

JEUDI 18 MAI 2017 – VINCI TOURS

8h	Accueil des congressistes				
8h30 – 10h	<p>Session 26 – Salle A Valorisation de l'expérience en point de vente</p> <p>Président de session : Alain DECROP</p> <p>Influences of the perceived value on actual repurchasing behavior : empirical exploration in a retailing context <i>Remi MENCARELLI Cindy LOMBART</i></p> <p>It suits you well ! Body-esteem moderates the reaction to feedback for appearance-related products <i>Aurélie MERLE Anik SAINT-ONGE Sylvain SENEAL</i></p> <p>Influence of symmetry on aesthetic evaluation of product packages and product purchase intention <i>Sophie LACOSTE-BADIE Arnaud BIGOIN-GAGNAN Olivier DROULERS</i></p>	<p>Session 27 – Salle B Prévention des comportements</p> <p>Président de session : Anne Sophie CASES</p> <p>Influence du contenu des publicités pour l'alcool sur les perceptions des boissons alcoolisées, l'envie de consommer et la visibilité des avertissements sanitaires <i>Jacques-François DIOUF Sophie LACOSTE-BADIE Karine GALLOPEL-MORVAN Olivier DROULERS</i></p> <p>Évaluation du paquet de cigarettes neutre (vs. Classique) par les non-fumeurs et les fumeurs : rôle de la valence de la couleur du paquet neutre ? <i>Mathieu KACHA Karine GALLOPEL-MORVAN Renaud FRAZER Jean-Luc HERRMANN</i></p> <p>Quel impact des avertissements sanitaires alcool utilisés en France sur les perceptions et les intentions comportementales des jeunes : résultats d'une étude exploratoire <i>Gloria DOSSOU Karine GALLOPEL-MORVAN Jacques-François DIOUF</i></p>	<p>Session 28 – Salle C Évaluation des consommateurs et comportement sociétal</p> <p>Président de session : Ronan DIVARD</p> <p>Gestion des insatisfactions : l'impact de la médiation sur la fidélité <i>Anna MARDUMYAN William SABADIE</i></p> <p>Exploration des réactions des consommateurs à une alliance de deux marques centrées sur une cause sociétale <i>Sandrine ARON</i></p> <p>Les motivations à s'engager dans un comportement irresponsable : proposition d'une échelle de mesure dans le cadre de la sécurité maritime <i>Christelle LAVAUD Patrick GABRIEL Bertrand URIEN</i></p>	<p>Session 29 – Salle D Objets connectés</p> <p>Président de session : Agnès HELME-GUIZON</p> <p>Influence d'une nouvelle technologie sensorielle sur l'imagerie mentale de l'individu selon son degré d'innovativité individuelle par une analyse qualitative exploratoire <i>Aurély LAO</i></p> <p>Les déterminants de la connectivité du consommateur : le cas des objets connectés <i>Mourad TOUZANI Ahmed Anis CHARFI Philippe BOISTEL Marie-Claire NIORT</i></p> <p>The impact of consumer well-being and trust on the internet of things adoption and word-of-mouth intentions <i>Elodie ATTIE Lars MEYER-WAARDEN</i></p>	<p>Session 30 – Salle E Incidences des avis en ligne</p> <p>Président de session : Thomas STENGER</p> <p>Different voices for different roles: how do online consumer-reviewers engage with other market actors ? <i>Gwarlann DE KERVILER Catherine DEMANGEOT</i></p> <p>Effects of participating in an online dieting support community on eating behaviors : the mediating role of community identification <i>Steffie GALLIN Marie-Christine LICHTLE Laurie BALBO</i></p> <p>Don't let them fool you. Detecting fake online reviews <i>Daria PLOTKINA Andreas MUNZEL Jessie PALLUD</i></p>

<p>8h30 – 10h</p>	<p style="text-align: center;">Salle F Meet the Editors</p> <p style="text-align: center;">Revue Recherche et Applications en Marketing <i>Nil OZCAGLAR-TOULOUSE</i></p> <p style="text-align: center;">Revue Décisions Marketing <i>Emmanuelle LE NAGARD-ASSAYAG</i> <i>Jean-Luc GIANNELLONI</i></p> <p style="text-align: center;">Journal of the Academy of Marketing Science <i>Barry BABIN</i></p>	<p style="text-align: center;">Salle G Table ronde « Les pratiques émergentes dans le secteur du tourisme »</p> <p style="text-align: center;">Animateur : <i>Patricia COUTELLE-BRILLET</i> (Université de Tours)</p> <p style="text-align: center;">Intervenants :</p> <p style="text-align: center;"><i>Koffi Selom AGBOKANZO</i> (Université de Tours)</p> <p style="text-align: center;"><i>Simone DAUMAS</i> (Responsable Promotion de l'Office de tourisme de Tours)</p> <p style="text-align: center;"><i>Patrick LEGOHEREL</i> (Université d'Angers)</p> <p style="text-align: center;"><i>Christine PETR</i> (Université de Bretagne Sud)</p> <p style="text-align: center;"><i>Cécilie DE SAINT VENANT</i> (Directrice de la communication et de la marque du Domaine National de Chambord)</p> <p style="text-align: center;"><i>Elsa STEWARD</i> (Représentante de Tours Métropole Val de Loire)</p>	<p style="text-align: center;">Salle H Research as practice</p> <p style="text-align: center;">Nouvelles tendances en consommation et marketing : regards croisés de recherches entre le Québec et la France</p> <p style="text-align: center;"><i>Anne-Françoise AUDRAIN-PONTÉVIA</i> (ESG-UQAM)</p> <p style="text-align: center;"><i>Jonathan DESCHÊNES</i> (HEC Montréal)</p> <p style="text-align: center;"><i>Fabien DURIF</i> (ESG UQAM)</p> <p style="text-align: center;"><i>Ahmed ENMILI</i> (ETS - Doctorant)</p> <p style="text-align: center;"><i>Myriam ERTZ</i> (Université du Québec à Chicoutimi, UQAC)</p> <p style="text-align: center;"><i>Francine RODIER</i> (ESG UQAM)</p>
<p>10h – 10h30</p>	<p>Pause</p>		

10h30 – 12h	<p style="text-align: center;">Assemblée plénière – Auditorium Descartes (Amphithéâtre)</p> <p style="text-align: center;">Mot d'introduction : Bertrand URIEN (Président de l'afm)</p> <p style="text-align: center;">Regard sur les nouvelles pratiques de consommation : Barry BABIN (Professeur à Louisiana Tech University)</p> <p style="text-align: center;">Conférence-débat sur « L'évolution de la carrière d'enseignant-chercheur : approche comparative École / Université et perspective internationale » :</p> <p style="text-align: center;">Barry BABIN (Professeur à Louisiana Tech University) Pierre-Louis DUBOIS (Professeur des Universités Émérite, Université de Montpellier, ancien Délégué Général de la FNEGE) Fabien DURIF (Vice-Doyen à la Recherche - ESG UQAM) Marie-Hélène FOSSE-GOMEZ (Professeur des Universités - Université Lille 2) Véronique des GARETS (Professeur des Universités - Université de Tours, Présidente SECTION Gestion du CNU) Emmanuelle LE NAGARD-ASSAYAG (Professeur à l'ESSEC) Delphine MANCEAU (Directrice de l'EBS Paris) Bertrand URIEN (Professeur des Universités - Université de Brest, Président de l'AFM)</p>
12h – 13h30	Repas
13h30 – 15h	Assemblée générale AFM - Auditorium Descartes (Amphithéâtre)
15h – 15h30	Pause

<p>15h30 – 17h</p>	<p>Session 31 – Salle A Pratiques émergentes et acteurs</p> <p>Président de session : William SABADIE</p> <p>Co-crédation : new paradigm or marketing technique ? Analyzing co-creation through institutional logics in the field of marketing <i>Carole CHARBONNEL Delphine MANCEAU</i></p> <p>L'impact des mesures de préférences entre les produits sur les poids estimés de leurs attributs : synthèse et perspectives <i>Eline JONGMANS Alain JOLIBERT</i></p> <p>Le consommateur : une « ressource opérant » ? De la théorie à la pratique des acteurs de la grande distribution <i>Guillaume DO VALE Isabelle COLLIN-LACHAUD Xavier LECOCQ</i></p>	<p>Session 32 – Salle B Performance et promotions</p> <p>Président de session : Agnès WALSER-LUCHESI</p> <p>Achat des produits équitables sous marques labellisées : comment la situation économique agit sur les effets des leviers marketing ? <i>Mbaye Fall DIALLO Joseph KASWENGI Riadh LADHARI Christine LAMBEY-CHECCHIN</i></p> <p>La distance psychologique envers les coupons de réductions : proposition d'une échelle de mesure <i>Tannaz VAZIRI</i></p> <p>L'influence des facteurs individuels sur la prédiction du comportement orienté client et la performance commerciale <i>Houda ZARRAD Dorsaf DELLECH Mohsen DEBABI</i></p>	<p>Session 33 – Salle C Marchés de subsistance et seconde main</p> <p>Président de session : Patrice COTTET</p> <p>Marchés de subsistance 2.0. : internet comme un levier d'intégration économique <i>Eva DELACROIX</i></p> <p>Les bénéfices de l'économie collaborative pour les consommateurs financièrement contraints : le cas des sites d'achat/vente de seconde main <i>Florence BENOIT-MOREAU Eva DELACROIX Béatrice PARGUEL</i></p> <p>WORK IN PROGRESS : Should sellers tell the story of second-hand products ? The influence of symbolic contagion on a second-hand purchase <i>Marjolaine BEZANÇON Denis GUIOT Emmanuelle LE NAGARD-ASSAYAG</i></p>	<p>Session 34 – Salle D Informations et communication</p> <p>Président de session : Lars MEYER WAARDEN</p> <p>New insights on the effectiveness of pro-environmental public service advertising using humor vs threat appeals : the role of environmental context <i>Leila ELGAAIED-GAMBIER</i></p> <p>Peut-on utiliser la provocation dans la publicité environnementale ? <i>Samer ELHAJJAR Sihem DEKHILI</i></p> <p>Does the number of ingredients depicted on food packaging impact information processing, mental taste imagery and product choice ? <i>Fanny THOMAS Sonia CAPELLI</i></p> <p>Incitation ou prévention ? L'impact des messages d'avertissement sur le comportement du consommateur <i>Aline DEGORRE Dragana MEDIC</i></p>
--------------------	---	--	---	--

<p>15h30 – 17h</p>	<p>Session 35 – Salle E Comportement, expérience et convivialité</p> <p>Président de session : Abdelmajid AMINE</p> <p>Conjuguer ski et fête : une expérience incorporée <i>Dominique KREZIAK</i> <i>Isabelle FROCHOT</i> <i>Gregory GUZZO</i></p> <p>Énotourisme et consommation : une netnographie pour déterminer les éléments clés de l'expérience de visite d'une cave <i>Sébastien BÉDÉ</i> <i>Charlotte MASSA</i></p> <p>Le rôle modérateur de la propension à la nostalgie sur les intentions comportementales des consommateurs relatives à une offre de rétro-marketing <i>Damien HALLEGATTE</i> <i>François MARTICOTTE</i></p> <p>WORK IN PROGRESS : Le concept de convivialité : une application à la vente à domicile en réunion <i>Fanny RENIOU</i> <i>Audrey BONNEMAIZON</i> <i>Sandrine CADENAT</i></p>	<p>Session 36 – Salle F Marque : problématiques spécifiques</p> <p>Président de session : Paul Valentin NGOBO</p> <p>Brand-switching and consumer's unloyalty for FMCG : a dynamic duration model <i>Victor MEJIA</i> <i>Philippe AURIER</i></p> <p>Comprendre l'achat et la recommandation d'une marque responsable par le consommateur : le rôle de l'authenticité perçue <i>Amélie GUÈVREMONT</i> <i>Fabien DURIF</i></p> <p>Brand as customer experience management antecedent : dimensions, roles and dynamics <i>Amélie MARTIN</i> <i>Florence JACOB</i></p>	<p>Salle G Groupe d'Intérêt Thématique (GIT) AFM MARKTING DE LA SANTE</p> <p>Table ronde « e-santé : quoi de neuf docteurs ? »</p> <p>Animateur : <i>Karine GALLOPEL</i> (EHESP)</p> <p>Intervenants :</p> <p><i>Anne-Sophie CASES</i> (Université de Montpellier)</p> <p><i>Annie DAVOIGNEAU</i> (Sanofi)</p> <p><i>Véronique DES GARETS</i> (Université de Tours)</p> <p><i>Dr Guillaume GRAS</i> (infectiologue – CHRU Tours)</p> <p><i>Fatima YATIM-DAUMAS</i> (EHESP)</p>	<p>Salle H</p> <p>Table ronde « Quel avenir pour le low-cost en France ? »</p> <p>Animateur : <i>Arnaud RIVIERE</i> (Université de Tours)</p> <p>Intervenants :</p> <p><i>Cendrine CHAPEL</i> (révolution-obseques.fr)</p> <p><i>Marine LE GALL-ELY</i> (Université de Brest)</p> <p><i>Pascal PERRI</i> (PNC Economic)</p>	<p>Salle I</p> <p style="text-align: center;">Job Market</p>
<p>17h – 19h</p>	<p>Découverte de Tours et de son patrimoine historique</p>				
<p>19h30</p>	<p>Départ en bus du Vinci, direction Château de Jallanges</p>				
<p>20h – 02h</p>	<p>Dîner de gala au Château de Jallanges</p>				