, Grande Distinction).

MEMOIRE CONFIDENTIEL: “L’analyse des contrats de sous-traitance en maintenance industrielle” (en collaboration avec AXIMA, une entreprise de maintenance industrielle).

COMITE D’ENCADREMENT : Promoteur : R. Leenaerts.  
Rapporteurs: Cl. Henaux et Th. Vuye (Entreprise Axima).

PUBLICATIONS
--------------

### **LIVRES**

- Angot Jacques, Chumpitaz Ruben et Swaen Valérie (2009), « *Le marketing scientifique à l’usage des managers : 1. L’étude de la relation client* », die Keure Publishing group.
- Swaen V. (2004), “*Etude des perceptions et des réactions des consommateurs face aux activités citoyennes des entreprises : Application à deux catégories de produits*”, Doctorat en sciences de gestion, Université catholique de Louvain, Facultés des Sciences Economiques, Sociales et Politiques, Institut d’Administration et de Gestion, Belgique.

### **ARTICLES PUBLIES DANS DES LIVRES COLLECTIFS**

- Swaen V., de Woot Ph. et de Callatay D. (2011), « The business school of the twenty-first century : educating citizens to address the new world challenges », dans Mette Morsing et Alfons Sauquet Rovira, *Business Schools and their Contribution to Society*, à paraître.
- Maon, F., Lindgreen, A., et Swaen, V. (2011), “Designing and implementing corporate social responsibility: an integrative framework grounded in theory and practice”, in Sethi, S.P. (Ed.), *Globalization and the Good Corporation*, Springer Verlag, Berlin, pp. 71-89. (ISSN 978-94-007-0239-4).
- Gond J-P., El Akremi A., Igalens J. et Swaen V. (2010), “A Corporate Social Responsibility – Corporate Financial Performance Behavioural Model for Employees”, In C. Smith, C.B. Bhattacharya, D. Vogel, et D. Levine. (Eds.), *Global Challenges in Responsible Business: Corporate Responsibility and Strategy*, Cambridge University Press, Cambridge, 13-48.
- Maon F., Swaen V. et Lindgreen, A. (2010), “Impact of CSR Commitments and CSR Communication on Diverse Stakeholders: The Case of IKEA”. In C. Smith, C.B. Bhattacharya, D. Vogel, et D. Levine. (Eds.), *Global Challenges in Responsible Business: Corporate Responsibility and Strategy*, Cambridge University Press, Cambridge, 161-190.
- Maon F., Lindgreen A. et Swaen V. (2009), “Mainstreaming CSR: A triadic challenge from a general management perspective”, In S. Idowu, and W. Filho (Eds.), *Professionals’ Perspectives of Corporate Social Responsibility*, pp. 71-96, Berlin: Springer.
- Lindgreen, A., Swaen, V., et Johnston, W. (2008), “Corporate social responsibility: a snapshot of U.S. organizations’ practices”, in Idowu, S. L. et Filho, W. L. (Eds.), *The Global Practices of Corporate Social Responsibility*, Springer Verlag, Berlin, 251-272.
- Swaen, V. et Vanhamme J. (2006), « Utilisation de l’argument citoyen dans les campagnes de communication des entreprises. Analyse des risques dans la perspective d’une crise », in P. de la Broise and T. Lamarche (Eds.), *Responsabilité Sociale : vers une nouvelle communication des entreprises ?*, Septentrion, pp. 75-98.
- Swaen V. et Maignan I. (2003), “Organizational citizenship and corporate citizenship: two constructs, one research theme?”, dans Sheb L. True, Pelton Lou, et Ferrell O.C. (Ed.), *Business*

*Rites, Wrists and Responsibilities: Readings on Ethics and Social Impact Management*, Vol. 1, Michael J. Coles College of Business, USA, pp. 107-134.

- Kestemont M-P. et Swaen V. (2000), "Fair Trade and "Made in Dignity" labels", Partie 11 dans Phillips, Pruyn & Kestemont (Eds.), *Understanding Marketing. A European Casebook*, Wiley, pp. 107-115.

#### **ARTICLES PUBLIES DANS DES REVUES A REVISION EN DOUBLE AVEUGLE**

- Gond J-P., Igalens J., Swaen V. et El Akremi A. (2011), « The human resources contribution to responsible leadership : An exploration of the CSR-HR interface », *Journal of Business Ethics*, à paraître.
- Igalens J., El Akremi A., Gond J-P. et Swaen V. (2011), " La responsabilité sociale des entreprises vue par les salariés : phare ou rétroviseur ?", *Revue de Gestion des Ressources Humaines*, à paraître.
- Lindgreen A., Swaen V. et Harness D. (2010), "The Role of 'High Potentials' In Integrating and Implementing Corporate Social Responsibility", *Journal of Business Ethics*, forthcoming.
- Lindgreen A., Swaen V. et Campbell T. T. (2010), "Corporate Social Responsibility Practices in Developing and Transitional Countries: Botswana and Malawi", *Journal of Business Ethics*, 90, 3, 429-440.
- Maon F., Lindgreen A. et Swaen V. (2010), "Organizational Stages and Cultural Phases: A Critical Review and a Consolidative Model of Corporate Social Responsibility Development", *International Journal of Management Reviews*, 12, 1, 20-38.
- Janssen C., Chavagne S. et Swaen V. (2009), "L'exploitation de la responsabilité sociétale de l'entreprise dans la publicité télévisuelle", *Reflets et Perspectives de la Vie Economique*, Tome XLVIII, N°4, 51-58.
- Lindgreen, A., Swaen, V., et Johnston, W. J. (2009), "The supporting function of Marketing in corporate social responsibility", *Corporate Reputation Review*, 12, 2, 120-139.
- Maon, F., Lindgreen, A., et Swaen, V. (2009), "Designing and implementing corporate social responsibility: an integrative framework grounded in theory and practice", *Journal of Business Ethics*, 87, Supplement 1, Avril/Mai, 71-89.
- Lindgreen, A., Swaen, V., et Johnston, W. J. (2009), "Corporate social responsibility: an empirical investigation of U.S. organizations", *Journal of Business Ethics*, 85, Supplement 2, 303-323.
- Swaen V. et Chumpitaz R. (2008), "L'impact de la responsabilité sociétale de l'entreprise sur la confiance des consommateurs", *Recherche et Applications en Marketing*, 23, 4, 7-36.
- Maon, F., Lindgreen, A., et Swaen, V. (2008), "Thinking of the organization as a system: The role of managerial perceptions in developing a corporate social responsibility strategic agenda", *Systems Research and Behavioral Science*, 25, 3, 413-426.
- Bigné E., Andreu L., Chumpitaz R. et Swaen V. (2006), "Corporate Social Responsibility Influences On University Students Buying Behavior", *Revista Española de Investigación de Marketing, ESIC-Market* Septembre-Décembre, pp. 135-161.
- Andreu L., Bigné E., Chumpitaz R. et Swaen V. (2006) "How Does the Retail Environment Influence Consumers' Emotional Experience? Evidence from Two Retail Settings", article accepté pour publication dans *The International Review of Retail, Distribution, and Consumer Research*, 16, 5, 259-278.
- Bigné E., Andreu L., Chumpitaz R. et Swaen V. (2006), "Efectos de las variables ambientales y atribución en las emociones en centros comerciales. Una aplicación en la compra de perfumería y cosmética", *Revista Española de Investigación de Marketing ESIC*, 10, 1, 45-68.
- Bigné E., Chumpitaz R., Andreu L., et Swaen V. (2005), "Percepción de la responsabilidad social corporativa : un analisis cross-cultural", *Universia Business Review*, 5, 14-27.
- Lindgreen A. et Swaen V. (2004), "Corporate Citizenship: Let Not Relationship Marketing Escape the Management Toolbox", *Corporate Reputation Review*, 7, 4, 346-363.

- Maignan I. et Swaen V. (2004), “La responsabilité sociale d’une organisation : Intégration des perspectives marketing et manageriale”, *Revue Française du Marketing*, 200, 5/5, 51-66.
- Chumpitaz R. et Swaen V. (2004), “La qualité perçue comme déterminant de la satisfaction des clients en business-to-business. Une étude empirique dans le domaine de la téléphonie”, *Recherche et Applications en Marketing*, 19, 2, 31-52.
- Swaen V. et Maignan I. (2000), “The Social Responsibility Imperative”, *European Business Forum*, Issue 4, 18-22.

### **EDITORIAUX DE REVUES INTERNATIONALES**

- Lindgreen A. et Swaen V. (2010), “Corporate Social Responsibility”, *International Journal of Management Reviews*, 12, 1, 1-7.
- Swaen V. (2009), “Introduction : Quel avenir pour la responsabilité sociétale de l’entreprise ? ”, *Reflets et Perspectives de la Vie Economique*, Tome XLVIII, N°4, 5-10.
- Lindgreen, A., Swaen, V., et Maon, F. (2009), “Introduction: Corporate social responsibility implementation”, *Journal of Business Ethics*, 85, Supplement 2, 251-256.
- Lindgreen, A., Maon, F., et Swaen, V. (2009), "Guest editorial: corporate social responsibility in supply chains", *Supply Chain Management*, 14, 2, 71-74.
- Lindgreen A., Swaen V. et Maon F. (2009), “Corporate Social Responsibility within the Organization”, Special issue of *Corporate Reputation Review*, 12, 2, 83-86.

### **ETUDES DE CAS**

- Hota M. et Swaen V. (2008), “Sleeping with the Enemy or a Marriage of Convenience? The Body Shop and L’Oreal Case”, soumis à la EFMD Case Writing Competition 2008, inclus dans la collection de cas EFMD dans le domaine Corporate Social Responsibility.

### **COMMUNICATIONS SCIENTIFIQUES DANS DES COLLOQUES A COMITE DE LECTURE**

- Janssen C., Swaen V. et Vanhamme J. (2011), « Comment les consommateurs perçoivent-ils les crises liées aux activités socialement irresponsables de l’entreprise? », papier accepté pour présentation à l’AFM, Bruxelles, Belgique, 18-20 mai.
- Janssen C., Swaen V. et Vanhamme J. (2011), “Toward an understanding of consumers’ perceptions of Corporate Social Responsibility Crises”, papier accepté pour présentation à l’EMAC, University of Ljubljana, Faculty of Economics, Ljubljana, Slovénie, 24-27 mai.
- Swaen V., Vanhamme J., Berens G. et Janssen C. (2010), “Corporate Social Responsibility communication campaigns toward the consumer: Analysis of the risks during a crisis involving socially irresponsible corporate activities”, *Communicating green – Communication d’organisation et environnement*, 18-19 novembre, IHECS, Bruxelles, Belgique.
- Maon, F. et Swaen, V. (2010), “From Eastern dawn to Northern lights: A comparative analysis of CSR implementation practices across Europe”, papier accepté pour présentation au *Academy of Management Annual Meeting*, 6-10 août, Montréal, Canada, et à l’*Academy of Marketing Science Conference*, 21-24 juillet, Lille, France.
- De Roeck K. et Swaen V. (2010), “CSR and employees’ post-merger identification”, 10<sup>th</sup> *European Academy of Management*, University of Vergata, 19-22 Mai, Rome, Italie.
- Chumpitaz R., Papparoidamis N., Swaen V. et Mogos R. (2009), “Modelling Customers’ Loyalty: the Impact of Overall Customer Satisfaction and the Mediating Role of Trust and Commitment”, accepté pour présentation à la 2009 AMA Summer Marketing Educators’ Conference, 7-10 août, Chicago, USA.
- De Roeck K. et Swaen V. (2009), « The potential role of CSR in Cross-Border Mergers and Acquisitions: Process by which CSR supports employees’ post-merged organizational identification”, *Cross border M&A: Challenges and opportunities in global business environment*, 12-13 novembre, Bruxelles, Belgique.

- De Roeck K. et Swaen V. (2009), “*CSR and organizational identification in merger & acquisition*”, Cross-border Mergers-Acquisitions conference, 12-13 novembre, Parthenope University of Naples, Italie.
- Maon F. et Swaen V. (2009), « Shaping up the processual view on CSR : A multipartite sensemaking-sensegiving conceptualization », *Academy of Management Conference*, 7-11 août, Chicago, Illinois, U.S.A.
- De Roeck K. et Swaen V. (2009), « Processus d’impact de la RSE sur l’identification organisationnelle des employés en contexte de fusion – acquisition », *4<sup>e</sup> congrès du Réseau International de Recherche sur les Organisations et le Développement Durable*, 25-27 juin, Lille, France.
- Janssen C., Chavagne S. et Swaen V. (2009), « L’exploitation de la Responsabilité Sociétale de l’Entreprise dans la publicité télévisuelle : une étude exploratoire », *4<sup>e</sup> congrès du Réseau International de Recherche sur les Organisations et le Développement Durable*, 25-27 juin, Lille, France.
- Lindgreen, A., Campbell, T., Swaen, V., et Harness, D. (2008), “Benchmarking corporate social responsibility practices: Malawi and Botswana compared to the U.S.A.”, in Fleckenstein, M., Primeaux, P., Werhane, P., et Flanagan, P. (Eds.), *Proceedings of the 15th Annual International Conference Promoting Business Ethics: Business Ethics: Back to Basics*, 22-24 octobre, the Vincentian Universities in the United States, New York.
- Lindgreen, A., Swaen, V., et Harness, D. (2008), “The role of ‘high potentials’ in implementing corporate social responsibility”, in Fleckenstein, M., Primeaux, P., Werhane, P., et Flanagan, P. (Eds.), *Proceedings of the 15th Annual International Conference Promoting Business Ethics: Business Ethics: Back to Basics*, 22-24 octobre, the Vincentian Universities in the United States, New York.
- Maon, F., Swaen, V., et Lindgreen A. (2008), “Walking CSR: Cultural Phases and Development Stages Along the Path”, *2<sup>ème</sup> International Sustainability Conference*, 21 - 22 Août, Basel, Suisse.
- Maon, F., Swaen, V., et Lindgreen A. (2008), “Highlighting change motors at play in organizational progress toward corporate social responsibility”, *Academy of Management: The Questions We Ask*, 8-13 août 2008, Anaheim, Californie, USA.
- Maon, F., Swaen, V., et Lindgreen A. (2008), “Reaching successive levels of CSR: conceptualizing a dynamic framework for the responsible company”, *Fourth International Society of Business, Economics and Ethics (ISBEE) World Congress*, 15-18 juillet, University of Cape Town, Afrique du Sud.
- Chumpitaz R., Papparoidamis N., Swaen V. et Gentilini C. (2008), « Modeling loyalty in the mobile phones industry : the mediating role of trust », *37<sup>th</sup> annual conference of the European Marketing Academy*, Mai 2008, University of Brighton, Royaume-Uni.
- Gentilini C., Chumpitaz R. et Swaen V. (2008), “The challenge of education to sustainable development: some guidelines to communicate with children”, *37<sup>th</sup> annual conference of the European Marketing Academy*, Mai 2008, University of Brighton, Royaume-Uni.
- Lindgreen, A., Swaen, V., Maon, F., et Johnston, W. (2008), “Corporate citizenship and marketing practices: an empirical study”, *EBEN-UK Annual Conference: Corporate Social Responsibility: The Management of Ethics in Business*, 1-2 avril, University of Cambridge, Royaume-Uni.
- Maon, F., Swaen, V., et Lindgreen A. (2008), “Reaching successive levels of CSR: conceptualizing a dynamic framework for the responsible company”, *EBEN-UK Annual Conference: Corporate Social Responsibility: The Management of Ethics in Business*, 1-2 avril, University of Cambridge, Royaume-Uni.
- Maon, F., Swaen, V., et Lindgreen A. (2008), “Unfolding CSR positioning through systematic analysis of managerial perceptions: insights from a case study in the pharmaceutical industry”,

- EBEN-UK Annual Conference: Corporate Social Responsibility: The Management of Ethics in Business*, 1-2 avril, University of Cambridge, Royaume-Uni.
- Marquet-Pondeville, Swaen V. et De Rongé Y. (2008), “The Implementation of Environmental Management Control Systems: Contextual and Strategic Drivers”, *AAA 2008 Management Accounting Section (MAS) Meeting*, Long Beach, California.
  - Chumpitaz R., Paparoidamis, N.G. et V. Swaen (2008), “Quality, Satisfaction, and Business Loyalty: A Multicultural Study”, *The Academy of Marketing Science Conference*, New Orleans, USA, 16-19 janvier.
  - Gond J-P., El Akremi A., Igalens J. et Swaen V. (2007), “CSR influence on employees’ behaviours, attitudes, and performance: An integrative model”, *2007 Academy of Management Meeting*, 3-8 août, Philadelphia, Pennsylvania, USA.
  - Gond J-P., El Akremi A., Igalens J. et Swaen V. (2007), “CSR influence on employees’ behaviours, attitudes, and performance: An integrative model”, *conférence de l’International Association for Business and Society (IABS)*, 31 mai – 3 juin, Florence, Italie.
  - Gond J-P., El Akremi A., Igalens J. et Swaen V. (2007), “CSR influence on employees’ behaviours, attitudes, and performance: An integrative model”, *Workshop on Research Advances in Organizational Behavior, Human Resources Management and Corporate Social Responsibility*, 23–25 mai, Université de Toulouse 1, IAE, Toulouse, France.
  - Swaen V., Maon F. et Lindgreen A. (2007), “Designing and Implementing Corporate Social Responsibility: A Framework Grounded in Theory and Practice”, *ICCA’s second International Conference: Globalization and the good corporation*, 26-28 Juin, Vertical Campus, Baruch College, New York.
  - Vanhamme J., Swaen V. et Berens G. (2007), “The “boomerang effect” of CSR promotion campaigns during corporate crises”, *Academy of Marketing Science Conference*, 23-26 Mai, Coral Gables, Floride, USA.
  - Derongé Y., Marquet-Pondeville S. et Swaen V. (2007), “The impact of external environment, stakeholders’ pressures and environmental strategy on environmental management control systems”, *28<sup>ème</sup> Congrès de l’Association Francophone de Comptabilité*, 23-25 Mai, IAE de Poitiers, Cerege, France.
  - Maon F. et Swaen V. (2007), “Packing up the ethical product: a conceptual study of the ethical dimensions in the consumer decision making process”, *36<sup>ème</sup> conférence de la European Marketing Academy*, Mai, Islande.
  - Marquet-Pondeville, Swaen V. et De Rongé Y. (2007), “The impact of external environment, stakeholders’ pressures and environmental strategy on environmental management control systems”, *30<sup>th</sup> Annual Congress of the European Accounting Association*, 24-27 avril, Lisbonne, Portugal.
  - Lindgreen A., Swaen V., Maon F. et Johnston W. (2006), « Corporate Citizenship and Marketing Practices : An Empirical Study », *EABIS Annual Colloquium on Corporate Sustainability, Strategic Management, And The Stakeholder View Of The Firm*, 11-12 Septembre, DA Bocconi School of Management, Italie.
  - Gond J-P., El Akremi A., Igalens J. et Swaen V. (2006), “A Corporate Social Responsibility – Corporate Financial Performance Behavioral Model for Employees”, *conférence internationale sur ‘Corporate Responsibility and Global Business : Implications for Corporate and Marketing Strategy’*, London Business School, 13-14 Juillet, Londres, Royaume-Uni.
  - Maon F. et Swaen V. (2006), “On the differential impact of CSR commitments and CSR communication on company’s external stakeholders. The case of IKEA”, *conférence internationale sur ‘Corporate Responsibility and Global Business : Implications for Corporate and Marketing Strategy’*, London Business School, 13-14 Juillet, Londres, Royaume-Uni.
  - Maon F. et Swaen V. (2006), “Integration and communication of corporate social responsibility principles by IKEA: an analysis of the influence of and on external stakeholders”, *13<sup>th</sup> International Conference of the Greening of Industry Network*, 2-5 Juillet, Cardiff, Royaume-Uni.

- Maon F. et Swaen V. (2006), "How do CSR commitments and communication influence external and ubiquitous stakeholders of the company? The case of IKEA", *35<sup>th</sup> European Marketing Academy Conference*, Mai, Athènes, Grèce.
- Beckmann S., Bigné E., Andreu L., Chumpitaz R. et Swaen V. (2005), "An International Comparison of Corporate Social Responsibility Perceptions", *12<sup>th</sup> Biennial World Marketing Congress*, 6-9 Juillet, Muenster, Allemagne.
- Andreu L., Bigné E., Chumpitaz R., Mattila A. S. et Swaen V. (2005), "Effects of Perceived Retail Environment on the Shopping Experience? An Empirical Examination in Shopping Centres & Traditional Retailing", *12<sup>th</sup> Biennial World Marketing Congress*, 6-9 Juillet, Muenster, Allemagne.
- Swaen V. et Vanhamme J. (2004), "The use of corporate social responsibility arguments in communication campaigns: Does source credibility matter?", In Menon, G. and A. R. Rao (Eds.), *Advances in Consumer Research*, Vol. XXXII, Portland, USA, 7-10 Octobre, pp. 590-591.
- Bigné E., Andreu L., Chumpitaz R. et Swaen V. (2004), "La percepción de la responsabilidad social corporativa en las decisiones de compra del consumidor: un enfoque cross-cultural", *XVI Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, 22-24 Septembre, Alicante, Espagne.
- Swaen V. et Vanhamme J. (2004), "When "what you say" matters less than "where you say it": Influence of corporate social responsibility arguments and source of information on consumers' reactions and attitudes toward the company", *33<sup>rd</sup> European Marketing Academy Conference*, CD-rom, 18-21 Mai, Murcia, Espagne.
- Andreu L., Beckmann S., Bigné E., Chumpitaz R. et Swaen V. (2004), "Corporate Social Responsibility in the eye of the beholder: The case of European business students", *33<sup>rd</sup> European Marketing Academy Conference*, CD-rom, 18-21 Mai, Murcia, Espagne.
- Andreu L., Bigné E., Chumpitaz R. et Swaen V. (2004), "How the Perceived Retail Environment Influences the Shopping Experience? An Empirical Examination in Shopping Centres & Traditional Retailing", *33<sup>rd</sup> European Marketing Academy Conference*, CD-rom, 18-21 Mai, Murcia, Espagne.
- Gennart F., Kestemont M.-P., Pondeville S. et Swaen V. (2003), "From 1997 to 2001 : which evolution in the firms' environmental landscape?", *11<sup>th</sup> International Conference of the Greening of Industry Network*, CD-rom, 12-14 Octobre, San Francisco, USA.
- Swaen V. et Vanhamme J. (2003), "See How 'Good' We Are: The Dangers of Using Corporate Social Activities in Communication Campaigns", In Kahn B.E. and M. F. Luce (Eds.), *Advances in Consumer Research*, Vol. XXXI, Toronto, Canada, pp. 302-303.
- Swaen V. et Vanhamme J. (2003), "Do Accusations of Irresponsible Acts Hurt Companies More When They Promote Themselves as Socially Responsible?", Eds. G. Laurent, D. Merunka et J. Zaichowsky, *Marketing communications and consumer behavior proceedings*, pp. 175-188.
- Swaen V., Chumpitaz R., Bigné E. et Andreu L. (2003), "'Being A Socially Responsible Company' What Does It Means for European Young Consumers? Analysis of the Impact of Perceived Environment, Culture and Values", *32<sup>nd</sup> European Marketing Academy Conference*, CD-rom, 20-22 Mai, Glasgow, Royaume-Uni.
- Vanhamme J. et Swaen V. (2003), "Should I or should I not ... tell the customers? On the relevance of corporate social responsibility communications for companies", *32<sup>nd</sup> European Marketing Academy Conference*, CD-rom, 20-22 Mai, Glasgow, Royaume-Uni.
- Swaen V. et Vanhamme J. (2003), "L'utilisation de l'argument "citoyen" dans les campagnes de communication : analyse des risques dans la perspective d'une crise", Actes du *19<sup>ème</sup> Congrès International de l'Association Française du Marketing*, CD-rom, 8-11 Mai, Gammarth, Tunisie.
- Chumpitaz R. et Swaen V. (2002), "Relationships Between Quality and Satisfaction in Business-to-Business: Analyses in Six European Countries", dans William J. Kehoe et John H. Lindgren Jr. (Eds.), *AMA Educators' Proceedings: Enhancing Knowledge Development in Marketing*, Vol. 13, 3-6 Août, San Diego, USA, pp. 225-226.

- Andreu L., Chumpitaz R. et Swaen V. (2002), "Consumption Emotions in Shopping Centers versus Traditional Retailing: A Cross-Cultural Comparison between Consumers in Belgium, France and Spain", dans E. Bigné, S. S. Hassan et J. S. Johar (Eds.), *Multicultural Marketing Conference de l'Academy of Marketing Science*, CD-rom, Vol. IV, 26-29 Juin, Valence, Espagne.
- Chumpitaz R. et Swaen V. (2002), "Quality and Satisfaction in Business-to-Business: A Cross-Cultural Comparison Between Business Buyers' Perceptions in Seven Countries", dans E. Bigné, S. S. Hassan et J. S. Johar (Eds.), *Multicultural Marketing Conference de l'Academy of Marketing Science*, CD-rom, Vol. IV, 26-29 Juin, Valence, Espagne.
- Chumpitaz R. et Swaen V. (2002), "Service Quality and Brand Loyalty Relationships: Investigating the Mediating Effect of Customer Satisfaction", dans M. Farhangmehr (Eds.), *31<sup>st</sup> European Marketing Academy Conference*, CD-rom, 28-31 mai, Braga, Portugal.
- Chumpitaz R. et Swaen V. (2002), "La qualité comme déterminant de la satisfaction des clients industriels. Une application au domaine de la téléphonie", dans F. Salerno et W. Ulaga (Eds.), *Actes du 18<sup>ème</sup> Congrès International de l'Association Française du Marketing*, 23-24 mai, Lille, France, Vol. 2, pp. 17-42.
- Swaen V. (2002), "La citoyenneté d'entreprise: une nouvelle technique au service des entreprises pour séduire les consommateurs?", *Actes du 2<sup>ème</sup> Congrès sur les Tendances du Marketing*, CD-rom, 25-26 Janvier, Paris, France.
- Cultiaux J. et Swaen V. (2001), "De la contrainte sociale au profit économique: l'argument citoyen dans la communication interne des entreprises", *Actes du XIIème Congrès de l'Association Francophone de Gestion des Ressources Humaines*, 13-14 septembre, Liège, Belgique, Vol. 1, pp. 372-388.
- Maignan I. et Swaen V. (2000), "Responsabilités sociales des entreprises et bienveillance des consommateurs: Une étude comparative", *Actes du 16<sup>ème</sup> Congrès de l'Association Française du Marketing*, 19-20 Mai, Montréal, Canada, Vol. 1, pp. 667-679.
- Swaen V. (2000), "Corporate Citizenship and Organizational Citizenship : What do We Know ? Where Shall We go?", *Academy of Marketing Science Annual Conference*, 24-27 Mai, Montréal, Canada; abstract publié dans *Developments in Marketing Science*, Volume XXIII, p. 424.

## **AUTRES COMMUNICATIONS SCIENTIFIQUES**

- Janssen C. et Swaen V. (2009), « The use of corporate social responsibility in advertising: an exploratory research », poster présenté au *forum doctoral de la Louvain School of Management*, 12 janvier, Namur.
- De Rongé Y., Pondeville S. et Swaen V. (2006), « L'impact de la stratégie environnementale, des pressions des stakeholders et de l'environnement externe sur la mise en place de systèmes de contrôle de gestion environnemental », *Poster présenté au forum de recherche de la LSM*, Louvain-la-Neuve, 21 décembre.
- Swaen V. et Vanhamme J. (2005), « L'utilisation des activités socialement responsables d'une entreprise dans ses campagnes de communication », *Poster présenté au forum de recherche de l'IAG*, Louvain-la-Neuve, 20 décembre.
- Swaen V. (2002), "Consumers' Perceptions, Evaluations and Reactions to CSR Activities", *10<sup>th</sup> International Conference of the Greening of Industry Network, Corporate Social Responsibility – Governance for Sustainability*, CD-rom, 23-26 Juin, Göteborg, Suède.
- Swaen V. (2002), "Corporate Social Responsibility: Do Managers and Consumers Have the Same Conception of Doing Good?", poster, *10<sup>th</sup> International Conference of the Greening of Industry Network, Corporate Social Responsibility – Governance for Sustainability*, 23-26 Juin, Göteborg, Suède.
- Kestemont M-P. et Swaen V. (2001), "Impacts of ISO 14000 Certification on Business Performance", *9<sup>th</sup> International Conference of the Greening of Industry Network, Sustainability*

at the Millennium: Globalization, Competitiveness and the Public Trust, CD-rom, 21-24 Janvier, Bangkok, Thaïlande.

- Kestemont M-P. et Swaen V. (1999), "Impacts of ISO 14000 certification on business performance", *IV CEMS Academic Conference on Management in the Economic & Monetary Union (EMU)*, CD-rom, 24-26 mars, Barcelone, Espagne.

#### **DOCUMENTS DE TRAVAIL D'UNIVERSITE**

- De Roeck K. et Swaen V. (2010), "*The role of CSR on employees' post-merger organizational identification*", *Working Paper 2010/01, Février 2010*, Louvain School of Management, Université catholique de Louvain, Louvain-La-Neuve, Belgique, disponible sur [http://www.uclouvain.be/cps/ucl/doc/iag/documents/WP\\_2010\\_01\\_kenneth.pdf](http://www.uclouvain.be/cps/ucl/doc/iag/documents/WP_2010_01_kenneth.pdf)
- Maon F. et Swaen V. (2009), "Shaping the Processual View of CSR: A Multipartite Sensemaking-Sensegiving Conceptualization", *Center for Responsible Business. Working Paper Series. Paper 45*, disponible à l'adresse suivante : <http://repositories.cdlib.org/crb/wps/45>.
- Maon F., Swaen V. et Lindgreen A. (2008), « Mainstreaming the corporate social responsibility agenda : A change model grounded in theory and practice », *Working Paper 08/22*, IAG - Louvain School of Management, Université catholique de Louvain, Louvain-La-Neuve, Belgium, disponible sur [http://www.uclouvain.be/cps/ucl/doc/iag/documents/WP\\_22\\_Maon\\_Swaen\\_Lindgreen.pdf](http://www.uclouvain.be/cps/ucl/doc/iag/documents/WP_22_Maon_Swaen_Lindgreen.pdf)
- Maon, F. et V. Swaen (2006), « Integration and Communication of CSR Principles by IKEA. An Analysis of the Influence of and on External Stakeholders. », *Working Paper 06/14*, IAG - Louvain School of Management, Université catholique de Louvain, Louvain-La-Neuve, Belgium.
- Andreu L., Bigné E., Chumpitaz R. et Swaen V. (2006), "How Does the Retail Environment Influence Shoppers' Emotional Experience? Evidence from Two Retail Settings", *Working Paper 06/05*, IAG - Louvain School of Management, Université catholique de Louvain, Louvain-la-Neuve, Belgique.
- Swaen V. et Vanhamme J. (2003), "L'utilisation de l'argument "citoyen" dans les campagnes de communication : analyse des risques dans la perspective d'une crise", *Document de travail n° 2003 – 13, LABORES*, CNRS, Université Catholique de Lille, France.
- Swaen V. et Vanhamme J. (2003), "L'utilisation de l'argument "citoyen" dans les campagnes de communication : analyse des risques dans la perspective d'une crise", *Working Paper IAG 84/02*, Institut d'Administration et de Gestion, Université catholique de Louvain, Louvain-La-Neuve, Belgique.
- Chumpitaz R. et Swaen V. (2002), "La qualité comme déterminant de la satisfaction des clients en business-to-business. Une application dans le domaine de la téléphonie", *Document de travail n° 2002 – 07, LABORES*, CNRS, Université Catholique de Lille, France.
- Chumpitaz R. et Swaen V. (2002), "La qualité comme déterminant de la satisfaction des clients en business-to-business. Une application dans le domaine de la téléphonie", *Working Paper IAG 40/02*, Institut d'Administration et de Gestion, Université catholique de Louvain, Louvain-La-Neuve, Belgique.
- Swaen V. et Maignan I. (2001), "Organizational citizenship and corporate citizenship: two constructs, one research theme?", *Working Paper 22/01*, Institut d'Administration et de Gestion, Université catholique de Louvain, Louvain-La-Neuve, Belgique.
- Cultiaux J. et Swaen V. (2001), "L'argument citoyen dans la communication interne des entreprises", *Working Paper 19/01*, Institut d'Administration et de Gestion, Université catholique de Louvain, Louvain-La-Neuve, Belgique.

#### **COLLOQUES DOCTORAUX**

- Swaen V. (2002), "Consumers' perceptions, evaluations and reactions to corporate citizenship activities", dans V. Wong (Chair), *15<sup>th</sup> EMAC Colloquium for Doctoral Students*, organisé par le

European Institute for Advanced Studies in Management (EIASM), la European Marketing Academy (EMAC) et l'Universidade Do Minho, 26-28 mai, Braga, Portugal.

- Swaen V. (2001), "La citoyenneté d'entreprise et son influence sur les consommateurs", *Actes du Premier Colloque Doctoral de l'Association Française du Marketing*, 20-21 Mai, Deauville, France, pp. 13-24.

#### **PUBLICATIONS DE VULGARISATION**

- Maon F., Lindgreen A. et Swaen V. (2010), « Ikea's road to corporate social responsibility », *European Retail Digest*, 74-81.
- Maon F. et Swaen V. (2006), "IKEA : « modèle à démonter » ou responsabilité sociale en mal d'inspiration ? ", *Le Soir*, 17 octobre.
- Maon F. et Swaen V. (2006), "Un consommateur de plus en plus équitable", *Revue Louvain*, Université catholique de Louvain, N°162, Avril, pp. 15-17.
- Swaen V. (2004), "Communication citoyenne", *Chronique de La Libre*, 4 Septembre.
- Swaen V. (2004), "L'utilisation de l'argument 'citoyen' dans les campagnes de communication", *SEE Management Files*, Fiche n°18, Janvier, publication sur le site internet de Groupe One ([www.groupeone.be](http://www.groupeone.be)) (cet article sera publié dans un ouvrage collectif fin 2004).

COMMUNICATIONS NON PUBLIEES
-----------------------------

#### **SEMINAIRES**

- Swaen V. (2010), « CSR and stakeholder management », Top leadership meeting, Brussels.
- Swaen V. (2006), "The role of Corporate Social Responsibility in Brand Management", Executive MBA, 20 novembre, Université catholique de Louvain, Louvain-la-Neuve, Belgique.
- Swaen V. (2006), "Analysis of consumers' perceptions and reactions to companies' CSR initiatives", Séminaire doctoral, 12 avril, Università degli Studi di Milano – Bicocca, Milan, Italie.
- Swaen V. (2004), "Responsabilités sociales des entreprises", intervention dans le cadre du cours de marketing de Nadine Fraselle, Ecole industrielle et commerciale de Couillet, Charleroi, Belgique.
- Swaen V. (2004), "L'utilisation de l'argument "citoyen" dans les campagnes de communication. Analyse des risques dans la perspective d'une crise", communication présentée lors de la *Journée de contact du FNRS* organisée par Axel Gryspeert (LASCO, Université catholique de Louvain) et Patrice de la Broise (GERICO, Université de Lille 3), 7 mai, Roubaix, France.
- Swaen V. et Kestemont M.-P. (2003), "Perceptions et réactions des consommateurs face aux démonstrations de citoyenneté des entreprises", communication présentée lors du *Colloque sur la responsabilité sociale des entreprises*, organisé par Héraclite absl et la faculté ESPO de l'UCL, 22 mai, Louvain-la-Neuve, Belgique.
- Swaen V. et Vanhamme J. (2003), "L'utilisation de l'argument "citoyen" dans les campagnes de communication : analyse des risques dans la perspective d'une crise", communication présentée lors de la *Journée Marketing* organisée par le LABORES, CNRS, 14 mai, Lille, France.
- Swaen V. et Vanhamme J. (2003), "The Dangers of Using Corporate Social Activities in Communication Campaigns: An Experimental Investigation", communication présentée lors d'un *séminaire ERIM*, 14 avril, Erasmus University, Rotterdam, Pays-Bas.
- Swaen V. (2003), "Comment les actions 'socialement responsables' des entreprises sont-elles perçues par les consommateurs?", *Séminaire MiCH - Midi intimes de l'éthique de la Chaire Hoover*, 4 février, Louvain-la-Neuve, Belgique.
- Swaen V. (2002), "Consumers' perceptions and reactions to Corporate Citizenship activities", *Séminaire de recherche*, 11 juin, Warwick Business School, University of Warwick, Royaume-Uni.

- Cultiaux J. et Swaen V. (2000), “La citoyenneté d’entreprise : changement organisationnel ou éthique travestie ?”, communication présentée lors d’un *séminaire de recherche du Laboratoire d’Analyse des Systèmes de Communication dans les Organisations (LASCO)*, 10 novembre, Louvain-La-Neuve, Belgique.
- Swaen V. (2000), “Corporate Citizenship and Organizational Citizenship: What do We Know? Where Shall We Go?”, communication présentée lors d’un *séminaire de recherche de l’Institut d’Administration et de gestion*, Louvain-la-Neuve, Belgique.

### **RAPPORTS DE RECHERCHE**

- Kestemont M-P. et Swaen V. (1999), “Impacts of ISO 14000 certification on business performance”, *rapport de recherche* non publié.
- Contribution à l’“International Business Environmental Barometer : Environmental management in Europe and some Asian issues”, *rapport de recherche* non publié.

<b>SUPERVISION DE RECHERCHES DOCTORALES</b>
---

De 2005 à 2010, Maon, F. (Chercheur FSR), co-supervision avec Lindgreen A. (Hull University, UK), Titre: *Analyzing organizational and cultural change processes at play in the integration of Corporate Social Responsibility principles by the company*, Université catholique de Louvain, Belgique; in progress.

Depuis 2007, De Roeck K. (Assistant d’enseignement et de recherche), Titre provisoire: *The impact of Corporate Social Responsibility on Organizational Identification during mergers and acquisitions*, Université catholique de Louvain, Belgique.

Depuis 2009, Janssen C. (CIM Research fellow), co-supervision avec Vanhamme J. (IESEG School of Management), Titre provisoire: *Corporate Social Responsibility communication campaigns towards the consumer: Analysis of the risks during a crisis involving socially irresponsible corporate activities*, Université catholique de Louvain, Belgium.

<b>PARTICIPATION A DES SEMINAIRES / COLLOQUES</b>
---

### **PARTICIPATION A DES SEMINAIRES DE FORMATION**

Séminaire sur le thème des Méthodes d’Equations Structurelles et de l’utilisation des logiciels Lisrel et AMOS, du 5 au 9 janvier 2004, Lille, France.

Séminaire doctoral EDEN/EIASM, thème: “Consumer Behavior”, 21-25 février 2000, Bruxelles, Belgique.

Séminaire doctoral EDEN/EIASM, thème: “Research methods in marketing”, 6-10 novembre 1999, Bruxelles, Belgique.

### **PARTICIPATION A DES COLLOQUES**

Journée de rencontre Marketing et Psychologie, organisée conjointement par l’Institut d’Administration et de Gestion et la Faculté de psychologie et des sciences de l’éducation, 28 février 2002, Louvain-La-Neuve, Belgique.

Quatrième journée de rencontre AFM (Association Française du Marketing) et AACC (Association des agences Conseils en Communication) sur le thème de: “La fidélisation: Quoi de neuf après les points?”, 17 janvier 2002, Paris, France.

Colloque “Introduction à une économie citoyenne” organisé avec le soutien de la Fondation Louis de Brouckère, 14 septembre 2001, Bruxelles, Belgique.

Fourth Warwick Corporate Citizenship Conference: International Perspectives on Corporate Citizenship, 9-10 juillet 2001, University of Warwick, Coventry, Royaume-Uni.

Rencontre plénière “La consommation socialement responsable dans les pays de l’Union Européenne: Mise en réseau d’organisations et de centres de recherches impliqués”, 15-16 juin 2001, organisée par l’Université Libre de Bruxelles, Bruxelles, Belgique.

17<sup>ème</sup> Congrès International de l’Association Française du Marketing, organisé par l’Institut d’Administration des Entreprises de CAEN Basse-Normandie, 22-23 mai 2001, Deauville, France.

Colloque “Les Défis de la Globalisation, Babel ou Pentecôte?”, 5-6 Mars 2001, organisé par la Facultés des Sciences Economiques, Sociales et Politiques de l’Université catholique de Louvain, Louvain-La-Neuve, Belgique.

Colloque “Ethique des banques ou banque éthique. La responsabilité sociétale des banques face à l’exclusion financière”, 7 décembre 2000, Bruxelles, Belgique.

Triple Bottom Line Conference, 2-3 Novembre 2000, Rotterdam, Pays-Bas.

## CONNAISSANCE DES LANGUES ET CONNAISSANCES INFORMATIQUES

**CONNAISSANCE DES LANGUES :**

- Français (langue maternelle)
- Anglais (connaissance active ; réussite du test du BULATS avec 89% en 2003 et avec 92% en 2004)
- Néerlandais (connaissance passive)

**CONNAISSANCES INFORMATIQUES:** Windows, Word, Power Point, Excel, SPSS, Lisrel, AMOS, Atlas-TI.

## EXPERIENCES PROFESSIONNELLES

### **Chargé de formation, GUBERNA, Institut des Administrateurs**

Cours enseignés : Planning marketing (6 heures), le 10 novembre 2007.

La responsabilité sociétale de l’entreprise (3 heures, avec Yves De Cordt), le 17 juin 2008.

### **Professeur associé et co-responsable du Louvain CSR Network ([www.uclouvain.be/csr-network](http://www.uclouvain.be/csr-network)), Louvain School of Management, Université Catholique de Louvain (2005-...)**

Cours enseigné: Comportement du consommateur; Séminaire d’analyse de marketing stratégique et opérationnel; Ateliers de lecture, Marketing Strategy, Corporate Social Responsibility.

### **Chargé d’enseignement visiteur, Facultés Universitaires Notre-Dame de la Paix, Namur (2005-2009)**

Cours enseigné: Etudes de marché (3<sup>ème</sup> BAC gestion et ingénieur de gestion ; 30 heures).

### **Vacataire, IESEG School of Management (2007-2008)**

Cours enseigné: Comportement du consommateur (3<sup>ème</sup> BAC gestion ; 18 heures) ;

### **Vacataire, Ecole Supérieure des Affaires, Université de Lille II (2002-2005)**

Cours enseigné: Qualité de service (Master en Administration des Affaires / Master en Marketing International ; 10 heures).

**Professeur Assistant Senior, IESEG School of Management (80%) (Octobre 2004 – Août 2005)**

Cours enseignés: - Simulation Marketing Markops ; Comportement du consommateur ; Analyse des données (3<sup>ème</sup> année après BAC, cours donnés dans la filière francophone ainsi que dans la filière anglophone),  
- Recherche marketing – Etudes qualitatives (4<sup>ème</sup> année après BAC),  
- Simulation Marketing Markstrat ; Séminaire de recherche en marketing (5<sup>ème</sup> année après BAC).

**Chargé de cours invité, Université Catholique de Louvain (Année académique 2004 - 2005)**

Cours enseigné: Séminaire de Marketing opérationnel (INGE23/DES en marketing ; 20 heures).

**Vacataire, Summer School organisée par l'ICHEC et le Michigan Tech's Center for International Education (Juin 2004)**

Cours enseigné: Business ethics and corporate social responsibility in Europe (3 heures).

**Séjour de recherche, Corporate Citizenship Unit, Warwick Business School, University of Warwick (d'Avril à Juin 2002)**

**Assistante de recherche et d'enseignement, IESEG School of Management (2 jours par semaine) (Sept. 2001 – Sept. 2004)**

Activités d'enseignement : Simulation Marketing (Markops, Markstrat), Comportement du consommateur, encadrement de mémoires.

**Aspirant FNRS – Bernheim, Université catholique de Louvain (Oct. 2000 – Sept. 2004)**

Institut d'Administration et de Gestion, Unité Marketing.

Activités de recherche sous la direction de Marie-Paule Kestemont.

**Assistante de recherche et d'enseignement, Université catholique de Louvain (Sept. 1998 – Sept. 2000)**

Institut d'Administration et de Gestion, Unité Marketing.

Cours encadrés : Gestion marketing, comportement du consommateur, recherche marketing.

AUTRES ACTIVITÉS ACADÉMIQUES
------------------------------

**Obtention de financements de recherches**

En 2008, Bourse doctorale FSR (avec le professeur Adam Lindgreen, Eindhoven University of Technology, Pays-Bas), financement de deux ans, chercheur : François MAON.

En 2007, Bourse française ANR – Jeunes Chercheurs, financement de deux ans, 76.000 euros (en collaboration avec les professeurs F. Dejean, J. Igalens et A. El Akremi, Université Toulouse I, et J-P. Gond, Nottingham University).

En 2006, Bourse doctorale FSR (avec le professeur Adam Lindgreen, Eindhoven University of Technology, Pays-Bas), financement de deux ans, chercheur : François MAON.

En 2005, \$US 2950, The Institute for the Study of Business Markets, Pennsylvania State University, USA (avec les professeurs dr. Wesley Johnston, Georgia State University, USA et dr. Adam Lindgreen, Eindhoven University of Technology, Pays-Bas)

**Evaluation d'articles**

Activités d'évaluation d'articles soumis à la conférence EMAC et aux revues suivantes : Gestion 2000, Journal of Business Ethics, Supply Chain Management, Corporate Reputation Review.

### **Activités de présentation de l'institution**

Participation aux activités propédeutiques de septembre 1999 à septembre 2001 (accueil des étudiants de première candidature), Facultés des Sciences Economiques, Sociales et Politiques, Université catholique de Louvain.

Participation au salon de l'étudiant à Bruxelles (2000) pour présenter l'IAG aux potentiels futurs étudiants et leurs parents.

Participation à quatre salons par an pour présenter l'IESEG School of Management aux potentiels futurs étudiants et leurs parents.

### **Activités de représentation**

Participation au conseil de département de l'Institut d'Administration et de Gestion de l'Université catholique de Louvain en tant que représentante des assistants de l'unité marketing (1999).

Rédaction du vade-mecum de l'assistant avec Muriel Crêteur, Valérie Devos, Anne-Catherine Provost, Nathalie Tabordon, Alain Vas, et Bénédicte Vande Velde (1999).

### **Appartenance à des centres de recherche et à des sociétés savantes**

Membre du Conseil Académique de GUBERNA (Institut des Administrateurs).

Membre académique du Centre d'Excellence en Marketing, the « Center in Consumers, Markets and Society » (CCMS) de la Louvain School of Management.

Membre associé du Laboratoire "Globalisation, institution, subjectivation" (LAGIS) de l'Université catholique de Louvain.

Membre du Centre Entreprise-Environnement dirigé par Daniel Tyteca et Marie-Paule Kestemont, Institut d'Administration et de Gestion, Université catholique de Louvain.

Membre de l'Association Française du Marketing (AFM), l'European Marketing Academy (EMAC), l'Association for Consumer Research (ACR) et l'Academy of Marketing Science (AMS).

<b>DIVERS</b>
---------------

Permis de conduire B.

Hobby : sports (natation, badminton, step), lecture.