



Marché

Marketing



Nom de la compétence n°1 : AUDENCIA RECHERCHE

Type de compétence : Laboratoire / équipe de recherche

Organisme(s) de rattachement :

Audencia

Thématique(s) / objectif(s) de recherche : L'objectif des activités de recherche au sein d'Audencia Group est de développer et de diffuser des connaissances en management qui sont utiles aux disciplines académiques, à la pédagogie ainsi qu'aux entreprises et à la société. Ces activités sont regroupées dans un laboratoire unique appelé Audencia Recherche qui réunit les 90 enseignants-chercheurs permanents de l'établissement et les 30 doctorants qu'ils encadrent.

Audencia s'engage activement dans la diffusion des résultats de ses recherches aux entreprises et à la société civile. Le label "Rn'B by Audencia" ("R" comme recherche et "B" comme Business) fédère des émissions mensuelles de télévision et de radio, un blog via lequel les membres d'Audencia Recherche communiquent sur leur recherches, un compte Twitter, des bandes dessinées ainsi que des événements organisés à Nantes et à Paris.

Pour en savoir plus sur ses activités et thèmes de recherche :



- <http://www.audencia.com/faculte-recherche/recherche/>
- <http://rnb.audencia.com/>



<http://www.territoires-innovation.paysdelaloire.fr/comment-innover/des-competences-pour-innover/nom-de-l-equipe-analyser-les-comportements-des-consommateurs-et-developper-des-strategies-marketing->



Anne-Laure GUIHENEUF

Responsable du pôle Rn'B
aguiheneuf@audencia.com



Mise à jour : Octobre 2015

... et nom de l'équipe : *Comportements de consommation et innovations marketing*

Thématique(s) / objectif(s) de recherche: Les enseignants-chercheurs de l'axe "comportements de consommation et innovation marketing" travaillent sur une grande diversité de problématiques actuelles comme l'innovation dans la distribution, le comportement responsable des consommateurs, les relations entre clients et fournisseurs ou le rôle du repas familial sur les consommations alimentaires.

Leur travaux de recherche ont pour objectif général de contribuer à mieux comprendre les déterminants de l'acceptation ou du rejet des aliments par les consommateurs ainsi que les déterminants psychologiques et socioculturels dans les mécanismes d'acceptation des innovations alimentaires. **Ces travaux donnent lieu à des recommandations d'ordre opérationnel qui répondent aux préoccupations actuelles de l'ensemble des acteurs de la filière agro-alimentaire en matière d'innovations et de stratégies marketing** et contribuent plus largement à la prévention et l'anticipation de crises alimentaires.

Pour en savoir plus sur les activités et thèmes de recherche de l'équipe



<http://www.audencia.com/faculte-recherche/recherche/axes-recherche/marketing/>



http://www.territoires-innovation.paysdelaloire.fr/comment-innover/des-competences-pour-innover/nom-de-l-equipe-analyser-les-comportements-des-consommateurs-et-developper-des-strategies-marketing-526080.kjsp?RH=TECHNEO_COMPETENCES



Caroline LANCELOT-MITLGEN
Responsable de l'axe de recherche
clancelot@audencia.com



Mise à jour : Octobre 2015



Marché

Marketing



Nom de la compétence n°2 : Unité Gestion et Management - LARGECIA

Type de compétence : Laboratoire / Equipe de recherche

Organisme(s) de rattachement :

ONIRIS

Thématique(s) / objectif(s) de recherche :

Les thématiques de recherche portent sur :

- 1) Les nouvelles formes d'organisation collective de proximité (impact des différentes formes de proximité sur l'organisation et la consommation dans les filières alimentaires, détermination de la proximité perçue de l'aliment)
- 2) Les stratégies d'acteurs dans les filières agroalimentaires (animales, végétales / Labels, appellations d'origine et autres signes de qualité : analyses marketing et stratégiques)
- 3) La Coordination logistique et la gestion des stocks (Développement d'indicateurs de mesure de la performance pour les acteurs des filières agroalimentaires)

Savoir-faire :

n°1 : Analyser la contribution des organisations à l'innovation au sein des filières agroalimentaires

n°2 : Interroger les perceptions par les consommateurs des innovations alimentaires ; problématiques informationnelles

n°3 : Conseiller - Proposer des outils, des pistes d'implémentation, des propositions d'actions et d'améliorations pour accompagner l'innovation

Mots clés : IAA / Gestion / Economie / Stratégie des acteurs et stratégie organisationnelle / Consomm'acteur / Marketing Management Relationnel / Logistique / Labels qualité / Performance / Développement durable / Nouvelles formes d'organisation collective / Proximité entre les acteurs dans les filières alimentaires

Pour en savoir plus sur ses activités et thèmes de recherche :



[http://www.oniris-nantes.fr/recherche/departements-et-unites-de-recherche/unite-gestion-et-management/?police=%C3%83%C2%83%C3%82%C2%82%C3%83%C2%82%C3%82%C2%A91%C3%83%C2%83%C3%82%C2%83%C3%83%C2%82%C3%82%C2%83%C3%83%C2%82%C3%82%C2%83%C3%83%C2%82%C3%82%C2%A9rinaire%2C](http://www.oniris-nantes.fr/recherche/departements-et-unites-de-recherche/unite-gestion-et-management/?police=%C3%83%C2%83%C3%82%C2%82%C3%83%C2%82%C3%82%C2%A91%C3%83%C2%83%C3%82%C2%83%C3%83%C2%82%C3%82%C2%83%C3%83%C2%82%C3%82%C2%83%C3%82%C3%83%C2%82%C3%82%C2%A9rinaire%2C)



<http://www.territoires-innovation.paysdelaloire.fr/comment-innover/des-competences-pour-innover/nom-de-l-equipe-emergence-et-analyse-de-l-acceptabilite-des-innovations-au-sein-des-filieres-agroalimentaires-quels-enjeux-et-queles-organisations--526206.kisp>



Jean-Marc FERRANDI, responsable d'unité

jean-marc.ferrandi@oniris-nantes.fr
02 51 78 54 47



Mise à jour : Octobre 2015



Marché

Marketing



Nom de la compétence n°3 : **Nouvelles pratiques alimentaires**

Design Lab

Type de compétence : Laboratoire / équipe de recherche

Organisme(s) de rattachement :

Ecole de Design Nantes Atlantique

Thématique(s) / objectif(s) de recherche : Nouvelles pratiques alimentaires est le centre de design et d'innovation de L'École de design dédié au système de l'alimentation. Il s'appuie sur la plateforme expérimentale pour l'innovation par les usages dans l'alimentation (design Lab).

Les applications du design dans ce domaine : transformation et préparation de l'aliment / emballage (matières, formes, couleurs) / espaces de présentation / systèmes et services de distribution / communication / marque.

Les travaux sont réalisés en équipes pluridisciplinaires de recherche sur les systèmes de représentation et mentalités autour de l'alimentation et de la santé

Pour en savoir plus sur ses activités et thèmes de recherche :



<http://www.lecolededesign.com/recherche-et-design-labs/nouvelles-pratiques-alimentaires-design-lab/>



http://www.territoires-innovation.paysdelaloire.fr/comment-innover/des-competences-pour-innover/nouvelles-pratiques-alimentaires-design-lab-533231.kjsp?RH=TECHNEO_COMPETENCES



Benoit MILLET

b.millet@lecolededesign.com

02 51 13 50 76

06 23 78 04 77



Mise à jour : Octobre 2015