35ÈME

CONGRÈS INTERNATIONAL
DE L'ASSOCIATION FRANÇAISE DU MARKETING

L'ATTRACTIVITÉ TERRITORIALE

DU 15 AU 17 MAI 2019 - LE HAVRE

afm

UNIVERSITÉ LE HAVRE NORMANDIE

EM NORMANDIE

REMERCIEMENTS
À TOUS LES ÉVALUATEURS

ABBES Intissar -ALBERTINI Thérèse - AMBROISE Laure – AMINE Abdelmajid – ANTEBLIAN Blandine ARDELET Caroline – AURIER Philippe - BADOT Olivier - BALAGUE Christine – BALBO Laurie - BARAY Jérome BARTH Isabelle - BASSO Frédéric – BATAT Widded - BEAUDOIN Vanessa - BEJI-BECHEUR Amina – BEN DAH MANE MOUELHI Norchève - BEN MILED Hela - BENMOYAL Sarah - BENOIT-MOREAU Florence – BERNARD Yohan - BERRICHE Amira – BERTRANDIAS Laurent – BEZES Christophe – BILLON Dominique - BONNEMAIZON Audrey – BONNIN Gaël – BOULBRY Gaëlle – BREHONNET Rémi – BRIAL Bérengère - BODET Guillaume BOURGEON-RENAULT Dominique – BRASSIER Pascal - BRUNEL Olivier - CAMELIS Christèle - CAMUS Sandra CAPELLI Sonia - CAPO Claire - CARU Antonella - CASES Anne-Sophie – CEGARRA Jean-Jacques CELHAY Franck – CHALAMON Isabelle - CHANGEUR Sophie - CHANEY Damien - CHARFI Anis - CHARRY Karine - CHEDOTAL Camille - CHUMPITAZ Ruben – CHERIF Emna - CHOUK Inès – CISSE-DEPARDON Karine CLAUZEL Amélie - COLLANGE Véronique - COLLIN-LACHAUD Isabelle – COSTA Sandrine - COTTET Patrice COUTELLE Patricia – COURVOISIER François - COVA Bernard - CRIE Dominique – CURBATOV Oleg DALLA OZZA Ilaria - DAMAK Leila – DAMAY Coralie - DAMPERAT Maud – DAUCE Bruno - DEBENEDETTI Alain DEBENEDETTI Stéphane - DECAUDIN Jean-Marc – DECOOPMAN Isabelle - DECROP Alain – DEHLING Aurélie DELECOLLE Thierry - DEKHILI Sihem - DJELASSI Souad - DE LASSUS Christel - DERBAIX Christian DERBAIX Maud- DES GARETS Véronique – DIANOUX Christian - DION Delphine – DIVARD Ronan DROULERS Olivier – DUBOIS Pierre-Louis - DURAND-MÉGRET Béatrice - FAURE-FERLET Axelle - FERRANDI Jean-Marc - FLECK-DOUSTEYSSIER Nathalie – FOSSE-GOMEZ Marie-Hélène - FRANCOIS-LECOMPTE Agnès FRISOU Jean - FROCHOT Isabelle – FUEYO Céline - GABRIEL Patrick - GALAN Jean-Philippe - GALLEN Céline – GALLOPEL-MORVAN Karine – GALLOUJ Camal - GALLUZZO Anthony - GARNIER Marion GAVARD-PERRET Marie Laure- GENTRIC Michel – GHEWY Pierre - GIANNELLONI Jean-Luc – GOLLETY Mathilde GONZALES Christine – GORGE Hélène - GOTTELAND David – GOUDARZI Kiane - GOUDEY Alain GOURMELEN André - GRAILLOT Laurence - GUICHARD Nathalie- GUILLARD Valérie – GUILLO-SOULEZ Chloé - GUINTCHEVA Guergan - GUIOT Denis -GURVIEZ Patricia – HAON Christophe - HELME-GUIZON Agnès - HEMAR-NICOLAS Valérie- HERMANN Jean-Luc - HERBERT Maud - HOLLET HAUDEBERT Sandrine JEANNOT Florence - - JULIENNE Eric -JOLIBERT Alain - KESSOUS Aurélie - KORCHIA Michaël – KREZIAK Dominique - LACOEUILHE Jérôme – LACOSTE-BADIE Sophie - LADWEIN Richard – LAGIER Joël – LAJANTE Mathieu - LALLEMENT Jeanne - LAPEYRE Alexandre - LARCENEUX Fabrice - LAURENT Gilles – LAVORATA Laure - LE GALL ELY Marine - LEGOHEREL Patrick - LEHU Jean-Marc – LESSASSY Léopold - LEMOINE Jean-François – LE NAGARD Emmanuelle – LENGLET François – LE ROUX André - LICHTLE Marie-Christine LLOSA Sylvie - LOMBARDOT Eric - LOMBART Cindy – LOREY Thierry - LOUIS Didier – LUNARDO Renaud MAILLE Véronique - MANI Zied - MARDE Sinove – MARTINEZ Carole – MAUBISSON Laurent MAYRHOFER Ulrike - MENCARELLI Rémi - MERIGOT Philippe - MERLE Aurélie - MEYER-WAARDEN Lars MICHAUD-TREVINAL Aurélia – MICHEL Géraldine - MILTGEN Caroline – MOAL-ULVOAS Gaëlle MONNOT Elisa – MORIN –DELERM Sophie - MORISSE Benjamin - MOULINS Jean-Louis - MURATORE Isabelle N'GOALA Gilles – NABEC Lydiane -NAU Jean-Philippe - NDIONE Louis-César - NGOBO Paul – NICHOLSON Patrick - NOTEBAERT Jean-François – NYECK Simon - ODOU Philippe – PACHE Gilles - PANTIN-SOHIER Gaëlle PAPETTI Catherine - PARGUEL Béatrice - PASSEBOIS-DUCROS Juliette – PELET Jean-Eric - PETR Chrsitine PEZ Virginie – PLICHON Véronique – PICOT-COUPEY Karine - PINSON Christian – PLICHON Véronique PONCIN Ingrid – POUJOL Fanny - PRAS Bernard – PRINGENT-SIMONIN Anne-Hélène - PRIM-ALLAZ Isabelle PULH Mathilde - RAIES Karine – REGANY Fatima - RENAUDIN Valérie - RENIOU Fanny – REYNAUD Emmanuelle RIEUNIER Sophie - RIVIERE Arnaud – ROBERT-DEMONTROND Philippe - RODHAIN Florence ROEDERER Claire - ROEHRICH Gilles - ROUX Dominique – SABADIE William - SABRI Ouidade – SALGADO Stéphane - SEMPE Laurent – SERE DE LANAUZE Gilles – SIADOUX-MARTIN Béatrice - SITZ Lionel SIMON Françoise - SIRIEIX Lucie - SOULEZ Sébastien – STENGER Thomas – SUEUR Isabelle TAFANI Eric - TAMARO Annick - TIERCELIN Alexandre - TISSIER-DESBORDES Elizabeth - TOUZANI Mourad TRENDEL Olivier –TRIBOU Gary - TRINQUECOSTE Jean-François – URBAIN Caroline - URIEN Bertrand VALETTE-FLORENCE Pierre- VANHEMMS Régine – VANHUELE Marc - VEG-SALA Nathalie - VERNETTE ERIC - VIGNOLLES Alexandra - VIOT Catherine - VOLLE Pierre - WALLISER Bjorn – WERLE Carolina

Remerciements aux doctorants pour la mise en forme des papiers :
Fatiha BOUKOUYEN - Alexandra BURLAUD - Malo JONCQUEMAT - Oumaima KHANFOUDI - Fernando LOPEZ CESAR - Abel MENSAH - Hassiba SADOUNE

MEMBRES

PRÉSIDENTE DU COMITÉ D'ORGANISATION

- Pascale EZAN

LE COMITÉ SCIENTIFIQUE

CO-PRÉSIDENTS

- Joël BREE
- Eric REMY

MEMBRES DU COMITÉ SCIENTIFIQUE RESTREINT

- Pascale EZAN
- Renaud GARCIA-BARDIDA
- Julian HOFMANN
- Tibor MANDJAK
- Sondès ZOUAGHI

COMITÉ SCIENTIFIQUE ÉLARGI

- PRSH : Mathilde LE LUYER
Lucile PAILLETTE
- DIRVED : Louis SAUTREL

LE COMITÉ D'ORGANISATION

MEMBRES DU COMITÉ D'ORGANISATION

- Sondès ZOUAGHI
- Arnaud DELANNOY
- Romain SOHIER
- Emilie HOËLLARD
- Marina FERREIRA DA SILVA
- Baptiste CLERET
- Alice SOHIER
- Tony DE VASSOIGNE
- Boris COLLET
- Maxime DAVID
- Amir KHABABA
- Coralie LALLEMAND
- Kenza MARRY
- Lamia SADOUN
- Cerise THOREL
- Arthur VELPRY
- Céline HAY

PÔLE COMMUNICATION

- Stéphane MALLET
- Caroline ROUEN MALLET

AIDE DE LA DIRECTION DE LA COMMUNICATION DE L'UNIVERSITÉ DE ROUEN

- Développeuse Web :
Caroline GAGNÉ

MERCREDI 15 MAI

13h30

Hall de l'ISEL

ACCUEIL DES CONGRESSISTES

14H00-15H00

Salle de conférence, 1er étage

OUVERTURE ET CONFERENCE

Philippe AUGIER
Maire de Deauville,
Président de l'Agence
Normandie Attractivité

Thème : « De la politique touristique au marketing territorial »

Mot des organisateurs :
Pascale EZAN,
Jean-Guy BERNARD

15h00 - 16h30

SESSIONS PARALLÈLES

SESSION 1

SALLE 205

UN CONSOMMATEUR ENGAGÉ

Présidente de session :
Françoise SIMON

L'impact de l'engagement sur le raisonnement motivé des consommateurs
>> ***Anis CHTOUROU***

Paradoxes de l'empowerment du consommateur participatif : le cas des bornes digitales d'accès au service
>> ***Virginie SCHWEITZER, Françoise SIMON***

La passion des gadgets et des normes subjectives : deux déterminants de l'intention d'adopter
>> ***Catherine VIOT, Agnès LANCINI, Caroline BAVART (Best Paper Marketing digital)***

SESSION 2

SALLE 206

LA PREUVE EN IMAGE

Président de session :
Alain DECROP

Destinée des objets :
un autre regard sur le gaspillage
>> ***Dominique ROUX, Marie SCHILL***

Spot - Le longboard downhill :
Ethnographie d'une pratique spatiale-consommation, appropriation et production de l'espace public
>> ***Thomas STENGER***

SESSION 3

SALLE 210

UNE GROSSE ÉMOTION

Présidente de session :
Marie-Hélène FOSSE-GOMEZ

Le spectacle de la douleur dans l'expérience : une étude dans les stades de rugby
>> ***Clément DUBREUIL***

L'expérience « extra-ordinaire », un levier pour créer des relations proches avec les marques : apport de la théorie de l'expansion de soi
>> ***Tiphaine GORLIER, Géraldine MICHEL***

Au-delà de l'incident de service… L'offense du consommateur,
>> ***Olivier MORRISSON, Dominique CRIE***

SESSION 4

SALLE 213

VALORISER UN TERRITOIRE

Président de session :
Jean-François TRINQUECOSTE

Le terroir et ses dimensions :
une étude exploratoire de l'impact des différentes dimensions du terroir sur le comportement des consommateurs de vin
>> ***Julien COUDER, Pierre VALETTE-FLORENCE***

Enjeux et alternatives liés à l'affichage d'un « made in »
>> ***Agnès FRANCOIS-LECOMPTE, Michel GENTRIC***

SESSION 5

SALLE 312

LE MARKETING DE LA RELATION

Présidente de session :
Sylvie LLOSA

Vers un enrichissement de la relation entre satisfaction et fidélité à la marque : le rôle médiateur de l'attitude à l'égard de l'achat sur le canal de distribution
>> ***Mickaël FLACANDJI***

Les effets de l'ancienneté de la relation sur la profitabilité client après un recouvrement de service
>> ***Mathieu BEAL, William SABADIE, Yany GREGOIRE***

Comment les facteurs de performance relationnelle des commerciaux contribuent-ils à la quantité de la relation avec leurs clients professionnels ? Analyses au travers du modèle tétraclasse
>> ***Éric JULIENNE, Sylvie LLOSA***

SESSION 6

SALLE 313B

CONSOMMATEURS DE SANTÉ

Présidente de session :
Norchène BEN DAHMANE MOUELHI

Non-vaccination contre la grippe du personnel soignant des hôpitaux : réactance situationnelle induite par une mauvaise relation à l'institution
>> ***Marie-Claire WILHELM, Marie-Laure GAVARD-PERRET, Alexandre MIGNOT, Olivier EPAULARD***

Prévention binge-drinking et réseaux sociaux : fais-moi rire et je passerai le message !
>> ***Marie-Claire WILHELM, Karine RAIES, Isabelle CHALAMON***

Pourquoi ne sommes-nous pas observants ? La distance perçue à l'égard de la maladie, une nouvelle grille de lecture
>> ***Jean-Marc FERRANDI***

SESSION 7

SALLE 317

ATELIER GIT : PRIX ET VALEUR

Présidente de session :
Marine LE GALL-ELY

Session spéciale Valeur et Culture_GIT prix et valeur
>> ***Dominique BOURGEON-RENAULT, Agnès WALSER-LUCHESI, Caroline URBAIN, Marine LE GALL-ELY, Caterina TRIZULLA, Erwan JOUD***

SALLE 311

ATELIER CAS PÉDAGOGIQUES ET MINI-CAS RECHERCHE

(finalistes du concours des cas)

Présidentes de session :
Leïla ELGAAIED et Charlotte LECUYER

Cas Pédagogiques finalistes
Nanoparticules et Solaires : progrès ou danger ? Etude quantitative avant lancement de produits innovants,
>> ***Marie-Catherine MARS, Victor MEJIA***

Bewood : quelle politique tarifaire pour cette start-up ?
>> ***Sabine RUAUD, Hervé DIDIER***

Gamme Chef de Lustucru Sélection : gérer la marque et l'innovation produit
>> ***Laura SERVANT VOLQUIN, Sabrina ZAIDI-CHTOUROU***

Mini-Cas Recherche finalistes
Faire Face au comportement des showrooming : le cas Castorama
>> ***Lydie BELAUD, Sandrine HEITZ -SPAHN***

Comment le marketing numérique peut-il servir la marque employeur : Étude de cas sur Chronométriq
>> ***Léo TRESPEUCH, Karine SAMSON***

16H30 - 17H00

Hall de l'ISEL

PAUSE

17H00 - 18H30

SESSIONS PARALLÈLES

SESSION 8

SALLE 205

L'EFFICACITÉ PUBLICITAIRE

Président de session :
François COURVOISIER

L'effet de l'anthropomorphisme sur l'efficacité publicitaire : une expérimentation opérée sur les éléments scéniques de l'annonce
>> ***Emna CHERIF, Manel MZOUGHI***

Le niveau d'attention visuelle portée aux publicités est-il un prédicteur de la mémorisation de marques nouvelles ? Une recherche exploratoire par oculométrie
>> ***Marie-Laure MOURRE***

Pub de monsieur tout le monde (user generated ads) vs pub des célébrités (celebrity generated ads), quelles sont les meilleures pour promouvoir les marques !
>> ***Elisabeth ROBINOT, Léo TRESPEUCH, Harold BOECK***

« Speedy Tuesday: quand Omega adopte les nouveaux codes de la publicité en ligne »
>> ***Claire ROEDERER, François COURVOISIER (Best Paper Marketing Horloger)***

SESSION 9

SALLE 206

UN MARKETING VIRTUEL

Présidente de session :
Catherine VIOT

La force des liens faibles peut-elle expliquer du processus d'achat de biens virtuels ? Le cas des joueurs de moba
>> ***Hélène YILDIZ, Komivi AFAWUBO***

L'usage de la réalité virtuelle dans la promotion d'une destination touristique : le rôle de l'imagerie mentale - cas des vidéos 360°
>> ***Intissar ABBES, Hana SAIDI***

La réalité virtuelle au service du secteur touristique ... quand l'expérience touristique virtuelle crée une intention de visite réelle
>> ***Chaima LAJILI, Norchène BEN DAHMANE MOUELHI, Ines NASRI***

SESSION 10

SALLE 210

DES SALARIÉS MARKETEURS

Présidente de session :
Marie-Christine LICHTLE

L'alignement des employés à la nouvelle identité d'une marque institutionnelle en contexte de fusion/acquisition : le cas Engie
>> ***Mathieu DUNES, Rosemarie VIEDMA***

Co-créer avec les employés : quelles conséquences sur le comportement des collaborateurs à l'égard de leur entreprise ?
>> ***Elodie JOUNY RIVIER, Julien JOUNY RIVIER***

Que signifie participer ? Un autre regard sur le concept de participation : celui des salariés
>> ***Charlotte RANCHOUX***

SESSION 11

SALLE 213

LA SENSORIALITÉ D'INTERNET

Présidente de session :
Agnès HELME-GUIZON

Olfactionline : l'impact des odeurs ambiantes sur les comportements de consommation en ligne
>> ***Soffien BATAOUI, Cindy CALDARA***

Effets d'interaction entre la couleur et la typographie des sites web marchands et réactions des internautes : une étude exploratoire
>> ***Demba Ousmane DIOUF, Jean-François LEMOINE***

Etude expérimentale de l'influence de la couleur de fond des avis de consommateurs en ligne sur les réponses des consommateurs
>> ***Gautier LOMBARD, Mathieu KACHA, Jean-Luc HERRMANN***

SESSION 12

SALLE 312

QUAND LES CLIENTS PARTICIPENT

Président de session :
Ronan DIVARD

Les mesures de la participation du client, proposition d'une alternative aux méthodes déclaratives
>> ***Lionel NICOD, Elodie MALLOR, Sylvie LLOSA***

L'interchangeabilité dans les services collaboratifs : lorsque fournisseurs et consommateurs de service peuvent intervertir leurs rôles respectifs
>> ***Stéphanie NGUYEN, Mohamed DIDI ALAOUI, Sylvie LLOSA***

Mobiliser la figure du client pour conduire le changement : une approche performative et transversale de l'orientation client
>> ***Tiphaine CHAUTARD***

SESSION 13

SALLE 313B

LA CONSOMMATION EN FAMILLE

Présidente de session :
Mathilde GOLLETY

À la conquête d'un nouveau territoire ? Les pères isolés à l'assaut de la sphère domestique
>> ***Marie-Hélène FOSSE-GOMEZ, Mohamad CHOUR***

La « grounded cognition » : une nouvelle façon de concevoir les stéréotypes sur la personne âgée et leur influence sur l'activité physique des seniors
>> ***Kimberley GIRARDON, Marine LE GALL-ELY, Bertrand URIEN***

Les motivations des adolescents à intervenir dans les décisions d'achats de la famille. Regard au travers de la valeur de consommation et de la motivation à agir
>> ***Béatrice DURAND-MEGRET, Régine VANHEEMS***

SESSION 14

SALLE 317

ATELIER GIT : SEMIOTIQUE

Président de session :
François BOBRIE

Contribution sémiotique à la recherche en marketing sur les territoires et les identités ?
>> ***Philippe MERIGOT, Cristina BADULESCU, Fatima REGANY, Maud HERBERT, Cécile MCLAUGHLIN, Marie-Pierre PINTO, François BOBRIE***

18H30

Salon de l'Hôtel de Ville

COCKTAIL DINATOIRE

JEUDI 16 MAI

8h00-8h30

Hall de l'ISEL

ACCUEIL DES CONGRESSISTES

8H30 - 10H00

JOB MARKET

SESSIONS PARALLÈLES

SESSION 15

SALLE 205

CONSOMMATEURS ET DISTRIBUTEURS

Président de session :
Jean-Luc GIANNELLONI

Manipulation en magasin perçue par les shoppers : vers une proposition d'échelle de mesure
>> ***Bilitis BERTHIAUME, Lova RAJAOBELINA***

The impact of organic private label on retailer perceptions and recommendation and shopping intent towards a retailer
>> ***Laurent BUSCA, Gauthier CASTERAN, Charlotte MASSA, Daria PLOTKINA***

Le consommateur à compétence réduite en littératie face au labyrinthe marchand de la grande distribution : quels dispositifs pour développer des environnements marchands inclusifs ?
>> ***Abdelkader EL HEJRAOUI, Philippe ROBERT-DEMONTROND***

SESSION 16

SALLE 206

TRADITION ET RURALITÉ

Président de session :
Bertrand URIEN

Pour un renouvellement du concept d'attractivité rurale: les motivations et freins des néoruraux français évoqués par la presse
>> ***Paul-Mathieu CAITUCOLI, Valérie GUILLARD, Fabrice LARCENEUX***

L'effet du nom d'une boutique artisanale sur les réactions du consommateur a l'égard de l'artisan : le rôle de la personnification et des efforts marketing perçus
>> ***Jonathan DEZECOT, Nathalie FLECK***

Conceptualisation de la traditionnalité perçue du produit alimentaire : une approche par la grounded theory
>> ***Georgina GONZALEZ HEMON, Jean-Marc FERRANDI, Gaelle PANTIN-SOHIER (Best paper Marketing alimentaire)***

SESSION 17

SALLE 210

EXPÉRIENCE MARCHANDE EN LIGNE

Président de session :
Jean-François LEMOINE

De l'immersion à la présence dans un nouvel environnement commercial en ligne : importance des facteurs clés d'accès à l'expérience
>> ***Ingrid PONCIN, Ghada BETTAIEB, Marie-Hélène FOSSE-GOMEZ, Marion GARNIER***

La typographie des sites web marchands : les effets de l'espacement interligne sur les réactions des internautes
>> ***Jean-François LEMOINE, Raouf ZAFRI***

Virtual hospitality of a website and behavioral intentions. The central role of processing fluency and well-being
>> ***Jean-Luc GIANNELLONI, Agnès HELME-GUIZON, Soffien BATAOUI***

SESSION 18

SALLE 213

BUDGETS ET FINANCEMENT

Président de session :
Arnaud RIVIERE

Financial deprivation? But which financial deprivation? The different effects of social and temporal financial deprivation on budget allocation preferences
>> ***Laurent BERTRANDIAS, Alexandre LAPEYRE***

Les antécédents de la philanthropie à l'ère d'internet et des réseaux sociaux
>> ***William MENVIELLE, Léo TRESPEUCH***

Présence sociale et distance sociale : deux concepts clés pour favoriser les comportements de don d'argent en ligne via les réseaux sociaux
>> ***Emmanuelle BOCH, Soffien BATAOUI***

SESSION 19

SALLE 312

GAMING SESSION

Présidente de session :
Marion GARNIER

« Quand Ramon Tafraise écrase le Doodler ! » : L'influence de la proéminence de la marque au sein d'un advergame sur l'attitude envers le jeu et l'intention de le télécharger
>> ***Amélie JOASSARD, Sonia CAPELLI***

Quand la pub se la joue geek : mesurer la diffusion d'une sous-culture
>> ***Marion GARNIER, Alexandre TIERCELIN, Arnaud DELANNOY***

Vers une meilleure compréhension de la relation de l'enfant avec le jeu en ligne et l'advergame
>> ***Ali BEN YAHIA, Sihem BEN SAAD, Fatma CHOURA ABIDA***

SESSION 20

SALLE 313B

COMMUNIQUER AU-DELÀ DE LA RÉALITÉ

Présidente de session :
Aïda MIMOUNI-CHAABANE

The effect of interactivity and sponsor interactivity valence in an online sponsorship environment
>> ***Alina SIMION, Björn WALLISER***

The effect of communication styles on customer attitudes: a comparison of human-chatbot versus human-human interactions
>> ***Giulia PAVONE, Lars MEYER-WAARDEN, Andreas MUNZEL***

Augmented Reality perception by consumer point of view
>> ***Francesca SERRAVALLE, Régine VANHEEMS, Milena VIASSONE***

SESSION 21

SALLE 317

ATELIER GIT : PRATIQUE(S) DU MARKETING

Présidente de session :
Isabelle COLLIN-LACHAUD

Pratique(s) (du) marketing : explorations conceptuelles et empiriques
>> ***Isabelle COLLIN-LACHAUD, Pierre VOLLE, Laurent BUSCA, Guillaume DO VALE, Florence JACOB, Eric CAZENAVE***

ATELIER RÉDACTEURS

10H00-10H30

Hall de l'ISEL

PAUSE

10H30-12H00

Hall de l'ISEL

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

12H00-13H30

Hall de l'ISEL

DÉJEUNER

13H30 - 15H00

SESSIONS PARALLÈLES

SESSION 22

SALLE 205

LA PLACE DU PACKAGING

Président de session :
Jean-Marc FERRANDI

L'utilisation des dates de péremption en questions
>> ***Axelle FAURE-FERLET, Christine GONZALEZ***

Moins de produit et moins d'amour : les effets du downsizing d'un packaging sur l'image de marque,
>> ***Lucie LETORT, Michaël KORCHIA, Christine GONZALEZ***

De la fonction du superflu : motifs ornementaux, design graphique et perception de la marque
>> ***Manon FAVIER, Franck CELHAY, Lise MAGNIER, Gaëlle PANTIN-SOHIER***

The influence of Logo Descriptiveness on Consumer Behavior and Brand Performance
>> ***Jonathan LUFFARELLI, Mudra MUKESH, Ammara MAHRNOOD***

SESSION 23

SALLE 206

LES MARQUES ENTRE HÉRITAGE ET INNOVATION

Présidente de session :
Géraldine MICHEL

La marque et le design, comme vecteurs d'innovation : le rôle du capital innovation de la marque
>> ***Aurélie HEMONNET-GOUJOT, Delphine MANCEAU, Pierre VALETTE-FLORENCE***

Effectiveness of advertisements using brand heritage: a construal level theory approach
>> ***Mohamed DIDI ALAOUI, Fabien PECOT, Altaf MERCHANT, Mathieu KACHA***

Attachement à la marque : au-delà de la transmission intergénérationnelle, l'assemblage d'un réseau familial de marque
>> ***Dominique BILLON***

Comment les entreprises construisent la responsabilité sociale de leurs marques commerciales
>> ***Camille CORNUDET, Géraldine MICHEL***

SESSION 24

SALLE 210

ALIMENTATION ET ACCULTURATION

Président de session :
Rémi MENCARELLI

Les phases de l'acculturation alimentaire des expatries professionnels : une comparaison interculturelle
>> ***Raficka HELLAL GUENDOUZI, Sihem DEKHILI***

Orienter les consommations vers de nouvelles pratiques : les particularités de l'apprentissage des pratiques alimentaires
>> ***Patrick GABRIEL, Annick TAMARO, Christelle LAVAUD, Samuel GUILLEMOT, Mickaël DUPRE***

Comment aborder les enjeux de l'alimentation dans la transition écologique : le concept d'alimentation durable
>> ***Morgane INNOCENT, Agnès FRANÇOIS-LECOMPTE, Ronan DIVARD***

SESSION 25

SALLE 213

LA VALEUR EN MARKETING

Président de session :
Jean-Louis MOULIN

Vers une amélioration de la proposition de valeur des entreprises industrielles : l'importance de l'articulation servicisation-digitalisation
>> ***Tinhinane TAZAIRT, Isabelle PRIM-ALLAZ***

Assistant vocal, plateforme IA : les apports de la théorie des effets de réseau a une expérience de Co-création de valeur
>> ***Valérie RABASSA***

SESSION 26

SALLE 312

MARKETING ET ORGANISATIONS NON MARCHANDES

Présidente de session :
Dominique ROUX

Les coopératives de consommateurs : une analyse à travers le prisme de la gouvernance et de la viabilité
>> ***Jeanne ALBOUY, Alexandre LAPEYRE, Ziad MALAS, Nathalie MAUMON***

Attachement a la marque associative : déterminants et effets sur les comportements pro-environnementaux
>> ***Magali TRELOHAN***

Pratiques de l'espace et du territoire : une approche ethnographique des actions protestataires d'une ong environnementaliste
>> ***Marine CAMBEFORT, Dominique ROUX, Elyette ROUX***

SESSION 27

SALLE 313B

RÉSEAUX SOCIAUX

Président de session :
Thomas STENGER

Les messages préventifs sur Facebook : Une approche par la Théorie de l'Auto-Détermination
>> ***Houda SASSI***

Médias sociaux et comportements alimentaires chez les jeunes adultes : Le cas des vidéos «routine» sur Youtube
>> ***Maxime DAVID, Pascale EZAN***

Happier with the Internet Thanks to Social Networking Sites: An Affective and Cognitive Framework
>> ***Julien CLOAREC, Lars MEYER-WAARDEN, Andreas MUNZEL***

SESSION 28

SALLE 317

ATELIER GIT : CONSOMMATION, TERRITOIRE ET DÉVELOPPEMENT DURABLE

Présidente de session :
Laure LAVORATA

Consommation, territoire et développement durable : défis pour les acteurs
>> ***Laure LAVORATA, Sihem DEKHILI, Mohamed Akli ACHABOU, Mohamed HAMDOUN, Mickaël DUPRE, Patrick GABRIEL***

15H00-15H30

Hall de l'ISEL

PAUSE

15H30-17H00

SESSIONS PARALLÈLES

SESSION 29

SALLE 205

CONSOMMATION SENSORIELLE

Présidente de session :
Gaëlle PANTIN-SOHIER

L'effet des images d'ingrédients aromatiques sur l'évaluation et la consommation du produit
>> ***Fanny THOMAS, Sonia CAPELLI***

La promotion olfactive des produits sans sucres
>> ***Yamen KOUBAA, Fatiha FORT, Rym BOUDALI, Amira ELEUCH***

Le toucher non diagnostique : effets de la texture d'un support sur l'évaluation et l'intention de comportement
>> ***Cindy CALDARA, Jessica GERARD***

SESSION 30

SALLE 206

L'ATTRACTIVITÉ DES VILLES

Président de session :
Patrick GABRIEL

L'expérience hybride de mobilité : un nouveau rapport aux distances dans la smart city
>> ***Sara LAURENT, Gilles N'GOALA***

Les déterminants de l'attractivité résidentielle des villes marocaines
>> ***Mustapha EL KORAICHI***

La relation « client/commerçant/territoire » dans le renouvellement de l'offre commerciale du centre-ville : l'exemple messin
>> ***Hélène YILDIZ, Mathias BOQUET, Nicolas DORKEL***

SESSION 31

SALLE 210

SANTÉ DIGITALE

Présidente de session :
Angélique RODHAIN

Plasticsurgery: les chirurgiens esthétiques a l'ère des réseaux sociaux
>> ***Wiem BEN JEMIA, Azza FRIKHA***

Electronic Medical Records Breaches in the US Healthcare Ecosystem
>> ***Julien CLOAREC, Nour ALRABIE***

Comprendre l'empowerment des patients à travers l'étude d'une communauté en ligne « vivre sans thyroïde »
>> ***Marie-Georges FAYN***

SESSION 32

SALLE 213

DE LA PLATEFORME À L'OMNICANAL

Présidente de session :
Régine VANHEEMS

Analyse du rôle des middle managers dans la mise en place d'un business model omni-canal
>> ***Guillaume DO VALE, Isabelle COLLIN-LACHAUD, Xavier LECOCQ (Best paper Etienne Thil)***

The bivalent catalysis effect of the screen in phygital interactions between shop assistants and customers
>> ***Yonathan Silvain ROTEN, Régine VANHEEMS***

Le contrôle perçu sur l'échange dans le contexte d'une plateforme multifaces : conceptualisation, mesure et modélisation
>> ***Remi MENCARELLI, Cindy LOMBART, Renaud LUNARDO, Ericka HENON***

SESSION 33

SALLE 312

MARKETING ET PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

Présidente de session :
Amina BEJI-BECHEUR

Représentations mentales et réactions affectives liées au changement climatique : impacts sur les intentions d'agir
>> ***Marie SCHILL, Delphine GODEFROIT-WINKEL, Philippe ODOU, Frédéric SCHIFFLER***

Le changement climatique face à l'apathie du consommateur : un problème d'intuition morale
>> ***Philippe ROBERT-DEMONTROND, Vanessa BEAUDOUIN***

Des amendes ou des incitations pour protéger l'environnement ? Le lien entre culture nationale et attitude envers différents types de politiques environnementales
>> ***Leila ELGAAIED***

SESSION 34

SALLE 313B

DON ET ÉCHANGES NON-MARCHANDS

Présidente de session :
Ouidade SABRI

Distinctions entre don, partage et mutualisation : des apports à travers le cas du don du sang
>> ***Emmanuelle BOCH***

Le modèle de la dépossession volontaire est-il adapté à tous les types de don ? Le cas du don de sang
>> ***Emmanuelle BOCH***

Happiness as a Driver of Social Exchanges
>> ***Julien CLOAREC, Lars MEYER-WAARDEN, Andreas MUNZEL***

SESSION 35

SALLE 317

ATELIER : COMMENCER OU POURSUIVRE SA CARRIÈRE À L'ÉTRANGER, RETOURS D'EXPÉRIENCE

Table ronde
>> ***Jonathan LUFFARELLI, Elisabeth ROBINOT, Dina RASOLOFOARISON, Julien SCHMITT***

SESSION 36

SALLE 311

ATELIER GIT : CHANGER LES COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES

Présidente de session :
Patricia GURVIEZ

Session spéciale Le marketing pour changer les comportements alimentaires... en mieux !
>> ***Patricia GURVIEZ, Tina M. LOWREY, L.J. SCHRUM, Carolina WERLE, Amanda PRUSKI YAMIM, Mia BIRAU, Charlen DADZIE, Sandrine RAFFIN, Agnès LOMMEZ, Caroline DAILLY***

ATELIER MÉTHODOLOGIQUE SPHINX

17H30-19H30

ACTIVITÉS DÉCOUVERTES

20H00 - 2H00

Palais des Régates

REPAS DE GALA

VENDREDI 17 MAI

8h00-8h30

Hall de l'ISEL

ACCUEIL DES CONGRESSISTES

8H30 - 10H00

SESSIONS PARALLÈLES

SESSION 37

SALLE 205

L'ALIMENTATION DES JEUNES

Présidente de session :
Nathalie GUICHARD

Comportement alimentaire des étudiants : effet de la décohabitation expliqué par la théorie du parcours de vie
>> ***Andréa GOURMELEN, Angélique RODHAIN, Josselin MASSON***

La mise en scène de l'alimentation sur Instagram ou comment Instagram revisite le rapport des jeunes à l'alimentation et au bien-être
>> ***Lamia SADOUN, Valérie NICOLAS-HEMAR***

Alerter les parents sur les produits agroalimentaires gras-sucres-sales destines aux enfants par un logo nutritionnel en face-avant des packagings : les effets du nutri-score en France
>> ***Lydiane NABEC, Stephan MARETTE, Florence DURIEUX, Nathalie GUICHARD, Valérie NICOLAS-HEMAR***

SESSION 38

SALLE 206

VENTE OFF ET ON LINE

Président de session :
Pierre VOLLE

Les effets de la pleine conscience sur les comportements relationnels des commerciaux : un état de l'art
>> ***Christophe CZULY***

Faut-il incarner les dispositifs numériques d'aide a la vente ? Une analyse à travers la présence sociale perçue
>> ***Sarah MACHAT, Juliette PASSEBOIS-DUCROS, jeanne LALLEMENT, Florence EUZEBY***

Réussite commerciale face aux comportements relationnels négatifs des clients : effet médiateur du travail émotionnel de la force de vente
>> ***Michel KLEIN***

SESSION 39

SALLE 210

« EXCLUSION/ INCLUSION » DU CONSOMMATEUR

Président de session :
Jean-Philippe NAU

Dynamiques de marché : le rôle des prototypes et des frontières de marché dans les processus d'exclusion des consommateurs indésirables
>> ***Béatrice TACHET, Delphine DION***

Qui vote pour l'idée gagnante ? L'influence du mode de sélection lors d'un concours d'innovation avec des clients membres et non-membres d'une banque coopérative.
>> ***Alice FALCHI, Sonia CAPELLI, William SABADIE***

Etude de l'impact d'un attribut du bien-être animal sur la qualité perçue : le cas du pâturage et des produits carnés, une approche par l'orientation régulatrice
>> ***Guillaume DENOS, Jean-Marc FERRANDI, Gaëlle PANTIN-SOHIER***

SESSION 40

SALLE 213

UN PEU D'ÉPISTÉMOLOGIE ET DE MÉTHODOLOGIE

Président de session :
David GOTTELAND

Reconsidérer les recherches quantitatives au prisme du réalisme critique
>> ***Laurent BUSCA, LAURENT BERTRANDIAS***

Les effets de la légitimité perçue du marketing sur sa mise en pratiques : une étude empirique auprès des experts-comptables
>> ***Franck DIET, Gilles N'GOALA***

Quel lien entre le Customer Effort Score et la satisfaction client ? Une étude barométrique sur 1500 clients français
>> ***Christophe BENAVENT, Caroline ARDELET***

SESSION 41

SALLE 312

RÉACTIONS AFFECTIVES DU CONSOMMATEUR

Présidente de session :
Valérie GUILLARD

Quand l'entreprise est irresponsable : les conséquences de la publicité trompeuse sur les réactions affectives et les comportements des consommateurs
>> ***Jean-François TOTIS, Andrea SANCHEZ***

Luxury Brands & Young Consumers: Antecedents & Attributes of Positive & Negative brand's image
>> ***Mouna BOUNAOUAS***

Les extensions de marque dans l'industrie musicale : test d'un modèle attitudinal pour la marque Coldplay
>> ***Alain DECROP, Julien MATHIEU***

SESSION 42

SALLE 313B

STIMULATIONS ÉMOTIONNELLES

Présidente de session :
Sondès ZOUAGHI

L'exploitation publicitaire humoristique du politique : une étude expérimentale de son impact sur l'attitude à l'égard de l'annonce et de la marque
>> ***Oumaïma KRITA, Julien BOUILLE, Philippe ROBERT-DEMONTROND***

Transgresser par les séries télévisées: que deviennent les tabous ?
>> ***Imen BEN FATMA, Sondes ZOUAGHI***

Les marques de distributeurs à l'assaut du territoire émotionnel par le biais du story telling : étude socio-sémiotique des récits des MDD alimentaires
>> ***Fatima REGANY***

SESSION 43

SALLE 317

ATELIER GIT : ADOPTION, USAGE ET EFFETS DES OFFRES DIGITALES

Président de session :
Laurent MAUBISSON

Mieux comprendre l'adoption, l'usage et les effets des offres digitales : les apports d'une approche par la valeur perçue
>> ***Arnaud RIVIÈRE, Ibtissame ABAIDI, Patricia COUTELLE, Véronique DES GARETS, Emmanuelle LE NAGARD-ASSAYAG, Laurent MAUBISSON, Elisa MONNOT, Eric VERNETTE***

10H30-11H00

Hall de l'ISEL

PAUSE

11h-12h30

SESSIONS PARALLÈLES

SESSION 44

SALLE 205

MÉDIAS SOCIONUMÉRIQUES

Présidente de session :
Christine GONZALEZ

Sharing or liking? The effect of WOM expression modes on new product success
>> ***Camille LACAN***

Le territoire des médias socionumériques - une approche quantitative
>> ***André LE ROUX, Thomas STENGER***

Retargeting: between applications by advertisers and perception among connected consumers
>> ***Ala CHAMI, Norchène BEN DAHMANE MOUELHI***

SESSION 45

SALLE 206

L'INNOVATION PRODUIT

Présidente de session :
Emmanuelle LE NAGARD-ASSAYAG

L'innovation produit durable : quel impact sur la performance marketing?
>> ***Aurélie HEMONNET-GOUJOT, Fanny MAGNONI***

The role of consultancy firms in shaping the market(s) of radical innovation
>> ***Laurent BERTRANDIAS, Orsolya SADIK-ROZSNYAI***

Relying to customer empowerment strategies to develop new products? Yes... But for which brand type
>> ***Hajer BACHOUCHE, Ouidade SABRI***

SESSION 46

SALLE 210

PERCEPTION DU TERRITOIRE

Présidente de session :
Nathalie FLECK

L'implantation d'un équipement culturel sur un territoire : du discours des acteurs à la réception par les habitants : le cas du Louvre - Lens
>> ***Hamed HADDOUCHE, Christine SALOMONE***

La labellisation « Fabrication française » des PGC : un signal positif pour l'économie et l'environnement, mais pas pour la qualité
>> ***Véronique COLLANGE, Sarra KAROUI, Yohan BERNARD, Aurore INGARAO***

Proposition de l'échelle de la terroirité perçue
>> ***Pascale ERTUS, Christine PETR, Céline JACOB***

SESSION 47

SALLE 213

DIVERSIFIER LA COMMUNICATION

Présidente de session :
Lydiane NABEC

Nudges et marketing : la perspective des consommateurs
>> ***Yolande PIRIS, Othman BOUJENA***

L'impact marginal d'un canal de communication supplémentaire : une approche expérimentale et incrémentale
>> ***Grégoire BOTHOREL***

La nécessaire intégration de la marque dans la conceptualisation des effets des restrictions temporelles de vente : analyse par les méthodes mixtes
>> ***Asma KILANI, Françoise SIMON***

SESSION 48

SALLE 312

UN PSY-CONSOMMATEUR

Président de session :
Christian PINSON

Consommation collaborative et estime de soi : comment se mesure la grandeur des individus dans une société qui ne fait plus prévaloir la logique de l'avoir ?
>> ***Isabelle DABADIE, Philippe ROBERT-DEMONTROND***

Les sois possibles pour mieux expliquer les choix de consommation transformateurs
>> ***Corinne FAURE, Ziad MALAS***

Simplifier : une émancipation par l'actualisation du territoire intime
>> ***Nathan BEN KEMOUN***

SESSION 49

SALLE 313B

CULTURE ET ADOPTION DE PRODUITS

Président de session :
Benny RIGAUX-BRICMONT

Déterminants de la préférence des marques locales par les consommateurs africains : une étude exploratoire au Bénin
>> ***Abdou Kadiri IMOROU***

L'effet des variables culturelles et individuelles sur le processus d'adoption des innovations : une comparaison France – Tunisie
>> ***Sonia BEN ZINA***

Freins à l'adoption du mobile banking au Bénin : rôle modérateur du degré de l'innovation technologique
>> ***Abdou Kadiri IMOROU***

SESSION 50

SALLE 317

ATELIER GIT : MARKETING ET GRH

Président de session :
Sébastien SOULEZ

Le marketing des ressources humaines : communication de la marque employeur, expérience collaborateur, personnel en contact et relation client
>> ***Sébastien SOULEZ, Céline FUEYO, Julien JOUNY-RIVIER, Michel KLEIN***

SESSION 51

SALLE 311

ATELIER GIT : ALCOR ALTERNATIVE CONSUMPTION RESEARCH

Penser les émergences dans la consommation : bilan, projets, perspectives
>> ***Laurent BUSCA, Jean-Philippe NAU, Dominique ROUX***

12H30-14H00

Hall de l'ISEL

DÉJEUNER

PARTENAIRES

UNIVERSITÉ LE HAVRE NORMANDIE

UNIVERSITÉ DE ROUEN NORMANDIE

UNICAEN UNIVERSITÉ CAEN NORMANDIE

1871 EM NORMANDIE BUSINESS SCHOOL

iae CAEN École Universitaire de Management

IAE ROUEN NORMANDIE École Universitaire de Management

IUT LE HAVRE

IUT D'EVREUX

RÉGION NORMANDIE

LE HAVRE SEINE MÉTROPOLE

CaenIamer NORMANDIE COMMUNAUTÉ URBAINE

éditions ems MANAGEMENT & SOCIETE

deboeck SUPÉRIEUR

DUNOD une page d'avance

Pearson

CREATESTS

Le Sphinx

NOUVEL HAIR'

afm

35ÈME

CONGRÈS INTERNATIONAL
DE L'ASSOCIATION FRANÇAISE DU MARKETING