

**LABEX Entreprendre**  
Université de Montpellier



**MRM**  
Montpellier Research in Management

**SupAgro** Montpellier



Unité Mixte de Recherche  
**MOISA**  
Marchés Organisations  
Institutions Stratégies d'Acteurs

## ***APPEL A COMMUNICATION***

Dans le cadre des journées thématiques de l'Association Française du Marketing

# **Douzième Journée du Marketing Agroalimentaire à Montpellier**

**Lieu : Montpellier SupAgro**

**Le vendredi 22 septembre 2017**

## COMITE SCIENTIFIQUE

### Comité scientifique :

#### Organisateurs

Philippe Aurier                      Professeur, MRM, Université de Montpellier  
Lucie Sirieix                         Professeur, MOISA, Montpellier SupAgro

#### Comité

Laurie **Balbo**                         Professeur Assistant, Montpellier Business School  
Jacqueline **Boysselle**             ATER, MRM, Université de Montpellier  
Anne-Sophie **Cases**,                Maître de Conférences-HDR, MRM, Université de Montpellier  
Geneviève **Cazes-Valette**        Professeur, ESC Toulouse  
Franck **Celhay**                     Professeur Assistant, Montpellier Business School  
Foued **Cheriet**                       Maître de Conférences, MOISA - Montpellier SupAgro  
François **Coderre**                  Professeur, Université de Sherbrooke, Canada  
Sandrine **Costa**                      Chargée de Recherche, MOISA – INRA  
Pierre-Louis **Dubois**                Professeur, MRM, Université de Montpellier  
Krista **Duniach**                      Maître de Conférences, MRM, Université de Montpellier  
Hervé **Fenneteau**                  Professeur, MRM, Université de Montpellier  
Pauline **Folcher**                     ATER, Université de Montpellier  
Fatima **Fort**                         Professeur, MOISA - Montpellier SupAgro  
Christophe **Fournier**                Professeur, MRM, Université de Montpellier  
Céline **Gallen**                        Maître de Conférences, Université de Nantes  
Christine **Gonzalez**                 Professeur, Université du Mans  
Andréa **Gourmelen**                 Maître de Conférences, MRM, Université de Montpellier  
Patricia **Gurviez**                     Professeur, AgroParistech  
Marie-Christine **Lichtlé**            Professeur, MRM, Université de Montpellier  
Karim **Messeghem**                 Professeur, MRM, Université de Montpellier  
Etienne **Montaigne**                Professeur, MOISA, Montpellier SupAgro  
Sarah **Mussol**                        Maître de Conférences, MRM, Université de Montpellier  
Gilles **N'Goala**                       Professeur, MRM, Université de Montpellier  
Fanny **Poujol**                        Maître de Conférences-HDR, MRM, Université de Montpellier  
Eric **Rémy**                            Professeur, IAE de Rouen  
Angélique **Rodhain**                 Maître de Conférences, MRM, Université de Montpellier  
Florent **Saucède**                     Maître de Conférences, MOISA - Montpellier SupAgro  
Gilles **Séré de Lanauze**            Maître de Conférences-HDR, MRM, Université de Montpellier  
Béatrice **Siadou-Martin**         Professeur, Université de Lorraine  
Leila **Temri**                         Maître de Conférences-HDR, MOISA - Montpellier SupAgro  
David **Vidal**                         Maître de Conférences, MRM, Université de Montpellier

## COMITE D'ORGANISATION

#### Organisation

Philippe Aurier, Myriam Carrère, Foued Cheriet, Sandrine Costa, Margot Dyen, Florent Saucède, Lucie Sirieix

## **THEME DE LA JOURNEE**

La journée existe depuis 2006 et a le label « *Journées Thématiques de l'Association Française du Marketing* ».

L'objectif est de rassembler chercheurs et praticiens concernés par le marketing et le comportement du consommateur dans le champ agroalimentaire. Le contenu de la journée est à dominante académique mais avec une forte interaction avec la pratique managériale dans le secteur concerné, notamment dans le cadre de la table ronde.

La journée est ouverte aux académiques ainsi qu'aux praticiens désireux d'interagir avec le monde académique et les dernières avancées dans le domaine de la recherche.

Les communications porteront sur des problématiques de marketing (stratégique, opérationnel), de comportement de consommation et de modélisation, dans le champ agroalimentaire pris au sens large, notamment :

- Comportement du consommateur de produits agroalimentaires ;
- Alimentation, santé et bien-être
- Achat et choix des produits
- Processus d'innovation et articulation avec la R&D ;
- Internationalisation des stratégies et des produits ;
- Stratégies de marques, labels et autres signaux de qualité ;
- Marketing et performance dans le secteur agroalimentaire;
- Marketing agroalimentaire dans les structures à gouvernance alternative (coopératives, scops, ...).
- Valorisation des produits agroalimentaires et expériences de consommation associées ;
- Distribution et promotion des produits agroalimentaires ;
- Marketing, RSE et Développement durable

Les communications à l'interface du marketing et des domaines de la stratégie, de la finance, mais aussi de la sociologie, de l'anthropologie, de l'économie (liste non exhaustive), sont les bienvenues.

## **PRESENTATION DE LA JOURNEE**

La journée se déroule de 8h30 à 18h à Montpellier SupAgro (Place P Viala, Montpellier). Les participants seront accueillis à partir de 8h. L'apéritif et le repas de midi sont organisés sur place. Un apéritif clôture la journée.

## **PROCEDURE D'EVALUATION**

Les communications devront être envoyées au plus tard :

**Le 14 avril 2017**

En version électronique uniquement  
(Word pour Windows.doc ou .rtf ou .docx ) à l'adresse suivante :  
journee-agro-2017@supagro.fr

*Les communications sont évaluées selon la procédure du « double blind », par deux lecteurs anonymes appartenant au comité scientifique.* L'affectation des lecteurs aux communications soumises est réalisée par les présidents du comité scientifique.

La réponse sera renvoyée aux auteurs le 26 mai 2017.

La version définitive devra être envoyée par les auteurs, au plus tard, le 23 juin 2017.

Sur proposition de l'AFM, les communications les mieux évaluées seront présentées aux éditeurs des revues Décisions Marketing ou Recherche et Applications en Marketing.

*De plus, les auteurs du meilleur article ont la possibilité de présenter leur communication lors du congrès de l'AFM 2018 sans nouvelle évaluation*

## **INSTRUCTIONS AUX AUTEURS**

Les communications seront présentées *en suivant strictement le standard des communications proposées au congrès annuel de l'AFM* : 5 pages maximum, times 12, interligne simple et marges 2,5 hors page de titre, références bibliographiques et annexes)

*Le mode de présentation (format des titres, bibliographie, etc) sera celui du congrès de l'AFM*

Les communications peuvent être rédigées indifféremment en français ou en anglais.

### ***Partenaires et / ou financeurs***

*Association Française du Marketing  
UMR 1110 MOISA (Montpellier SupAgro)*

*INRA*

*Labex Entreprendre*