

# 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](mailto: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? 21<sup>st</sup> 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. 21<sup>st</sup> 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, 35<sup>th</sup> 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](http://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](http://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<sup>e</sup> 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](http://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](http://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.