
Chercheur postdoctoral, ingénieur de recherche en marketing

Docteur en Sciences de Gestion

Français langue maternelle, anglais courant

Centres d'intérêt

- Management des réseaux de distribution et de points de vente.
- Approches socio-culturelles de la distribution, marketing du point de vente.
- Méthode des cas.

Formation

- **Doctorat Sciences de Gestion, spécialisation Marketing** **12/2010**
Université Montpellier 3, France ; Sous la Co-direction du Pr. H. FENNETEAU (*U. Montpellier 1*) et de M. J-M CODRON (Directeur de recherche, *INRA*). Unité Mixte de Recherche MOISA (*INRA*) ; Montpellier Research in Management
Mention: Très honorable, Félicitations du Jury à l'unanimité (rapport d'attribution disponible sur demande)
Jury: Pr. D. CHABAUD (*U. Avignon*), Pr. G. PACHE (*U. Aix Marseille II*), Pr. J-M. PLANE (*U. Montpellier 3*), M. J-M. GAILLOT (*PB Conseil*), M. J-M. CODRON (Directeur de recherche, *INRA, Co-directeur*), Pr. H. FENNETEAU (*U. Montpellier 1, Co-directeur*)
Bourse: Institut National de la Recherche Agronomique (*INRA*) et Région Languedoc Roussillon (40.000€)
- **Master en Sciences de Gestion** **09/2004**
Institut d'Administration des Entreprises, Université Montpellier 2 (UM2)
Spécialités: Marketing industriel, Management stratégique, Management des organisations

Expérience académique

- **Chercheur postdoctoral, ingénieur de recherche** **09/2013 - présent**
LSMRC - MERCUR, Univ Lille Nord de France - SKEMA Business School, France. Institut du Marketing et du Management de la Distribution, Université Lille 2.
Pédagogie: Encadrements de mémoires de Master Management de la Distribution en alternance
Secrétariat de rédaction: Cahier Perspectives d'évolution du commerce et de la distribution, coordonné par Collin-Lachaud, I., *Revue Management & Avenir*, n° 71, juillet-août.
Collin-Lachaud, I. (ed.) (2014), *Repenser le commerce : vers une perspective socio-culturelle de la distribution*, EMS, Societing.
Valorisation de la Recherche :
 - Rédaction et diffusion de la Newsletter du centre de recherche MERCUR.
 - Organisation d'événements visant à renforcer les relations entre le centre de recherche et les entreprises et institutions de la Région.

- **Enseignant-chercheur en Marketing**
 ESCA School of Management, Casablanca, MAROC

Cours : Master Executive Education : Comportement du consommateur ; Etudes de marché.
 3^{ème} année : Comportement du consommateur ; Etudes et recherche en marketing.
 1^{ère} année : Fondements du marketing.

Pédagogie : Encadrements de mémoires de Master Marketing (Executive Education et parcours Grande Ecole ; Refonte des syllabi du cursus marketing du parcours Grande Ecole (de la 1^{ère} année au Master Marketing).

Autres : Représentant de l'Ecole à l'AABS 2012, Lagos Business School, NIGERIA.

09/2011 – 09/2013
- **Attaché Temporaire d' Enseignement et de Recherche**
 1/ Institut d'Administration des Entreprises de Montpellier, UM2

Cours : Master 1 : Marketing stratégique ; Etudes et diagnostic marketing ; Communication des entreprises.
 L3 (en anglais, DU pour étudiants internationaux) : International strategic marketing.

2/ Institut Universitaire de Technologie, département Techniques de Commercialisation, UM2

Travaux dirigés : Distribution ; Marketing du point de vente et merchandising.

09/2007 - 08/2009
- **Enseignant vacataire**
 Université Montpellier 3

Travaux dirigés : Marketing fondamental (Licence Commerce International, équivalent bachelor).

09/2006 - 01/2007
- **Boursier de thèse**
 Institut National de la Recherche Agronomique, Montpellier, FRANCE

Autres recherches : Structuration des achats de fruits et légumes frais de la grande distribution au MAROC (10/2004 - 08/2005) ; Enquête de terrain de 20 jours.
Financement : Ecoponics, Programme de l'Union Européenne INCO-MED2

Responsabilités : Coresponsable d'un module chaîne d'approvisionnement des produits frais (5^{ème} année de diplôme d'Ingénieur Agro-Manager ; co-habilité Montpellier SupAgro et EM Lyon)

Interventions : Master Recherche : Problèmes de coordination des systèmes de distribution agro-alimentaires dans les pays en développement ; Méthodes qualitatives et design des enquêtes de terrain : les études de cas multiples

12/2004 - 09/2007
- **Chargé de recherche** (Direction Dr. C. Peyroux et Dr. A. Nowakowska)
 Université Montpellier 3 ; Université de Lodz, POLOGNE ; ASCO/Joucomatic Lodz (groupe Emerson)

Sujet : Impact d'une filiale de multinationale sur le développement d'un milieu entrepreneurial local innovant

Financement : Programme Léonardo

Résultats : Enquête de terrain de 3 mois : mise en évidence de la diffusion de l'innovation par les pratiques relationnelles de la filiale avec ses fournisseurs locaux (développement d'un réseau local avec stratégie de développement fournisseur) et l' université technique.

03/2003 - 09/2003

Publications & communications

• Revues avec comité de lecture

Saucède F., Fenneteau H., Codron J.-M. (2014), Department upkeep and shrinkage control: two key variables in optimizing the performance of fruit and vegetables departments, *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 42, n° 8, p. 733-758 (CNRS : 3 ; Fnege : 3 ; AERES : B).

Saucède F., Codron J.-M., Fenneteau H. (2011), Les déterminants de la performance des rayons fruits et légumes : l'importance du management de la dégradation de la qualité des produits et de la présentation, *Economies et Sociétés, Série Agro-alimentaire, (AG)*, n° 33, septembre-octobre, p. 1763-1783 (Fnege : 4 ; AERES : C).

• Chapitres d'ouvrages

Herbert M., Collin-Lachaud I., Defives P., Robert I., Saucède F. (2014, à paraître), Faire ses courses alimentaires en 2025 en France : Vers une distribution liquide ?, in Collin-Lachaud, I. (ed.) (2014, à paraître), *Repenser le commerce : vers une perspective socio-culturelle de la distribution*, EMS, Societing, Cormelles-le-Royal.

• Conférences

Saucède F., Pardo C., Michel S. et Fenneteau H. (2014), The paradox of wholesalers' survival: an analysis through role and legitimacy in the context of the fruit and vegetables distribution networks, 30th IMP conference, Bordeaux, France, p. 1-29 [clé USB].

Saucède F. (2012), Managing the specificities of supermarkets' produce departments: a theory building approach based on the case study method, *The Association of African Business Schools Annual Meeting, Research and the Practice of Management 4*, Lagos, NIGERIA, 14-18 May 2012.

Saucède F., Chabin Y. (2006), La grande distribution face à la gestion de l'exception ? Le cas des fruits et légumes frais, *18èmes Journées Nationales des LAE*, Montpellier, 3-4 avril.

Saucède F. (2005), Does the end justify the means? Purchasing centralization-decentralization dilemma and retail store efficiency. The case of fresh fruit and vegetables in Mediterranean countries, *European School on New Institutional Economics*, Cargèse, 2-7 may.

• Expertises

Saucède F. (2012), Le management de la spécificité des rayons fruits et légumes, *Les études de FranceAgriMer, Prospective Filière française fruits et légumes*, FranceAgriMer - Interfel, décembre, pp. 40-42.

• Colloque doctoral

Saucède F. (2005), L'impact du dilemme centralisation - décentralisation des achats sur la gestion des rayons : le cas des fruits et légumes frais dans les pays méditerranéens, *Tutorat Doctoral Grand Sud*, Lyon.

• Thèses et mémoires

Saucède F. (2010), « Le management de la spécificité des rayons fruits et légumes : une modélisation inductive fondée sur la méthode des cas », sous la direction du Pr. H. Fenneteau et de J.-M. Codron, *UMR MOISA, CR2M, Université Montpellier 3*, 642 p.

Saucède F. (2004), « La prise en compte des relations interpersonnelles dans le processus d'interaction entre organisations non-concurrentes : le cas des personnes occupant un rôle frontalier », sous la direction du Pr H. Fenneteau, *Institut d'Administration des Entreprises de Montpellier, Université Montpellier 2*.

Autres activités professionnelles

- **Conseil** **03/2011 - 07/2011**
Ménage à trois (collectif de graphistes), Montpellier, Paris, FRANCE et Bruxelles, BELGIQUE
Missions: Diagnostiquer et optimiser la stratégie de communication marketing d'un détaillant (produits biologiques)
Elaborer un plan de communication annuel saisonnalisé pour structurer la prestation de service du partenaire
Concevoir un outil de pilotage et de reporting avec contrôle du budget de communication

- **Expertise** **01/2011**
FranceAgriMer, Groupe de prospective sur les Fruits et Légumes, Paris, FRANCE
(Etablissement national des produits de l'agriculture et de la mer agissant pour le compte de l'Etat français)
Mission: Apport d'expertise sur les implications des stratégies fruits et légumes des grands distributeurs pour les filières agricoles françaises.

- **Assistant manager achats et approvisionnements (stage)** **05/2003 - 08/2003**
ASCO/Joucomatic, Groupe Emerson, Lodz, POLOGNE (industrie du control des fluides)
 - Gérer les stocks et les commandes
 - Manager les relations avec les fournisseurs internationaux
 - Contribuer à l'amélioration de la précision des commandes en intégrant les performances des fournisseurs à l'outil informatique