Gauthier Casteran

Maître de conférences, section 06, Université de Limoges

Membre de l'Equipe de recherche CREOP UR 15561

TITRES ET DIPLOMES

2024 *Habilitation à Diriger des Recherches.* Université de Limoges, sous la direction du Pr Martine Hlady-Rispal.

Titre : Etude de l'évolution des attentes et des comportements des consommateurs face aux enjeux du numérique et de la RSE. Bilan et ouverture sur le champ de la logistique urbaine.

2017 *Qualification CNU* aux fonctions de Maître de Conférences

2016 *Doctorat en Sciences de Gestion*. Proposition pour prix de thèse. Thèse dirigée par le Professeur Lars Meyer-Waarden, Université Toulouse Capitole et le Maître de conférences Polymeros Chrysochou, Aarhus Business School.

2013 *Master 2 En Recherche Marketing*, IAE Toulouse (Mention Bien, Vice Major).

2012 *Master 1 In Economics*, Toulouse School of Economics.

Formations à la recherche

2019 AFM Publication Booster, Paris France, 12 Novembre.

2015 Participation au *Colloque doctoral de l'EMAC*. Leuven, Belgique, 24-26 Mai.

2015 Participation au *Colloque doctoral de l'AFM*. Marrakech, Maroc, 19-20 Mai.

AAP, BOURSES DE RECHERCHE

2022 Porteur de l'Appel à Projet Internationales P3I « Projet International Inter-Instituts ». 5 000€ obtenu.

2020 Porteur de l'Appel à Projet régional Nouvelle-Aquitaine « Vers une valorisation de l'écosystème entrepreneurial régional du Limousin ». 98 000€ obtenu.

2014 : Bourse pour un séjour de recherche décernée par la Aarhus School of Business and Social Sciences. 4500€ obtenu.

RESPONSABILITES PEDAGOGIQUES

Depuis 2023 Responsable du Parcours Excellence de la Licence de Gestion

Depuis 2017 Co-directeur du Master Management de l'Innovation, IAE Limoges

2020-2022 Responsable de Licence Professionnelle Management et Gestion des Organisations, parcours Encadrement de Chantier et Travaux Publics, IAE Limoges

RESPONSABILITES INSTITUTIONNELLES

Depuis 2023 Membre suppléant nommé CNU Section 06 Collège B

Depuis 2019 Premier élu liste Collège B au CA de l'IAE de Limoges
Depuis 2022 Directeur des Etudes, IAE Limoges

2020-2022 Directeur de la Communication, IAE Limoges

2018-2022 Directeur de la Stratégie Internationale, IAE Limoges

2022-2023 Porteur du projet de mise en place du Parcours Excellence de la Licence de Gestion en collaboration avec l'IUT de Limoges

2020-2023 Responsable du groupe thématique Management pour les Appels d'Offres Internationales, Université de Limoges

2019 Co-porteur du projet de mise en place de la filière d'ingénieur « Sciences des données et management des organisations » en collaboration avec l'école d'ingénieur ENSIL-ENSCI, Limoges

2019-2020 Porteur du projet de mise en place de la Licence Professionnelle Management et Gestion des Organisations, Parcours Encadrement de Chantiers de Travaux Publics

2016-2017 Représentant élu des doctorants au conseil de l'Ecole Doctorale de l'IAE Toulouse

---

ACTIVITES EDITORIALES

Reviewer pour le *Journal of Brand Management*

Reviewer pour le *Journal of Consumer Marketing*

Reviewer pour *Décisions Marketing*

Reviewer pour la *Revue de l'Entrepreneuriat*

Reviewer pour *Recherche et Applications en Marketing*

Reviewer de l'European Marketing Academy Conference

Reviewer de la Conférence de l'Association Française de Marketing

Reviewer de la Conférence Marketing Trends

Reviewer pour le prix de thèse ARIMHE

ENSEIGNEMENTS AU NIVEAU NATIONAL ET INTERNATIONAL,

Nombreuses matières enseignées : Marketing digital, Stratégie de prix, Etude de marché, Statistiques, Introduction au marketing, Mathématiques, Stratégie, Marketing de l'innovation, Innovation et comportement du consommateur, Simulation de gestion, CRM, Research Methodology, Informatique-outils, Mémoire de recherche et Interventions.

Public à tous les niveaux de formation initiale et en alternance (L2, L3, M1, M2) en français et anglais

Volume de cours d'environ 350h/an

VISITING INTERNATIONAL

Octobre 2014 - Janvier 2015 Laboratoire MAPP, Department of Business Administration, Aarhus School of Business and Social Sciences

PUBLICATIONS

Tableau de synthèse	Publié	
Revues à comité de lecture	**10**	
Chapitre d'ouvrages	**2**	
Colloques scientifiques avec actes	**32**	27 congrès internationaux
Séminaires	**3**	

LISTE CLASSEE DES PUBLICATIONS

- **Revues à comité de lecture**

Articles publiés

Casteran. G., & Ruspil, T., (2024) L'influence de stratégies de transparence dans le cadre de business models soutenables : étude des produits issus du commerce équitable. *Décisions Marketing,* 116(4), 131-150. (FNEGE 3)

De Tarragon, H., Hlady-Rispal, M., & **Casteran, G.,** (2024) Unraveling the Urban Ecosystem: An Ethnographic Study of Logistics Service Providers. *Journal of Supply Chain Management,* 60, 75-91. (FNEGE 2).

Casteran, G. and Ruspil, T. (2024), "How do dual sustainable-labeling strategies enhance products' perceived value?", *Journal of Product & Brand Management,* 33(7), 828-841. (FNEGE 4)

El Fallah El Quadmiry, S., Hlady-Rispal, M., **Casteran, G.,** (2024) L'écosystème de l'accompagnement entrepreneurial comme facilitateur de resilience. *La Revue des Sciences de Gestion* (FNEGE 4).

Casteran, G. (2024). The central role of price fairness for cost transparency strategy: What is the effect of conventional versus Fairtrade products and construal level? *Recherche et Applications En Marketing (English Edition),* 39(4), 2-26. (FNEGE 2).

Casteran. G., Acquatella, F., Hlady-Rispal, M., & Jolivet, V. (2023). Goal Congruence and Shopping Motivation Influence for In-store Mobile App. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 51(11), 1533-1551. (FNEGE 3)

Casteran, G., & Plotkina, D. (2023). The Importance of Perceived Proximity in Local Food Mobile Apps. *Journal of Food Products Marketing*, 29(5), 139-154 *(*Q1)

Acquatella, F., Hlady-Rispal, M., Jolivet, V., & **Casteran. G.** (2021). The business model tested by the digital paradigm. *American Journal of Management*.

Casteran, G., & Ruspil T. (2021). How can an organic label help private label?. *Journal of Consumer Marketing, 38*(2), 191-200. (FNEGE 4).

Casteran, G., Chrysochou, P., & Meyer-Waarden, L. (2019). Brand loyalty evolution and the impact of category characteristics. *Marketing Letters*, *30*(1), 57-73. (FNEGE 2).

- **Chapitres d'ouvrage**

De Tarragon, H., Hlady-Rispal, M., **Casteran, G** (2024). Mieux appréhender le concept de modèle d'affaires durable à travers l'exemple d'une PME du secteur de l'industrie automobile. In *La soutenabilité du développement durable à l'épreuve de regards croisés Droit & Gestion*. Ouvrage coordonné par Martine Hlady-Rispal et Christophe Godowski. Les PULIM.

El Fallah El Quadmiry S., Hlady-Rispal M., **Casteran, G.** (2023). *"L'écosystème entrepreneurial et le rebond de l'entreprise",* dans Laufaurie, K & Rivet, A. *RÉSILIENCE, REBOND DES TPE ET PME EN DIFFICULTÉ, Faut-il sauver l'entreprise quoi qu'il en coûte ? Regards croisés Droit et Gestion.* L'Harmattan.

- **Colloques scientifiques avec actes**

De Tarragon, H., Hlady-Rispal, M., **Casteran, G.** (2024). *A different perspective on Logistics Service Providers as members of a City Logistics Ecosystem.* 15ème Conférence AIRL-SCM, La Rochelle, France, 29-31 Mai.

De Tarragon, H., Hlady-Rispal, M., **Casteran, G.** (2023). *Relever de défi d'un modèle durable en entreprise : le cas d'une PME de l'industrie automobile*. 13e congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation, Strasbourg, France, 29-30 Juin.

De Tarragon, H., Hlady-Rispal, M., **Casteran, G** (2022). *Relever le défi d'un modèle durable en entreprise : le cas d'une PME de l'industrie automobile*. Journée des études doctorales CREOP regards croisés Droit-Gestion sur le développement durable, Limoges, France, 25 Novembre.

El Fallah El Quadmiry, S., Hlady-Rispal, M., **Casteran, G** (2022). *Dans quelle mesure un écosystème entrepreneurial contribue-t-il à l'accompagnement des entrepreneurs dans une société en mutation : une lecture par la théorie de la traduction*. Comprendre et agir dans une société en mutation, Puteaux, France, 25 Février.

Ruspil, T., **Casteran, G.,** (2022). *Impact of a (multi-)labeling strategy for private label brands on perceptions and willingness to pay: the moderating role of the consumer's perceived understanding the labels*. 51ème European Marketing Academy Conference, Budapest, Hongrie, 24-27 Mai

Ruspil, T., **Casteran, G.,** (2022). *Impact of a (multi-)labeling strategy for private label brands on perceptions and willingness to pay: the moderating role of the consumer's perceived understanding the labels*. 38ème Conférence de l'AFM, Tunis, Tunisie, 18-20 Mai

Casteran, G., Acquatella, F., Jolivet, V., Hlady-Rispal, M. (2022). *The impact of goal congruence on in-store mobile app ad perceptions and subsequent product purchase intention. What is the moderating role of shopping motivation?*. 38ème Conférence de l'AFM, Tunis, Tunisie, 18-20 Mai

El Fallah El Quadmiry, S., Hlady-Rispal, M., **Casteran, G** (2021). *Dans quelle mesure un écosystème entrepreneurial contribue-t-il à l'accompagnement des entrepreneurs dans une société en mutation : une lecture par la théorie de la traduction*. Journée d'étude "Regards croisés Droit et Gestion". Résilience, Rebond des TPE et PME en difficulté. Faut-il sauver l'entreprise quoiqu'il en coûte ? Regards croisés Droit et Gestion. Limoges, France, 19 Novembre.

Acquatella, F., Hlady-Rispal, M., Jolivet, V., **Casteran. G.,** (2020). *The business model tested by the digital paradigm.* RENT XXXIV. Research in Entrepreneurship and Small Business - Entrepreneurship in the Digital Era. Online Conference, 18-20 Novembre.

Acquatella, F., Hlady-Rispal, M., Jolivet, V., **Casteran. G.,** (2020). *Le business model à l'épreuve du paradigme numérique*. AIM, Marrakech, Maroc, 10-12 Juin.

Ruspil, T., **Casteran, G.,** (2020). *Going organic, Fairtrade or both: what's best for vice and virtue products?.* 35ème Conférence de l'AFM, Biarritz, France, 5-7 Mai.

Ruspil, T., **Casteran, G.,** (2020). *Going organic, Fairtrade or both: what's best for vice and virtue products?.* 49ème European Marketing Academy Conference, Budapest, Hongrie, 26-29 Mai.

Casteran, G., Plotkina, D., (2020). *The impact of perceived proximity on local products' apps.* 35ème Conférence de l'AFM, Biarritz, France, 5-7 Mai.

Casteran, G., Plotkina, D., (2020). *Can you near me: perceived proximity and the intention to use mobile applications to consume local products.* 49ème European Marketing Academy Conference, Budapest, Hongrie, 26-29 Mai.

Busca, L., **Casteran, G.,** Massa, C., Plotkina, D., (2019). *The impact of organic private label on retailer perceptions and recommendation and shopping intent towards a retailer***.** 35ème Conférence de l'AFM, Le Havre, France, 15 Mai – 17 Mai.

Busca, L., **Casteran, G.,** Massa, C., Plotkina, D., (2019). *The impact of organic private label on retailer perceptions and recommendation and shopping intent towards a retailer***.** 48ème European Marketing Academy Conference, Hambourg, Allemagne, 28 Mai – 31 Mai.

Casteran, G., Busca, L. (2018). *The impact of organic private label image on retailer brand image.* 34ème Conférence de l'AFM, Strasbourg, France, 16-18 Mai.

Casteran, G., Busca, L. (2018). *The impact of organic private label image on retailer brand image.* 47ème European Marketing Academy Conference, Glasgow, Ecosse, 29 Mai – 1 Juin.

Casteran, G., (2018). *Les labels : une creation de valeur différenciée pour les consommateurs.* **Invited Keynote Speaker**, Colloque Internationale « Management de l'innovation : entre création de valeur et enjeux statégiques », El Jadida, Maroc, 18-19 Avril.

Chrysochou, P., **Casteran, G**., Meyer-Waarden, L. (2016). *The Signaling Effect of Price on Private Label and Organic Food Brands.* 45ème European Marketing Academy Conference, Oslo, Norvège, 24-27 Mai.

Casteran, G., Ruspil T. (2016). *The impact of adding an organic label for private label brands. An investigation on the effect on perceived value for money and brand loyalty.* 45ème European Marketing Academy Conference, Oslo, Norvège, 24-27 Mai.

Casteran, G., Ruspil T. (2016). *The impact of adding an organic label for private label brands. An investigation on the effect on perceived value for money and brand loyalty.* 32ème Conférence de l'AFM, Lyon, France, 18-20 Mai.

Casteran, G., Chrysochou, P., Meyer-Waarden, L. (2015). *The impact of market-related drivers on brand loyalty. A longitudinal investigation with panel data*. 44ème European Marketing Academy Conference, Leuven, Belgique, 26-29 Mai.

Chrysochou, P., **Casteran, G**., Meyer-Waarden, L. (2015). *The impact of price on behavioural loyalty on organic food brands*. 44ème European Marketing Academy Conference, Leuven, Belgique, 26-29 Mai.

Busca, L., **Casteran, G**., Ruspil, T. (2015). *Crafting the value of the link: practices, inscriptions and hierarchical position in modding communities*. 31ème Conférence de l'AFM, Marrakech, Maroc, 20-22 Mai.

Busca, L., **Casteran, G**., Ruspil, T. (2015). *Crafting the value of the link: practices, inscriptions and hierarchical position in modding communities*. 44ème European Marketing Academy Conference, poster session, Leuven, Belgique, 26-29 Mai.

Casteran, G., Chrysochou, P., Meyer-Waarden, L. (2015). *The impact of market-related drivers on brand loyalty. A longitudinal investigation with panel data*. 31ème Conférence de l'AFM, Marrakech, Maroc, 20-22 Mai.

Busca, L., **Casteran, G**., Ruspil, T. (2014). *Les communautés de modders : une recherche de reconnaissance professionnellement organisée mais irrationnelle.* A la 13ème journée de recherche d'E-Marketing, Paris, France, 12 Septembre.

Casteran, G., Chrysochou, P., Meyer-Waarden, L. (2014). *A longitudinal analysis of brand loyalty*. 30ème Conférence de l'AFM, Montpellier, France, 14-16 Mai.

Casteran, G., Chrysochou, P., Meyer-Waarden, L. (2014). *Does Brand Loyalty Decline? Investigating Brand Loyalty Evolution and the Role of Product Category Characteristics*. 43ème European Marketing Academy Conference, Valence, Espagne, 3-6 Juin.

Casteran, G., Casteran, H., Chrysochou, P., Meyer-Waarden, L. (2014). *Do organic brands develop higher excess loyalty ? An empirical investigation with GfK panel data.* "Is the Digitally Empowered Customer a Happy Customer?", Montpellier, France, 12-14 Mai.

Casteran, G., Chrysochou, P., Meyer-Waarden, L. (2013). *Has brand loyalty declined? A longitudinal analysis of repeat purchase behaviour of private label and national brands.* MAPP Workshop 2013, Middelfart, Danemark, 22-23 Mai.

- **Séminaires/ Colloques**

Casteran G., (2016). Membre de l'équipe d'organisation des conférences *ICRM* et *JTM*. Toulouse, France, 6-9 Septembre.
Casteran G., (2015). Participation au *Colloque doctoral de l'EMAC*. Leuven, Belgique, 24-26 Mai.
Casteran G., (2015). Participation au *Colloque doctoral de l'AFM*. Marrakech, Maroc, 19-20 Mai.
Casteran G., (2015). Organisateur et participant du workshop *Relation et Gouvernance en Marketing*. Toulouse, France, 6 Juillet.

- **Travaux académiques**

Thèse

Casteran G., (2016), *An empirical investigation of antecedents of brand loyalty: The role of product category, marketing mix and consumer related characteristics in the light of niche brands proliferation.*

Sous la direction du Professeur Lars MEYER-WAARDEN, Université Toulouse Capitole,

Et du Maître de Conférences Polymeros CHRYSOCHOU, Aarhus Business School,

Rapporteurs : Christophe BENAVENT, Professeur à l'Université Paris Ouest,

Gilles N'GOALA, Professeur à l'Université de Montpellier,

Suffragants : Anne ter BRAAK, Maître de conférences à KU Leuven,

Eric VERNETTE, Professeur à l'Université Toulouse Capitole, Président du jury.

Obtenue avec proposition pour prix de thèse.

Mémoire de recherche

Casteran G., (2013). *Has brand loyalty declined? A longitudinal analysis of repeat purchase behavior of private label and national brands.*, Mémoire de recherche, Université Toulouse Capitole. ***Lauréat du Prix Spécial du Jury Du Cercle Marketing Direct, 2014.***

ACTIVITES ENCADREMENT

Encadrement de thèses	3	1 co-encadrement en cours

Ibnou Fall. Expliquer les leviers d'une implémentation de la stratégie RSE des entreprises multinationales. 2017-2022, Thèse arrêtée en 2022

Sarah El Fallah El Quadmiry. Vers une valorisation de l'écosystème entrepreneurial régional du Limousin en Nouvelle- Aquitaine. Contrat doctoral 2020-2023. Thèse arrêtée en 2023

Hugo De Tarragon. Nouvelles règles de contrôle de la logistique et transformation durable de la logistique urbaine. Thèse CIFRE 2022-2025. Soutenance prévue en juin 2025.

Encadrement de mémoires	105	15 encadrements de mémoires M1 et M2/an (2017-2023)

PARTICIPATION A DES COMITES

- **CDS**

2023 Président CDS poste 4488 Maître de Conférences en Marketing Numérique, entrepreneuriat et innovation, IAE Limoges

2023 Vice-président CDS poste de Professeur agrégé en économie et gestion – Option B – Finance et Contrôle, IAE Limoges

2021 Membre CDS Maître de Conférences poste en Gestion des Ressources Humaines, IAE Limoges

2020 Membre CDS Maître de Conférences poste en Sciences de Gestion, Université Lyon 1

2020 Membre CDS Maître de Conférences poste en Entrepreneuriat Social, IAE Limoges

- **Comités de suivi de thèse**

Depuis 2019 Doctorants CREOP UR 15561

AUTRES ACTIVITES

- **Vidéos institutionnelles**

2021 Interview dans un reportage sur l'IAE Limoges (chaîne 7àLimoges)

- **Relations entreprises**

2021 Responsable de la gestion des partenariats IAE Limoges (Urssaf, Kiabi…)

- **Actions de communications**

2022 Gestion et suivi de la refonte du site Internet de l'IAE Limoges