

CHAMEROY Fabienne

e-mail : fabienne.chameroy@univ-amu.fr, tél : 06 14 95 53 33

Adresse professionnelle : 15-19 Allée Claude Forbin-13627 Aix-en-Provence cedex1

ID HAL : Fabienne Chameroy. ORCID : 0000-0002-1446-6173

**Situation actuelle (depuis le 1er septembre 2014)**

* Maître de Conférences en Sciences de Gestion, Faculté d’Économie et de Gestion, Aix-Marseille Université, chercheur au CERGAM, responsable pédagogique du Master Métiers de la mode et du textile. Vice-doyenne en charge des Relations entreprises de la Faculté d’Economie et de Gestion-Membre élu du Conseil de la FEG depuis de février 2016 à mai 2024. Je suis également référente de l’entrepreneuriat étudiant, de l’engagement étudiant et organisatrice de la Dictée de notre faculté. A titre de citoyenne je suis présidente du Conseil de Développement du Pays d’Arles.

**Formation**

* Docteur en Sciences de Gestion : thèse soutenue le 23/01/2013 à l’IAE d’Aix-en-Provence, Aix-Marseille Université, Mention très honorable avec félicitations du jury à l’unanimité.

« Les effets du label sur la qualité perçue, les relations à la marque et le consentement à payer ».

Directeurs de recherche : Jean-Louis CHANDON et Lucien VERAN. Jury : Monsieur Pierre-Louis DUBOIS, Professeur, Université Montpellier II (IUT), Président. Monsieur Gilles LAURENT, Professeur, INSEEC Paris, Rapporteur. Madame Lucie SIRIEIX, Professeur, Montpellier SupAgro, Rapporteur.

*Distinctions :*

* Lauréate du Prix de thèse AREA 2014 (Association pour les Recherches sur l’Économie Agroalimentaire) récompensant la meilleure thèse en Économie-Gestion ayant pour terrain l'économie agroalimentaire.
* 2ème Prix de thèse SPHINX 2014. La société Le Sphinx décerne chaque année deux prix aux meilleurs travaux doctoraux en sciences de Gestion, en sciences de l’Information et de la Communication et en sciences de l’Éducation.

**Activités de recherche**

***Publications (revues à comités de lecture)***

* Ghantous N.,Chaney D., **Chameroy F.,** Jeanpert S., Schultz M(2024), l’intégration omnicanale directive, intégrative et par l’empowerment dans les réseaux de franchise, *Revue internationale PME*, 37(2), p.105-129. (HCERES B, FNEGE 2, CNRS 4)
* **Chameroy F**., Salgado S., de Barnier V. & Chaney D. (2024), In platform we trust: How interchangeability affects trust decisions in collaborative consumption, *Technological Forecasting & Social Change*, 198, Article 122997 (HCERES A, FNEGE 2, CNRS 2)
* Ghantous N., Das S.S. & **Chameroy F**. (2018), Governance capabilities and relationship performance in international franchising, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 40, p.19-30. (HCERES B, FNEGE 3)
* Bertrand D., **Chameroy F**., Léo P-Y. et Philippe J. (2016), Services collaboratifs : qu’est-ce qui les rend attractifs pour les consommateurs ?, *European Review of Service Economics and Management,* 2, 2016- 2*,* p.149-190. (HCERES C, CNRS 4)
* Veran L. et **Chameroy F.** (2015), Modalités de captation et de conservation des publics au sein des industries créatives numérisées, *La revue des Sciences de Gestion,* 5, 275-276*,* p.153-163. (HCERES C, FNEGE 4)
* **Chameroy F.**, Ghantous N. et Veran L. (2015), L’impact de la visite d’une exposition muséale sur la recommandation du musée : le rôle central de l’expertise des visiteurs, *Economies et Sociétés, Série « Economie et Gestion des Services », EGS,* 16, 3/2015, p.363-381. (CNRS 4)
* **Chameroy F.** et Veran L. (2014), Immatérialité de la qualité et effet des labels sur le consentement à payer, *Management International,* 18*,* 3, p.32-44. ( HCERES A, FNEGE 2, CNRS 3)
* **Chameroy F.** et Véran L. (2012), César. Le Rhône pour mémoire. Une visite entre raison et sentiment, *OCIM*, 141 (mai-juin), p.33-38.
* **Chameroy F.** et Chandon J.-L. (2011), Les labels sont-ils tous éthiques ?, *İletişim,* 15, p.79-101.

***Livres ou chapitres de livre***

* Véran L. et **Chameroy F.** (2015), Représentations de l’organisation, explication de la performance et interdépendance des décisions. *Mélanges en l’honneur du professeur Yves Dupuy-Les systèmes de gestion entre simplification et complexification,* in Gérald Naro et Denis Travaillé (coord)*,* Paris, Economica, 397 pages.

***Communications dans des congrès à comités de lecture***

* Jeanpert S., **Chameroy F.,** Chaney D., Ghantous N., Schultz M. (2023), Omnicanal dans les réseaux de franchise : un état des lieux, 26ème Colloque Etienne Thil, 11-13 octobre, Tours, France.
* Ghantous N., **Chameroy F.,** Chaney D., Jeanpert S., Schultz M. (2023), Omnichannel strategies and franchisee-franchisor relationship quality, International Conference on Economics and Management of Networks, September 14-16, Palermo, Italy.
* **Chameroy F.,** Schultz M., Ghantous N.,Chaney D. & Jeanpert S. (2023), Franchisor practices for optimal omnichannel deployment in franchising networks, International Society Of Franchising, June 6-9, Rennes, France
* Ghantous N., **Chameroy F.,** Chaney D., Jeanpert S., Schultz M. (2023), The Impact of Omnichannel Strategies on Franchisee-Franchisor Relationship Quality, Academy of Marketing Science annual Conference, May 17-19, New Orleans, USA.
* **Chameroy F**. & Salgado S. (2020), Collaborative consumption platforms: modeling the antecedents and effects of the three dimensions of Trust, *EMAC conference*, 27-29 May, Budapest, Hungary.
* **Chameroy F.** & Salgado S. (2019), Reconsidering Trust in the Context of the Sharing Economy: Conceptualization of an Alternative Composite Hierarchical Index of Trust on a Collaborative Consumption Platform, *46th La Londe Conference*, 4-7 June, Lalonde Les maures, France.
* Salgado S.& **Chameroy F.** (2019), Revisiting Trust in a Collaborative Consumption Platform: Conceptualization of an Alternative Composite Hierarchical Index of Trust, *EMAC conference*, 28-29 May, Hamburg, Germany.
* Bertrand D., **Chameroy F**., Léo P-Y. & Philippe J. (2016), The Sharing Economy: What Makes it Attractive for Consumers? A Preliminary Study in the Context of Hospitality Services in France, XXVI International *RESER Conference (European Association for Research in Services),* 8-10 September, Napoly, Italie.
* Ghantous N. & **Chameroy F.** (2015), Exploring the Adaptation of International Franchise Relationships, *EMAC Conference*, 26-29 May, Leuven, Belgium.
* **Chameroy F.** (2014), Les labels sont-ils des marques ? Construction d’un cadre conceptuel pour les labels à partir de l’avis d’experts en marketing, *30ème congrès de l' Association Française du Marketing*, 13-15 mai, Montpellier, France.
* **Chameroy F.**, Ghantous N. et Véran L. (2013), L’impact de la visite d’une exposition muséale sur la recommandation du musée : le rôle central de l’expertise des visiteurs, *RESER (European Association for Research in Services),* 19-21 septembre, Aix-en-Provence, France.
* Ghantous N., Serrano-archimi, C., Léo P.-Y. & **Chameroy F.** (2013), Key Success Measures and Factors in International Franchising, *RESER Conference,* 19-21 September, Aix-en-Provence, France.
* **Chameroy F.** & Chandon J.-L. (2010), Does any kind of Seal of Guarantee have Impact on Consumer Behavior? *9th International Marketing Trends Conference*, 21-23 January, Venise, Italy.

***Cahiers de recherche***

* **Chameroy F.** et Chandon J.-L. (2010), Les labels ont-ils des effets sur les attitudes du consommateur, Working Paper n° 885, *CERGAM,* juin.

***Contrats de recherche pour le CERGAM***

* 2021/2022, Stratégies omnicanales, marque et gestion des savoir-faire en franchise (Fédération Française de la Franchise) - Equipe de recherche : Ghantous N., Chameroy F., Chaney D, Jeanpert-Henry S., Schultz M.
* 2016/2017, Consommation collaborative et désintermédiation, menace ou source d’opportunité pour la Franchise ? (Fédération Française de la Franchise) - Equipe de recherche : Bertrand D., Chameroy F., Léo P.-Y., Philippe J.
* 2012/2013, Internationalisation des réseaux de franchise (Fédération Française de la Franchise) - Equipe de recherche : Ghantous N., Chameroy F., Léo P.-Y.et Philippe J.

***Domaines de recherche et terrains***

* Digitalisation. Consommation collaborative. Management de la marque et du label. Agroalimentaire. Arts & Culture.
* Nouvelles formes de révélation de la qualité, de différenciation et de lisibilité, nouvelles connaissances et nouvelles formes de coordination entre acteurs.

**Activités pédagogiques, administratives et d’appui**

***Matières enseignées***

* Marketing fondamental, International Marketing (en anglais), Brand management (en anglais). Tous secteurs avec une spécialité pour le marketing pour les entrepreneurs, les associations, le domaine des Arts et de la culture et de la mode.
* Marketing pour les entrepreneurs et les associations
* Marketing territorial.
* Marketing stratégique digital.
* Études de marché.
* Management stratégique.
* Diagnostic d’entreprise et mesure de la performance.
* Business game : Negosim

J’ai aidé les étudiants en Licence 1 « parcours d’accompagnement » à développer leur capacité à argumenter, à structurer leur pensée cela m’a amenée à proposer une action de sensibilisation à la maîtrise de l’orthographe : abonnement pour tous les étudiants de la Faculté à la plateforme Voltaire et organisation de la Dictée de notre faculté (600 euros de dotation) près de 100 participants lors de la 3ème édition.

***Responsabilités pédagogiques, administratives, activités pour la communauté, innovation pédagogique***

* 1. Responsabilité pédagogique
* Responsable pédagogique du Master Mode-Métiers de la Mode et du textile, Faculté d’Économie et de Gestion, Aix-Marseille Université (depuis janvier 2019). Obtention de l’alternance.
* Responsable de la Licence Pro commerce Import-export, Faculté d’Économie et de Gestion, Aix-Marseille université (de 2014 à 2018).
* Co-direction du Master Affaires et Projets Culturels Internationaux/Mécénat, Institut d’Études Politiques d’Aix-en-Provence en 2012 et 2013.
  1. Activités pour la faculté et la communauté
* Membre élu du conseil d’UFR de la FEG de février 2016 à mai 2024. Vice-doyenne aux relations entreprises
* Organisation d’événements : La Fresque du Climat, l’action littératie avec la Dictée de la FEG, le forum de l’entrepreneuriat, l’engagement étudiant.
* Expert HCERES.
  1. Innovation pédagogique
* Mise en contact des étudiants du Master Mode (M2) avec les étudiants du M2 en droit digital et numérique. Dans le cadre de l’action la clinique du droit : les étudiants juristes ont apporté des recommandations et conseils sur les problématiques rencontrées par les étudiants managers du secteur de la mode (protection des marques et modèles, droits liés à la vente et diffusion en digital, gestion de bases de données clients). Obtention de fonds dans le cadre du PIA industries culturelles et créatives projet FICCTION : création d’un mooc sur Mode et développement durable en méditerranée. Participation à la création d’un DU engagement étudiant : diagnostic stratégique et plan marketing pour une association.

**Communications grand public**

* « Marque préférée des Français », « service client de l’année », que valent vraiment ces récompenses ?, interview dans le journal le progrès (12/2023)
* Ghantous N., Chaney D., Chameroy F., Jeanpert S., Schultz M (2022), conférence : stratégies omnicanales : marque et gestion des savoir-faire, Conférence : *Les Entretiens de la Franchise, Paris, Siège du Medef,* 22 novembre, Paris.
* « La religiosité du consommateur », interview radio Oryx FM (Qatar) (06/2018).
* Bertrand D., Chameroy F., Léo P-Y. et Philippe J. (11/2017), Consommation collaborative et désintermédiation, menace ou source d’opportunités pour la franchise ?, Conférence : *Les Entretiens de la Franchise, Paris, Palais Brongniart,* 22 novembre, Paris.
* Peut-on se fier aux labels ?, interview radio, émission « on est pas dupes » RTL (02/2013).

**Expériences professionnelles antérieures**

* Conseil et développement d’entreprise en France et à l’international, création de marque (2002-2008).
* ***Directrice du Marketing Nestlé Waters-Groupe Nestlé, membre du comité de direction*** (1991-2001) :
* Élaboration et lancement de nouveaux produits à succès : P’tit Vittel, Vittel sport, Quézac.
  + Gestion de l’image des marques : Perrier, Vittel, Contrex,Valvert, Quezac, San Pellegrino, Hépar et des stations thermales Contrexeville et Vittel. **France et international**.

**Informations complémentaires**

* Co-présidente du Conseil de Développement du Pays d’Arles depuis février 2023.
* Conseillère du Président de Procamex (Association d'exportateurs Provence Camargue Export) de 2014 à 2018.
* Maîtrise des logiciels Microsoft, SPSS, Amos, Sphinx, Sphinx lexica.
* Maîtrise de la langue anglaise (lu, parlé, écrit). Italien : lu et parlé (niveau intermédiaire).
* Pratique culturelle : chant classique (création d’un trio vocal, chœur régional PACA).