

**Frédéric
Oble**

**Professeur
Enseignant,
Département
Marketing**

Contact

Mail:

oble@essec.fr
Avenue Bernard
Hirsch.
BP 50105
95021 Cergy Pontoise
cedex
FRANCE

Formation

Doctorat 3ème cycle en Génie des Systèmes Industriels.
Diplôme d'Ingénieur en "Génie des Systèmes Industriels"
U.F.R. G.S.I. - Institut National Polytechnique de Lorraine - Nancy.
Diplôme d'Etudes Approfondies (D.E.A.) en Gestion Industrielle
U.F.R. G.S.I. - Institut National Polytechnique de Lorraine - Nancy.
Diplôme d'Ingénieur Agronome
Ecole Nationale Supérieure d'Agronomie et des Industries Alimentaires -
Nancy.

Biographie

Après 2 années passées au CREDOC en tant que chargé d'étude (enquêtes CCAF), *Frédéric Oble* est professeur à l'ESSEC au Département Marketing. Spécialiste du marketing BtoC et des études Marketing, il a formé au Marketing plusieurs centaines d'étudiants au sein de plusieurs programmes (ESSEC Grande Ecole, Mastères Spécialisés, Formation permanente). Il est très investi dans le développement pédagogique : création de MOOC, écriture de cas marketing multi-médias, innovation pédagogique, animation et coaching.

Il dirige le Mastère Spécialisé Management International Agro-alimentaire depuis 1997. Il est titulaire d'un doctorat de 3e cycle en Génie des Systèmes Industriels, et d'un diplôme Ingénieur de l'ENSAIA.

Récemment, il a contribué à l'écriture de chapitres pour la version française de " Principes de Marketing " de Gary Armstrong & Philip Kotler aux Editions Pearson 2019 (14ème édition), et termine actuellement la rédaction d'un ouvrage marketing à paraître aux Editions Vuibert " Pro en... Marketing " (2019).

Thèmes de recherche

Thèmes

Marketing agro-alimentaire, marketing des produits de grande consommation

Approches et outils centrées clients (customer centricity) : méthodes agiles, parcours clients, expérience client, personas

Consommation alimentaire, alimentation & santé

Comportement du consommateur,

Etudes marketing (études quantitatives, études qualitatives, panels, études on-line, ...), traitement des données d'enquêtes, méthodes de prospectives.

Innovation pédagogique, flipped learning, project based learning

Secteurs

Agro-alimentaire, Grande consommation, Grande distribution, Restauration hors-domicile, FMCG

Projets en cours

Publications

Publications académiques

Ouvrages

Pro en... Marketing. (avec L. Hoang, P. Tilhou). Paris (France) : Vuibert, 2019

Principes de Marketing. (avec E. Le Nagard, T. Lardinoit, R. Butori, D. Dion, G. Armstrong, P. Kotler). 14 édition. Paris (France) : Pearson, 2019

Articles

"Une typologie des attitudes vis-à-vis du risque alimentaire" (J. Loisel), *Revue Française du Marketing*, janv. 2002, Numéro 183-184

Chapitres

L'environnement marketing / Les études marketing / La segmentation, le ciblage et le positionnement. In: *Principes de Marketing* (avec E. Le Nagard, R. Butori, D. Dion). Pearson. 2016

La restauration hors foyer, une opportunité pour les IAA. In: *Le panorama économique de la RHF* (avec E. Le Roy). : Editions Agra-alimentaire/ IGIA, 1993

Publications professionnelles

Ouvrages

Le marché des nutraceutiques : concurrence et analyse stratégique. (avec C. Bennour). Paris (France) : XERFI, 2002

Une typologie des attitudes vis-à-vis du risque alimentaire. (avec JP. Loisiel, C. Simonet). Paris (France) : CREDOC, 2001

Autres publications

Communications publiées

"Attitudes towards foods and acceptance of functional foods: A comparison of French, American and French canadian consumers", avec J. Labrecque, J. Kolodinsky, M. Doyon. In : *2nd International Conference of the Institute for Research in Food and Health Marketing* , 2nd International Conference of the Institute for Research in Food and Health Marketing (IREMAS). Paris (France) : IREMAS, 2005, p. 25-42.

Articles de presse

"Les études qualitatives participatives en ligne". *Survey Magazine*, 15 mai 2016, p. 1

"Communiquer la qualité des produits de montagne". 07 avr. 1994

"L'adaptation du linéaire boucherie - Réaction des consommateurs sur 4 concepts : naturalité, gastronomie, maturation, barquette recyclable". 01 janv. 1994

"Communication et alimentation chez les Seniors". 01 janv. 1994

"Les images du gras dans les stratégies commerciales des industries laitières". 01 oct. 1993

"Value Added In New Dairy Products - A Prospective Approach For Cholesterol-Free Dairy Products". 01 oct. 1993

"Approche prospective du marché des produits laitiers sans cholestérol". 01 juil. 1993

Enseignement

Enseignement à l'ESSEC

ESSEC GE MSc

. MKGC 31112 - Etudes en Marketing
. ARIANE / KALLYSTEE / SIMFIRM

ESSEC GE Bachelor

. MKGM 21020 - Introduction au Marketing
. EXPI 22020 - Expérience Projet

ESSEC Global BBA

. MKGF 12119 Etudes Marketing

MASTERS SPECIALISES TEMPS PLEIN

. MKGS 32104 - MIA - Marketing Agro-alimentaire
. MKGF 32207 - MIA + SMIB - Etudes marketing
. MGTM 32402 & MGTM 32404 - Cycle Evolutions métiers et management
IAA

. MKGF 32100 - DAIM - Fondamentaux du Marketing.
. EXPR 32200 Workshop ESSEC Ferrandi -Tendances, culinaires
Prospective & Créativité

ESSEC EXECUTIVE EDUCATION

MGO Marketing et Développement Commercial : Etudes Marketing

FORMATION INTRA :

Depuis plusieurs années : interventions en marketing dans les programmes
ARISTEE et SENEQUE

Cas

YOP à la reconquête des adolescents (F. Oble, E. Le Nagard)Paris (France)
: CCMP, 2016 (Cas papier).

Michel et Augustin : mettre en place une communication événementielle (F. Oble)Paris (France) : CCMP, 2016 (Cas papier).

La stratégie Michel et Augustin (F. Oble)Paris (France) : CCMP, 2016 (Cas multimédia).

Michel et Augustin : Evaluation du marketing stratégique, le ciblage et le positionnement (F. Oble)Paris (France) : CCMP, 2016 (Cas multimédia).

Michel et Augustin : Un goût qui croque le marché ou Pourquoi les consommateurs apprécient-ils la marque Michel et Augustin ? (F. Oble)ESSEC. Paris (France) : CCMP, 2016 (Cas multimédia).

Foie Gras DELPEYRAT (F. Oble, C. Chinardet)ESSEC. Paris (France) : CCMP, 2006 (Cas papier).

Le Goût de la Vie (F. Oble, C. Chinardet)ESSEC. Paris (France) : CCMP, 2001 (Cas papier).

Autres activités pédagogiques

2016 : MS MIA, Ateliers "étudiant-auteur, un premier pas vers le leadership" avec Olivier Fourcadet / CCIP-CIRRP

2014-15 : Chef de projet Mastères Spécialisés : programme NeXt X3 = programme post Bachelor innovant "Project based learning" / nouveau business model

Depuis 2012 : MS MIA, conception et animation examen de synthèse Marketing + Stratégie + Micro-économie, avec Olivier Fourcadet

2013 : Chef de projet transformation cours Introduction Marketing en mode flipped learning

Depuis 2009 Coordination du cours Introduction au Marketing (11 sections) pour l'ESSEC Programme Pre Master

Depuis 2008 Coordination du cours Chef de produit (3 sections) pour l'ESSEC Programme GE MSc

Depuis 2007 Organisation de 2 Cycles annuels sur les évolutions métiers en IAA (Industrie Agro-Alimentaire) et les enjeux de management : 2 x 10 conférences = 2 x 30h MGTM 32402 & MGTM 32404

Juillet 2015 : du 7 au 10/7 Ecole d'été de la Pédagogie de l'enseignement supérieur (CIRPP) - Formation "Le groupe comme levier d'apprentissage"

Février 2015 : Séminaire ASE Refonte Période Bachelor

2007 Opération Food Marketing avec Groupe SOPARIND BONGRAIN (2 journées en mars 2007) : coordination des intervenants et réalisation d'un cas sur la marque TARTARE

2006 Développement de séminaires :

- pratique des panels distributeurs 2 demi-journées avec NIELSEN
- pratique des panels consommateurs avec SECODIP WorldPanel (1/2 journée)
- Trade Marketing avec NESTLE WATERS (1 journée)

Autres activités

Activités scientifiques

Communications présentées à des conférences

Conférence "Pour une Industrie Agro-alimentaire Européenne compétitive" organisée par la COMMISSION INTERNATIONALE DES INDUSTRIES AGRICOLES ET ALIMENTAIRES (CIIAA) : Animateur de l'Atelier "Eco-Innovation & Développement Durable"- Rennes le 9/10/2008

"Perception du Label Rouge par les consommateurs - Intérêt d'une démarche Label Rouge pour une production ovine", Communication à

l'Assemblée Générale de l'UNOVI (Union Ovine Loire Océan), Angers le 18 janvier 1995.

"Le marché de la Restauration Hors-Foyer", Communication au Salon PRODIAL (Salon de l'Agro-alimentaire pour la Distribution et la Restauration), Rennes le 17 mai 1995.

"Analyse de lancement de produits. Les leçons à tirer des échecs", Communication au Colloque Qualité et innovation dans le secteur agro-alimentaire", 14 novembre 1995, Paris.

Affiliations et activités académiques

Membre de l'Association Française de Marketing (AFM)

Conseil

Partenaire ANIA (Association Nationale des Industries Agro-alimentaires) via le MS MIA

1991 Etude de marché sur les compléments nutritionnels en vue du lancement d'une nouvelle gamme (Etude confidentielle).

Etude des modalités de mise en marché des produits "nutrition-santé" ; Exemple des produits laitiers sans cholestérol, et des conséquences économiques sur la filière lait (Ministère de l'Agriculture - D.G.AL.)

1992 Etude de marché des abats transformés en France : perception, motivations/freins, attentes, comportement d'achat, comportement de consommation (Etude confidentielle).

1993 Analyse du marché des salades en restauration hors-foyer (Etude confidentielle).

Etude de marché en vue du lancement d'un nouvel aliment pour animaux familiers (Etude confidentielle).

Etude du linéaire viande de boeuf en GMS pour l'an 2000 - Tests de marché : identification des attentes des consommateurs en matière de qualité de la viande bovine vendue en grande surface au rayon libre-service, (Ministère de l'Agriculture - DGAL / CODIVIAL).

1995 Recherche de mécanismes économiques favorisant la réduction à la source des emballages dans les IAA. (Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche / ADEME).

2004-2007 : Projet concerté avec HEC Montréal - Marchés potentiels domestiques (CANADA) et d'exportation (USA, FRANCE) pour les aliments fonctionnels et sur l'analyse des variables qui influencent l'évaluation de ces produits chez les consommateurs.

Expérience professionnelle

2013-2018: Directeur Académique du PMS Marketing et Développement commercial

Depuis 2006 Professeur Enseignant, Département Marketing ESSEC

Depuis 1997 Responsable Pédagogique du Mastère Spécialisé en Management International Agro-alimentaire

1999-2006 Professeur des Instituts attaché à l'IMIA et au Département Marketing

1996-1999 Associate Professor et Consultant à l'ESSEC-IMIA

1989-1996 Professeur et Consultant à l'I.G.I.A. (Institut de Gestion Internationale Agro-Alimentaire)

Rédacteur en Chef de la revue "Economie et Gestion Agro-Alimentaire"

1988 Chargé d'études dans l'Equipe prospective de la Consommation au CREDOC (Centre de Recherche et d'Etude pour l'Observation des Conditions de vie, Paris).

1986-1989 Enseignant assistant à l'U.F.R. G.S.I - Nancy