# Fanny RENIOU

Professeure des Universités



---

## Présentation

Mes recherches portent sur les formes de responsabilisation et d'engagement des consommateurs. Je m'intéresse au marketing écologique et en particulier aux comportements et pratiques de consommation responsables (achat de produits avec moins d'emballages, tri des déchets) et à la manière dont les consommateurs réagissent aux communications à caractère environnemental des entreprises et pouvoirs publics. Je porte également un intérêt au marketing participatif c'est-à-dire aux clients qui co-créent et innovent avec et pour les entreprises.

Mes recherches mobilisent essentiellement des méthodes qualitatives (entretiens, observations) mais aussi expérimentales. Elles visent des implications aussi bien managériales que sociétales. Elles sont publiées dans Journal of Business Research, Journal of Business Ethics, Recherche et Applications en Marketing, Décisions Marketing, ou encore la Revue Française de Gestion.

> **Laboratoire de recherche :** CREM UMR CNRS 6211

> **Responsable pédagogique :**

- Communication Responsable
- Master 2 MAE

## Recherche et entreprise

#### Rayonnement scientifique

**Projets scientifiques – contrats de recherche**

2020-2021 : Coordination du projet de recherche avec Biocoop « Maîtriser sa consommation d'emballages et passer au « Zéro Déchet » : les différents enjeux d'un changement de pratiques de consommation »
2018-2020 : Participation au projet MECEE « Mobiliser l'Economie Comportementale et l'Economie Expérimentale pour améliorer les pratiques des usagers de l'université en matière de gestion des déchets » de l'ADEME (20 000€).
2018-2019 : Participation au projet I'mIN « Impact de l'engagement à adopter des comportements responsables sur l'engagement dans ces comportements: le rôle des plateformes digitales » de la Fondation de l'Université Cergy-Pontoise (6961€).
2011-2015 : Participation au projet MOVIDA « Lever les freins à l'adoption de modes de consommation durables, une perspective marketing » du Ministère de l'Environnement, de l'Energie et de la Mer (61 984€).
2010-2012 : Participation à un travail de recherche collectif sur « le comportement de réclamation déviant du client », en partenariat avec l'AMARC (Association pour le Management de la Réclamation Client) – Publication d'un guide des bonnes pratiques

**Prix et distinctions reçus**

2020 : Thil de Bronze de la meilleure communication du colloque Etienne Thil pour l'article » Les pratiques des professionnels du vrac : entre évolutions et renouveau »
2017 : Thil d'argent de la meilleure communication du colloque, 20ème Colloque Etienne Thil pour l'article « Représentations et déterminants de la convivialité dans la vente directe à domicile »
2014 : Prix de la Fédération du Commerce et de la Distribution : prix du meilleur apport théorique et managérial, 17ème Colloque Etienne Thil, pour l'article « Les marques peuvent-elles toutes se permettre de supprimer le suremballage ? »

**Manifestations scientifiques**
2017 : Organisation du Colloque Européen Innovation et Commerce « L'entreprise collaborative : (R)évolutions ? » en partenariat avec la Fédération de la Vente Directe, Université Paris Est Créteil, 30 Mai

**Activités de reviewing**
Membre du comité de lecture de Décisions Marketing (ISSN 0779-7389)
Relecteur ad hoc pour Recherche et Applications en Marketing (ISSN 0767-3701) ; Revue Française du Marketing (ISSN 0035-3051)
Relecteur ad hoc pour les congrès scientifiques de l'AFM, l'AMS, Etienne Thil et IBIMA

2013 : Rédacteur en chef invité du numéro spécial de la Revue Française de Gestion « Le client acteur de l'organisation », avec Rouquet A. et Goudarzi K.
Rédaction de l'éditorial : Rouquet A. et Goudarzi K. (2013), Le client acteur de l'organisation : enjeux et perspectives pour les sciences de gestion, Revue Française de Gestion, 39, 234, 85-98.

**Membership et activités collectives**
Membre de l'Association Française du Marketing
Membre du Center for Marketing and Public Policy, Université Paris-Dauphine (http://marketingandpublicpolicy.com/equipe/)

**Contributions à la diffusion de la culture scientifique et au débat public**

- « I want my fucking nuggets ! » : l'entreprise à l'épreuve des clients ingérables, 9 Octobre 2018

http://theconversation.com/i-want-my-fucking-nuggets-lentreprise-a-lepreuve-des-clients-ingerables-104614

- Trier ses déchets, ce n'est pas qu'une question de motivation, 21 Juin 2017

http://theconversation.com/trier-ses-dechets-ce-nest-pas-quune-question-de-motivation-79081

- Mettre fin au suremballage, mode d'emploi, 20 juillet 2017

http://theconversation.com/mettre-fin-au-suremballage-mode-demploi-79294

- Acteurs de l'économie, 20 Mai 2016

http://acteursdeleconomie.latribune.fr/strategie/agro-alimentaire/2016-05-20/marketing-vert-quel-interet-pour-les-marques.html

- Les Marchés, 22 Octobre 2007

http://www.phileasinfo.com/pdf/2007/marches/lesmarches211221007.pdf

## Thèmes de recherche

Comportements responsables des consommateurs
Marketing écologique ((sur)emballage, tri des déchets, communication responsable)
Marketing participatif (innovation participative, co-création, logistique du consommateur)
Théories de l'engagement et de la motivation, normes sociales

**Mots-clés :** Environnement, déchet, emballage, innovation, communication, consommateur, engagement

## Activités pédagogiques

**Enseignements principaux**

- **Créativité**

– M1 Marketing et Vente, parcours Marketing Stratégique et Opérationnel, FA
– M2 Marketing et Vente, parcours Marketing Stratégique et Opérationnel, FC

- **Stratégie Marketing**

– M1 Marketing et Vente, parcours Marketing Stratégique et Opérationnel, FA

- **Marketing et Management des services**

– M2 Marketing et Vente, parcours Marketing Stratégique et Opérationnel, FA
– M1 Marketing et Vente, parcours Management et Développement de Projets Marketing, FI

- **Etudes Marketing**

– L3 Gestion, FI

- **Marketing**

– M2 MAE, FI

- **Responsable de la coordination du séminaire de créativité de M1 Gestion**

## Publications

Béatrice Parguel, Stéphanie Monjon, Fanny Reniou, Elisa Robert-Monnot. Inconsistance spatiale : L'influence du lieu sur le tri des déchets ménagers. Recherche et Applications en Marketing (French Edition), 2026, 41 (1), pp.47-66.

Fanny Reniou, Elisa Robert-Monnot, Stéphanie Monjon, Béatrice Parguel. Inconsistency in waste recycling behavior: Place matters!. Décisions Marketing, 2026, 123.

Fanny Reniou, Elisa Robert?monnot. Navigating Environmental and Convenience Functions of Reusable Packaging for Products Sold in Bulk: A Consumer Logistics Perspective. Journal of Business Logistics, 2026, 47 (3), pp.e70066.

Leïla Elgaaïed-Gambier, Yacine Ladli, Fanny Reniou. Reframing Sustainable Consumption: Toward an Ethical Dilemma Perspective. Journal of Business Ethics, In press,

Béatrice Parguel, Stéphanie Monjon, Fanny Reniou, Elisa Robert-Monnot. Space oddity: How context matters in waste-sorting behavior. Recherche et Applications en Marketing (English Edition), 2026,

Jeanne Lemarié, Yolande Piris, Fanny Reniou. Quand l'orientation scolaire révèle la complexité des processus décisionnels : Exploration des heuristiques. Congrès International de l'Association Française de Marketing, May 2026, Angers, France.

Jeanne Lemarié, Yolande Piris, Fanny Reniou. Career development through the Capability Approach: insights for Social Marketing. European Social Marketing Conference, Jul 2026, Montpellier, France.

Fanny Reniou, Elisa Robert-Monnot, Cristel Antonia Russell. How to Sustain Sustainable Practices? The Journey Toward Zero Waste Lifestyle. Journal of Consumer Research, 2025, pp.ucaf028.

Fanny Reniou, Elisa Robert-Monnot, Sarah Lasri. Packaging-free shopping: when retailers and consumers (re/mis)appropriate packaging functions. Journal of Product and Brand Management, 2025,

Soline Bouic, Fanny Reniou. Que nous apprend la recherche en marketing alimentaire ? Un état de l'art de 40 ans de publications scientifiques francophones. 1çème Journée du marketing agroalimentaire, Sep 2025, Montpellier, France.

Soline Bouic, Fanny Reniou. QUELLES SONT LES TENDANCES ET EVOLUTIONS DE LA RECHERCHE SUR LA DISTRIBUTION
ALIMENTAIRE DANS LA RECHERCHE FRANÇAISE EN MARKETING ?
UN ZOOM SUR LES REVUES DE L'AFM. Colloque Etienne Thil, Oct 2025, Martigues, France.

Yacine Ladli, Fanny Reniou. Greening the Gap: A Study of Compensatory Beliefs in Sustainable Consumption. EMAC Annual Conference, May 2024, Bucarest (Roumanie), Romania.

Yacine Ladli, Fanny Reniou. « Je fais tellement d'efforts que j'ai le droit à mon joker » – Étude des croyances compensatoires dans le cas de la consommation durable. 40ème congrès de l'Association Française de Marketing, Université PSL Paris Dauphine, Jun 2024, Paris, France.

Fanny Reniou, Elisa Robert-Monnot. La logistique du vrac, toute une organisation ?. 27ème Colloque Etienne Thil, Oct 2024, Montpellier, France.

Elisa Monnot, Fanny Reniou, Aurélien Rouquet. Consumer Logistics: a systematic literature review. Supply Chain Forum: An International Journal, 2023,

Fanny Reniou, Dilip Subramanian. Quand le personnel de vente en front-office perturbe le traitement des réclamations. Revue Française de Gestion, 2023, 49 (311), pp.31-52.

Fanny Reniou, Dilip Subramanian. Quand le personnel de vente en front-office perturbe le traitement des réclamations. Revue Française de Gestion, 2023, 4 (311), pp.31-52.

Fanny Reniou, Elisa Monnot, Sarah Lasri. “Emballé par mon

Fanny Reniou, Elisa Monnot, Lucie Sirieix, Maud Daniel-Chever. Le passage à la vente en vrac oblige les distributeurs à revoir leurs pratiques. The Conversation France, 2022, 6 p. [en ligne].

Maud Daniel-Chever, Elisa Monnot, Fanny Reniou, Lucie Sirieix. Comprendre les spécificités de la distribution en vrac pour adapter le retailing mix : apport des théories des pratiques. Décisions Marketing, 2022, 106, pp.91-116.

Fanny Reniou, Elisa Monnot, Sarah Lasri. Quand distributeurs et consommateurs de vrac se réapproprient les fonctions de l’emballage. 25 ème Colloque Etienne Thil, La Rochelle, Oct 2022, La Rochelle, France.

Maud Daniel-Chever, Elisa Monnot, Fanny Reniou, Lucie Sirieix. The packaging-free product market: A renewal of practices. Sihem Dekhili. Marketing for sustainable development: Rethinking consumption models, ISTE Editions, pp.79-101, 2021, Agriculture, Food Science and Nutrition, 9781789450361.

Fanny Reniou, Elisa Monnot, Lucie Sirieix, Maud Daniel-Chever. Le marché du vrac : un renouveau des pratiques. Sihem Dekhili. Le Marketing au service du Développement durable : Repenser les modèles de consommation, ISTE Editions, 2021, Encyclopédie Sciences, 9781789480368.

Fanny Reniou, Elisa Monnot. Changer pour un mode de consommation durable : un exercice ascetique ? Le cas du vrac. 37ème Congrès International de l’afm – Angers 2021, May 2021, Angers, France.

Fanny Reniou, Elisa Monnot. Changing towards sustainable consumption patterns: An ascetic exercise? The case of bulk consumption. EMAC 2021 Conference, May 2021, Madrid, France.

Fanny Reniou. Coordination d’une session spéciale AFM “The role of marketing for a more inclusive society”. 50ème Conférence de l’EMAC, May 2021, Madrid, Spain.

Maud Daniel-Chever, Elisa Monnot, Fanny Reniou, Lucie Sirieix. Le vrac: un renouvellement des pratiques des consommateurs et des distributeurs ?. 36. Congrès de l’Association Française de Marketing (AFM), Biarritz, 5-7 mai 2020, Association Française de Marketing (AFM), May 2020, Biarritz, France.

Maud Daniel Chever, Elisa Monnot, Fanny Reniou, Lucie Sirieix. Les pratiques des professionnels du vrac : entre évolutions et renouveau. 23. Colloque Etienne Thil, Oct 2020, Paris, France.

Maud Daniel-Chever, Elisa Monnot, Fanny Reniou, Lucie Sirieix. Les pratiques des professionnels du vrac : entre évolutions et renouveau. Colloque Etienne Thil, Oct 2020, Paris, France.

Fanny Reniou. Le gaspillage des emballages : de la prise de conscience des consommateurs à leurs pratiques de réduction. Du gaspillage à la sobriété : avoir moins et vivre mieux, chapitre 3, De Boeck Supérieur, pp.47-62, 2019, 978-2807321878.

Leïla Elgaaied-Gambier, Elisa Monnot, Fanny Reniou. Using descriptive norm appeals effectively to promote

green behavior. Journal of Business Research, 2018, 82.

Béatrice Parguel, Elisa Monnot, Fanny Reniou, Florence Benoît-Moreau. Les finalités sociétales dans la recherche francophone en marketing. Revue Française de Gestion, 2018, 44 (276), pp.11-31.

Elisa Monnot, Leïla Elgaaïed, Fanny Reniou. Using descriptive norm appeals effectively to promote green behavior. Journal of Business Research, 2018, 1, pp.179-191.

Fanny Reniou, Béatrice Parguel, Elisa Monnot, Leïla Elgaaied-Gambier. » Thinking outside the packaging box » : should brands consider store shelf context when eliminating overpackaging?. Journal of Business Ethics, 2017,

Fanny Reniou, Audrey Bonnemaizon, Sandrine Cadenat. Le concept de convivialité : une application à la vente à domicile en réunion. Congrès de l'Association Française du Marketing, May 2017, Tours, France.

Fanny Reniou, Elisa Monnot. BAC JAUNE OU BAC VERT ? COMMENT LES INDIVIDUS APPRENNENT-ILS A TRIER LEURS DECHETS ?. Congrès de l'Association Française du Marketing, May 2017, Tours, France.

Fanny Reniou. Trier ses déchets, ce n'est pas qu'une question de motivation. 2017.

Fanny Reniou. Mettre fin au suremballage, mode d'emploi. 2017.

Fanny Reniou, Aurélien Rouquet, Dilip Subramanian, Jean-Baptiste Suquet. Réclamations « déviantes » des clients : quelles réponses pour les organisations ?. Finance Contrôle Stratégie, 2017.

Fanny Reniou, Audrey Bonnemaizon, Sandrine Cadenat. Représentations et déterminants de la convivialité dans la vente directe à domicile. 20ème Colloque Etienne Thil, Oct 2017, Roubaix, France.

Elisa Monnot, Fanny Reniou, Béatrice Parguel, Leïla Elgaaied. With or without you: Is it worthwhile for a brand to eliminate overpackaging? New insights from context effects. EMAC Conference, May 2016, Oslo, Norway.

Elisa Monnot, Fanny Reniou, Béatrice Parguel, Leïla Elgaaied-Gambier. Les marques ont-elles intérêt à se débarrasser de leurs suremballages ? Analyse des effets de contexte. AFM Congress, May 2016, Lyon, France.

Fanny Reniou, Elisa Monnot, Leïla Elgaaïed-Gambier, Béatrice Parguel. "Thinking outside the packaging box": should brands consider store shelf context when eliminating overpackaging?. 32ème congrès de l'Association Française du Marketing, May 2016, Lyon, France.

Fanny Reniou, Elisa Monnot, Leïla Elgaaïed-Gambier. Faire de l'écologie un standard : activer une norme sociale descriptive pour encourager les comportements écologiques. Rôle de la crédibilité du message et de l'endossement. 32ème congrès de l'Association Française du Marketing, May 2016, Lyon, France.

Fanny Reniou, Elisa Monnot, Béatrice Parguel, Leïla Elgaaïed-Gambier. "With or without you": Is it worthwhile for brands to eliminate overpackaging? The integration of the context effect. 45th Conference of European

Marketing Academy, May 2016, Oslo, Norway.

Elisa Monnot, Fanny Reniou, Béatrice Parguel. Consumer responses to elimination of overpackaging on private label products. International Journal of Retail and Distribution Management, 2015, 43 (4/5), pp.329-349.

Thierry Delecolle, Naveen Donthu, Ziad Malas, Fanny Reniou. Toward a conceptual framework of online shopping cart abandonment. 6th International Research Meeting in Business and Management (IRMBAM-2015), Jointly organized by the Groupe ESC Troyes, the IPAG Business School, and the University of Nice Sophia Antipolis., Jul 2015, Nice (FR), France.

Béatrice Parguel, Florence Benoît-Moreau, Elisa Monnot, Fanny Reniou, Fabrice Larceneux. Recherche et implications en marketing : l'intégration du développement durable. 2014.

Béatrice Parguel, Elisa Monnot, Fanny Reniou, Florence Benoît-Moreau, Fabrice Larceneux. Recherche et implications en marketing : l'intégration du développement durable. AFM Congress, May 2014, Montpellier, France.

Fanny Reniou, Fabrice Larceneux, Béatrice Parguel, Florence Benoît-Moreau, Elisa Monnot. Recherche et implications en marketing : l'intégration du développement durable. 30ème congrès de l'Association Française du Marketing, May 2014, Montpellier, France.

Fanny Reniou, Elisa Monnot, Leïla Elgaaïed-Gambier. Comment encourager les consommateurs à privilégier des produits non suremballés ? Effets de l'activation d'une norme descriptive. 30ème congrès de l'Association Française du Marketing, May 2014, Montpellier, France.

Fanny Reniou, Dilip Subramanian. Understanding how organisations manage service recovery. AMA Servsig, Jun 2014, Thessalonique, France.

Elisa Monnot, Fanny Reniou, Aurélien Rouquet. Le tri des déchets ménagers : une caractérisation des logistiques déployées par les consommateurs. Recherche et Applications en Marketing (French Edition), 2014, 29 (3), pp.74-98.

Fanny Reniou. Casting de consommateurs : une exposition des « vrais gens » au service de la communication des marques. Décisions Marketing, 2014, 75, pp.135-153.

Elisa Monnot, Fanny Reniou, Béatrice Parguel. Réponses des consommateurs à la suppression des suremballages sur les MDD. 17ème Colloque International Etienne Thil, Oct 2014, Paris, France.

Fanny Reniou, Béatrice Parguel, Elisa Monnot. Les marques peuvent-elles toutes se permettre de supprimer le suremballage ? . 17ème colloque Etienne Thil, Oct 2014, Paris, France.

Elisa Monnot, Fanny Reniou, Béatrice Parguel. Consumer responses to elimination of overpackaging on private label products. 2014.

Aurélien Rouquet, Fanny Reniou, Kiane Goudarzi. Le client acteur de l'organisation : enjeux et perspectives pour les sciences de gestion. Revue Française de Gestion, 2013, 39 (234), pp.85-98.

Elisa Monnot, Fanny Reniou. « Ras le bol d'entendre parler d'écologie ! » : comprendre la contestation des discours écologiques par les consommateurs. Décisions Marketing, 2013, 71, pp.93-109.

Emmanuelle Le Nagard, Fanny Reniou. Co-innover avec les clients : entre intérêt et réticence pour les entreprises grand public. Décisions Marketing, 2013, 1, pp.59-75.

Elisa Monnot, Fanny Reniou. « Ras le bol d'entendre parler d'écologie ! » : comprendre la contestation des discours écologiques par les consommateurs. Décisions Marketing, 2013, 71, pp.93-109.

Emmanuelle Le Nagard, Fanny Reniou. Co-innover avec les clients: entre intérêt et réticence pour les entreprises grand public. Décisions Marketing, 2013, 71, pp.59-75.

Elisa Monnot, Fanny Reniou. « Ras le bol d'entendre parler d'ecologie! » : comprendre la contestation des discours ecologiques par les consommateurs. Décisions Marketing, 2013, 71, pp.93-109.

Béatrice Parguel, Audrey Bonnemaizon, Elisa Monnot, Fabrice Larceneux, Fanny Reniou, et al.. Entre permanence et (r)évolution : les finalités sociétales de la recherche française en marketing. Séminaire du groupe DRM-ERMES, Feb 2012, France.

Elisa Monnot, Fanny Reniou. Les suremballages : des emballages superflus pour les consommateurs ?. Décisions Marketing, 2012, 65, pp.31-44.

Elisa Monnot, Fanny Reniou. Les suremballages : des emballages superflus pour les consommateurs ?. Décisions Marketing, 2012, 65, pp.31-42.

Fanny Reniou, Elisa Monnot, Aurélien Rouquet. Towards an understanding of the household role in the reverse household waste logistics. 4th World conference Production

Fanny Reniou, Ziad Malas, Thierry Delecolle, Pierre Desmet. When and where to prompt for an online promotion code to avoid cart abandonment. Academy of Marketing Science World Marketing Congress, Jul 2011, Reims, France.

Fanny Reniou, Elisa Monnot. Les suremballages, des emballages superflus pour les consommateurs ? Les pratiques domestiques des consommateurs à l'égard des suremballages. 9èmes Journées Normandes de Recherche sur la Consommation, Mar 2010, Rouen, France.

Fanny Reniou, Elisa Monnot. Suremballage : nécessité ou gaspillage pour le consommateur ?. 26ème Congrès International de l'Association Française de Marketing, May 2010, Le Mans, France.

Fanny Reniou, Elisa Monnot. Over-Packaging: from need to wastage. 39th Conference of European Marketing

Academy, Jun 2010, Copenhaguen, Denmark.

Fanny Reniou. Participative Marketing: How should brands thank consumers for their contribution? . 39th Conference of European Marketing Academy, Jun 2010, Copenhaguen, Denmark.

Elisa Monnot, Fanny Reniou, Pierre Volle. Customer-Company Identification: A Study of Relational Consequences in the Non-Profit Sector. EGOS colloquium, Barcelona, Spain, 2009, Barcelone, Spain. pp.1-6.

Fanny Reniou, Elisa Monnot, Pierre Volle. L'identification du client à l'entreprise : une étude des conséquences relationnelles dans le secteur non marchand. 25ème Congrès International de l'Association Française du Marketing, Londres, Royaume-Uni, 2009, Londres, Royaume-Uni. pp.1-24.

Fanny Reniou. Marketing participatif : comment remercier les consommateurs pour leur contribution ?,. 25ème Congrès International de l'Association Française de Marketing, May 2009, Londres, United Kingdom.

Fanny Reniou, Elisa Monnot, Pierre Volle. Customer-Company Identification: A Study of Relational Consequences in the Non-Profit Sector. 17th International Colloquium in Relationship Marketing, Sep 2009, Maastricht, Netherlands.

Fanny Reniou, Emmanuelle Le Nagard. Why do people engage in participative marketing operations? An explanatory study. 37th Conference of European Marketing Academy, May 2008, Brighton, United Kingdom.

Fanny Reniou. Attitudes des consommateurs à l'égard des programmes de parrainage des proches : proposition d'un modèle conceptuel par une approche exploratoire. 23ème Congrès International de l'Association Française de Marketing, May 2007, Aix-les-Bains, France.