

Ahmed Benmecheddal

Email : ahmed.benmecheddal@univ-lille.fr

Maître de Conférences

FONCTIONS EXERCÉES

- ✓ **Depuis Sept. 2016** : Maître de Conférences - Institut du Marketing et du Management de la Distribution - Université de Lille.
 - Suivi de mémoire / en entreprise, Master 2
 - Comportement du consommateur, Master 1
 - Management des organisations, Licence 3
- ✓ **Depuis Sept. 2016** : Visiting Professor à l'École Supérieure Algérienne des Affaires.
- ✓ **Sept. 2014 - Aout 2016** : ATER - Institut du Marketing et du Management de la Distribution - Université de Lille.
- ✓ **2013 - 2015** : Cours Magistraux « Social Marketing », Master 2 Majeure Alternative Management - HEC Paris.

PUBLICATIONS

Articles dans des revues à comité de lecture

- Benmecheddal A., Gorge H. et Özçaglar-Toulouse N. (2017), Rethinking Alternative Markets in the Context of Economic Crisis and Austerity in Greece, *Journal of Macromarketing*, 37, 2, p.193–205.
- Ozanne, Davis, Murray, Grier, Benmecheddal A. et al. (2017), Assessing the Societal Impact of Research: The Relational Engagement Approach, *Journal of Public Policy & Marketing*, 36, 1, p.1-14. (named as a finalist for JPP&M's Kinnear award)

Contributions à des ouvrages collectifs

- Özçaglar-Toulouse N. et Benmecheddal A. (2020), Institutionalization of the sustainable market, à paraître.
- Benmecheddal A. et Özçaglar-Toulouse N. (2016), Russell Belk: un chercheur « sacré », dans *Les grands auteurs en marketing - 2^e édition*, Ed Jolibert A., Caen : EMS, p.XXX
- Benmecheddal A. et Özçaglar-Toulouse N. (2015), The Structure of Activism: Context and Meanings of an Activist Order, dans *Research in Consumer Behavior Volume 17*, Eds Thyroff A., Murray J., Belk R., Emerald Group Publishing Limited, p.111-128.
- Benmecheddal A. et Özçaglar-Toulouse N. (2014), La grande distribution face aux mouvements anti-consuméristes, dans *Repenser le commerce : vers une perspective socio-culturelle de la distribution*, Ed Collin-Lachaud I., Paris : EMS, p.266-283.

Communications dans des congrès internationaux avec comité de lecture

- Benmecheddal A. et Özçaglar-Toulouse N. (2018), Anti-Consumption Movements and Politics: How Do Activists Strive to Change Markets through Public Policy? *Consumer Culture Theory Conference*, University of Southern Denmark, Session Co-chairs – Ahmed Benmecheddal.
- Benmecheddal A. et Özçaglar-Toulouse N. (2017), The rise and the decline of consumer movements: An analysis through the conventions underlying activism, *Consumer Culture Theory Conference*, University of Southern California, 09-12 juin
- Benmecheddal A. et Özçaglar-Toulouse N. (2015), The Structure of Activism: Context and Meanings of an Activist Order, *Consumer Culture Theory Conference*, University of Arkansas, 18-21 juin.
- Benmecheddal A. et Özçaglar-Toulouse N. (2015), A moral agencement between consumers and non-consumers : the creation of the Community Supported Agriculture, *EIASM 8th Interpretive Consumer Research Workshop*, University of Edinbourg, 16-17 avril.
- Benmecheddal A. et Özçaglar-Toulouse N. (2013), La relation conflictuelle entre les militants anticonsuméristes et le marché : quand les militants anticonsuméristes insèrent leurs valeurs morales dans le marché, *12^{ème} Journées Normandes de Recherche sur la Consommation*, Caen, 28-29 novembre.

Benmecheddal A., Özçaglar-Toulouse N. et Herbet M. (2013), What about Morality and Brand, *Consumer Culture Theory Conference*, University of Arizona, 13-15 juin.

Projets en cours

Benmecheddal A., Özçaglar-Toulouse N. et Ture M., article soumis (V3) sur le thème des « organisations militantes et la politique ».

Regany F., Belkir M., Djelassi S. et Benmecheddal A., article soumis (V2) sur le thème des « logiques organisationnelles », *Journal of Business Research*.

Benmecheddal A., Nguyen Nhat Nguyen et Özçaglar-Toulouse N., article envoyé sur le thème de « la consommation morale », *Journal of Business Ethics*.

Benmecheddal A., Özçaglar-Toulouse N., article en cours de finalisation sur le thème de « la dynamique des organisations militantes », journal ciblé : *Journal of Consumer Research*.

Autres publications

Benmecheddal A. (2014), Fiche Bibliographique : Fashion and Sustainability : Design for Change?, *Recherche et Applications Marketing*, p.121-122.

Benmecheddal A. (2013), Fiche Bibliographique : L'ethnicité, fabrique marketing ?, *Recherche et Applications Marketing*, p.131-132.

Relecteur

Journal of Public Policy & Marketing [CNRS 2]

Recherche et Applications Marketing [CNRS 2]

Marketing Theory [CNRS 4]

Principales thématiques de recherche

Marque, Culture de consommation, Consommation responsable, Développement durable, Mouvement de consommateurs.

ACTIVITÉS ADMINISTRATIVES

- ✓ **Depuis sept. 2018** : Membre élu du conseil d'UFR FFBC-IMMD
- ✓ **Depuis sept. 2019** : Responsable pédagogique de la Licence 3 - FFBC-IMMD - Université de Lille (responsable Parcoursup ; participation aux entretiens de sélection en 3^{ème} année de Licence)
- ✓ **Janv. 2015 - sept. 2019** : Responsable pédagogique de la Licence 1 - FFBC-IMMD - Université de Lille (responsable Parcoursup)
- ✓ **Sept. 2013 - mai 2016** : Représentant élu des doctorants au sein de l'École doctorale des Sciences Juridiques, Politiques et de Gestion de Lille.
- ✓ **Mai 2014 - Juil. 2016** : Membre du comité d'organisation de la Conférence annuelle « Consumer Culture Theory », à Lille (www.cct2016.com)
- ✓ **2013** : Secrétariat de rédaction pour le numéro spécial « Marketing et Développement Durable », Revue Recherche et Applications Marketing.

FINANCEMENTS OBTENUS

- ✓ Bourse du Conseil Régional Nord - Pas de Calais : Bourse Régionale de mobilité à l'international en 2014 (2700€)
- ✓ Bourse du Collège doctoral Lille Nord de France : Département des actions internationales en 2014 (2200€)
- ✓ Bourse de l'École doctorale SJPG : Appel à projet Mobilité internationale en 2013 et 2014 (2500€)

DIPLÔMES ET FORMATION

- ✓ **Sept. 2012 - déc. 2015** : Doctorat en Sciences de Gestion (mention très honorable avec les félicitations du jury) de l'Université Lille 2, sous la direction du Pr. Nil Özçaglar-Toulouse (thèse réalisée en trois ans).
« *Comprendre les actions militantes anticonsuméristes : une approche par la théorie des conventions* ».
- ✓ **Févr. 2014 - août 2014** : Doctorant visitant, Université de Toronto, sous la direction du Pr. Markus Giesler.
- ✓ **Oct. 2013 - déc. 2013** : Doctorant visitant, Université d'Odense, sous la direction du Pr. Søren Askegaard.
- ✓ **2011 - 2012** : Master 2 Marketing Advanced Program (Recherche) - Université de Lille.
- ✓ **2009 - 2010** : Master « Marketing et Vente en secteur Biomédical », Institut Lillois de l'Ingénierie de la Santé, Université de Lille.

EXPÉRIENCES PROFESSIONNELLES

General Electric Healthcare, Paris	2010 – 2011
<i>Chef de produit / Business Developer Junior General Care Monitoring, EMEA</i>	
 Smiths Medical	
<i>Responsable Commercial Région Île de France</i>	2009– 2010