

14^{ème} colloque Etienne Thil

22-23 septembre 2011 – Archives Nationales du Monde du Travail, Roubaix

Présidence Scientifique : Enrico COLLA - Négocia

Programme :

Culture de consommation et distribution à Paris au XVIII^{ème} siècle- Natacha Coquery

Normes et pratiques marchandes dans le commerce alimentaire : l'exemple de Tours au 18^{ème} siècle – Maude Villeret

Le management de la corvéabilité éduquée dans la grande distribution – Mathieu Hocquelet

L'exposition de la grande distribution au risque juridique : comment construire et mettre en œuvre une cartographie ? – Christophe Collard et Christophe Roquilly

Franchise et E-commerce : une approche Droit-Marketing des problématiques liées à l'exclusivité territoriale – Gurvan Branellec et Rozeen Perrigot

La mutualisation logistique dans le canal de distribution : une stratégie de contournement de la loi de modernisation de l'Economie – Christelle Camman et Laurent Livolsi

L'intégration perçue des anaux de distribution : du concept à l'échelle de mesure – Hanène Oueslati

Les représentations sociales comme outil de compréhension de l'élaboration d'un format de vente. Le cas des enseignes de proximité de la grande distribution alimentaire – Maryline Schultz

Les antécédents expérientiels de la valeur perçue d'un canal de distribution : une approche exploratoire de l'attrait d'une grande surface de vente – Nawel Habib et Yves Négro

Aux origine du mouvement E. Leclerc – Anaïs Legendre

L'installation de la grande distribution en province : le cas du Limousin (1970-1990) – Clotilde Druelle-Korn

Les enjeux industriels et commerciaux d'une participation financière : Devanlay et Recoing, actionnaire de la grande distribution - Patrice Baubeau

Les enjeux de management associés par la montée en compétence marketing des distributeurs – Pierre Volle et Philippe Moati

Réflexions sur les multiples dimensions de la performance dans le commerce et la distribution – Camal Gallouj et Marie-Hélène Vigliano

Evolutions des pratiques de mobilités résidentielles et de consommation (1970-2010) et impacts sur les localisations et les formats marchands – Nicolas Lebrun

Les relations coopératives dans les canaux marketing : proposition d'un modèle pour le Vietnam, Van My dang et Gérard Cliquet

La création de valeur perçue par le grand distributeur dans la relation avec leurs fournisseurs, cas d'une distribution émergente – Rym Elamri Trabelsi et Kaouter Saied Ben Rached

E-supply chain et productivité : le cas de la grande distribution – Elodie Huré, Thi Le Hoa Vo, Gérard Cliquet et Bruno Durand

Cross-channel consumer behavior – a comparison between French, German, Italien and British consumers – Sebastien Rittinger et Joachim Zentes

Du multicanal au transcanal : le point de vue du consommateur – Elodie Huré et Gérard Cliquet

Comment le parcours cross-canal du consommateur transforme son expérience de shopping ? – Isabelle Collin-Lachaud et Régine Vanheems

Histoire du marketing face aux évolutions commerciales – Thierry Maillet

La grande histoire des regroupements dans la distribution – Clade Sordet et Claude Brosselin

Commerce et Distribution, différences facettes du capitalisme familial - jacques Dioux

Comment exploiter ses ressources stratégiques ? L'histoire de la CAMIF de 1947 à 1957 – Benoît Demil et Xavier Weppe

Les leçons du passé : Géographie historique des marchés de Stockholm 1540-1918 – Christina Nordin

Facteurs explicatifs du comportement d'achat envers les marques de distributeur dans un pays émergent : application au marché brésilien – Mbaye Fall Diallo

Grande distribution alimentaire et « drive » : une solution à la mobilité des consommateurs ? – Michèle Heitz, Jean-Pierre Douard et Gérard Cliquet

L'essor du « Drive » en France : des synergies à développer et des avantages compétitifs à créer – Enrico Colla et Paul Lapoule

Des crédits Facebook aux « remises sociales » : quel(s) pouvoir(s) de persuasion pour le commerce social ? – Maria Mercanti-Guerin

Imbrication entre espace virtuel et espace physique : quand les vendeurs s'en mêlent...-
Régine Vanheems

Coexistence et complémentarité entre vendeur virtuel ubiquitaire et vendeurs réels – Ingrid Poncin et Mohamed Ben Mimoun

Gérer l'adhésion du personne au système de distribution multicanal – Sophie Jeanpert

Take 1, Get 5 : la fidélisation communautaire des adolescentes dans les enseignes de prêt-à-porter – Isabelle Collin-Lachaud, Elodie Gentina et Marie-Hélène Fosse-Gomez

Le localisme est-il un argument de fidélisation pertinent ? Le cas des programmes de fidélité communautaires – Jean Frisou

Quelle relation client dans les hypermarchés ? – Magali Boespflug

L'expérience éducative au point de vente : le rôle des interactions client-personnel sur la fidélisation à l'enseigne selon une orientation relationnelle – Florence Feenstra

L'architecture hyper-théâtralisée des centres de magasins d'usine : quelle perception par les magasiniers ? – Patrice Cottet et Karine Depardon

Design d'espace : la nécessaire intégration de l'ergonomie – Gaël Bonnin et Alain Goudet

Commerce en ligne : quelle appropriation de l'espace marchand ? Le rôle de l'expérience vécue par les consommateurs – Aurélia Michaud-Trévinat

Analyse du comportement multicanal du client en termes de satisfaction : quels sont les facteurs influençant sa satisfaction globale ? – Anne Marianne Seck et Mbaye Fall Diallo

Une comparaison empirique du profil des acheteurs monocanal et multicanaux – Christophe Bezes

Client « ouvrier », « auxiliaire », « associé » ou « consultant » : quel rôle veulent nous faire endosser les enseignes ? – Audrey Bonnemaizon, Florence Benoit Moreau, Sandrine Cadenat et Valérie Renaudin

Relation entre la connaissance du consommateur et le comportement de butinage – Rym Bouzaabia Hizem et Imène Salem

Le partage des connaissances au sein du distributeur international – Lanlan Cao, Marc Dupuis et Jean Fournioux

La distribution de produits monastiques par internet : la nature des dimensions innovantes des sites marchands est-elle contingente de l'ancrage religieux ou laïc des sites ? Marie-Catherine Husson-Paquier et Sophie Morin-Delerm

Le libre-accès en pharmacie : une petite révolution dans la distribution ? Déborah Wallet-Wodka

L'environnement institutionnel comme facteur explicatif du développement de la franchise : comparaison entre le Maroc et l'Algérie – Odile Chanut et Nadjoua Gharbi