



**JULIEN COUDER**  
Maître de conférences

Grenoble IAE

525 avenue centrale, 38400 Saint Martin d'Hères

www.grenoble-iae.fr

Email: julien.couder@grenoble-iae.fr

## ■ INTÉRÊTS DE RECHERCHE

---

- Marketing

## ■ DOMAINES D'ENSEIGNEMENT

---

- Marketing

## ■ TITRES ET DIPLÔMES

---

### Titres

- |             |   |
|-------------|---|
| Depuis 2019 | Attaché temporaire d'enseignement et de recherche, Grenoble IAE Graduate School of Management, France |
| 2015 - 2019 | Doctorant, Grenoble IAE Graduate School of Management, France   |

### Diplômes

#### Diplôme le plus élevé :

- |      |   |
|------|---|
| 2019 | Doctorat, Sciences de Gestion, Marketing, Université Grenoble Alpes, France<br><i>Design, qualité de la relation à la marque et terroir d'origine : le cas des produits régionaux</i> |
| 2015 | Diplôme National de Master, Sciences de Gestion, Marketing, Grenoble IAE Graduate School of Management, France  |

## ■ PUBLICATIONS SCIENTIFIQUES

---

### Présentations dans des conférences avec actes

- REYDET, S., COUDER, J., AGERON, B. et BARBOT, G. (2022). Perceived authenticity, umbrella destination brand, and daughter destination brand: an exploratory study of Lubéron perceived authenticity. Tunis: Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM), Tunisie.
- COUDER, J. et VALETTE FLORENCE, P. (2020). 'Terroir, My Beautiful Terroir, Why Do I Love Your Wine so Much?' A Quantitative Study Assessing Terroir's Ability to Increase Brand Relationship Quality.'. San Francisco: American Marketing Association, États-Unis d'Amérique.
- COUDER, J. et VALETTE FLORENCE, P. (2020). 'Terroir, My Beautiful Terroir, Is My Wine the Best One'? An Exploratory Investigation of Terroir Impacts on French Wine Consumers.'. San Francisco: American Marketing Association, États-Unis d'Amérique.
- COUDER, J. et VALETTE-FLORENCE, P. (2019). 'Terroir and its evocation: what a wine terroir of origin evokes? An exploratory qualitative study of the meanings of terroir products consumption'. Vancouver: Academy of Marketing Science Annual Conference, Canada.

COUDER, J. et VALETTE-FLORENCE, P. (2019). 'Le terroir et ses dimensions : Une étude exploratoire de l'impact des différentes dimensions du terroir sur le comportement des consommateurs de vin'. Le Havre: Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM), France.

*Participations à des conférences sans actes*

COUDER, J. et VALLETE-FLORENCE, P. (2018). 'Wine and its evocation: what a wine's terroir of origin evoke? An exploratory qualitative study of the sens of wine consumption'. 12th Annual AAWE Conference, Ithaca, New York, USA.; Etats-Unis d'Amérique.