

# JOURNEE RECHERCHE EN MARKETING DU VIN

MONTPELLIER MANAGEMENT - 25/11/2021

L'Université de Montpellier, l'institut Agro - Montpellier SupAgro et Montpellier Business School vous convient à une journée de recherche sur le Marketing du vin qui se déroulera à l'institut Montpellier Management, Espace Richter - Rue Vendémiaire, le **25 novembre 2021**.

## Appel à communications

Le vin est un produit spécifique de par son ancrage culturel et territorial, son environnement légal et institutionnel, la structuration de sa production et de sa distribution. Cela induit des comportements de consommation spécifiques et des stratégies d'entreprises et de marques particulières.

Ces différentes particularités ouvrent de nombreuses pistes de recherche. Ainsi, dans les champs de l'agroalimentaire et des sciences de gestion, de nombreux travaux traitent de problématiques liées au marketing du vin.

La recherche académique portant sur le marketing du vin s'intéresse de manière prononcée aux comportements des consommateurs mais aussi aux évolutions récentes du champ : stratégie de marques individuelles et collectives, tendances en communication print et digitale, gestion des canaux de distribution, adaptation de l'offre à l'export, entrepreneuriat vitivinicole, stratégies de coopération, valorisation des démarches de RSE, innovation et co-creation de produits.

Cette journée de recherche répond à deux objectifs : **1)** permettre aux chercheurs de présenter leurs travaux aux différents acteurs de la filière **2)** définir collectivement de nouveaux agendas de recherche en marketing du vin. A l'issue de la conférence, les meilleures communications seront invitées à soumettre leur recherche pour publication d'un **numéro spécial** dans International Journal of Entrepreneurship and Small Business.

## Format de soumission

Sont attendues des communications abordant des problématiques relevant du marketing du vin. Le format de soumission est le même que celui du congrès de l'Association Française de Marketing. Les textes peuvent être soumis en français ou en anglais.

Les articles doivent faire 5 pages maximum (times 12, interligne simple, marges 2,5 cm) hors page de titre et contact auteurs, références bibliographiques et annexes. Les communications seront soumises à un processus d'évaluation en double aveugle par les membres du comité scientifique. Les textes doivent être envoyés, au format word, à [foued.cheriet@supagro.fr](mailto:foued.cheriet@supagro.fr)

## Audience, inscription et déroulé de la journée

La journée est ouverte à toute personne s'intéressant à la filière vin : chercheurs, professionnels, journalistes, étudiants. L'inscription gratuite mais obligatoire se fait à l'adresse suivante : [journee.marketing.vin@gmail.com](mailto:journee.marketing.vin@gmail.com)

L'évènement sera organisé dans un format mixte (en ligne et en présentiel), afin de permettre une participation à distance ou en face à face. Des sessions thématiques seront prévues. Le programme de la journée sera communiqué à l'issue du processus d'évaluation des soumissions.

## Calendrier

**30 juin 2021** : date limite de soumissions des communications

**15 septembre 2021** : notification des décisions aux auteurs

**25 novembre 2021** : date de la journée

## Organisation de la journée

**Comité d'organisation** : Foued Cheriet (MOISA, Institut Agro - Montpellier SupAgro) - Franck Celhay (MRM, Montpellier Business School) - Karine Garcia (MRM, Université de Montpellier)

**Comité scientifique** : Yosr Ben Tahar (Paris School of Business) - François Bobrie (Maison des sciences de l'homme et de la société de Poitiers) - Joelle Brouard (Burgundy School of Business) - Steve Charters (Burgundy School of Business) - Alfredo Coelho (Institut Agro de Bordeaux) - Justin Cohen (University of South Australia) - Martin Cubertafond (Sciences Po Paris) - Leo Paul Dana (Montpellier Business School) - Franck Duquesnois (Université de Bordeaux) - Krista Duniach (MRM, Université de Montpellier) - Manon Favier (Université d'Angers) - Julien Granata (Montpellier Business School) - Coralie Haller (EM Strasbourg) - Hervé Hannin (IHEV, Institut Agro - Montpellier SupAgro) - David Jaud (Kedge Business School, Bordeaux) - Valentina Kirova (Excelia Business School, La Rochelle) - Thierry Lorey (Kedge Business School, Bordeaux) - Josselin Masson (MRM, Université de Montpellier) - Sarah Mussol (MRM, Université de Montpellier) - Juliette Passebois (IAE de Bordeaux) - Hervé Remaud (Kedge Business School, Bordeaux) - Joonas Rokka (EM Lyon) - Lucie Sirieix (Institut Agro - Montpellier SupAgro) - Nathalie Spielmann (Neoma Business School, Reims) - Gergely Szólnoki (Université de Hochschule Geseinheim) - Jean François Trinquencoste (IAE de Bordeaux) - Catherine Viot (Université de Lyon)



**l'institut Agro**  
agriculture • alimentation • environnement



**MRM**  
Montpellier Research in Management

