



marianne.gely@wanadoo.fr

PROGRAMME

Deuxième Journée AFM Marketing Agroalimentaire de Montpellier

Vendredi 22 septembre 2006

PROGRAMME DE LA JOURNEE

Pour avoir accès à un article (en pdf), cliquez sur son titre.

• Session 1. Consommation de produits biologiques : expériences et valeur

- Sacralisation, magie et régression dans la consommation de produits biologiques : une étude exploratoire, E Eglem
- Marché des aliments bio en République tchèque – situation et tendances, Kamil Pícha

• Session 2. Table ronde Etudes marketing et entreprises agro-alimentaires

- L'ethno marketing Sensoriel agroalimentaire et les cinq sens, N Blot
- Design alimentaire, S Sagot
- Un nouveau complexe marketing agro-alimentaire : l'accord de partenariat Maaf / Unilever, C Soulas et V Philippon
- Comment assurer le succès d'un produit a priori « nutritionnellement incorrect » ?, D. Barral

• Session 3. Comportement du consommateur dans le domaine alimentaire

- De la relation à la performance de la marque. Rôle de la fidélité, W Ben Essid
- Expliquer le comportement d'achat face à une catégorie de produits alimentaires par des variables situationnelles : Etude de l'acheteur pendant son acte, S Camus
- La prise en compte du rôle de l'information nutritionnelle dans l'achat alimentaire des consommateurs : état de l'art et perspectives, P Gomez

• Session 4. Marketing dans les filières agro-alimentaires

- Un point de vue réseau sur les marchés agro-alimentaires : comparaison de deux filières aquitaines labellisées IGP (Indication Géographique Protégée), M Carpenter et S. Petzold-Dumeynieux
- French Consumers' Perception of Food Traceability Via Origin and Quality Labels and Other New Supports, R Halawany

COMITE SCIENTIFIQUE

Philippe Aurier

Lucie Sirieix

Nicolas Bricas

Anne-Sophie Cases

Geneviève Cazes-Valette

Yann Chabin

Professeur, CREGO-IAE, Université Montpellier 2 (Coordinateur)

Professeur, UMR MOISA, Agro Montpellier (Coordinateur)

Chercheur CIRAD Montpellier

Maître de Conférences, CREGO-IAE, Université Montpellier 2

Professeur, ESC Toulouse

Maître de Conférences, CREGO-IUT, Université Montpellier 2

Jean-Pierre Corbeau	Professeur, Université de Tours
Jean-Pierre Couderc	Maître de Conférences, UMR MOISA, Agro Montpellier
Pierre Louis Dubois	Professeur, Université Paris II Panthéon-Assas
Sandrine Dury	Chercheur CIRAD Montpellier
Hervé Fenneteau	Professeur, CREGO, Université Montpellier 3
Marc Filser	Professeur, Université de Bourgogne
Christophe Fournier	Professeur, CREGO-IUT, Université Montpellier 2
Gilles N'Goala	Professeur, EDHEC Business School Nice
Patricia Gurviez	Maître de Conférences, ENSIA
François d'Hauteville	Professeur, UMR MOISA, Agro Montpellier
Dominique Kreziak	Maître de Conférences, Université de Savoie
Gilles Paché	Professeur, Université Montpellier 1
Suzanne Pontier	Professeur, Université Paris XII
Jean-Louis Rastoin	Professeur, UMR MOISA, Agro Montpellier
Eric Rémy	Maître de Conférences, IAE de Rouen
Angélique Rodhain	Docteur, CREGO, Université Montpellier 2
Cam Rungie	Professeur, Université of South Australia - Adelaide
Eric Stéphany	Maître de Conférences, CREGO-IAE, Université Montpellier 2
Jean-François Trinquecoste	Professeur, Université Bordeaux IV
Pierre Volle	Professeur, DMSP, Paris IX Dauphine

COMITE D'ORGANISATION

Coordinateurs

Philippe Aurier	Professeur, CREGO-IAE, Université Montpellier 2
Lucie Sirieix	Professeur, UMR MOISA, Agro Montpellier

Organisation

Natacha Calandre	Doctorante, MOISA, Agro Montpellier
Sihem Dekhili	Doctorante, MOISA, Agro Montpellier
Sandrine Dury	Chercheur CIRAD Montpellier
Fatiha Fort	Docteur, Agro Montpellier
Gilles de Lanauze	Docteur, CREGO - Université Montpellier 2
Ariel Meunier	Responsable administratif MOISA, INRA Montpellier
Angélique Rodhain	Docteur, CREGO - Université Montpellier 2
Béatrice Siadou	Doctorante, CREGO - Université Montpellier 2

Partenaires organisateurs et financeurs

Association Française du Marketing

Agro (Ecole Nationale Supérieure Agronomique) Montpellier
UMR MOISA (Agro Montpellier, Ciheam-Iamm, Cirad, Inra, Ird)

Conseil Scientifique de l'Université Montpellier 2

Ecole doctorale « Economie – Gestion » de Montpellier

Région Languedoc Roussillon

Montpellier Management (Universités Montpellier I, II, Groupe Sup'de Co Montpellier)