

Appel à communication

COLLOQUE
PRIX & VALEUR

Journées de Recherche labellisées afm

10 et 11 Juin 2021 à Tours

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

Pour sa huitième 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 (...)

Cette année, une session spéciale sera consacrée à la thématique « Marketing et Finance » afin de favoriser des fertilisations croisées entre chercheurs de différentes disciplines sur les thématiques du prix et de la valeur.

Procédure d'évaluation et planning	
Envoi des propositions de communication	19 mars 2021
Notification de l'acceptation des communications	16 avril 2021
Envoi de la version définitive de la communication (normes congrès AFM)	28 mai 2021

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
 Jérémy Morvan, Université de Bretagne Occidentale
 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.

Suite à ce colloque, les auteurs seront invités à **soumettre leur contribution pour publication aux revues Recherche et Applications en Marketing (RAM) et / ou Décisions Marketing (DM)**. Dans cette perspective, des **ateliers d'aide à la publication et d'écriture** seront organisés durant le colloque et seront animés par les rédacteurs en chef des deux revues.

Les communications donneront lieu à **publication dans les actes numériques** du colloque et un **prix sera décerné à la meilleure communication** qui sera automatiquement sélectionnée et présentée lors du prochain congrès de l'AFM.

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)



FEUILLE DE STYLE

**TITRE DE LA COMMUNICATION EN FRANÇAIS (TIME NEW ROMAN 12PT PETITES MAJUSCULES
CENTRE)**

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

Etablissement et laboratoire (Time New Roman 12pt minuscules centré)

Adresse mail (Time New Roman 12pt minuscules centré)

Auteur 2

Etablissement et laboratoire

Adresse mail

Auteur n

Etablissement et laboratoire

Adresse mail

* Auteur de correspondance : (Time New Roman 12pt minuscules interligne simple centré gauche)
Adresse courrier, téléphone et fax.

Résumé : (Time New Roman 12pt minuscules interligne simple souligné centré gauche)

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

Mots-clés : (Time New Roman 12pt minuscules interligne simple souligné centré gauche)

5 mots clef maximum séparés par des « ; »

**TITRE DE LA COMMUNICATION EN ANGLAIS (TIME NEW ROMAN 12PT PETITES MAJUSCULES
CENTRE)**

Abstract : (Time New Roman 12pt minuscules interligne simple souligné centré gauche)

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

Keywords : (Time New Roman 12pt minuscules interligne simple souligné centré gauche)

5 mots clef maximum séparés par des « ; »

