

LABEX Entreprendre  
Université de Montpellier



MRM  
Montpellier Research in Management



## *APPEL A COMMUNICATION*



Dans le cadre des journées thématiques de l'Association Française du Marketing  
**Onzième Journée  
du Marketing Agroalimentaire à Montpellier**

Lieu : Université de Montpellier

Le vendredi 23 septembre 2016

## COMITE SCIENTIFIQUE

### Comité scientifique :

#### Organisateurs

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

#### Comité

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

## COMITE D'ORGANISATION

#### *Organisation*

Philippe Aurier, Melissa Benbelgacem, Jacqueline Boysselle, Sandra Challita, Karine Garcia, Marie-Christine Lichtlé, Angélique Rodhain, Florent Saucède, Gilles Séré de Lanauze, 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 l'IAE de Montpellier (Place Bataillon, 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 18 avril 2016**

En version électronique uniquement

(Word pour Windows.doc ou .rtf ou .docx) à l'adresse suivante :

iae-journee-agro-2016@umontpellier.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 30 mai 2016.

La version définitive devra être envoyée par les auteurs, au plus tard, le 27 juin 2016.

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

## **INSTRUCTIONS AUX AUTEURS**

Les communications seront présentées *en suivant strictement le standard des communications proposées au congrès annuel de l'AFM.*

*Les articles pourront être d'une longueur de 12 à 20 pages tout compris, format word-Times- interligne 1.5. 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)*

*Laboratoire MRM (Montpellier Recherche en Management)*

*Labex « Entreprendre »*