

**Thierry
Lardinoit**

**Associate
Professor,
Department
Marketing**
International Sport
Marketing Chair,
Co-Founder and
Professor Chair



Contact

✉ **Mail:**
lardinoit@essec.fr
✉ Avenue Bernard
Hirsch,
BP 50105
95021 Cergy Pontoise
cedex
FRANCE

Education

Doctorate, University of Louvain, Belgium
Master's degree in Management, University of Louvain
Master's degree in Kinesiology and Physical Education, University of Louvain

Research Areas

Areas

Consumer behavior : persuasion and memorization in distracting situations.
Moderating effects of involvement and emotional intensity.

Sectors

Mass consumer goods.

Publications

✉ **Academic Publications**

Books

Principes de Marketing. (with E. Le Nagard, P. Kotler, G. Armstrong). Paris (France) : Pearson, 2007

Articles

"Quelle est la spécificité de la gestion du sport ?" (G. Tribou), *Revue Française de Gestion*, May 2004, p. 125-130

"Gère-t-on un club sportif comme on gère son entreprise ? Entretien avec Anny Courtade" (G. Tribou), *Revue Française de Gestion*, May 2004, Vol. 30, Issue 150, p. 193-201

"Comment le marketing sportif peut-il contribuer au succès des nouveaux produits ?" (E. Le Nagard-Assayag), *Décisions Marketing*, Jan 2004, Issue 35, p. 1-14

"Sponsorship and Recall of Sponsors" (C. Derbaix), *Psychology and Marketing*, Feb 2001, Vol. 18, Issue 2, p. 167-190

"Attitudinal Effects of Combined Sponsorship and Sponsor's Prominence on Basketball in Europe" (P. Quester), *Journal of Advertising Research*, Jan 2001, Vol. 41, Issue 1, p. 48-58

"Essai de conceptualisation d'une activité éminemment pratique : le parrainage" (Derbaix, Gerard), *Recherche et Application en Marketing*, Jan 1994, p. 43-67

Book Chapters

Is Professional Football and Economic Sector Like Any Other? A

Comparison of French and European Clubs. In: *Football and its Future* (with J. Bernard). Milan (Italie) : EGEA, MANFREDI F.. 2006

Le processus de décision de l'acheteur. In: *Manuel de Gestion.* Paris (France) : Ellipses/AUF, 2005, p. 253-272

(Re)construction de la proximité avec le consommateur : le cas du parrainage de la coupe du monde 1998 par Coca-Cola. In: *Stratégie des entreprises dans le sport.* Paris (France) : Economica, DESBORDES M.. 2001

Le processus de décision de l'acheteur. In: *Manuel de gestion.* Paris (France) : Ellipses/AUF, DAYAN A.. 1999

📄 Working Papers

"Prominent vs Non Prominent Brands: Their Respective Effect on Sponsorship Effectiveness" (P. Quester). Essec Research Center, DR-99033 Nov 99.

"An Experimental Study of the Effectiveness of Sport Sponsorship Stimuli." (C. Derbaix). Essec Research Center, DR-97038 Jan 97.

📄 Other Publications

Articles published in Conference Proceedings

"How innovative are TV sports viewers?", With T. Lardinoit, E. Le Nagard. In : *Proceedings of the 36th EMAC Conference*, 36th EMAC Conference, European Marketing Academy (EMAC). . Reykjavik (Island) : Reykjavik University, 2007

"Pourquoi le marketing sportif peut-il être utilisé pour le lancement de", With E. Le Nagard, P. Desmet. In : *Actes du Congrès, ASSAC 2006.* Banf (Canada) : Université de Lethbridge, 2006

"Comment le marketing sportif peut-il contribuer à la création de nouveaux produits ?", With E. Le Nagard-Assayag. In : *Actes du Congresso Internazionale Le Tendenze del Marketing.*, Venise (Italie) : Universita Ca'Foscari Venezia et ESCP-EAP, 2003

"Impact de la commandite sur la notoriété de marques non-sponsors : effet du lien sémantique entre produit et événement". In : *Proceedings de l'ASAC 00 (Association des Sciences Administratives du Canada)*,. Montréal (Canada) : Université du Québec à Montréal, 2000

"Conjonction des parrainages terrain et TV : comparaison des effets sur la mémorisation assistée et la mémorisation spontanée". In : *ASAC 99-Managing on the Digital Frontier. Gérer à la frontières numérique.*, Saint John, New Brunswick (Etats-Unis) : University of New Brunswick Saint John, 1999, p. 73-83

"Interaction des parrainages terrain et TV : Impact sur deux niveaux de mémorisation". In : *Actes de la 15ème conférence de l'A.F.M.*,. Strasbourg (France) : Association Française du Marketing - A.F.M., 1999, p. 585-602

"Interaction des parrainages terrain et T.V. : Impact mémoriel de l'implication durable". In : *ASAC 98, Managing in Concert - Réussir ensemble.*, Saskatoon (Canada) : Carleton University, 1998, p. 59-68

"Interaction des parrainages terrain et T.V. : mythe ou réalité ? Le cas de la réaction attitudinale.". In : *Actes du 13ème Congrès International de l'AFM.*, Toulouse (France) : DECAUDIN J.M., 1998, p. 668-697

"Interaction des parrainages terrain et T.V. : mythe ou réalité ? Le cas de la réaction attitudinale". In : *ASAC 97: Discovering New Worlds.*, St. John's (Canada) : ASAC, 1997, p. 134-149

"Efficacité mémorielle du parrainage sportif : une étude de trois modalités de mise en oeuvre", With Derbaix, Gerard. In : *Association Française de Marketing (AFM) XIIIe Congrès.*, Poitiers (France) : AFM, 1996, p. 569-582

Press Articles

"Sponsoriser. Les marques veulent de l'amour". *La Croix*, 11 Jun 2004

Other Activities

📌 Scientific Activities

Editorial Board Membership

International Journal of Sports Marketing and Sponsorship

Revue Française de Gestion

Conference Presentations

"Pourquoi le marketing sportif peut-il être utilisé pour le lancement de nouveaux produits ?", (with E. Le Nagard-Assayag, P. Desmet). ASAC 2006, Banff, Canada, 03 Jun 2006

"Effet modérateur de l'implication durable sur l'efficacité mémorielle de la conjonction des parrainages terrain et TV", XIVème Congrès de l'Association Française du Marketing, Bordeaux, France, 14 May 1998

"Sponsorship Impact on Consumer Memory : Study of the effectiveness of Field and Television Sponsorship.", (with C. Derbaix). American Marketing Association, New and Evalving Paradigms : The emerging future of Marketing., Dublin, Ireland, 12 Jun 1997

"Effective Memory Retention in Sport Sponsorship : A Study of Three Methods", 4th European Congress on Sport Management, Montpellier, France, 02 Oct 1996

📌 Affiliations and Academic Responsibilities

Associate Member of the "Consumer Behavior Analysis Laboratory (LABAC in French)", University of Mons (FUCAM) Belgium.

Member of the scientific committee of the "Revue de la Société Française de Management du Sport".

Member of the "Association Française de Marketing".

Member of the "Administrative Sciences Association of Canada".

Member of the "Conseil National des Activités physiques et sportives"

(CNAPS).

▣ **Consulting and Other Activities**

Board member of International Journal of Sports Marketing and Sponsorship.

Peer reviewer for research projects submitted to "Social Sciences and Humanities Research Council of Canada.

Reviewer for various academic reviews and French and international conferences

▣ **Professional Experience**

Marketing Management of various national and international Sports and Arts events (Boxing World Championship, European Women's Volley-Ball Cup, ...).

Professional Volley-ball player.