

## CURRICULUM VITAE DETAILLE

### Etat civil

#### **Thérèse ALBERTINI**


Maître de Conférences en gestion à l'Université de Corse

46 ans. En couple. 1 enfant. Nationalité française

Chercheur CNRS à l'UMR LISA 6240

Adresse professionnelle : Université de Corse IUT de Corte. Campus Grimaldi  
BP 52 - 20250 Corte

Adresse personnelle : Lieu dit Ludinca – Lot St Pierre  
20290 Lucciana

 : 06-81-59-25-05 (Personnel) ou 04 95 45 00 63 (Professionnel)

e-mail : therese.albertini@wanadoo.fr ou [albertin@univ-corse.fr](mailto:albertin@univ-corse.fr)



### Titres et responsabilités

#### **Fonctions**

Depuis juin 1999 : Maître de Conférences à l'Université de Corte

1995-1999 : Vacataire (avec bourse de recherche) puis ATER (Attaché Temporaire à l'Enseignement et à la Recherche) à l'UFR de Droit, Sciences Economiques et de Gestion à l'Université de Corte

1995 : Vacations à l'Institut Méditerranéen de Formation (IMF) de Borgo

1992 – 1994 : Hôtesse à la Chambre de Commerce de Bastia durant la saison estivale.

#### **Diplômes et titres universitaires**

2000 : 3ème prix de thèse de l'ANDESE (Association Nationale des Docteurs ès Sciences Economiques et en Sciences de Gestion)

Janv 1999 : Doctorat en Sciences de Gestion sous la direction du Professeur Jacques Orsoni. « Le comportement du consommateur face à l'arbitrage prix/services. Influence des variables situationnelles sur les choix ». Mention très honorable avec les félicitations à l'unanimité des membres du jury (J. Jallais, Y. Négro, J. Orsoni, J.M. Peretti, M. Rombaldi)

1994 : D.E.A Organisation Industrielle et Financement de la Production. Université Nice Sophia Antipolis (Mention Bien). Mémoire sur le processus d'imitation des firmes industrielles.

1993 : Maîtrise de Sciences Economiques Université de Corse (Mention Bien, Major de promotion). Mémoire sur la diversification des firmes.

1992 : Licence de Sciences Economiques Université de Corse (Mention A.B)

1991 : Deug Sciences Economiques Université de Corse (Mention A.B)

### **Stages de formation**

Stage logiciel N°VIVO à l'Université de Corse sur le traitement des données dans une étude qualitative

Stage au C.I.S.I.A à Paris « Formation approfondie aux méthodes d'analyse des données ».

Stage sur les équations structurelles « Utilisation sur AMOS de l'analyse de seconde génération ».

Formation tuteur en apprentissage (2008 et 2012).

Séminaire sur la méthode de cas avec la centrale des IUT.

Séminaire pédagogique sur la création d'entreprise avec la centrale des IUT.

### **Ingénierie pédagogique**

Préparation et montage d'un dossier d'habilitation au ministère d'un master 2 marketing (2011-2012).

Préparation et montage d'un dossier d'habilitation au ministère d'une licence professionnelle commerce (2002).

Préparation et montage d'un Diplôme Universitaire (D.U) « Management des Ressources Humaines » en partenariat avec un institut de formation installé à Casablanca (2000).

### **Responsabilités et encadrements**

A l'UMR-LISA : Responsable de l'opération de recherche OTCR (Organisation des Territoires et Comportements Responsables) depuis 2011

Membre du Comité de rédaction de la revue AME depuis juin 2014

A l'IUT : Responsable de la Licence Professionnelle Commerce (2002 et 2010)

Chef de département du DUT GEA à l'IUT de Corte (2003-2006)

Membre élu du conseil d'administration de l'IUT (2002-2007)

Encadrement de projets tuteurés

Encadrements stagiaires et apprentis

A l'EGC Membre du conseil de perfectionnement de l'Ecole de Gestion et de Commerce (EGC) de Bastia (2002)

A l'IAE : Responsable d'un Master 2 marketing (ouverture septembre 2013)

Membre du conseil d'administration (2000-2003)

Responsable du DESS CAAE de l'IAE de Corse (2002)

Encadrements mémoires et stages

A l'Université : Membre élu du conseil Scientifique de l'Université de Corse depuis 2011

Membre du conseil de gestion de la fondation Universitaire 2011-2015

Membre élu du conseil d'administration de l'Université de Corse 2003-2011

Membre du comité de pilotage de la création de la fondation Universitaire de Corte (2009-2010)

### **Domaines d'enseignement**

- ✓ Marketing fondamental / Marketing agroalimentaire / Etudes de marché, Etudes et Recherches Commerciales, Techniques d'enquêtes, Analyse de données dans SPSS / Comportement du consommateur / Stratégie d'entreprises (séminaire) / Projet (en collaboration) de création virtuelle d'entreprise

*Niveaux* : EGC (Ecole de Commerce), DUT, Licence, Master 1 Sciences du Management, Master 2 Marketing

## Recherche

### Centres d'intérêts actuels de recherche

Comportement du consommateur et produits biologiques ; Marketing agroalimentaire/comportement alimentaire ; Consommation infantile alimentaire ; Marques régionales/Marques territoriales ; Marketing en TPE/PME, enseignement et entrepreneuriat

### Encadrements scientifiques des étudiants de Masters en 2015-2016

Canava Joséphine, *Le sentiment d'appartenance comme motivation d'achat des marques régionales ?*, Note de recherche, Master 2 marketing, mars 2016

Aurore Cardosi, *Le label Ecocert - un vecteur de communication pour une PME agroalimentaire*, Note de recherche, Master 2 marketing, mars 2015

Muriel Santoni, *Le marketing de la rareté et les produits alimentaires régionaux*, Mémoire, Master 2 marketing, septembre 2015

Jean Fennech, *La perception des MDD Terroir par le consommateur*, Mémoire, Master 2 marketing, septembre 2015

### Participations jurys de thèse

Hmad Ouaddi, *L'impact de la publicité télévisée sur le comportement de l'enfant marocain dans le processus d'achat familial*, Université de Corse. Directeur de thèse : Pr Jacques Orsoni

Nathalie Lameta, *La prise en compte de la variable environnement dans les stratégies des firmes : une application au secteur alimentaire*, Université de Corse. Directeur de thèse : Pr Paul-Marie Romani

### Liste des publications et travaux divers

#### ⇒ Travaux universitaires

1. Thèse de Doctorat ès Sciences de Gestion « Le comportement du consommateur face à l'arbitrage prix/services. Influence des variables situationnelles sur les choix » sous la Direction du Pr Jacques Orsoni. Mention très honorable avec les félicitations à l'unanimité des membres du jury (J. Jallais, Y. Négro, J. Orsoni, J.M. Peretti, M. Rombaldi), Janvier 1999.
2. Mémoire de DEA « Processus d'imitation et performances économiques », sous la direction d'A. Torre, 1995.
3. Mémoire Maîtrise « Les stratégies de diversification des firmes », sous la direction de JP. Fines, 1994

#### ⇒ Ouvrages individuels et collectifs

4. Albertini T., Fabiani T., Lameta N. (2015) : « *Petit traité d'entrepreneurs Corses aux futurs entrepreneurs* », Edition Albiana.
5. Albertini T., Fabiani T. Lima M. (2012) : "Customer Language Proficiency" : an empirical method for small businesses in *Research at the Marketing/Entrepreneurship Interface*, Editors Eggers F, Hills E. G., Andreassi T.
6. Participation en 2005 et 2012 à la réactualisation de l'ouvrage de « *Marketing* » de Helfer J.P., Orsoni J., 12<sup>ème</sup> Ed. Vuibert, parution en mai.
7. Rédaction en ligne (sur site internet) des réponses aux questions contenues dans la 12<sup>ème</sup> édition de l'ouvrage « *Marketing* » de Vuibert, 2012
8. Albertini T., Bereni D. (2010) : *Consommation et Développement Durable en Corse : De l'anxiété alimentaire à l'alimentation infantile biologique*, Ouvrage collectif CNRS « le Développement Durable et la Corse », juin, pp.221-230.
9. Albertini T., Helfer J.P., Orsoni J. (2008) : *Dictionnaire de marketing*, 3<sup>ème</sup> édition, Ed. Vuibert.

10. Peretti J.M. et al. (2006) : *Richesses de la diversité : Regards croisés en l'honneur du professeur Jacques Orsoni*, Participation à la rédaction de l'hommage au Professeur Jacques Orsoni, Ed. Vuibert.
11. *La Méditerranée, d'hier à demain* (2003), ouvrage collectif, Ed. Albiana, Contribution « *Distribution Services : Seeking a definition* ».

⇒ Publications dans des revues à comité de lecture

12. Albertini T., Bereni D., Luisi G. (2016) : La Marque Territoriale Régionale : Quels enjeux pour le territoire ?, *Revue Annales Méditerranéennes d'Economie (AME)*, n°3, mars, pp. 9-25.
13. Albertini T., Bereni D., Pieri X. (2015) : Le recours au bio dans le fait maison destiné aux 4-36 mois. Identification des variables explicatives du choix des parents, *RFM*, mars, vol. 1, n° 251, pp. 21-41.
14. Albertini T., Fabiani T. (2012) : Le marketing intégré en TPE. Présentation et premières retombées de la méthode du « Parler Courant Client » (PCCL), *Revue Internationale PME*, vol. 25, n° 2, pp. 41-75.
15. Albertini T., Anteblian B, Bereni D. (2011) : L'intégration des marques régionales dans la stratégie d'assortiment des Grandes et Moyennes Surfaces Alimentaires : entre dynamisme, contraintes et opportunités, *Revue Décisions Marketing*, n° 62, Avril –Juin, pp. 43-55.
16. Albertini T., Bereni D. (2010) : Alimentation infantile et comportement des jeunes parents en région méditerranéenne Française. Une application aux produits biologiques, *Revue Annales Méditerranéennes d'Economie (AME)*, n° 2, juillet, pp. 83-103.
17. Albertini T. (2000) : Le consommateur et l'arbitrage prix/services, *Revue Vie et Sciences Economiques*, septembre.

⇒ Communications (à comité de lecture)

18. Albertini T., Bereni D., Luisi G. (2015) : La marque territoriale régionale : Une marque globale de valorisation d'un territoire ou un nouveau label de qualité pour la production locale ? *Workshop agritourisme – entre identité et développement*, Corte, 5 et 6 novembre.
19. Albertini T., Fabiani T. Lameta N., Orsoni J. (2015) : Susciter l'envie d'entreprendre chez les étudiants. La perception des Universitaires impliqués dans les démarches entrepreneuriales. Une application à l'Université de Corte, *9<sup>e</sup> Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation*, Nantes, 20-22 mai.
20. Albertini T., Bereni D., Luisi G. (2015) : Marketing territorial : Comment rendre une Marque Territoriale Régionale (MTR) attractive en tenant compte de l'image région ?, *4<sup>ème</sup> colloque AIRMAP « Les nouveaux territoires du management public »*, Lyon, 28-29 mai.
21. Albertini T., Bereni D., Luisi G. (2015) : La Marque Territoriale Régionale (MTR) : Quelle attractivité ?, *1<sup>ère</sup> Journée de Recherche en Marketing du Grand Est*, Dijon, 27 mars.
22. Albertini T., Fabiani T., Lameta N. (2014) : Susciter l'envie d'entreprendre chez les étudiants : La perception des Universitaires impliqués dans les démarches entrepreneuriales. Une application à l'Université de Corse, *2<sup>ème</sup> Journée « PME et Territoire (parrainée par l'AIREPME) - Enjeux et perspectives de la mise en réseau »*, workshop, CNRS UMR LISA 6240, Corte, Juillet.
23. Albertini T., Bereni D., Luisi G. (2013) : « De la Marque Territoriale à la Marque Régionale Territoriale. Quels enjeux pour un territoire ? », *1<sup>ère</sup> Journée « PME et Territoire - Enjeux et perspectives de la mise en réseau »*, workshop, CNRS UMR LISA 6240, Corte, Juillet.
24. Albertini T., Fabiani T., Lameta N. (2013) : 'The role of Academics to foster students' entrepreneurship in Universities. The example of a little French university', *21st Century Academic Forum Conference at Harvard*.
25. Albertini T., Bereni D., Fabiani T., Furt J.M., Terramorsi P., (2013) : Regards de dirigeants TPE-PME sur la mobilité salariale, *CNR 2013*, IUT, Session Poster, Juin.
26. Albertini T., Fabiani T., Lameta N., Orsoni J. (2013) : Comment soutenir l'envie d'entreprendre chez la population estudiantine ? Une application à l'Université de Corse, *CNR 2013*, IUT, Juin.

27. Albertini T., Fabiani T., Lima M. (2012) : "Customer Language Proficiency" : an empirical method for small businesses, *Global 2011 Research Symposium on Marketing and Entrepreneurship*, Rio de Janeiro, Brazil, August 11 et 13.
28. Albertini T., Bereni D., Pieri X. (2011) : L'intégration du bio dans le repas « fait maison » destiné aux 4-36 mois de l'enfant. Mesure des variables explicatives par le biais d'un modèle de régression logistique, *Congrès Association Française de Marketing (AFM)*, Bruxelles, Mai.
29. Albertini T., Bereni D. Pieri X. (2011) : Mesure des variables explicatives de l'utilisation d'ingrédients biologiques par les parents lors de la préparation des repas de jeunes enfants (4-36 mois), *1<sup>ère</sup> journée de recherche des IUT sur la commercialisation*, Paris St Denis, Mars.
30. Albertini T., Fabiani T. (2010) : Le « Parler Courant Client » (PCC) : Une réponse à la diversité des attentes des TPE en marketing ? Présentation et premières retombées de la méthode. *6<sup>èmes</sup> Rencontres Internationales de la Diversité*, IAE de Corte, Octobre.
31. Albertini T., Bereni D. (2010) : L'enfant-consommateur dans la recherche marketing : diversité des segments et voies de recherche dans le domaine de l'alimentation infantile, *6<sup>èmes</sup> Rencontres Internationales de la Diversité*, IAE de Corte, Octobre.
32. Albertini T., Fabiani T. (2010) : Comment aider les TPE/PME à mieux comprendre son (ses) segment(s) de client(s) ? Présentation de la méthode du « Parler Courant Client » (PCC), *16<sup>ème</sup> Colloque National de la Recherche dans les IUT (CNR'IUT)*, Angers, 9, 10 et 11 Juin.
33. Albertini T., Bereni D., Pieri X. (2010) : L'intégration des produits bio dans la préparation des repas pour les 4-36 mois : A la recherche de variables explicatives du comportement des jeunes parents, *15<sup>èmes</sup> Journées de Recherche en marketing de Bourgogne (JRMB)*, IAE de Dijon, Novembre.
34. Albertini T., Bereni D. (2009) : Les choix d'alimentation infantile des jeunes parents : Vers une alimentation industrialisée ?, *5<sup>èmes</sup> journée AFM « Marketing Agroalimentaire »*, IAE Montpellier, Avril.
35. Albertini T., Bereni D. (2008) : Marques régionales et diversité de l'offre dans l'assortiment des détaillants, *4<sup>èmes</sup> Rencontres Internationales de la Diversité*, IAE de Corte, Octobre.
36. Albertini T., Bereni D. (2008) : Préoccupation sanitaire et alimentation infantile : Une étude exploratoire sur le marché des produits biologiques, *13<sup>èmes</sup> Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne*, Dijon, Novembre.
37. Albertini T., Bereni D., Filser M. (2006) : Politique d'assortiment des détaillants et statut des marques régionales, *9<sup>ème</sup> colloque Etienne Thil*, La Rochelle
38. Albertini T., Bereni D. (2005) : Les colas d'inspiration régionale : Entre imitation et créativité, *10<sup>èmes</sup> Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne*, Novembre.
39. Albertini T., Novella K (2005) : Le suivi des cohortes dans les IUT : Une application à la Corse, *CNR'IUT*, Mai.
40. Albertini T. Bereni D. (2003) : Influence des spécificités régionales sur la consommation environnementale, *3<sup>ème</sup> Congrès International Identités et Environnement en Méditerranée*, Tunis.
41. Albertini T., Bereni D. (2003) Le comportement de l'acheteur/consommateur face aux produits respectueux de l'environnement. Une application aux produits biologiques alimentaires, *8<sup>èmes</sup> Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne*, Dijon.
42. Albertini T., Bereni D. (2002) : Le consommateur et les produits « bio », *2<sup>ème</sup> Congrès International Environnement et Identité en Méditerranée*, Corte.
43. Albertini T. (2000) : La « tâche » d'achat : Un concept et un instrument au service de la typologie et de la segmentation des groupes de consommateurs, *XV<sup>èmes</sup> journées nationales des IAE*, Bayonne – Biarritz.
44. Albertini T. (1999) : Vers un modèle explicatif de l'arbitrage prix/services. L'influence des caractéristiques de la « tâche » d'achat, *Colloque sur le thème des prix*, Tours
45. Albertini T. (1999) : La « tâche » d'achat. Un facteur explicatif de l'arbitrage prix/services, *Colloque Etienne Thill, la Rochelle*.
46. Albertini T. (1999) : L'impact des NTIC sur la conception de territoire et le comportement des individus. Application à la région Corse, *Colloque Intereg II*, Université de Corte

47. Albertini T. (1998) : L'influence des caractéristiques de la « tâche » d'achat sur l'arbitrage prix/services et le choix d'une formule, *Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne (JRMB), Dijon.*

⇒ Posters et autres productions

48. Animation d'un séminaire DTDD sur la marque territoriale, Mai 2016
49. Contribution à l'étude régionale sur les systèmes alimentaires méditerranéens, Chaire Unesco Alimentations du Monde, Janvier 2016
50. Co-rédaction d'un dossier de chaire formation/recherche sur la thématique de l'entrepreneuriat-étudiant –Chaire PEET (Programme Entrepreneuriat Etudiant et Territoire), 2016.
51. Co-rédaction d'un dossier de demande d'aide Européenne (DAE). Intitulé du projet « *Répertoire Scientifique Répertoire et Opérationnel des pratiques coopératives de TPE/PME (RESO TPE/PME)* », 2016
52. Interviews dans une radio et un journal local sur la marque territoriale régionale, 2015
53. Participation à la fête de la science, octobre 2015. Intitulé de l'atelier : Sensibilisation à la gestion d'entreprise et à l'entrepreneuriat par la mise en situation.
54. Participation aux échanges des journées organisées par la « chaire attractivité et nouveaux marketing territorial », Aix-en-Provence, Octobre 2015
55. Conférence-débat en juin 2015 sur le thème « La Marque Territoriale Régionale ; Quel intérêt pour un territoire ? », Bastia.
56. Contribution à la rédaction du document de présentation des opérations à financer dans le cadre du CPER/PO-FEDER 2014-2020 (opération OTCR)
57. Albertini T, Bereni D., Fabiani T. (2013). Le cas Nicoté : Une entreprise insulaire au carrefour de décisions importantes, *CCMP*.
58. Contribution au débat citoyen co-organisé par la FRES et le CCSTI A Meridiana (2012), Intitulé de la présentation « *Le consommateur insulaire et le bio* ».
59. Contrat de recherche avec la CGPME (2012) « *la mobilité des salariés* », Présentation aux partenaires sociaux, juin.
60. Participation aux *Journées Jeunes Chercheurs CNRS, UMR-LISA 6240*, Université de Corse, 2011 – Intitulé de l'atelier : Les sondages : à quoi ça sert ?
61. Albertini T. Terramorsi P. (2011) : La matrice SWOT : Un outil stratégique pour la recherche ?, Séminaire de présentation à l'équipe « Identités et Cultures » de l'UMR LISA, Corte.
62. Albertini T., Bereni D. (2010) : Les baby food biologiques (BFB) : Quelle prise en compte dans la consommation des 4-36 mois ?, *Congrès Association Française de Marketing (AFM)*, Session Poster, Le mans, Mai.
63. Albertini T., Bereni D. (2009) : L'hospitalité touristique, Workshop, Aix-en-Provence, juin.
64. Interview télévisée en octobre 2010 pour France 3 Corse sur la thématique de reportage *La Corse fait-elle vendre ?*
65. Interview sur portail professionnel (marques régionales) en 2009, Interview de Serge-Henri Saint-Michel, Marketing de la provenance : la Corse, symboles, typicité et identité des marques, [www.marketing-professionnel.fr](http://www.marketing-professionnel.fr).
66. Maupertuis M.A., Albertini T., Casabianca A., X. Pieri X. (2007) : *Les usages TIC de petits établissements insulaires : l'exemple des PME corses*, Séminaire Lyon, 14-15 juin.
67. Maupertuis M.A., Albertini T., Casabianca A., X. Pieri X. (2007) : *Étude des usages et pratiques des technologies de l'information et de télécommunication par les PME corses*, Séminaire Université de Corse, Présentation du rapport intermédiaire dans le cadre de l'APR « Mutations, Recompositions Territoriales et Politiques de Développement Durable », Juillet.
68. Participation à un projet de recherche sur les Dauphins (2003-2005) - Contribution à l'étude qualitative sur le *ressenti des pêcheurs professionnels face aux interactions des dauphins avec les filets de pêche*.
69. Albertini T. (2004) : Le comportement du consommateur et le bio, CNR'IUT, Session Poster, Mai.
70. Parutions d'articles dans les revues et les journaux locaux (Corse – *Matin Hebdo*, *Annu Corsu*).

71. Participation à la lettre Corse, journal en ligne mis en place par Jean-Louis Andréani, <http://www.lalettrecorse.com/>.
72. Etude de marché en 2010 sur le recensement des chœurs en Corse, en collaboration avec le Centre polyphonique de Sartène.
73. Participations à de multiples enquêtes sur demande de l'université de Corse. Trois illustrations :
  - *Collaboration à l'enquête entreprise en 2009 sur le devenir des diplômés de 2005 de l'Université de Corse mise en œuvre par la Plateforme d'Orientation et d'Insertion Professionnelle (POIP).*
  - *Construction d'un questionnaire de satisfaction (2008) sur I Ragguagli (journal information de l'Université de Corse)*
  - *Implication lors de l'enquête d'opinion sur l'Université de Corse réalisée par l'IPSOS (2007)*