



Assistant Professor Edith de LAMBALLERIE

Academic Department: Marketing and Retailing

Email: edith.nicolas-de-lamballerie@essca.fr

RESEARCH INTERESTS

- Marketing
- Ethical fashion
- Sustainable consumption
- Consumer behavior

TEACHING DOMAINS

- Marketing
- Market studies
- Consumer behavior

EDUCATION

Highest degree :

- | | |
|------|---|
| 2023 | PhD in Management (Marketing), University Paris Dauphine-PSL, France
<i>Consommation de vêtements composés de matières textiles recyclées : une approche par la valeur perçue.</i> |
| 2019 | Master Marketing & Stratégie : Conseil et recherche en marketing, University Paris Dauphine-PSL, France |
| 2016 | Bachelor's degree in social sciences, economics, and management, University Paris Dauphine-PSL, France |

PROFESSIONAL EXPERIENCE

Academic experience and positions

- | | |
|-------------|---|
| Since 2023 | Assistant Professor, ESSCA School of Management, France |
| 2022 - 2022 | Temporary Research and Teaching Assistant, University Paris Dauphine-PSL, France |
| 2019 - 2022 | Doctoral contract with teaching assignment, University Paris Dauphine-PSL, France |

Professional experience

- | | |
|-------------|--|
| 2018 - 2018 | Qualitative Research Analyst (internship), Sorgem Advance, France |
| 2017 - 2017 | Qualitative Research Analyst (internship), Kantar France |
| 2016 - 2016 | Assistant Qualitative Research Analyst (internship), Observatoire Société et Consommation (ObsoCo), France |

Peer-reviewed Articles

DE LAMBALLERIE, E. and GUILLARD, V. (2023). Vers une prise de conscience des enjeux éthiques des matières textiles par les consommateurs dans le cadre de la transition écologique. *Recherche et Applications en Marketing*, 38(3), pp. 7-34.

Chapters in book

DE LAMBALLERIE, E., GUILLARD, V., DEKHILI, S. and CONDAMIN, E. (2023). Cas 7 - Fairly Made : Communiquer sur la traçabilité et l'impact environnemental et social dans l'industrie de la mode. In: Sihem Dekhili et Fanny Renou (ed.). *Cas en marketing durable : une vision renouvelée des approches et pratiques de marketing*. 1st ed. Caen: Editions Management & Société, pp. 147-169.

Conference paper (with selection committee)

DE LAMBALLERIE, E. (2025). Citizen Engagement Activities: Applying Behaviour Change Techniques in Sustainable Clothing Consumption. In: 6th Product Lifetime Value and the Environment Conference. Aalborg University.

DE LAMBALLERIE, E. (2024). Valeur perçue en marketing : entre déséquilibre et zones d'ombre. In: RIODD 2024 : Imaginer, expérimenter et pérenniser la soutenabilité forte. ICHEC Brussels Management School – Campus Montgomery, Brussels.

DE LAMBALLERIE, E. and DESTOUMIEUX, L. (2024). Césure générationnelle et consommation de Fast-Fashion : mise en lumière d'un Green gap inversé. In: Congrès International de l'AFM. Université Paris-Dauphine - PSL.

DE LAMBALLERIE, E. (2024). Valeur perçue des matières textiles recyclées dans les vêtements. In: Congrès International de l'AFM. Université Paris-Dauphine - PSL.

DE LAMBALLERIE, E. and DESTOUMIEUX, L. (2023). Fast fashion natives and previous generations, a gap regarding declared and intentional consumption of fast fashion? Highlighting the effect of social desirability. In: International Marketing Trends Conference (IMTC). Paris.

DE LAMBALLERIE, E. (2022). Valeur perçue anticipée des innovations durables : le cas des matières textiles recyclées (MTR). In: Le colloque Prix & Valeur (Vallorem, AFM). IAE Tours Val de Loire.

DE LAMBALLERIE, E., JACQUET, P. and LAUNAY, J. (2022). Impact de la modalité d'inscription dans l'économie sociale et solidaire sur la confiance des consommateurs. In: International Marketing Trends Conference (IMTC). Rome.

DE LAMBALLERIE, E. and GUILLARD, V. (2021). Quelle conscience les consommateurs ont-ils des matières textiles composant leurs vêtements ? In: Journée Marketing et développement durable (AFM), Troyes.

DE LAMBALLERIE, E. and GUILLARD, V. (2021). "Savez-vous de quoi est composé ce vêtement que vous avez sur le dos ?" Une analyse de la conscience de la matière des vêtements. In: Congrès de l'Association Française de Marketing (AFM). Angers.

DE LAMBALLERIE, E. (2021). Analyse exploratoire des cognitions et représentations des matières textiles dans le cas des vêtements. In: International Marketing Trends Conference (IMTC). Venise.

DE LAMBALLERIE, E. and GUILLARD, V. (2020). Mieux comprendre le gaspillage des objets : Une approche exploratoire par les imaginaires. In: Journées Normandes de Recherches sur la Consommation (JNRC). Caen.

Practice-oriented contributions

DE LAMBALLERIE, E. (2023). Moda y medio ambiente: cómo concienciar a los consumidores. Mujeres a Seguir, Spain.

DE LAMBALLERIE, E. and GUILLARD, V. (2023). Mode et dégâts environnementaux : comment aider les consommateurs à en prendre conscience ? The Conversation, France.

DE LAMBALLERIE, E. (2020). Industrie de la mode : les effets (très) limités du recyclage des textiles. The Conversation, France.

RESEARCH ACTIVITIES

Service to the academic discipline

Reviewing activities for an academic conference

Since 2021 Ad-hoc reviewer, International Marketing Trends Conference (IMTC), France

Scientific committee of an academic conference

2023 - 2023 Organisation committee (along with Sihem Dekhili & Valérie Guillard): "Journée Marketing et Développement Durable", Association Française du Marketing (AFM), France

Membership in an academic association

Since 2019 Member, Association Française du Marketing (AFM), France

Service to professional community

Activities in direct contact with business leaders or public decision-makers

2024 - 2024 Textile repair awareness workshop, with La Textilerie, Fédération de la Mode Circulaire, University of Aalto (Finland), T-Rex EU project, Fédération de la Mode Circulaire, France

2024 - 2024 Workshop on overproduction and overconsumption in the fashion industry. Campus Mode Métiers d'Art & Design - Manufacture des Gobelins, Fédération de la Mode Circulaire, University of Aalto (Finland), T-Rex EU project, Institute for ethical fashion and ecological consumption, France

2024 - 2024 Workshop to raise awareness of the sorting, reuse and recycling of clothing and textiles, with Le Relais, Fédération de la Mode Circulaire, University of Aalto (Finland), T-Rex EU project, Institute for ethical fashion and ecological consumption, France

2024 - 2024 Workshop to raise awareness of second-hand trading, buying and selling, with Dresslike, Fédération de la Mode Circulaire, University of Aalto (Finland), T-Rex EU project, Institute for ethical fashion and ecological consumption, France