

15h30-17h00

<p>15h30 – 17h</p>	<p>Session 10 – Salle A Attentes des salariés et relation client</p> <p>Président de session : Patrick GABRIEL</p> <p>La vengeance de masse des salariés : quel effet sur la réputation perçue de l'entreprise par les consommateurs ? <i>Thao BUI-NGUYEN</i> <i>Céline FUEYO</i> <i>Jean-Marc DECAUDIN</i></p> <p>Préparez-vous à en avoir plein les yeux ! Quand l'entreprise vous offre l'hospitalité... <i>Agnès WALSER-LUCHESI</i> <i>François COURVOISIER</i></p> <p>Mise en place d'une démarche participative en interne, quels objectifs ? Le point de vue des salariés <i>Charlotte RANCHOUX</i></p> <p>Tensions entre normes professionnelles et personnelles des personnels soignants : histoire d'une résistance ordinaire dans la relation de service aux patients âgés <i>Abdelmajid AMINE</i> <i>Audrey BONNEMAIZON</i> <i>Margaret JOSION-PORTAIL</i></p>	<p>Session 11 – Salle B Rôle de la marque</p> <p>Président de session : Géraldine MICHEL</p> <p>Comprendre les déterminants du vote : quel apport des travaux marketing sur la marque à la science politique ? <i>Nathalie BOU NAFEH</i> <i>Sophie CHANGEUR</i></p> <p>Le renforcement de la marque par l'enculturation au sein des réseaux de commerce coopératif et associé <i>Fabrice CASSOU</i> <i>Gérard CLIQUET</i> <i>Rozenn PERRIGOT</i></p> <p>WORK IN PROGRESS : Quand la marque « bio » lave plus vert : une étude des réactions des consommateurs face au greenwashing sur le marché du bio <i>Maria-Cristiana MUNTTHU</i> <i>Sophie CHANGEUR</i> <i>Mathieu DUNES</i></p>	<p>Session 12 – Salle C Lieu et proximité</p> <p>Président de session : Jean Luc HERMANN</p> <p>Les rôles de la proximité et de la valeur perçue du stade dans le processus de valorisation d'un match de rugby à XV <i>Jérôme BOISSEL</i></p> <p>L'effet des interactions avec les co-clients sur l'attachement au lieu: une application au cas de l'hôtellerie <i>Samar ZGOLLI</i> <i>Azza TEMESSEK BEHI</i></p> <p>Parfum d'ambiance : quel impact sur la propreté, la sécurité et la satisfaction dans les gares ? <i>Caroline ARDELET</i> <i>Nathalie FLECK</i> <i>Julien GROBERT</i></p>	<p>Session 13 – Salle D Co-crédation de valeur</p> <p>Président de session : Gilles N'GOALA</p> <p>Co-crédation, quel est le meilleur moment pour former le client à maîtriser son rôle ? <i>Lionel NICOD</i> <i>Sylvie LLOSA</i></p> <p>Co-crédation avec les clients : une voie pour accroître leur bien-être ! <i>Sihem DEKHILI</i> <i>Yousra HALLEM</i></p> <p>WORK IN PROGRESS : Repenser le phénomène de co-crédation de valeur, une analyse à base d'activités client <i>Mohammed BENSEDDIK</i></p>	<p>Session 14 – Salle E Luxe</p> <p>Président de session : Elisa MONNOT</p> <p>Que fait Armani dans l'hôtel de luxe ? Réplication et extension de l'analyse du potentiel d'extension des marques de produits de luxe dans le secteur des services <i>Nathalie VEG-SALA</i></p> <p>Owning vs Renting : how culture value systems influence consumer resistance to access based modes of consumption? <i>Alexandra CAMPBELL</i> <i>Guergana GUINTCHEVA</i></p> <p>Luxury brand on internet : an analysis of websites dimensions and websites typology's evolution <i>Angy GEERTS</i> <i>Nathalie VEG-SALA</i></p>
--------------------	--	--	--	--	---

15h30 – 17h	<p>Session 15 – Salle F Digital Marketing</p> <p>Président de session : Jean-Philippe GALAN</p> <p>Would you believe more the person next to you or the one behind the screen ? A threefold perspective on online reviews credit and use <i>Margot RACAT</i> <i>Angy GEERTS</i></p> <p>Brand touchpoints' impact on customer journey : understanding the role of digital, traditional and mobile touchpoints <i>Grégoire BOTHEREL</i> <i>Régine VANHEEMS</i> <i>Anne GUÉRIN</i></p> <p>Outcomes of Consumer IoT Device Appropriation : A Study of consumers' daily effective uses of smartwatches <i>Zeling ZHONG</i> <i>Christine BALAGUÉ</i> <i>Lamy BENAMAR</i></p>	<p>Session 16 – Salle G Assortiment et gamme de produits</p> <p>Président de session : Mbaye DIALLO</p> <p>Quelle perception de la variété pour un assortiment digital ? <i>Yolande PIRIS</i></p> <p>Influence du design du facing sur le traitement visuel des packagings <i>Morgane MINVIELLE</i> <i>Olivier DROULERS</i></p> <p>La recherche de variété comme facteur modérateur à la perception d'une extension de gamme <i>Victor MEJIA</i> <i>Richard HUAMAN-RAMIREZ</i> <i>Philippe AURIER</i></p>	<p>Session 17 – Salle H Loisirs et tourisme</p> <p>Président de session : Christine PETR</p> <p>Les usages du smartphone pour découvrir une destination touristique et ses conséquences sur l'expérience touristique <i>Jean-François LEMOINE</i> <i>Mathieu SALVADORE</i></p> <p>Stéréotypes nationaux liés aux comportements hospitaliers : quel impact sur l'hospitalité perçue d'une destination touristique ? <i>Saloua TOUIL</i> <i>Samira ZINE-DANGUIR</i> <i>Gilles N'GOALA</i></p>	<p>Session 18 – Salle I Session spéciale Communiquer sur le statut coopératif de l'entreprise : les ressorts d'une stratégie payante</p> <p>Président de session : Sonia CAPELLI</p> <p>Un état de la représentation sociale de la coopérative selon le niveau de consommation responsable des français <i>Axelle FAURE-FERLET</i> <i>Sonia CAPELLI</i> <i>William SABADIE</i></p> <p>Une explication de l'effet positif de la mention « coopérative » sur l'emballage : la justice perçue du processus de fixation des prix <i>Laurent BERTRANDIAS</i> <i>Laurent BUSCA</i> <i>Paul-Emmanuel PICHON</i></p> <p>L'avantage socialement responsable des coopératives : une approche par les arguments de communication <i>Charlotte LECUYER</i> <i>Sonia CAPELLI</i> <i>William SABADIE</i></p>	<p>Salle J Atelier méthodologique – Tc</p> <p>« Collecter des données avec nouvelles technologies d'enquêtes »</p> <p>Intervenants :</p> <p><i>Philippe GUILBERT</i> (Directeur général Toluna)</p> <p><i>Emmanuelle LE NAGARD ASSAYAG</i> (Professeur - ESSEC)</p> <p><i>Eric VERNETTE</i> (Professeur des Universités Université Toulouse 1 Capitole)</p>
17h – 17h30	Pause				

Téléchargez le programme

[Découvrez le programme complet des 17.18 et 19 mai](#)