

CURRICULUM VITAE

JOANNE LABRECQUE, Ph.D.

Professeure agrégée
Service de l'enseignement du marketing

ADRESSE

HEC Montréal
Département de marketing
3000, chemin de la Côte-Sainte-Catherine
Montréal, Québec H3T 2A7
Tél. : (514) 340-6800
joanne.labrecque@hec.ca

RÉSUMÉ DE CARRIÈRE :

Juin 1996 - **Professeure agrégée**, Service de l'enseignement du marketing,
HEC Montréal
Juin 2003-2006 : **Professeure associée**, Département de management,
Université de Sherbrooke, 2003-2006
Juin 1991 à juin 1996 : **Professeure adjointe**, Service de l'enseignement du marketing,
HEC Montréal
Juin 1990 à mai 1991 : **Professeure adjointe**, Département de Nutrition et de consommation,
Université Laval
1983-1985 : **Conseiller**, SECOR INC.
1982-1983 : **Analyste**, CROP

Fellow CIRANO

Membre du Réseau d'innovation sur l'alimentation et la santé (RIAS)

Membre de l'INAF

Membre du Comité scientifique de l'Observatoire de la qualité de l'offre alimentaire

Membre de l'Institut EDDEC, Institut de l'environnement, du développement durable et de l'économie circulaire

Membre du Cercle Omer Deserres 2004-

Membre de Madison Who's Who

CONSEILS D'ADMINISTRATION

- 2014- Coop HEC
- 2013- Initia
- 2008-2009 Viandes Laroche
- 2005-2013 DeSerres (comité exécutif)
- 2005-2010 Initia (Fondation des Gouverneurs)
- 2001-2020 La Cordée
- 2000- 2008 Centre de Psycho-éducation de Montréal
- 1998-2004 Volailles Giannone
- 1997-1998 Distribution Alimentaires Le Marquis
- 1995-1998 Provigo

ÉDUCATION

- 1985-1990 **Ph. D., Consumer Economics**, Cornell University. Thèse: *Store Type Patronage for Grocery Purchases: A Study of the Quebec Market*
- 1980-1982 **M.B.A., majeure en marketing**, Université Laval
- 1977-1980 **B.Sc., Consommation**, Université Laval

Prix et bourses de recherche

- 2018 : Consortium RITA, 80 000 \$, Étude de la naturalité des produits alimentaires : une approche multi-méthodes pour mieux comprendre les perceptions et les comportements des consommateurs.
- 2017 : Cirano : 63 370 \$, chercheur principal, Compétitivité du secteur agroalimentaire à l'heure du commerce électronique.
- 2016 : Recyc-Québec, 5 500 \$, Étude des déterminants du gaspillage alimentaire des ménages québécois.
- 2013-2016 Bourse FQRNT, 166 500 \$, chercheur principal, Programme de partenariat sur la préservation et l'amélioration de la valeur nutritive des aliments en lien avec la santé. *Projet Étude des pratiques commerciales des industriels visant à développer des produits santé ou améliorés en cohérence avec le marché de consommation au Québec.*
- 2014 : HEC, 5 000 \$, Circuits alternatifs et distribution alternative
- 2014 : Concordia, 13 000 \$, Stratégies de communication et la responsabilité sociale des entreprises face à des controverses alimentaires.
- 2013 Cirano : 109 940 \$, chercheur principal, projet Stratégie gagnantes d'approvisionnement du marché québécois.
- 2012 Emerald Literat 2012 Awards for Excellence, Perceived health value of ready meals and side dishes: regional, youth and gender differences, *Young Consumers*
- 2011 HEC, Fonds de démarrage, 5 000 \$. Projet nanotechnologie
- 2008 Emerald Literat Award for Highly recommended article, Can Genetically Modified Foods be Considered as a Dominant Design? An Actor-Network Theory Investigation of Gene Technology in Agribusiness, *British Food Journal*.
- 2003-2006 Bourse FQRNT, 224 100 \$. *Projet Aliments fonctionnels*
- 2001 HEC, Fonds de démarrage, 5000 \$. *Projet nouveaux aliments*
- 2000 Prix Alma Lepage pour le cas Liliane Colpron : les boulangeries Première Moisson

Articles soumis

- Labrecque J., Lessard, S., Bellavance F., Doyon, M., Health and food-enjoyment scale: A multidimensional measurement tool adapted to a changing food landscape, soumis à *British Food Journal*

Articles de revues et de périodiques

Avec comité de lecture

- Coughlan, C., Labrecque, J., Ma, Yu, Dubé, L. (2020). A Biological Adaptability Approach to Innovation for Small and Medium Enterprises (SMEs): Strategic Insights from and for Health-Promoting Agri-Food Innovation, *Sustainability*, 10.3390/su12104227.
- Doyon M., L. Saulais L., Labrecque J. (2019). Using insights from behavioral economics to nudge individuals towards healthier choices when eating out: A restaurant experiment, *Food Quality and Preference*, 73, 56-64.
- Turgeon, N., Labrecque, J. (2018). Rona Inc. : Was Being Bought Out the Best Option? August, Product Number 9B18A053.
- Turgeon, N., Labrecque, J., Lefèvre, P. (2017). France's HORsegate Scandal : Marketing Communications Addressing the Aftermath of a Food Fraud/Product Recall, *Revue Internationale de cas en gestion*, Vol. 15, No. 4.
- Labrecque, J., Dulude B., Charlebois S. (2015). Channel-Based Determinants and Phase-Focused Traits in the Adoption Process of a Sustainable Development Strategy for the Hog Industry in Québec, *British Food Journal*, Vol. 117, No 11, 2630-
- Doyon, M., C. Jullien, J. Labrecque (2012). Mesure des propensions individuelles à payer pour les aliments fonctionnels : Une approche expérimentale auprès de consommateurs français, *Revue Française d'économie*, Vol XXVI, p.95-119.
- Labrecque, J., J.C. Dufour, S. Charlebois (2011). Perceived health value of ready meals and side dishes: regional, youth and gender differences, *Young Consumers*, Vol. 12 (3), p.204-215
- Labrecque, J., S. Charlebois (2011). Functional foods: an empirical study on perceived health benefits in relation to pre-purchase intentions, *Nutrition and Food Science*, 41(5), 582-587.
- Labrecque, J., A. Mahil, M. Marquis (2010). Comprendre la consommation des aliments réconfort pour mieux la gérer, *Gestion. Hiver*, 12-20.
- Charlebois, S., J. Labrecque (2009). Socio-Political Foundations for Food Safety Regulation and the Governance of Global Agri-Food Systems, *Journal of Macromarketing*, Vol. 29 (4), 364-370.
- Doyon, M., J. Labrecque (2008). Functional Foods: A Conceptual Definition. *British Food Journal*, Vol. 110 (11) 2008, 1133-1149.
- Kolodinsky, J., J. Labrecque, M. Doyon, M. Marquis, T. Reynolds, F. Oble, F. Bellavance (2008). Sex and cultural differences in the acceptance of functional foods: A comparison of American, Canadian and French college students, *Journal of American College Health*. Vol. 57(2), 143-149.
- Labrecque, J., S. Charlebois, E. Spiers (2007). Can Genetically Modified Foods be Considered as a Dominant Design? An Actor-Network Theory Investigation of Gene Technology in Agribusiness, *British Food Journal*, Vol. 109 (1), 81-98.
- Charlebois, S., J. Labrecque (2007). Processual Learning, Environmental Pluralism, and Inherent Challenge of Managing a Socioeconomic Crisis: The Case of the Canadian Mad Cow Crisis, *Journal of Macromarketing*, Vol. 27, (2), June, 115-125.
- Charlebois, S., R. Tamelia, J. Labrecque (2007). Food Marketing and Obesity: A Public Policy and Channels Perspective, *Innovative Marketing*, Vol.3 (1), 83-99.
- Labrecque, J., M. Doyon, F. Bellavance, J. Kolodinsky (2006). Acceptance of functional foods: A comparison of the French, the American and the French Canadian consumer. *Canadian Journal of AgroEconomics*, Special Issue, Vol. 54, (4), 647-661.

- Labrecque, J., S. Charlebois (2006). A conceptual comparative analysis of the British and the Canadian mad cow crisis: policy-making implications, *International Food and Agriculture Management Review*, 9 (2), 23-50.
- Kolodinsky, J., T. DeSisto, J. Labrecque (2003). International Differences in Intentions of Purchasing Foods with Genetically Modified Ingredients, *International Journal of Consumer Studies and Home Economics*, 27(4), 266-276.

Articles publiés dans un livre ou un ouvrage collectif

- Deschesnes, J., Labrecque, J. (2016). Des consommateurs en évolution dans un monde en changement dans *L'Économie circulaire, Une transition incontournable*, Les Presses de l'Université de Montréal, pp 116-120.
- Labrecque, J. (2009). *Une seule terre à cultiver, les défis agricoles et alimentaires mondiaux*, p. 133-136.
- Labrecque, J. (2005) La mise en marché : comment s'inspirer des grands ? dans *PME Conseils et solutions*, Collectif sous la direction de Louise St-Cyr, Les Éditions La Presse, 2e trimestre, p. 79-82.

Comptes-rendus et présentations à des conférences avec comité de lecture

- Labrecque, J. et T. Lalonde (2016). Omnichannel Retailing: How do retail managers view the strategy? 21st IAMB Conference, Montréal, 18 mai.
- Assal, Julie, JoAnne Labrecque, Stéphanie Lessard, Maurice Doyon et Marie Marquis (2012), "Les antécédents de l'importance de manger santé et leurs impacts sur la consommation alimentaire santé", *28ième congrès international de l'association française du marketing*, Brest.
- Labrecque, J., B. Dulude (2011). The Impact of Sustainable Development on the Quebec Hog Value Chain, IAMB 2011 Summer Conference, Istanbul, June 20-22.
- Labrecque, J., S. Charlebois (2011). The story behind snacks: a multicultural study. 21st Annual IFAMA World Forum and Symposium, The Road to 2050: Sustainability as a Business opportunity, Frankfurt, Germany, June 20-23.
- Lessard, S., J. Labrecque (2011). Les attitudes et les intentions d'achat des consommateurs québécois face aux aliments issus de la nanotechnologie: une proposition méthodologique. Association des sciences administratives du Canada, Conférence annuelle 2011.
- Labrecque, J., S. Charlebois (2010). Functional Foods: an empirical study on perceived health benefits in relation to pre-purchase intentions, 35th International Macromarketing Conference, Laramie, Wyoming, USA. June 9-12.
- Labrecque, J., F. Bellavance, M. Doyon, F. Oble, M. Marquis (2007). The influence of health claims, nutrition information and natural quality on consumers' evaluation of products: a study of consumers in Quebec and France, *Third International Conference IREMAS*, Paris, November 15-16.
- Charlebois, S., Tamelia, R. Labrecque, J. (2006). The obesity epidemic : a public policy and marketing channel perspective, article accepté pour présentation à *l'International Macromarketing Conference, Queenstown, Nouvelle-Zélande*, 6-8 juin 2006.
- Labrecque, J., Kolodinsky, J., Oble, F., Doyon, M., Marquis, M., (2005). Attitudes Towards and Acceptance of Functional Foods : A Comparison of the French, the American and the French Canadian Consumer, *Second International Conference IREMAS*, Paris, October 20-21.

- Lebel, J., J. Labrecque (2005). Eating Comfort, Eating Healthy: Evidence of cultural differences, *Second International Conference IREMAS*, Paris, October 20-21.
- Charlebois, S., J. Labrecque (2005). Food Safety and Marketing: An Empirical Evaluation of the Canadian Bovine Spongiform Encephalopathy (BSE) Crisis and a Conceptual Link to Crisis Management Literature. *Proceedings, 9th International Conference on Marketing and Development (ICMD)*, Thessaloniki Greece, June 8-11. Edited by Paschalina (Lilia) Ziamou et Yorgos Zotos.
- Labrecque, J., S. Charlebois (2005). A Conceptual Comparative Analysis Between the British and the Canadian Mad Cow Crisis, *15th Annual World Food and Agribusiness Forum, Symposium and Case Conference*, Chicago, 25-28 juin 2005. www.ifama.org.
- Labrecque, J., S. Charlebois (2004). The relevance of marketing boards in today's global economy: a Canadian perspective. Macromarketing annual conference. Journal of macroeconomic. Simon Frase University, Vancouver, Canada, June 2004.
- Labrecque, J., S. Charlebois (2004). The concept of power and dependency within marketing channels in the midst of the Canadian "mad cow" crisis: using the political economy framework. Administrative Sciences Association of Canada (ASAC), contributed paper. Annual conference. June 2004.

Livres et ouvrages multimedia

- Labrecque, JoAnne (2012). *Commerce de détail : gestion et tendances*, Montréal, JFD Éditions, 230 p.
- Labrecque, J., Levesque, P.P., (2004). CDROM, *Un magasin qui vend à profit – et Guide d'utilisateur*, 78 p. Documents pédagogiques.

Rapports de recherche et d'expertise

Rapports de recherche

- Labrecque, J., Doyon, M., Dupuis, R., Dufour, G. (2019). *Compétitivité du secteur agroalimentaire à l'heure du commerce électronique*, CIRANO, 78 p. <https://cirano.qc.ca/fr/sommaires/2019RP-16>
- Labrecque, J. Dupuis, R., Doyon, M. et J.C. Dufour (2015). *Approvisionnement du marché québécois : des stratégies gagnantes*, CIRANO, 123 p. www.cirano.qc.ca/fr/sommaires/2016RP-06.
- Labrecque, J., Lefèvre, P. (2015). *Stratégies de communication et responsabilité sociale des entreprises face à des controverses alimentaires*, John-Molson School of Business, Le Centre d'excellence Luc-Beauregard de recherche en communication, 24 p.
- Labrecque, J., Lefèvre, P. (2015). *L'exploitation des gaz de schiste au Québec : un terrain fertile aux coalitions*, John-Molson School of Business, Le Centre d'excellence Luc-Beauregard de recherche en communication juin 2014, 30 p.
- Doyon M., Jullien C et J. Labrecque, (2008). Mesure des propensions individuelles à payer pour les aliments fonctionnels : une approche expérimentale auprès de consommateurs français, *Rapport de recherche, Centre de Recherche en Économie Agroalimentaire*, Série Recherche SR.2008.02.01, Université Laval.
- Labrecque, J., J. Assal, M. Doyon, M. Marquis (2007). Les antécédents de l'implication envers le fait de manger santé et leurs impacts sur la consommation alimentaire

santé, *Rapport de recherche, Centre de Recherche en Économie Agroalimentaire*, Série Recherche SR.2007.11.01, Université Laval, 37 p.

<http://www.crea.ulaval.ca/Publications/Serie%20de%20recherche/2007/SR-2007-11-01.pdf>

- Labrecque J., C. Pistien, M. Marquis M. Doyon, F. Oble, J. Kolodinsky (2007). Différences de genre à l'égard des aliments de convenance : Une étude multiculturelle. *Rapport de recherche, Centre de Recherche en Économie Agroalimentaire*, Série Recherche SR.2007.02.01, Université Laval.
- Doyon, M., J. Labrecque, L.D. Tamini (2006). Le secteur des aliments fonctionnels : Revue des principales tendances, *Rapport de recherche, Centre de Recherche en Économie Agroalimentaire*, Série Recherche SR.2006.01.01, Université Laval, janvier, 55 p.
- Doyon, M., J. Labrecque (2005). Functional Foods : A Conceptual Definition, Direction de la recherche, *Cahier de recherche N° 05-09, HEC Montréal*, 17 p.

Rapports de recherche commandités

- Labrecque J., Dufour, J.-C., M. Charron. (2013). Rapport de la vision, des axes de développement et d'un plan d'action quinquennal dédiés à la recherche et l'innovation pour l'industrie de l'horticulture ornementale québécoise, *Fédération Interdisciplinaire de l'horticulture ornementale du Québec*, 25 mars, 65 p.
- Labrecque, J., J.C. Dufour, I. Kordich en collaboration avec Laurent Simon et Patrick Cohendet. (2009). Directives pour améliorer le degré de compétitivité du secteur agricole et agroalimentaire canadien, *Rapport de recherche, Agriculture et Agroalimentaire Canada, Direction Générale de l'Examen des Programmes*, 31p.
- Labrecque, J., Grenier, J.-F. en collaboration avec David Forgues. (2009). Tendances du secteur du commerce de détail : dossier immigration. *MDEIE, Direction du commerce et de la construction*, publié par la Direction générale des communications et des services à la clientèle, 4^e trimestre 2008, 23 p.
- Grenier J.-F., Labrecque, J., A. Duhaime (2007). Tendances de l'industrie du commerce de détail, *Ministère du Développement économique et régional et de la Recherche*, 48 p. www.mdeie.gouv.qc.ca

Cas

- Turgeon, N., Labrecque, J. (2018). Rona Inc.: Was Being Bought Out the Best Option? Ivey Publishing, August, www.iveycases.com, Product Number 9B18A053.
- Turgeon, N., Labrecque, J., Lefèvre, P. (2017). France's "Horsegate" Scandal: Marketing Communications Addressing the Aftermath of a Food Fraud/Product Recall *International Journal of Case Studies*, Vol. 15.
- Labrecque, J.M. Filion (2000). Liliane Colpron : Les Boulangeries Première Moisson, *Centre de cas, Catalogue électronique no 9 10 2000 008*. Septembre 2000, 10 p.

Encadrement d'étudiants gradués (à titre de directeur ou co-directeur)

Programme de doctorat

- Lessard Stéphanie. Les déterminants des stratégies santé, Co-direction avec Frank Pons. Sujet de thèse à préciser portant sur les circuits alimentaires. En cours.
- Charlebois Sylvain. *L'impact de l'incertitude environnemental sur les structures et les processus sociopolitiques d'un canal de distribution : le cas de la vache folle canadienne*. Université de Sherbrooke. Soutenance le 25 novembre 2005. Co-direction avec Pierre Turcotte, Université de Sherbrooke.

Membre de comité de thèse

- Fatemi Hajar, McGill, Programme de doctorat, Comité Phase 2, 2018.
- Jihen Ben Arbia, Programme de doctorat, Comité de jury, Phase 3, 2017-2020

Programme de maîtrise

Mémoires en cours

Jessica Lambert de Francesch, Impact du nouveau Guide alimentaire sur les comportements alimentaires.

Mémoires complétés

- Brisebois-Lacoste, Élisabeth, L'impact de l'information sur les intentions de réduire le gaspillage alimentaire, septembre 2018.
- Plourde, Jany, Donner à un inconnu : les motivations qui incitent à participer à une communauté de partage virtuel, mai 2019.
- Lalonde Thomas, Vers une stratégie omnicanale : comprendre l'impact des nouvelles exigences des consommateurs sur les stratégies marketing, octobre 2015.
- Lafforgue-Fernandez Natalie, Les freins et les motivations des principaux acteurs d'un système de distribution en circuits courts d'aliments locaux en milieu urbain : le cas des Fermes Lufa, mai 2015.
- Marie-Christine Vallée (2013). « Santé et modes de vie », mai 2013.
- Romdhani, Amira (2013). « L'impact de la performance des fonctions marketing et des normes relationnelles sur la relation grossiste-détaillant ».
- Lessard, Stéphanie (2012). « L'influence de l'importance santé et du plaisir sur la consommation d'aliments issus de la nanotechnologie », août.
- Sidaros, L. (2012). « Marketing mobile et alimentation – une étude qualitative multigénérationnelle sur l'utilisation du code QR », avril.
- Fabri, J.-B. (2011). « Programme de fidélité et communauté de marque : attitudes et préférences des consommateurs », juillet.
- Dulude, B. (2011). « L'évolution de la chaîne de valeur du porc : l'impact du développement durable », mai 2011
- Laplante C. (2011). « Les antécédents du risque perçu et leur influence sur l'intention d'achat d'une marque privée : une application dans l'industrie de l'équipement de plein air au Québec. », avril.
- Jemjourova, I. (2009). « Les antécédents du choix des produits biologiques selon les types de consommateurs ».
- Leblanc, K. « Le marketing alimentaire : causes et solution à l'épidémie d'obésité ? ».
- Assal, J. (2006). « Analyse des tendances alimentaires face aux nouveaux aliments : recherche exploratoire », décembre.

- Pistien, C. (2006). « Différences de genre à l'égard des aliments de convenance : Une étude multiculturelle », septembre.
- Mahil, A., (2006). « Le comportement envers les *comfort foods* selon l'attitude santé », septembre.
- AhSoune, L. (2006). « Les effets de substitution promotionnels entre différentes catégories de produits : les cas des jus réfrigérés versus les jus tablettes », septembre.
- Duhaime, A. (2006). « L'attitude envers la santé : construction d'une échelle multidimensionnelle », août.
- Deroy, K., (2005). « Étude des réductions de prix promotionnelles dans un contexte de distribution alimentaire : le cas des jus d'orange réfrigérés », septembre.
- Abouzaid, L., (2005). « Impact de la baisse des prix sur la performance des ventes des jus de fruits : analyse d'une base de données scanner », août.
- Cyrenne, B., (2005). « Impact de la technologie de fabrication des AF sur les attitudes et intentions d'achat », juin
- Larivée, D., (2005). « Étude de l'impact de l'allégation santé, de la connaissance d'un nutriment et des informations nutritionnelles sur la valeur santé perçue, l'intention d'achat et la crédibilité de l'information : le cas particulier des phytostérols », avril.
- Negrila, M., (2004). « Étude de l'impact des informations nutritionnelles, de l'allégation santé et de l'aspect naturel sur la valeur santé perçue et sur l'intention d'achat pour trois produits alimentaires : crème glacée, lasagne surgelée et tartinade chocolat noisettes », juillet.
- Alaoui Ismaili, S., (2004). « Impact de la marque et du risque alimentaire sur les intentions d'achat des aliments fonctionnels au Québec », avril.
- Beauregard, S., (2004). « Influence du pouvoir dans un réseau de distribution sur l'allocation de promotions réseau », décembre.
- Vendette, N., (2004). « Étude comparative des liens relationnels entre les intervenants de la chaîne de distribution dans les marchés d'importations et d'exportations : le cas des industries porcines québécoises et mexicaines », août.
- Anton-Lazo, M.E.A., (2004). « Analyse comparative des valeurs alimentaires pour les différentes communautés culturelles : étude exploratoire ». Février, (codirection avec Marc Tomiuk, HEC).

Évaluateur scientifique

- British Food Journal
- Agence Nationale de la Recherche, Comité d'évaluation du programme ALID 2011, Appel à projets Systèmes Alimentaires Durables.
- ASAC
- Centre de cas HEC
- Canadian Journal of Agricultural Economics
- Recherche et Applications en Marketing
- Revue Canadienne de la pratique et de la recherche en diététique
- Revue Gestion

Management International, Les détaillants face au défi du commerce connecté : une comparaison France-Canada, sept-oct 2018.

Activités d'évaluation de demandes de financement de projets de recherche

- 2018/12-2019/01 Évaluateur, Programme de recherche pour les chercheurs et chercheuses de collège, Candidat : Ghissi Damasceno da Silva, Babriela, FQRNT.
- 2017/5 - 2017/6 Agent scientifique, Individual Research Grants, Israel Science Foundation Foubded byThe israel Academy od Sciences and Humanities, Bailleur de fonds, Académique, Israel Science Foundation, Israel Science Foundation, Nombre de demandes évaluées: 1
- 2011/5 - 2011/6 Agent scientifique, Comité d'évaluation du programme ALID, Appel à projets Systèmes Alimentaires Durables, Organisation, Académique
- Nombre de demandes évaluées: 1
- Fonds de recherche sur la société et la culture (FQRSC), programme de nouveaux professeurs-chercheurs 2003-2005 et programme **Actions concertées** 2009.