

Appel à communication

10^{ÈME} COLLOQUE PRIX & VALEUR

Journée de Recherche labellisée afm

Jeudi 16 Mai 2024 à Tours

Colloque organisé par VALLOREM et l'IAE Tours Val de Loire

Pour sa dixième édition, ce colloque aura pour objectif principal de promouvoir des recherches en cours ou abouties liées à la variable prix et/ou à la notion de valeur perçue, et d'échanger sur les thématiques connexes et les problématiques qu'elles soulèvent. Les propositions de communication pourront, par exemple, aborder les thèmes suivants (liste non-exhaustive) :

- Perception des prix, formation du prix de référence, lien prix-consommation
- Formation du consentement à payer et de la valeur perçue dans le contexte des innovations
- Recherche de bonnes affaires, expertise sur les prix
- Modèles économiques (*freemium, low-cost...*) et solutions de consommation (MDD, achat d'occasion, promotion...) axés sur les prix bas et la création de valeur
- Différences culturelles et internationales dans la relation au prix et à la valeur
- Politique de *yield management* et valeur perçue de l'offre
- Tarification des services publics et culturels
- Nature de la valeur perçue en B2C / B2B et stratégies de création de valeur
- Relations image-prix / valeur perçue
- Modèles alternatifs à la fixation de prix dans l'échange : don, gratuité (...)

Procédure d'évaluation et planning

Envoi des propositions de communication	10 mars 2024
Notification de l'acceptation des communications	8 avril 2024
Envoi de la version définitive de la communication (normes congrès AFM)	05 mai 2024

Les propositions de communication doivent être envoyées par mail à l'adresse suivante :

colloqueprix&valeur@univ-tours.fr

Les propositions seront évaluées de manière anonyme par deux membres du comité scientifique :

Laurent Bertrandias, Toulouse Business School
Dominique Bourgeon-Renault, Université de Bourgogne
Isabelle Collin-Lachaud, Université de Lille
Patricia Coutelle-Brillet, Université de Tours
Coralie Damay, ISC Paris
Mbaye Fall Diallo, Université de Lille
Juliette Ducros-Passebois, Université de Bordeaux
Annalisa Fraccaro, TBS Business School
Patrick Gabriel, Université de Bretagne Occidentale
Martina Gallarza, Université de Valencia
Véronique des Garets, Université de Tours
Morgane Innocent, Université de Brest
Joseph Kaswengi, Université d'Orléans

Christine Lambey, Université Clermont Auvergne
Alexandre Lapeyre, Université Toulouse III Paul Sabatier
Marine Le Gall-Ely, Université de Bretagne Occidentale
Cindy Lombart, Audencia
Sandrine Macé, ESCP Europe
Laurent Maubisson, Université de Tours
Rémi Mencarelli, Université de Savoie
Pauline de Pechpeyrou, Université Paris Est
Karine Picot-Coupey, Université de Rennes 1
Véronique Plichon, Université de Tours
Arnaud Rivière, Université de Tours
Agnes Walser-Luchesi, Université de Strasbourg

FORMAT ET VALORISATION

Le format des communications proposées ne doit pas excéder **5 pages** (hors page de garde, références bibliographiques et annexes). La feuille de style à respecter est présentée ci-après. La proposition de communication doit être envoyée en format *Word*.

Suite à ce colloque, les auteurs seront invités à **soumettre leur contribution pour publication aux revues *Recherche et Applications en Marketing (RAM)* ou *Décisions Marketing (DM)***. Les rédacteurs en chef de ces revues présenteront leurs recommandations afin d'aider les participants du colloque à valoriser leurs travaux de recherche.

Les communications donneront lieu à **publication dans les actes numériques** du colloque.

Si votre recherche, fondamentale ou appliquée, présente une contribution académique significative, soumettez-la sans plus attendre à l'une des deux revues scientifiques de l'afm (www.afm-marketing.org)



Titre de la communication en français (Time New Roman 14 minuscules gras centré)

Auteur 1* (Time New Roman 12pt minuscules gras centré)

Etablissement et laboratoire (Time New Roman 10, minuscules, centré)

Adresse mail (Time New Roman 10, minuscules, centré)

Auteur 2

Etablissement et laboratoire

Adresse mail

Auteur n

Etablissement et laboratoire

Adresse mail

* Auteur de correspondance : (Time New Roman 10 minuscules interligne simple centré gauche)

Adresse postale professionnelle.

Résumé

Moins de 150 mots. Doit indiquer le focus de la communication, la méthode utilisée et les principaux résultats. (Time New Roman 12, minuscules, interligne simple, justifié)

Mots-clés : 5 mots-clés maximum séparés par des « ; »

Titre de la communication en anglais (Time New Roman 14 minuscules gras centré)

Abstract

Moins de 150 mots. Doit indiquer le focus de la communication, la méthode utilisée et les principaux résultats. (Time New Roman 12, minuscules, interligne simple, justifié)

Keywords: 5 mots-clés maximum séparés par des « ; »

