

APPEL À CANDIDATURE POST-DOCTORAT

Post-doctorat (H/F) en Sciences de Gestion, spécialité marketing

Titre du projet : Marketing de l'innovation alimentaire

Financement : BPI France INALOVEG / ALINOVEG

Informations générales

Date de publication : 15 septembre 2026

Nom du responsable scientifique : Maud Dampérat

Type de contrat : Post-Doctorat – CDD

Durée du contrat : 22 mois

Date de recrutement prévue : 1^{er} novembre 2026

Quotité de travail : 80%

Rémunération : 2160 à 2560 € brut mensuel

Lieu de travail : Université Lumière Lyon 2, MSH – 16 avenue Berthelot, 69363 Lyon Cedex 07

Laboratoire de rattachement : COACTIS UR4161 (<https://coactis.org/>)

Langues parlées souhaitées : Anglais

Expérience : débutant accepté

Fréquence de déplacement : ponctuels - zone nationale

Permis de conduire nécessaire : NON

Description du projet de recherche et des activités confiées

Le post-doc s'inscrit dans le cadre du projet ALINOVEG Innover pour une alimentation d'origine végétale financé par la BPI France. Ce projet ALINOVEG a été officiellement lancé en février 2023 pour une durée de 5 ans (<https://presse.bpifrance.fr/alinoveg-innover-en-alimentation-dorigine-vegetale-lancement-dun-projet-collaboratif-ambitieux-soutenu-par-letat-dans-le-cadre-de-france-2030-et-opere-par-bpifrance>).

Le projet ALINOVEG a l'ambition de développer une filière française de sources végétales protéiques à base de légumineuses, et de concevoir de nouveaux produits plus sains et plus durables pour la consommation humaine et la préparation culinaire.

Le consortium ALINOVEG s'est constitué autour d'une véritable stratégie industrielle « de la semence à l'assiette ». Il est porté par la société ROQUETTE et comporte cinq partenaires : INRAE, AGRI-OBTENTIONS, GREENCELL, EURIAL et l'Université Lumière Lyon 2. Il couvre la totalité de la chaîne de valeur avec des spécialistes de chacun des domaines concernés : Agri-Obtention, leader français des obtenteurs pour le pois et la féverole d'hiver ; Roquette, leader mondial de la production de protéines de pois ; GreenCell, leader de l'écologie microbienne pour la fermentation industrielle et la bio-fertilisation notamment ; EURIAL, 2ème coopérative laitière française et leader français du fromage et ultra-frais de chèvre, de mozzarella, et en Marques de Distributeurs ; et des spécialistes académiques dont l'INRAE pour l'agriculture et l'alimentation, et l'Université Lumière Lyon 2 la question de l'acceptabilité par les agriculteurs et les consommateurs.

Au sein de l'Université Lumière Lyon 2, les laboratoires impliqués sont : COACTIS, laboratoire de Sciences de gestion ; le Centre Max Weber, laboratoire de Sociologie ; le LER, Laboratoire d'Études Rurales ; et le GRéPS, Groupe de Recherche en Psychologie Sociétale.

Le sujet du post-doc s'inscrit dans le cadre de l'étude de l'acceptabilité par les consommateurs finaux et de la diffusion de produits à base de protéines végétales (lot#5), afin de lever les verrous marketing liés à la consommation de produits à base de protéines végétales.

Le succès d'une organisation dépend de la capacité de ses équipes à produire des idées créatives et à les incorporer dans des produits ou services destinés à des marchés cibles (George et Zhou, 2007 ; Godart *et al.*, 2015). L'innovation s'étend de la phase amont du processus de développement d'un produit – *fuzzy front-end* – jusqu'à la réaction des consommateurs suite à l'expérience de consommation de ce produit (Hauser *et al.*, 2006). Ce travail vise à étudier l'ensemble de ce processus, dans le contexte particulier d'innovations alimentaires, afin de lever les verrous de l'acceptabilité des consommateurs et favoriser la diffusion de la consommation de nouveaux produits à base de protéines végétales.

Il s'agira pour le/la post-doctorant/e de contribuer à la réalisation du lot #5 avec une perspective marketing visant au développement d'une innovation alimentaire. Le travail s'inscrira dans une approche marketing qui permettra de développer des innovations alimentaires à base de protéines végétales sur la base de propositions de restaurateurs et cuisiniers complétées par des tests gustatifs auprès de consommateurs. Une approche réflexive sur la méthode de développement de nouveaux produits sera également nécessaire. La contribution théorique portera sur les méthodes d'innovation alimentaire et la contribution managériale sera de proposer de nouveaux produits alimentaires pour le marché français. Ces analyses permettront d'identifier les différents segments de consommateurs potentiels et de prioriser les facteurs de diffusion des innovations alimentaires.

Profil

- Être titulaire d'un doctorat
- Justifier d'une formation en analyse de données qualitatives et quantitatives
- Maîtrise de l'anglais

Modalités de candidature

Adresser votre candidature à maud.damperat@univ-lyon2.fr en incluant :

- Un CV
- Le rapport de soutenance de thèse
- Le manuscrit de la thèse
- Une lettre de motivation (1 à 2 pages) expliquant brièvement, l'adéquation du profil avec le poste proposé, ainsi que les compétences (notamment en analyses de données qualitatives et quantitatives et en anglais) permettant d'intégrer le projet.
- Une proposition de projet de recherche en marketing (2 à 4 pages) qui soit en adéquation avec les attendus du Lot#5 du projet ALINOVEG.

Calendrier

15/09/2026 : Publication de l'appel à candidature

01/10/2026 : Date limite réception des candidatures à adresser à maud.damperat@univ-lyon2.fr

12/10/2026 : Auditions

Composition du comité de sélection des candidatures

- Mme DAMPERAT Maud (PR ULL2 COACTIS CNU06)
- Mme VERFAY Stéphanie (MCF ULL2 COACTIS CNU06)
- Mme JONGMANS Eline (PR UGA CERAG CNU06)