

MERCREDI 17 MAI 2017 – VINCI TOURS

13h30	Accueil des congressistes				
14h – 15h30	<p>Session 1 – Salle A Pratiques émergentes en comportement du consommateur</p> <p>Président de session : Marion GARNIER</p> <p>« Ainsi parlait Zarathoustra » : le dépassement de soi comme principe supérieur commun des consommations émergentes <i>Julien BESNARD</i></p> <p>Prescripteur et prescription en marketing - Une revue de la littérature <i>Thomas STENGER</i></p> <p>The consumer's hybridity : toward the emergence of a new purchase style <i>Manel EL HAKIM MASMOURI</i> <i>Nibrass HAJTAIB EL AOUD</i></p>	<p>Session 2 – Salle B Méthodes quantitatives</p> <p>Président de session : Sonia CAPELLI</p> <p>La satisfaction des clients permet-elle de mieux expliquer l'impact des fusions et acquisitions sur la valeur de l'entreprise ? <i>David RUTAMBUKA</i></p> <p>Modélisation d'un processus de co-créativité basé sur le design thinking <i>Maud DAMPERAT</i> <i>Florence JEANNOT</i> <i>Éline JONGMANS</i> <i>Alain JOLIBERT</i></p> <p>WORK IN PROGRESS : Automated assessment of emotional valence based on facial expression <i>Gilles LAURENT</i> <i>Raphaëlle LAMBERT-PANDRAUD</i> <i>Bernard GOURVENNEC</i> <i>Lydie BELAUD</i></p>	<p>Session 3 – Salle C Appropriation et représentations</p> <p>Président de session : Sophie RIEUNIER</p> <p>The value of appropriation for consumers of a coworking space <i>Adèle GRUEN</i></p> <p>Les représentations sociales de l'automédication : les consommateurs versus les pharmaciens <i>Sarah LASRI</i></p> <p>Comment créer de la proximité avec le client final : apport de la nouveauté et de la dissimilarité <i>Tiphaine GORLIER</i> <i>Géraldine MICHEL</i></p>	<p>Session 4 – Salle D Expérience sensorielle</p> <p>Président de session : Marie-Christine LICHTLE</p> <p>Impact de la symbolique de l'information des propriétés physiques de la texture rôle médiateur de l'agrément pour le toucher du packaging <i>Rania SERHAL</i> <i>Gaëlle PANTIN-SOHLER</i></p> <p>L'expérience artistique en point de vente comme outil de différenciation de l'enseigne : proposition d'un agenda de recherche <i>Ana VUKADIN</i> <i>Jean-François LEMOINE</i> <i>Olivier BADOT</i></p> <p>Représentations d'une expérience sensorielle selon différents acteurs économiques. Le cas de la texture des produits agroalimentaires <i>Patricia MOUEN</i> <i>Patrick GABRIEL</i> <i>Annick TAMARO</i> <i>Anne-Hélène PRIGENT-SIMONIN</i></p>	<p>Session 5 – Salle E Sollicitation des consommateurs et marque durable</p> <p>Président de session : Dominique ROUX</p> <p>Le rôle de la communication virtuelle dans la relation de proximité en AMAP <i>Sonia AISSAOUI</i> <i>Pascale BUENO MERINO</i> <i>Samuel GRANDVAL</i></p> <p>Comprendre les routines de pratiques au gaspillage alimentaire et au bien manger: approche de la consommation alimentaire par les théories des pratiques <i>Margot DYEN</i> <i>Lucie SIRIEIX</i> <i>Sandrine COSTA</i> <i>Laurence DEPEZAY</i> <i>Eloïse CASTAGNA</i></p> <p>Les effets de la congruence marque-cause et du cadrage du message sur l'efficacité d'une campagne de cause related marketing : une étude exploratoire <i>Sanata DIABATÉ</i> <i>Stéphanie VERFAY-BERTHIAUX</i></p>

<p>14h – 15h30</p>	<p>Session 6 – Salle F Co-création, crowdsourcing et crowdfunding</p> <p>Président de session : Pauline de PECHPEYROU</p> <p>Le soutien à la culture via le crowdfunding en question : au-delà des motivations, une analyse des freins à participer <i>Mathilde PULH</i> <i>Juliette DUCROS- PASSEBOIS</i></p> <p>La non-participation au crowdsourcing créatif - à la recherche du sens <i>Souad DJELASSI</i> <i>Isabelle DECOOPMAN</i> <i>Fanny CAMBIER</i> <i>Ingrid PONCIN</i></p> <p>Les moteurs de l'engagement du consommateur dans la co-création de valeur <i>Stéphane THION</i> <i>Eric VERNETTE</i></p>	<p>Session 7 – Salle G Méthodes qualitatives</p> <p>Président de session : Laure SUGIER</p> <p>Dis-moi ce que tu tweetes, je te dirais peut-être si tu es un e-leader d'opinion <i>Thomas RUSPIL</i> <i>Eric VERNETTE</i></p> <p>Le rôle des restrictions temporelles de vente sur l'évaluation de l'offre et l'intention d'achat : cas des ventes flash <i>Asma KILANI</i> <i>Isabelle BARTH</i></p> <p>Le transport narratif au cœur de l'expérience d'un dispositif transmédia <i>Christine PETR</i> <i>Dominique BOURGEON-RENAULT</i> <i>Maud DERBAIX</i> <i>Elodie JARRIER</i></p>	<p>Session 8 – Salle H Communication</p> <p>Président de session : Jean- Marc DECAUDIN</p> <p>Les modèles d'affaires des YouTubers <i>Julien CLOAREC</i> <i>Anthony GALLUZZO</i></p> <p>Prejudice and advertising effectiveness : the polarizer role of current discourse <i>Sondès ZOUAGHI</i> <i>Salim AZAR</i> <i>Leïla ELGAAÏED-GAMBIER</i> <i>Olfa BEN ARFA</i></p> <p>WORK IN PROGRESS : Recommandations collaboratives personnalisées : Quel impact sur le comportement du consommateur en grande distribution <i>Virginie VANDENBULCKE</i> <i>Caroline DUCARROZ</i> <i>François FOUSS</i></p>	<p>Session 9 – Salle I Culture de consommation et expérience de consommation ludique</p> <p>Président de session : Nil OZCAGLAR-TOULOUSE</p> <p>Le festival Tomorrowland : "L'expérience d'une vie" <i>Julie MASSET</i> <i>Alain DECROP</i></p> <p>Le rôle de l'interdit dans la construction et le maintien d'un caractère sacré associé à un lieu : le cas de la cave à particulaire <i>Roxane FAVIER</i> <i>Anthony GALLUZZO</i> <i>Jean-Philippe GALAN</i></p> <p>Les incidences biographiques dans le contexte de reproduction des pratiques sociales : la question d'une carrière <i>Roxane FAVIER</i> <i>Anthony GALLUZZO</i> <i>Jean-Philippe GALAN</i></p>
---------------------------	--	---	---	---

Téléchargez le programme

[Découvrez le programme complet des 17,18 et 19 mai](#)