



Bruno MAZIERES

Maître de conférences, section 06, IUT du Limousin, Université de Limoges
Docteur en Sciences de gestion
Membre de l'équipe de recherche CREOP UR 15561

TITRES ET DIPLÔMES

Doctorat en Sciences de gestion, thèse dirigée par le Professeur Jean-Charles Mathé, Université de Limoges

RESPONSABILITES SCIENTIFIQUES

Directeur-adjoint de l'équipe de recherche CREOP, Université de Limoges

AAP REGION NOUVELLE AQUITAINE

Membre du projet Région « Sécurité et résilience alimentaires en Nouvelle-Aquitaine »

RESPONSABILITES INSTITUTIONNELLES

Responsable du Service des Relations Internationales, IUT du Limousin

Responsable du Centre de Langues pour l'Enseignement Technologique, IUT du Limousin

Membre Senate EUPeace – European University for Peace, Justice and Inclusive Societies

RESPONSABILITES PEDAGOGIQUES

Responsable DU Études Technologiques Internationales, Université de Limoges

ENSEIGNEMENTS

Stratégie, Management, Marketing, Théorie des organisations, etc.

Public de tous niveaux, en formation initiale et en alternance, en français et en anglais

PRIX ET RECOMPENSES, MEDAILLES, AUTRES

Prix de la FCD (Fédération du Commerce et de la Distribution) pour une communication lors du 18ème colloque international Etienne Thil, Paris, 14-15-16 octobre 2015.

PUBLICATIONS

- **Revue scientifique à comité de lecture classées HCERES**

Bourliataux-Lajoinie S., Shahidi N., Gauthier-Peiro M-F., **Mazieres B.**, Agbokanzo K.S. (2026) Visite virtuelle d'un site de l'UNESCO : produit d'appel ou de substitution ? Le cas de la grotte de Lascaux, *Revue Française de Gestion*, à paraître [Rang 3 CNRS, Rang 2 FNEGE, Rang A HCERES].

Cassou F., Gauthier M.F., **Mazières B.** (2022). Conséquences comportementales de la légitimité territoriale des grandes surfaces alimentaires et vente de produits locaux, *Systèmes Alimentaires / Food systems*, n°7/1 [Rang 4 CNRS et FNEGE, Rang C HCERES].

Boespflug M., Pasquet P., **Mazières B.**, Sauviat I. (2020). What place for the consumer stakeholder in the last large consumer co-operative in France? *Revue de l'Organisation Responsable* [Rang 2 FNEGE, Rang C HCERES].

- **Ouvrages et Chapitres d'ouvrage**

Mazières B., Gauthier M.F., Cassou F. (2024). La grande distribution alimentaire aurait-elle une légitimité à participer aux PAT ? Le point de vue des consommateurs, in Banzo M., Beaurain C., Del'Homme B. et Lemarié-Boutry M., *Agriculture, Alimentation, Territoire*, Paris, Quai.

Mazières B. et Boespflug M. (2019). Coop Atlantique de 1881 à 2018 ; une histoire au regard du marketing des parties prenantes, in Boespflug M. et Lethielleux L., *Coopératives : quelles réalités ? Produire, commercer et consommer autrement*, Éditions et presses universitaires de Reims - EPURE, Reims.

Mazières B. (2019). La place de la médiation dans les relations externes de l'entreprise : regards du gestionnaire, in Yildirim G., Sauviat I. et Dumas R., *Médiation et entreprises, regards croisés Droit et Gestion*, Paris, L'Harmattan.

- **Colloques scientifiques avec actes**

Efendic A., **Mazières B.**, Merino de Diego A., Schulte E., Solovei G., Vingelli G. & Yasar M. (2025). Interdisciplinary Perspectives on Peace, Justice, and Inclusive Societies : A

collaborative course provided by EUPeace – the European University for Peace, Justice and Inclusive Societies - EUPeace Teaching Europe Conference, Limoges, France, 9-10 December

Bourliataux-Lajoine S., Gauthier M.F., Agbokanzo K. et **Mazières B.** (2024). 2D Virtual Reality tour of a UNESCO Site: A Promotional Attraction or a Substitute? The Case of the Lascaux Cave (France) - 53rd annual conference of the European marketing academy, Bucharest, Romania, 28-31 May

Gauthier M.F., Bourliataux-Lajoine S., Agbokanzo K. et **Mazières B.** (2024). « A virtual reality visit to a UNESCO site: A loss leader or a substitute? The case of the Lascaux cave. » 23rd International Marketing Trends Conference January 18-20

Cassou F., Gauthier M.F., **Mazières B.** (2021). *L'influence de l'attitude des consommateurs à l'égard des produits alimentaires locaux et de la proximité perçue sur la légitimité territoriale d'un point de vente*, 16^{ème} journée AFM du Marketing Agroalimentaire, Montpellier, 24 septembre.

Cassou F., Gauthier M.F., **Mazières B.** (2020). *Le rôle de la perception de la légitimité territoriale des grandes surfaces alimentaires dans la vente des produits locaux*, 15^{ème} journée AFM du Marketing Agroalimentaire, Montpellier, 25 septembre.

Boespflug M., **Mazières B.** (2019). *French Consumer Co-operatives: Pioneers of French Modern Distribution*; The 19th Biennial Conference on Historical Analysis and Research in Marketing (CHARM), Ottawa, 16-19 mai.