

Marie-France GAUTHIER PEIRO

Maitre de conférences, section 06, Université de Limoges

Membre de l'Equipe de recherche CREOP EA 15561

Qualifiée CNU au titre de Maitre de Conférences 2005



Titres et diplômes

- 2004** Doctorat ès Sciences de Gestion. Mention très honorable avec félicitations du jury à l'unanimité.
Thèse dirigée par le professeur Jean-Charles Mathé, IAE de Poitiers.
- 1996** DEA en Sciences de Gestion. I.A.E. de Poitiers
- 1995** Maîtrise de Sciences de Economiques, option Gestion des Entreprises, Université de Limoges

RESPONSABILITES PEDAGOGIQUES

- 2021-2025** Chef du département Techniques de Commercialisation – IUT du Limousin
- 2018-2021** Directrice des études – Département Techniques de Commercialisation – IUT du Limousin
- 2013-2018** Responsable pédagogique – Année Spéciale DUT TC – IUT du Limousin
- 2007-2013** Responsable des projets tuteurés 2^{ème} année DUT TC & Année spéciale – IUT du Limousin
- 2006-2007** Responsable des études 1^{ère} année programme E.S.C. – Groupe Sup de Co La Rochelle
- 1998-2001** Responsable pédagogique M1 Marketing des Produits de l'Enfant – IAE de Poitiers

ENCADREMENT DE MEMOIRES ET MEMBRE DE JURYS DE SOUTENANCE

- Depuis 2007** Licence Professionnelle Commerce et Distribution – Management et gestion de rayon ; Licence Professionnelle Management des Activités Commerciales – Gestion de la relation client
- 1999-2009** M2 Communication et Jeunesse – Université de Bordeaux III.
- 1998-2001** M1 Marketing des Produits de l'Enfant – Angoulême.

SUIVI DE STAGIAIRES & APPRENTIS ET MEMBRE DE JURYS DE SOUTENANCE

- Depuis 2007** DUT TC 1^{ère} & 2^{ème} année ; Licence Professionnelle Commerce et Distribution – Management et gestion de rayon
- 2001-2003** M1 A.E.S. – Université Paris XII-Val de Marne
- 1998-2001** M1 Marketing des Produits de l'Enfant – Angoulême

ACCOMPAGNEMENT A LA PREPARATION DU MEMOIRE DE VAE

- Depuis 2009** Accompagnement individuel à la préparation du mémoire VAE dans le domaine tertiaire.
- 2009** Accompagnement collectif en partenariat avec l'Entreprise Orange pour la préparation à la VAE – Licence Professionnelle Management des Activités Commerciales – Gestion de la Relation Client

ACTIVITES SCIENTIFIQUES

- 2016** Organisation de la 3^{ème} journée annuelle de l'Observatoire Proximités sur les circuits courts de proximité Aquitaine - Limousin - Poitou-Charentes – Périgueux - janvier
- 2015** Participation à l'élaboration et au traitement de l'enquête réalisée dans le cadre des « Assises de la Dordogne CD24 » en collaboration avec l'IUT de Périgueux – Université de Bordeaux

- 2006** Organisation du colloque franco-qubécois « Les Premiers Rendez-Vous Champlain sur le Tourisme » - La Rochelle – mai
- 2002** Participation à l'organisation de la « Journée des Marques » - I.R.G. de Créteil en collaboration avec l'A.F.M. - décembre
- 2001** Organisation d'une Table Ronde pour le 17^{ème} congrès de l'A.F.M. sur le thème : « Internet comme outil de communication auprès des enfants » - Deauville – mai
- 2000** Participation à l'organisation de la « Journée Echange Marketing des Nouvelles Technologies de l'Image » - I.A.E. de Poitiers en collaboration avec l'A.F.M. - mai

RESPONSABILITES INSTITUTIONNELLES

- DEPUIS 2017** Membre titulaire élue de la commission d'expertise du groupe A- section 06 – Université de Limoges
- DEPUIS 2015** Membre de la commission de recrutement second degré – IUT du Limousin

ENSEIGNEMENTS

HORS UNIVERSITE DE LIMOGES

- 2013-2019** Université Bordeaux – Marketing – Licence Professionnelle Management des Activités Commerciales – IUT de Périgueux
- 2001-2003** Université Paris XII Val de Marne – Marketing – L3-M1 AES
- 1999-2009** Université Bordeaux III – Marketing des produits de l'enfant – M2 Communication & Jeunesse
- 2002** ESSEC Paris – Conférence sur le thème « De l'enfant au Consommateur » - 3^{ème} Année
- 1997-2001** I.A.E. du Poitiers – Marketing – Comportement du Consommateur – M1 Marketing des produits de l'enfant

UNIVERSITE DE LIMOGES

Marketing

Bachelor Universitaire de Technologie (BUT)1 ; BUT2 ; DUT TC1 ; DUT TC2 ; DUT Année Spéciale – IUT du Limousin

Marketing du point vente et Distribution

DUT TC2 ; Licence Professionnelle Commerce et Distribution – Management et gestion de rayon – IUT du limousin

Marketing International

M1 Sciences du Management faculté droit et sciences économiques ; M2 International Commerce et Finance faculté droit et sciences économiques

Gestion de la relation client – Satisfaction et Fidélisation

Licence Professionnelle Management des Activités Commerciales – Gestion de la relation client – IUT du Limousin

EXPERIENCE PROFESSIONNELLE

- 2004-2007** Professeur-Chercheur au Groupe Sup de Co La Rochelle
-

PUBLICATIONS

Tableau de synthèse	Publié	
Articles dans des revues nationales à comité de lecture	2	
Ouvrages et chapitres d'ouvrage	2	
Colloques scientifiques avec actes	11	Dont 1 prix
Conférences et interviews TV	6	
Cahiers de laboratoire	1	

ANNEXE 1 : LISTE CLASSEE DES PUBLICATIONS

■ Articles dans des revues nationales à comité de lecture

Bourliataux-Lajoinie S., Shahidi N., Gauthier-Peiro M-F., Maziere B., Agbokanzo K.S., (2025), 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, [Rang 3 CNRS, Rang 2 FNEGE, Rang A HCERES].

Cassou F., Gauthier-Peiro 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].

■ Ouvrages et chapitres d'ouvrage

Mazières B., Gauthier-Peiro 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.

Cassou F., Gauthier-Peiro M.F. (2019). Les mécanismes d'incitations au sein des réseaux de commerce coopératif et associé, in Boespflug M. et Lethielleux L., Coopératives : quelles réalités ? Produire, commercer et consommer autrement, Éditions et presses universitaires de Reims - EPURE, Reims.

■ Colloques scientifiques avec actes

Bourliataux-Lajoinie S., Gauthier-Peiro 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-Peiro M.F., Bourliataux-Lajoinie 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-Peiro M.F., Mazières B. (2020), Le rôle de la perception de la légitimité territoriale des grandes surfaces alimentaires dans la vente des produits locaux ; 15ème journée AFM du Marketing Agroalimentaire, Montpellier, 25 septembre.

Gauthier M-F., Mazières B. (2017) Produits locaux en grande distribution : vers des relations producteurs distributeurs équilibrées ? *Congrès National de Recherche des IUT*, Auxerre, 4_5 juin.

Gauthier M-F., Mazières B. (2016) The local product consumer in food supermarkets, *15th International Marketing Trends Conference*, Venise (Italie), 21-23 janvier.

Mazières B., Gauthier M-F. (2015) Achat de produits locaux et proximité perçue en Grandes Surfaces Alimentaires, *18^{ème} colloque international Etienne Thil*, Paris, 14-15-16 octobre 2015 – Prix FCD (Fédération du Commerce et de la Distribution).

Gauthier M-F., Mazières B. (2013) *Whisky consumption behaviour : the case of France*, Human And Social Sciences at the Common Conference, 18 au 22 novembre.

Gauthier M-F., Mazières B. & Laborde C. (2012) *La consommation de whisky : une étude exploratoire du comportement du consommateur dans le contexte français*, 11th International Congress Marketing Trends, Venise (Italie), janvier.

Gauthier M-F. (2006) *Représentation du concept de marque chez l'enfant : une approche exploratoire*, 5th International Congress Marketing Trends, Venise (Italie), janvier.

Gauthier M-F. (2005) *La catégorisation chez l'enfant : un enjeu pour la définition des univers de consommation*, 8^{ème} Colloque E. Thil, La Rochelle, septembre.

Bourliataux S. & Gauthier M-F. (1998) *Grande distribution et Internet : une nouvelle technique de vente*, 1^{er} Colloque E. Thil, La Rochelle, septembre.

▪ Conférences

Gauthier-Peiro M.F., Mazieres B. (2024), Quelle place pour le territoire dans la relation producteur distributeur ; Journée d'étude SEREALINA : Sécurité et Resilience alimentaires en Nouvelle Aquitaine, organisée par Bordeaux Sciences Agro, Bordeaux, 28 juin.

Bourliataux-Lajoinie S., Gauthier-Peiro M.F., Agbokanzo K., Mazières B. (2023), Lascaux et visite en VR, produit d'appel ou de substitution ? ; Journée de recherche en Marketing – Thème marketing du tourisme, Organisée par le laboratoire LIRSA en partenariat avec le LEMNA de l'Université Catholique de l'Ouest, le CREOP de l'Université de Limoges et l'Institut de Recherche et d'Etudes Supérieures du Tourisme (IREST), Paris Sorbonne, 21 décembre.

Gauthier M-F., Mazières B. (2015) La proximité perçue par les consommateurs de produits locaux en grandes surfaces alimentaires, *2^e journée de l'observatoire interrégional des circuits de proximité Poitou Charentes Limousin*, Limoges, 16 mars 2015.

Mazières B., Gauthier M-F. (2014) The Short Food Supply Chain development explained by the phenomenon of rural gentrification: the case of Limousin, France ; *12th Rural Entrepreneurship Conference*, Harper Adams University, Shropshire, 18th-19th June.

Chevaleyre D. & Gauthier M-F. (2005) *Les enjeux de la fidélisation dans le tourisme*, Premiers Rendez-Vous Champlain sur le Tourisme, La Rochelle, mai.

Gauthier M-F. (2002) *Définition et opérationnalisation du territoire produit d'une marque chez l'enfant de 7 à 11 ans*, 2^{ème} Journée de Recherche de l'Université de Limoges, mars.

▪ Cahier de recherche

Gauthier M-F. (2005) *Extension de marque et catégories cognitives chez l'enfant de sept à onze ans*, Cahier de recherche de l'ESC La Rochelle-CEREGE, janvier.

▪ Travaux académiques

Thèse de doctorat

Territoire produit et potentiel d'extension de marque chez l'enfant de sept à onze ans, soutenue publiquement le 13 décembre 2004 à l'IAE de Poitiers.

Jury :

J-C. Mathé, Professeur, Université de Limoges, Directeur de la recherche ;

S. Pontier, Professeur, Université de Paris XII – Val de Marne, Rapporteur ;

J. Brée, Professeur, Université de Caen, Rapporteur ;

J-Y. Duyck, Professeur, Université de La Rochelle, Suffragant ;

M. Filser, Professeur, Université de Bourgogne, Président du jury.

Mention très honorable avec félicitations du jury à l'unanimité.

Mémoire de DEA

Antécédents et déterminants des ensembles de références, Sous la direction de J-M Aurifeille, I.A.E. de Poitiers