

INFORMATIONS SUR LA PROCEDURE DE VOTE

Chères et chers collègues,

Vous trouverez dans les pages suivantes les **27 candidatures** reçues pour le renouvellement de 24 sièges du CA de l'afm.

Le vote aura lieu du **lundi 21 mars au jeudi 31 mars**.

Vous pourrez voter pour **24 candidat.e.s maximum**. Seul.e.s les adhérent.e.s à l'afm, à jour de leur cotisation, recevront un lien pour accéder au vote.

Vous pouvez consulter votre espace personnel sur le site de l'afm pour y vérifier l'état de votre adhésion.

Le mail que vous recevrez prochainement sera en provenance de adoodle et contiendra le lien pour le vote.

Les personnes élues auront un mandat de 4 ans : de mai 2022 à mai 2026.

En cas de questions, vous pouvez m'envoyer un mail à l'adresse suivante : aida.mimouni@cyu.fr.

Bonne lecture !

LISTE DES CANDIDAT.E.S

Soffien BATAOUI	3
Joël BREE	3
Eric CASENAVE	4
Eva CERIO	4
Julien CLOAREC	5
Alain DECROP	6
Souad DJELASSI	6
Pascale EZAN	7
Mathilde GOLLETY	8
Christine GONZALEZ	9
Hélène GORGE-CORTET	9
David GOTTELAND	10
Aurélie HEMONNET	11
Mathieu KACHA	11
Sarah LASRI	12
Marine LE GALL-ELY	13
Marie-Christine LICHTLE	14
Eric LOMBARDOT	14
Zied MANI	15
Aïda MIMOUNI CHAABANE	15
Elisa MONNOT	16
Lydiane NABEC	17
Nil ÖZÇAGLAR-TOULOUSE	18
Christian PINSON	19
Arnaud RIVIERE	20
Béatrice SIADOU-MARTIN	20
Nathalie VEG SALA	21

Soffien BATAOUI

Par la présente, je souhaite me porter candidat au Conseil d'Administration de l'association française du marketing. Maître de Conférences au sein de Grenoble IAE depuis 2018, je suis responsable pédagogique du Master 2 marketing digital et consommateur connecté. Je suis également co-responsable de l'axe Comportements Responsables et Enjeux Sociétaux du laboratoire CERAG. Mes recherches s'articulent autour du lien social en ligne. Plus spécifiquement, je m'intéresse aux indices sociaux, à la présence sociale et à l'hospitalité des sites web, dans des contextes marchands et non marchands.

Au sein de l'afm, j'ai eu l'opportunité d'être assistant de rédaction de la revue Décisions Marketing pendant quatre ans. Cette expérience m'a permis de mieux comprendre le fonctionnement d'une revue, tout en étant utile aux membres de l'association. A nouveau, j'aimerais contribuer au développement de notre communauté, et souhaiterais plus particulièrement m'investir dans des thématiques relatives à la formation et à l'intégration des jeunes chercheurs. Je reste cependant ouvert à l'ensemble des missions pour lesquelles je pourrais être utile au sein de la communauté.

Joël BRÉE

Je soussigné Joël BRÉE, Professeur à l'Université de Caen Normandie et à l'ESSCA School de Management, déclare faire acte de candidature au Conseil d'Administration de l'association française du marketing (afm).

Je suis membre de l'association de manière ininterrompue depuis 1986 et membre du CA depuis 1998. J'ai également occupé plusieurs fonctions au Bureau depuis cette date, dont la Présidence entre 2004 et 2006. J'ai par ailleurs assumé la fonction de rédaction en chef de la revue *Recherche et Applications en Marketing* entre 2010 et 2014.

Que ce soit en tant que simple membre de l'association ou en tant qu'animateur de celle-ci j'ai pu constater, depuis que je l'ai rejointe alors que j'étais doctorant, à quel point son rôle communautaire et les prestations de service qu'elle apporte aux adhérents étaient importants pour insuffler un dynamisme dans la communauté des enseignants-chercheurs francophones en marketing et lui donner une visibilité à l'international. Cette prise de conscience initiale et la confirmation qui n'a cessé de se vérifier au fil des années a été un moteur constant de mon implication et de mon engagement.

Depuis la fin de mon mandat à la revue RAM, je garde une proximité très forte avec l'afm et je mets, chaque fois qu'on me sollicite, mon expérience et ma connaissance de la communauté au service de l'association et de l'intérêt général au travers de missions ponctuelles ou de cellules de réflexion. Si les membres de l'association continuent à m'accorder leur confiance, je serai très heureux de pouvoir poursuivre cette logique d'accompagnement pendant quatre années supplémentaires.

Eric CASENAVE

Après une thèse à l'université Paris Dauphine sous la direction de Bernard Pras (prix de thèse afm), je suis devenu professeur associé à l'EM Strasbourg Business School en 2015, grande école qui est une composante de l'université de Strasbourg. Mes recherches portant sur le marketing stratégique et sur le management commercial sont parues dans des revues comme *Journal of Business Research*, *Industrial Marketing Management* et *Décisions Marketing*. L'afm est une communauté de pratiques dont chaque membre bénéficie. Je souhaite désormais contribuer davantage à cette communauté et redonner une partie de ce qu'elle m'a apporté tout au long de mon parcours professionnel. Jusqu'à présent, j'ai eu la chance de (1) participer à l'organisation du congrès afm 2018, qui fut l'opportunité de travailler avec le bureau afm et d'accueillir 300 chercheurs en marketing à Strasbourg, (2) être membre du GIT « pratiques marketing » qui fédère des chercheurs autour de l'étude de ce qui se fait en marketing dans les organisations et (3) soutenir les revues de recherche française comme publiant et comme relecteur.

Je pense pouvoir apporter à l'afm mon engagement, une ouverture vers l'Allemagne due à la position géographique privilégiée de Strasbourg et ma proximité avec les entreprises.

Eva CERIO

Attachée temporaire d'enseignement et de recherche au sein de l'Université Gustave Eiffel et future Maitre de Conférences, je présente aujourd'hui ma candidature pour le Conseil d'Administration de l'afm. Ma thèse, soutenue en novembre 2021, et plus globalement mes travaux de recherche, portent sur les parcours de dépossession des objets destinés à être réemployés et sur les pratiques de redistribution d'objets, dans un contexte de consommation collaborative et responsable. Membre de l'afm depuis 2018, je suis également en charge des

Tribunes de l'afm, qui visent à croiser les regards des managers et des chercheurs en marketing sur des sujets clés, comme les nudges, le développement durable ou encore l'émergence des marchés africains. Cela me conduit à participer à toutes les rencontres d'automne et d'hiver, et d'échanger avec de nombreux interlocuteurs de l'afm. Je contribue également au développement des établissements d'enseignement et de recherche auxquels j'appartiens, en participant à des projets de communication interne (mur des doctorants, journée des doctorants) et externe (site internet, logo) et en siégeant aux conseils centraux. Je souhaite désormais m'investir davantage en contribuant à des missions importantes pour l'afm, que ce soit au niveau du support, de la communication ou des évènements.

Julien CLOAREC

Maître de conférences à l'iaelyon School of Management et vice-président de la Société Française de Management, je fais acte de candidature au Conseil d'Administration de l'association française du marketing. Expert en vie privée des consommateurs et en intelligence artificielle, ma thèse de doctorat a été distinguée par l'afm et a reçu le prix baromètre FNEGE des implications managériales. Par la suite, mes recherches ont été publiées dans *Psychology & Marketing*, *Technovation*, *Technological Forecasting and Social Change*, *French Journal of Management Information Systems*. Je suis également co-auteur du chapitre "Privacy Regulation in the Age of Artificial Intelligence" dans le *SAGE Handbook of Digital Marketing*, à paraître. Cette année, j'ai l'honneur d'être porteur de la session spéciale "Consumer Online Privacy: New Challenges for Marketing", au congrès de l'afm, et président de la session "Privacy and Policy Issues in Digital Marketing", à la conférence de l'American Marketing Association. Ma contribution à l'afm serait de trois ordres. Premièrement, je souhaiterais **continuer à promouvoir les avancées méthodologiques en intelligence artificielle**, comme j'ai pu le faire lors d'un atelier dédié au machine learning sur R, aux dernières journées d'automne de l'afm. Deuxièmement, je souhaiterais **poursuivre mon implication dans l'internationalisation de l'afm**, en témoigne mon invitation à Koen Pauwels (Northeastern University) à nous rejoindre, Sandrine Macé (ESCP Business School) et moi, en tant que corédacteur-en-chef invité du numéro spécial 2023 "marketing et intelligence artificielle" de *Décisions Marketing*. Troisièmement, en tant que coordinateur d'un ouvrage sur l'expérience de thèse, à paraître aux éditions EMS et soutenu par la FNEGE dans le cadre d'un partenariat en lien avec l'observatoire des thèses, je souhaiterais **contribuer à l'insertion des jeunes docteurs en marketing dans la carrière académique**.

Alain DECROP

Par la présente, j'ai le plaisir de poser ma candidature en vue d'un deuxième mandat au sein du CA de l'afm (j'avais été élu en 2018 pour un premier mandat de quatre ans).

Professeur de marketing à l'Université de Namur (Belgique), je suis également professeur invité à l'Université Catholique de Louvain. Licencié en histoire moderne et en économie, docteur en sciences de gestion, je suis membre du CeRCLe (Centre de Recherche sur la Consommation et les Loisirs) et du CCMS (Center on Consumers and Marketing Strategy). Mes intérêts de recherche se concentrent sur les phénomènes de consommation postmodernes, les méthodes qualitatives, la prise de décision du consommateur et le marketing du tourisme et des loisirs. Je suis l'auteur d'un grand nombre de travaux dans ces domaines, publiés dans plusieurs livres et dans des revues internationales de premier plan.

Membre de l'afm depuis une vingtaine d'années, je suis devenu davantage actif au sein de l'association depuis le congrès de Bruxelles que j'ai eu l'honneur et le plaisir d'organiser en 2011 avec mes collègues belges. Depuis lors, j'ai participé régulièrement aux activités de l'afm, notamment comme membre du comité scientifique des congrès, comme animateur d'ateliers lors des Rencontres, comme membre du comité de lecture de RAM ou comme Rédacteur en chef associé de DM (de 2018 à 2020). En 2019, j'ai eu l'honneur d'être élu président de l'association et je termine mon mandat en mai de cette année. Ce mandat m'aura donné l'occasion de développer plusieurs projets d'envergure parmi lesquels je citerai la création d'un Collège international et d'une commission "engagement sociétal" (avec plusieurs projets dont celui d'un ouvrage « wiki » de formation au marketing pour une société responsable), sans oublier la révision de nos statuts et la refonte complète de notre site web.

Outre mon dynamisme et mon implication, je pense pouvoir apporter mon expérience de recherche et mon rayonnement international à l'afm. Je pourrais donc continuer à m'investir dans des missions liées à la publication, la concrétisation du projet "wiki" ou l'extension du réseau international de l'association.

Souad DJELASSI

Maitre de conférences HDR à l'université de Lille, je fais acte de candidature au Conseil d'Administration de l'association française du marketing. Mes travaux de recherches, en distribution essentiellement, portent sur trois thématiques : - la participation des

consommateurs dans la co-création de valeur et les usages des nouvelles technologies ; - la perception du temps ; - la distribution dans les pays émergents notamment les pays d'Afrique.

Membre de l'afm depuis 2002, j'ai pu m'impliquer dans différentes activités de cette communauté scientifique. En 2017, j'ai crée avec mon collègue Mbaye Fall Diallo, le Groupe d'Intérêts Thématiques international sur « la distribution dans les marché émergents ». Dans ce cadre, nous organisons tous les deux ans la « Journée sur la Recherche Marketing dans les Pays d'Afrique » (JRMPA-Journée labellisée afm) qui a rassemblé dans ses deux premières  ditions 90 participants en provenance d'une dizaine de pays. Par ailleurs, avec le soutien de l'afm, j'ai coordonné l'attribution de la Bourse Congrès afm – Recherches Marketing en Afrique (Afrique centrale et de l'ouest). J'ai été, sous la présidence de Gille N'GOALA, Chargée de mission pour représenter l'afm auprès des associations marketing en Afrique. Je suis actuellement, sous la présidence de Alain DECROP, membre du coll ge international.

J'ai eu l'opportunité de coordonner et d'animer l'atelier d'approfondissement « Les méthodes interculturelles », Rencontres de Printemps de l'afm (02 décembre 2020). Cette année, j'ai l'immense plaisir de co-présider le comité scientifique du congrès afm - Tunis 2022. Outre ma participation en tant qu'auteure et relectrice, je fais récemment partie du comité de lecture de la revue *Recherche et Applications en Marketing*.

Je souhaite aujourd'hui renforcer mon engagement au sein de l'afm et participer au développement et au rayonnement de ses activités. J'espère pouvoir contribuer aux actions de l'association dans la commission  v nements et œuvrer plus globalement à la valorisation et à la diffusion de la recherche marketing.

Pascale EZAN

Professeure   Normandie Université, je souhaite me porter candidate au Conseil d'Administration de l'association française du marketing. Je suis membre de l'association française de marketing depuis 1999 et membre des GIT ALCOR et Marketing de la Santé. En mai 2019, j'ai organisé le congrès de l'afm au Havre et contribue aux activités de l'afm en tant que chargée de mission au sein de la vice-présidence recherche : organisation des matinées de recherches interdisciplinaires (2016-2020) et de la vice-présidence communication : organisation du congrès (2020-2022). Mes travaux de recherche portent sur les comportements alimentaires et les pratiques numériques des jeunes. Responsable du

Master Management et Commerce International, vice-présidente recherche et valorisation de mon établissement (2016-2020), directrice déléguée de mon laboratoire et directrice adjointe d'une école doctorale, je souhaite contribuer à faire rayonner les activités de recherche en marketing en continuant en m'investir au sein d'une communauté dynamique et plurielle d'enseignants chercheurs francophones. Lauréate de contrats régionaux, nationaux et européens en recherche fondamentale et en recherche appliquée, j'aimerais m'impliquer dans les missions de valorisation de nos travaux académiques, en particulier sur le volet des réponses à appel à projets.

Mathilde GOLLETY

Je suis à nouveau candidate au Conseil d'administration de l'association française du marketing.

Actuellement professeur à l'université Paris Panthéon Assas, et présidente de la CEFDG (Commission d'Evaluation des Formations et des Diplômes de Gestion), je souhaite poursuivre mon engagement au sein de l'afm, mon intérêt pour cette belle association étant toujours aussi manifeste. Au sein de l'afm, j'ai notamment été d'abord chargée de mission en charge des partenariats, puis trésorière de l'association sous la présidence de Pierre Volle et de Bertrand Urien. La vice-présidence Recherche m'a été confiée sous la présidence de Gilles N'Goala. Avec l'ensemble de l'équipe dont j'avais en charge l'animation, nous avons notamment lancé les Groupes de Recherche Thématiques, fait vivre le temps des Rencontres afm d'automne et de Printemps, été l'interface entre l'équipe d'organisation du congrès annuel de l'association et l'association, nous avons travaillé au rapprochement avec les entreprises. J'ai apprécié l'esprit collectif de cette association, et particulièrement l'énergie déployée par les membres du bureau de l'association qui ont à cœur de faire rayonner la discipline du marketing dans différentes communautés : étudiants, enseignants-chercheurs, acteurs socio-économiques, société dans son ensemble. Je souhaite poursuivre mon engagement au sein de l'association en continuant de promouvoir auprès de nos jeunes, doctorants, docteurs et jeunes collègues enseignants chercheurs, qu'ils soient en école ou en université, l'intérêt de s'engager au service du collectif, pour le rayonnement d'une discipline.

Christine GONZALEZ

Par la présente, je fais acte de candidature au mandat de membre du Conseil d'administration de l'association française du marketing. Après avoir été maître de conférences à l'IUT de Montpellier, je suis actuellement professeur des Universités à l'Université du Mans. Mes travaux de recherche portent principalement sur les déchets alimentaires et sur la manière dont on peut utiliser les outils digitaux pour les réduire. Après avoir été directrice de département, responsable de 2 masters et de licence, je me suis investie en tant que directrice adjointe de l'école doctorale EDGE Bretagne Loire pour le site du Mans et responsable de l'Axe Consommation Processus de choix et Sociétés du laboratoire Argumans. Je suis élue au conseil d'administration de mon Université et de mon UFR. Membre du CA de l'afm depuis 2018, je suis active au sein du bureau depuis 2016. Je suis chargée de mission Twitter depuis mai 2017 et vice-présidente communication depuis octobre 2021. Toutes les actions menées sur le compte twitter de l'afm et au sein de la commission communication visent à diffuser au plus grand nombre les résultats des recherches en Marketing et à mettre en valeur les membres de la communauté afm, notamment les plus jeunes. Membre du comité d'organisation du congrès à Montpellier en 2014, je suis actuellement co-présidente du comité scientifique du congrès afm 2022 à Tunis. J'ai aussi apporté mon soutien à la communauté afm comme relectrice de DM et de RAM depuis 2015 et membre des comités de lecture de *Décisions Marketing* depuis 2018 et de *Recherche et Applications en Marketing* depuis 2021. Enfin je suis relectrice pour plusieurs journées labellisées de l'afm (Journée du marketing agroalimentaire, Journée marketing et développement durable, journée de recherche marketing sur les pays d'Afrique), pour les divers prix de l'afm (cas, thèse) ou de congrès comme celui de l'AMA. Je souhaite continuer à travailler au sein de la commission communication pour assurer la continuité des projets engagés au service de la communauté.

Hélène GORGE-CORTET

Je souhaiterais me porter candidate pour faire partie du conseil d'administration de l'afm. Je suis Maître de Conférences-HDR à l'Université de Lille au sein de la Faculté d'Ingénierie et de Management de la Santé (ILIS) depuis 2015. J'y occupe la fonction d'assesseur formation et suis responsable du master Healthcare Business. Rattachée au laboratoire LUMEN, mes recherches portent sur la nature transformative de la consommation et des marchés. En me focalisant sur plusieurs contextes (pauvreté, santé, développement durable), je m'intéresse

notamment à la notion de responsabilisation qui gouverne les consommateurs, ou encore aux mécanismes néo-libéraux qui structurent les marchés. Depuis plusieurs années, je suis relectrice pour *Décisions Marketing* et *Recherche et Applications en Marketing*, ainsi que pour le congrès de l'afm. Je suis aussi depuis deux ans membre du bureau du GIT ALCOR qui encourage les approches pluridisciplinaires sur la consommation. Mon engagement envers l'afm s'est intensifié avec ma participation au bureau ces deux dernières années, au sein de la commission « engagement sociétal ». J'ai particulièrement contribué au lancement et développement de l'ouvrage « Marketing pour une société responsable ». Je souhaite poursuivre ces activités au service de l'afm, à savoir prolonger la réflexion et les discussions autour de la place du marketing dans la société et de l'engagement sociétal de notre discipline ; encourager les ponts institutionnels et théoriques avec d'autres disciplines ; et contribuer plus généralement au rayonnement de l'association au niveau national et international.

David GOTTELAND

J'ai l'honneur de me porter candidat à l'élection du Conseil d'Administration de l'association française du marketing (afm).

Je suis professeur de Marketing à Grenoble Ecole de Management depuis 2003, après y avoir été assistant. Mes domaines d'enseignement et mes travaux de recherche portent sur l'innovation, l'innovation durable et les orientations stratégiques des entreprises. Ils ont été publiés dans des revues françaises (*Décisions Marketing*, *Recherche et Applications en Marketing*) et internationales (*Industrial Marketing Management*, *International Journal of Research in Marketing*, *Journal of Business Research*, *Marketing Letters*).

Je suis membre de l'afm depuis plusieurs années, et j'ai notamment rempli les fonctions de coordinateur des ateliers d'écriture, de Rédacteur en chef Associé (2016-2018), puis de Rédacteur en chef de *Recherche et Applications en Marketing* (2018-2021). Bien conscient de l'aide et de l'apport de l'afm à mes propres travaux, dès le début de ma carrière d'enseignant-chercheur, je souhaiterais pouvoir continuer à contribuer à l'association, notamment auprès des jeunes chercheurs.

Aurélie HEMONNET

J'ai le plaisir et l'honneur de vous présenter ma candidature au Conseil d'Administration de l'association française du marketing. Après ma thèse de doctorat réalisée à l'ESCP et Paris 1 Panthéon-Sorbonne en 2014, j'ai intégré Aix-Marseille Université. Je suis désormais Maître de Conférences-HDR à l'IAE d'Aix et responsable de l'axe marketing du Cergam (Centre d'Etudes et de Recherche en Gestion d'Aix-Marseille). Ma recherche porte principalement sur le rôle du marketing dans l'innovation. J'ai publié mes travaux dans des revues françaises et internationales (*Journal of Product Innovation Management, Industrial Marketing Management, Journal of Business Research, Décisions Marketing,...*).

Depuis mes premières années de thèse, j'ai tissé un lien particulier avec l'afm. J'y ai effectué mon premier congrès, j'ai bénéficié des conseils du colloque doctoral et je participe régulièrement aux différentes conférences. Tout ceci a eu un effet bénéfique sur ma carrière. Cet attachement à l'afm m'a conduit à m'investir dans le dernier bureau en tant que responsable des Rencontres de l'afm depuis 2020. Nous avons regroupé les rencontres d'Automne et de Printemps autour d'un temps fort annuel unique et d'une thématique phare. Les Rencontres s'attachent, non seulement à développer la formation continue des membres de l'afm, mais aussi à valoriser les travaux scientifiques auprès des praticiens. En tant qu'ancienne responsable marketing chez LVMH et Johnson&Johnson, je suis convaincue des synergies qui peuvent être obtenues grâce aux liens avec les professionnels. Pour nourrir cette dynamique au sein d'un collectif avec lequel c'est un plaisir de travailler, je souhaite renforcer mon implication dans l'afm. Je suis également disposée à m'investir dans d'autres missions importantes pour l'association.

Mathieu KACHA

J'ai l'honneur de présenter ma candidature pour devenir membre du Conseil d'Administration de l'afm. Maître de conférences à l'Université de Lorraine depuis plus de dix ans, j'ai soutenu mon habilitation à diriger des recherches en janvier 2021. J'assume actuellement la responsabilité pédagogique d'un groupe de Licence Professionnelle (IUT Metz) ainsi que d'un parcours de M1 Marketing, Vente à l'IAE Metz School of Management (après avoir été responsable d'un Diplôme Universitaire de niveau Bac+3 puis directeur des études du département TC de l'IUT de Metz). Je suis responsable adjoint de l'équipe Marketing du Centre de Recherche en Economie Financière et Gestion des Entreprises (CEREFIGE), le

laboratoire d'accueil des enseignants-chercheurs en gestion de l'Université de Lorraine. Mes travaux de recherche s'inscrivent dans le champ de la communication persuasive des organisations et ont été publiés dans *Recherche et Applications en Marketing*, *Décisions Marketing*, la *Revue Française de Gestion*, *International Journal of Research in Marketing*, *Journal of Advertising*, *Journal of Business Research*, *European Journal of Marketing*, *International Journal of Advertising*, *International Journal of Retail & Distribution Management* et *Journal of Consumer Marketing*. Reviewer ad-hoc pour différentes revues académiques internationales, je suis membre du comité éditorial du *Journal of Advertising Research*. J'ai également été co-track chair du doctoral colloquium de la conférence annuelle (en 2019, 2020, 2021 et 2022) de l'Academy of Marketing Science (AMS).

Membre de l'association française du marketing depuis plus de quinze ans, j'ai pu apprécier le travail et le soutien de l'afm à laquelle je suis profondément attaché. Depuis 2020, je suis chargé de mission « Ateliers d'approfondissement » au sein de la commission Evènement. Je souhaite continuer à m'investir au sein de l'afm et contribuer à son développement et son rayonnement. Outre l'organisation des ateliers d'approfondissement que je suis bien sûr prêt à continuer, les domaines dans lesquels je pourrais m'investir plus particulièrement sont par exemple d'apporter mon aide au développement de la visibilité de l'afm à l'international, ou encore de chercher à mieux comprendre les attentes et besoins des membres de l'afm. Je suis bien évidemment prêt à m'investir dans d'autres missions importantes pour notre association et sa communauté.

Sarah LASRI

Actuellement Maître de Conférences à l'Université Paris Dauphine-PSL, je suis candidate pour un premier mandat au conseil d'administration de l'association française du marketing. Dès ma première année de thèse, j'ai eu la chance de pouvoir rencontrer et apprécier la communauté solide de l'afm au congrès de Tours. J'ai ainsi pu très tôt comprendre la place centrale de l'association dans nos vies de chercheurs. L'afm nous rappelle que nos collègues ne sont pas uniquement entre les murs de notre institution mais partout en France. Elle nous permet de faire avancer nos recherches, de les challenger, de les publier. Elle rend aussi possible des rencontres, desancements de projets de recherche, voire permet de nouer des amitiés. Dès ma prise de poste en tant que MCF, je me suis engagée pour l'afm, au sein du bureau. Depuis 2 ans, je suis responsable des adhésions. J'ai contribué à améliorer les

processus relatifs au traitement des adhésions et à l'augmentation du nombre d'adhérents. Par ailleurs, au cours des réunions mensuelles du bureau, j'ai pu observer le fonctionnement de l'association, ses enjeux actuels et ses défis pour l'avenir. En me présentant au conseil d'administration, je souhaite m'engager davantage pour l'afm. En tant que jeune enseignante-chercheuse, il me paraît important de participer à la gouvernance de notre association de discipline pour assurer sa longévité mais aussi pour participer à son évolution.

Marine LE GALL-ELY

J'ai l'honneur de vous adresser ma candidature pour le conseil d'administration de l'association française du marketing (afm).

J'ai contribué aux activités de l'afm dans les 10 dernières années, de manière régulière :

- membre du comité scientifique des journées afm Prix et valeur depuis 2010
- membre du jury du prix de thèse de l'afm en 2013
- membre du comité scientifique du colloque doctoral afm en 2015 à Marrakech
- membre du GIT Prix et valeur depuis sa création
- membre du comité scientifique de la revue *Recherche et Applications en Marketing* depuis 2014
- membre du comité de lecture de la revue *Décisions Marketing* depuis 2014

Professeure agrégée des Universités à l'Université de Bretagne Occidentale à Brest, membre permanente du LEGO (Laboratoire d'Economie et de Gestion de l'Ouest), je suis 1ère vice-présidente de l'Université de Bretagne Occidentale, en charge du conseil d'administration et du conseil académique depuis avril 2016, secrétaire de la fondation UBO créée en janvier 2017, représentante des universités bretonnes au CESER de Bretagne depuis janvier 2018, ancienne directrice de laboratoire et ancienne directrice adjointe d'école doctorale.

Je mène des recherches sur le prix, la gratuité et le don en comportement du consommateur et marketing, et ai porté plusieurs projets de recherche (ANR, ADEME...) et encadré plus de dix thèses de doctorat sur ces thèmes.

Je suis par ailleurs élue au Conseil National des Universités depuis 2019.

Par mon engagement dans le CA de l'association française du marketing, je souhaite y apporter ma connaissance des enjeux de l'enseignement supérieur et de la recherche et je serai par ailleurs particulièrement vigilante à l'inclusion de toutes et tous dans notre communauté.

Marie-Christine LICHTLE

J'ai l'honneur de présenter ma candidature au Conseil d'Administration de l'association française du marketing.

Je suis Professeur des Universités à Montpellier Management de l'Université de Montpellier. Je suis rattachée au laboratoire MRM (Montpellier Research in Management). Je mène des recherches en comportement du consommateur, en communication et en marketing social.

J'ai eu plusieurs activités antérieures au sein de l'association : je suis membre du CA de l'afm depuis 2014. J'ai été également membre du bureau de 2014 à 2021. Je me suis occupée des ateliers d'approfondissement de 2014 à 2018 et du colloque doctoral de 2018 à 2021. Je fais partie du comité de lecture de RAM et suis par ailleurs évaluatrice occasionnelle pour DM, le congrès de l'afm. J'ai fait actuellement partie du comité scientifique et de l'équipe organisatrice du 30ème congrès de l'afm.

J'espère avoir la chance de pouvoir continuer à m'investir pour l'afm, à contribuer à l'enrichissement des échanges dans la communauté scientifique en marketing, en poursuivant les actions engagées ou en participant à de nouveaux projets.

Eric LOMBARDOT

Je me porte officiellement candidat pour faire partie du CA de l'afm. Je suis maître de conférences à l'université Paris 1 Panthéon-Sorbonne depuis 2005. J'ai dirigé pendant 10 ans le master Gestion de Entreprises à l'International (GEAI) classé n°1 dans son domaine par le guide SMBG. Ma thèse de doctorat, soutenue en 2004, portait sur la nudité en publicité et a obtenu le prix de thèse afm-FNEGE. Je suis depuis cette date membre actif de l'afm. J'ai orienté mes recherches depuis sur la consommation responsable. J'ai intégré à ce titre le GIT Marketing et développement durable. Je suis lecteur pour la conférence annuelle de l'afm et à titre ponctuel pour la revue *Décisions Marketing*. La pédagogie et l'enseignement sont essentiels dans notre métier et je consacre beaucoup de temps à l'innovation pédagogique. Je

souhaiterais m'investir davantage encore dans ce domaine et favoriser les échanges entre chercheurs en matière de pédagogie. Développer les échanges autour des pratiques pédagogiques, leur mutualisation et leur diffusion à plus grande échelle constitue la mission que j'aimerais me voir confier au sein de l'afm.

Zied MANI

Chères Collègues, chers Collègues,

J'ai l'honneur de vous présenter ma candidature au Conseil d'Administration de l'association française du marketing.

Maître de conférences à l'Université de Paris Nanterre, mes recherches s'intéressent principalement aux impacts et aux implications du numérique sur le comportement du consommateur. Mes travaux, notamment sur la résistance du consommateur aux innovations technologiques, ont été publiés dans des revues nationales et internationales.

J'ai par ailleurs eu la chance et le plaisir de m'impliquer dans des activités au service de la communauté afm en participant à l'organisation d'un congrès de l'afm (le prochain à Tunis) et en étant membre du collègue international (ambassadeur pour la Tunisie). C'est pourquoi j'aimerais m'impliquer davantage au sein du conseil d'administration afin de contribuer au développement et au rayonnement de l'afm. Plus particulièrement, je souhaiterais apporter ma modeste contribution aux projets permettant à l'association de développer et diversifier ses ressources financières, de continuer à élargir son cercle d'adhérents et de nouer des partenariats avec des organisations privées et publiques. L'objectif est d'offrir de nouveaux services aux adhérents et d'être au plus près de leurs attentes et besoins.

Aïda MIMOUNI CHAABANE

Je suis Maître de conférences HDR à CY Cergy Paris Université depuis 2007. Mes travaux de recherche portent sur le management responsable des clients à travers l'identification et la mesure des sources de valeur proposée par les entreprises à leurs clients, la conception de dispositifs relationnels vertueux et les conditions de leur efficacité. Je suis membre du comité de lecture de *Décisions Marketing*, relectrice pour *Recherche et Applications en Marketing* et

le congrès de l'afm, membre du comité scientifique élargi du congrès de l'afm à Tunis et membre du jury du prix de thèse afm-FNEGE 2022.

Mon engagement envers l'afm a pris racine de manière active depuis 2008 à travers différents projets menés en tant que chargée de mission : co-organisation de la 5ème journée afm-entreprises avec Helen Zeitoun et Géraldine Michel, gestion de la première étape du projet d'automatisation des soumissions en ligne pour RAM, étude qualitative auprès de 18 doctorants membres et non membres de l'afm avec des recommandations détaillées sur les services à développer pour valoriser cette cible ou encore la gestion des Tribunes de l'afm. Depuis quatre ans, je suis secrétaire générale de l'afm et membre élue de son CA. J'assure la coordination de l'avancement des projets portés par les vice-présidents des commissions et leur conformité au projet stratégique du président d'une part et aux statuts de l'association d'autre part. C'est une mission que j'ai menée avec grand plaisir et enthousiasme auprès des deux derniers présidents (Gilles N'Goala et Alain Decrop). J'aimerais poursuivre cet investissement de manière active au sein du prochain bureau en tant que VP et c'est pour cette raison que je suis une nouvelle fois candidate au CA de l'afm.

Elisa MONNOT

J'ai l'honneur de présenter ma candidature au CA de l'afm. Je suis maître de conférences HDR à CY Cergy Paris Université depuis 2011. Mes recherches, publiées dans des revues nationales et internationales, portent sur la consommation responsable et le marketing durable ainsi que sur l'apprentissage des clients et l'utilisation des produits. J'exerce différentes responsabilités au sein de mon institution : co-responsable du master Management parcours Marketing ainsi que du master Marketing International de la Parfumerie et de la Cosmétique (en partenariat avec l'ESSEC et l'ISIPCA) ; membre du Conseil de l'Institut d'Economie et Gestion ainsi que du Conseil du laboratoire ThEMA UMR CNRS 8184. Depuis ma thèse, l'afm m'a beaucoup apporté, que ce soit dans le cadre du Congrès ou des différentes Journées et Rencontres auxquels je participe de façon régulière, ou grâce à mon intégration au sein du GIT-afm Marketing et Développement Durable. Mon engagement envers l'afm s'est traduit par mon implication au sein de son Bureau, tout d'abord dans la Commission Communication de 2014 à 2016 en tant que chargée de mission afmNEWS, puis dans la Commission Evènements de 2020 à 2022 en tant que chargée de mission Journées Labellisées et Groupes d'Intérêt Thématique (GIT-afm). J'apporte également mon soutien au rayonnement de

l'association en étant auteur et relecteur pour les revues qu'elle porte, pour son Congrès ou pour ses différents prix (Prix de thèse afm, Prix du meilleur cas afm-CCMP ou Prix afm de l'innovation pédagogique). J'envisage de continuer à m'investir pour notre communauté et à soutenir les projets de l'afm dans les années à venir. Je souhaite apporter mon implication, mon sens de l'organisation et du travail en équipe mais aussi mon enthousiasme en poursuivant mon engagement dans les domaines suivants : soutien aux membres de l'afm, visibilité et communication autour de leurs activités, mais aussi valorisation et diffusion de la recherche en marketing dans la société.

Lydiane NABEC

Professeure en Sciences de Gestion et du Management à l'Université Paris-Saclay, je mène des recherches en Marketing social, sur les effets du déploiement des dispositifs d'information nutritionnelle sur le comportement du consommateur, en lien avec les instances de santé publique en France (ANSES, Santé Publique France) et les associations de consommateurs. J'ai coordonné avec Dominique Roux l'ouvrage Protection des consommateurs : les nouveaux enjeux du consumérisme. Je suis auteur de plusieurs articles de recherche publiés dans *Recherche et Applications en Marketing*, *Journal of Marketing Management*, *Décisions Marketing*, *Journal of Consumer Affairs* et *Journal of Consumer Psychology*. Je suis membre du comité de rédaction de *Décisions Marketing* depuis plusieurs années, et reviewer pour *Recherche et Applications en Marketing*.

J'enseigne les SHS et le marketing à l'Université Paris-Saclay en licence et en master en sciences et en sciences de gestion et du management. J'ai accompagné des projets d'innovation pédagogique en ligne (Mooc, SPOC) et en présentiel, pour les collègues enseignants de l'Université Paris-Saclay, et pour AUNEGE.

J'ai occupé des responsabilités diverses à l'Université Paris-Sud, devenue au 1er janvier 2020, l'université Paris-Saclay. J'ai été entre 2019 et 2021 Directrice de l'Institut Villebon – Georges Charpak, un institut de formation en Sciences dans un programme d'égalité des chances et un centre d'expérimentation pédagogique pour la réussite en Licence. Auparavant, j'ai occupé les fonctions de Vice-Présidente Politique Numérique de l'Université Paris-Sud / Paris-Saclay entre 2016 et 2019 et Vice-Présidente Organisation, Politique Numérique et Systèmes d'information entre 2012 et 2016. Pendant ces deux mandats, j'ai porté le pilotage

du Schéma Directeur Numérique de l'université qui regroupait 45 projets structurant de sa transformation numérique.

Je suis membre de l'afm depuis mon doctorat et membre du Groupe d'Intérêt Thématique Santé. Je souhaite intégrer le conseil d'administration de l'association afin de contribuer à son projet académique et à la valorisation de nos missions d'enseignement et de recherche en marketing dans nos institutions.

NİL ÖZÇAGLAR-TOULOUSE

Chers et chères collègues,

J'ai l'honneur de vous adresser ma candidature pour le conseil d'administration de l'association française du marketing (afm).

J'ai contribué aux activités de l'afm dans les 10 dernières années, de manière régulière :

- chargée de mission sur les journées thématiques (2010-2012),
- rédaction en chef invitée avec Amina Bécheur d'un numéro spécial sur le développement durable, dans la revue *Recherche et Applications en Marketing* (2014)
- membre du comité de lecture de la revue *Décisions Marketing* (2011-2015)
- rédactrice en chef de la revue *Recherche et Applications en Marketing* (2014-2018)
- membre de la commission « Ethique des auteurs et déontologie des revues » (2018)
- membre du comité scientifique de la revue *Recherche et Applications en Marketing* (depuis 2018)
- membre de la commission « Ethique et déontologie de la recherche » (depuis 2020)

Plus spécifiquement, en tant que rédactrice en chef de la revue *Recherche et Applications en Marketing* (2 mandats de 2 ans), j'ai travaillé pour l'internationalisation de la revue RAM (augmentation du nombre de soumission en anglais, internationalisation des comités scientifique et de lecture, participation à des « meet the editors »), la diminution du « temps éditorial » (en moyenne, 32 jours pour l'évaluation par les pairs et la décision finale), la formation des jeunes chercheurs à la publication dans la revue et enfin, la définition d'une

stratégie éditoriale avec SAGE publisher (notamment pour l'entrée dans les classements internationaux).

Par ailleurs, de 2018 à 2022, j'ai été vice-présidente recherche pour le domaine Droit-Economie et Gestion et pour les affaires doctorales dans mon université. J'ai développé ainsi une connaissance profonde d'un ensemble de dossiers qui touchent l'actualité de la recherche (classements, sciences ouvertes, politique éditoriale, lien avec le MESRI, les établissements, les associations scientifiques...).

Par mon engagement dans le CA de l'association française du marketing, je souhaite y apporter ma connaissance des enjeux en lien avec la recherche et la publication. Je serai par ailleurs particulièrement vigilante pour les sujets qui touchent les doctorants et les jeunes collègues.

Christian PINSON

J'ai, au cours des années écoulées, occupé divers postes au sein de l'afm, pour l'essentiel, ceux de Vice-président International et Président et, pendant 8 ans, celui de Rédacteur en chef de RAM.

Je voudrais m'appuyer sur l'expérience acquise au sein de l'afm mais également dans diverses associations/organisations académiques et non académiques pour continuer à contribuer au développement national et international de l'afm, tant au niveau des enseignants-chercheurs et des étudiants qu'au niveau des professionnels.

Je suis également prêt à participer à une réflexion sur les structures et les services à apporter aux membres pour élargir notre audience et faire davantage entendre notre voix dans les débats actuels.

Ma candidature est motivée par mon profond et durable attachement à l'afm et par ma volonté de continuer à servir notre Association, au côté des plus jeunes, sous les formes qui lui seront les plus utiles.

Arnaud RIVIERE

Actuellement Professeur des Universités à l'Université de Tours, j'exerce les fonctions de directeur de l'IAE Tours Val de Loire depuis 2019 et je suis chercheur affilié au laboratoire VALLOREM, axant mes recherches sur la notion de valeur perçue et les stratégies de création de valeur. Mon implication au sein de l'association, et au bénéfice de la communauté scientifique, s'est traduite de différentes manières ces dernières années : je suis notamment membre du CA de l'afm depuis 2018, j'ai été chargé de mission auprès de la commission Communication de mai 2016 à mai 2019, j'ai co-présidé le comité d'organisation du congrès de l'afm en 2017 à Tours, j'ai co-initié et coordonné pendant 4 ans le GIT de l'afm « Prix & Valeur », je co-préside, depuis de nombreuses années, les comités scientifique et d'organisation du Colloque afm Prix & Valeur, j'ai participé en tant que membre du jury en 2021 au colloque doctoral de l'afm, j'ai apporté ma contribution en tant qu'évaluateur au Prix de l'Innovation Pédagogique afm et au Prix du Meilleur Cas afm-CCMP. Par ailleurs, en tant que rédacteur en chef invité et membre permanent du comité de lecture ou relecteur occasionnel, je suis impliqué dans les activités éditoriales de l'afm. Fort de ces expériences passées et de celles acquises dans le cadre de mes fonctions de direction d'Institut, j'ai le désir de poursuivre mon engagement et d'amplifier mon investissement au service de la dynamique communautaire en mettant mes compétences au service de l'association. Je souhaite notamment, en m'appuyant sur mon expertise en matière de partenariats recherche avec diverses organisations, contribuer à renforcer le rayonnement et la proposition de valeur de l'afm auprès de ses différentes parties prenantes, en particulier les acteurs socio-économiques. Dans cette perspective, je suis candidat au renouvellement de mon mandat au sein du Conseil d'Administration de l'afm.

Béatrice SIADOU-MARTIN

Par la présente, je souhaite porter ma candidature au conseil d'administration de l'association française de marketing. Je suis Professeur des Universités à l'Université de Montpellier, en poste à l'Institut Universitaire de Technologie de Béziers où j'assure la fonction de chef de département « Techniques de Commercialisation ». J'appartiens au laboratoire de recherche « Montpellier Recherche en Management » et je m'investis dans l'animation de l'équipe marketing. Persuadée que la dynamique collective est source de créativité et d'amélioration continue, je me suis toujours investie dans les institutions qui m'ont accueillie et j'ai eu à

cœur de préserver un équilibre dans mes engagements entre les différentes activités de notre métier (enseignement et recherche).

Mes travaux de recherche portent sur la consommation responsable ; plus précisément, les pratiques de consommation responsable, l'interaction "consommateur-vendeur" et la communication des entreprises (nudge, applications mobiles anti-gaspillage, etc.). Ils visent à comprendre les perceptions des consommateurs, les écarts éventuels entre attitudes et pratiques ainsi qu'à identifier les leviers pour orienter le changement comportemental.

Cette candidature traduit mon attachement à la diffusion et à la valorisation des activités de l'association dont je suis membre depuis plus de 15 ans. Par le passé, j'ai pris plaisir à participer au comité d'organisation du congrès de l'afm en 2014 (Montpellier). Je suis honorée d'être membre du comité scientifique élargi pour le congrès 2022.

Bien que je reste attentive aux besoins de l'afm, je souhaiterai mettre mes compétences à son service pour répondre aux enjeux sociétaux actuels (plus particulièrement, le développement durable) ou pour promouvoir la formation à et par la recherche auprès des différents publics.

Nathalie VEG-SALA

Actuellement maître de conférences HDR à l'Université Paris Nanterre, mes recherches portent sur la gestion des marques et le luxe. Je m'intéresse aux problématiques relatives aux paradoxes inhérents à ce secteur, entre besoin de développement et nécessité de maintenir des valeurs d'unicité et de sélectivité. Je suis également responsable pédagogique d'une licence professionnelle en apprentissage spécialisée dans le management des hôtels et restaurant de luxe. Mon implication au sein de notre communauté me tient particulièrement à cœur. Je me suis investie dans plusieurs missions au sein de notre association. Au sein du bureau de l'afm, j'ai notamment eu la charge de la labellisation des journées thématiques de recherche de 2014 à 2018. Elue au sein du Conseil d'Administration, j'ai ensuite eu l'honneur et la responsabilité d'être trésorière de notre association de 2016 à 2020. A ce jour, je souhaiterai continuer à m'impliquer et à participer aux réflexions de l'afm portant sur des sujets qui me tiennent à cœur. Je suis particulièrement motivée par les questions de transmission et de valorisation des recherches menées par la communauté auprès des étudiants (dès leurs premières années d'enseignement du marketing) et auprès des professionnelles. C'est la raison pour laquelle je

me porte une nouvelle fois candidat au conseil d'administration de l'association française du marketing.