



## Maud DANIEL

### Maître de conférences

#### Mes recherches portent sur :

- **La consommation durable et plus largement l'adoption par les individus de pratiques durables marchandes et non-marchandes. Par des méthodes qualitatives, mes recherches visent à comprendre les différentes modalités d'engagement des individus pour le développement durable et les arbitrages qui viennent régler les conflits individuels entre préoccupations liées au développement durable et préoccupations de la vie quotidienne**
- **L'intégration de nouvelles pratiques dans le quotidien des individus par le biais de la transmission interpersonnelle (familiale et extra-familiale). Cette recherche vise à révéler les processus d'apprentissage, de stabilisation ou de disparition des pratiques quotidiennes (achats et usages). Plus précisément nos travaux éclairent le rôle de la transmission inter, intra et transgénérationnelle dans le changement et la normalisation des pratiques.**

> **Laboratoire de recherche** : CREM UMR CNRS 6211

> **Recherche et Entreprise** :

#### Rayonnement scientifique

- Membre du comité d'organisation de la 18ème conférence de l'EAERC à Rennes du 1 au 3 juillet 2015
- Membre du comité d'organisation de la séance décentralisée et du colloque du Conseil National de l'Alimentation à Montpellier le 12 janvier 2010 (Montpellier Supagro)
- Membre du comité d'organisation de la 6ième journée du marketing agroalimentaire de Montpellier (Montpellier Supagro)

#### Thèmes de recherche

Comportement du consommateur

Consommation socialement responsable

**Mots-clés** : développement durable, consommation socialement responsable, achats durables, usages durables, transmission inter et intra générationnelle

#### Activités pédagogiques

##### Enseignements principaux

- Marketing des services (M1-Formation Initiale, M2 MSO en Formation Continue et en contrat de professionnalisation)
- Marketing stratégique (M1-Formation Initiale, M1 Finance en contrat de professionnalisation)
- Marketing hors médias et relations publiques (M2-Formation Initiale)
- Marketing relationnel ( M1-FI)
- Marketing Management (Master Administration des Entreprises -Formation Continue)

#### Activités de recherche

##### Articles dans des revues classées

---

DANIEL M. (2013), **L'engagement pour le développement durable : une étude quantitative des achats et des usages durables des individus ordinaires**, *Revue Management et Avenir*, 2013, 64 , 185-203 [CNRS 4 / HCERES C]

##### Ouvrages/Chapitres d'ouvrages

---

DANIEL M., CLIQUET G., PICOT-COUCPEY K., (2018), **Le comportement du consommateur et le point de vente**, in Retailing : Management et marketing du commerce, *Marketing & Commerce chez Dunod*, p.89-105, Avril 2018

BASSET G., CLIQUET G., CROIZEAN JP., DANIEL-CHEVER M., (2018), Le retailing et ses environnements, Retailing : Management et marketing du commerce, *Marketing & Commerce chez Dunod*, p.7-19, Avril 2018

##### Communications/Colloques

---

ROBERT-DEMONTROND P., DANIEL M., BOUILLÉ J., TROIVILLE J. , CROIZEAN J-P ., **Gouvernementalité et physicalité du consommateur citoyen dans la lutte contre le changement climatique : proposition d'un programme de recherche autour de la grounded cognition**, *15èmes JNRC, Caen*, 24-25 novembre 2016

DANIEL M., **Les processus de fixation des prix en vente directe : une approche compréhensive des pratiques des maraîchers « libérés » des contraintes tarifaires des circuits longs**, *5èmes Journées de Recherche sur le Prix, la Gratuité, le Don et la Valeur*, Tours, France, 10-11 décembre 2015

DANIEL M., SIRIEIX L., **Consumer commitment to sustainable development: purchase and/or non purchase practices**, *43rd annual conference EMAC*, Spain, Valencia, 3-6 juin 2014

## **Autres productions**

---