

16^{ème} Colloque Etienne Thil,
ESCP Europe, 2, » et 4 octobre 2013

Session 1 Parcours cross-canal, Président : Pierre Volle, Université Paris Dauphine

- Catherine Lejealle, ESG management school et Pascale Ezan, NIMEC : Suivi des marques et enrichissement du parcours cross-canal du client sur facebook : une recherche exploratoire
- Annabel Salerno, et Dominique Crié, Lille Economie et Management – IAE Lille : Les Personnalisations par Mobile pour les Achats en Magasin de Produits de Grande Consommation : Etude de leur attractivité selon les styles de décision d'achat et les motivations de fréquentation des points de vente

Session 2 : Nouveaux modes de prescription Président : Philippe Moati, Université Paris Diderot

- Amélie Clauzel, PRISM Sorbonne et Caroline Riché, Laboratoire LaRA Lafourchette.com : Plus je contribue, mieux j'évalue ? Le rôle de la familiarité de l'évaluateur en bistronomie
- Corinne Lamour, IGR – IAE Rennes : La sensibilité à la prescription comme nouveau style de décision d'achat ? Le cas du marché des aliments pour animaux de compagnie
- Romain Cadario, Dauphine Recherches en Management, Emmanuelle le Nagard, ESSEC Business School et Pierre Desmet, ESSEC Business School, Dauphine Recherches en Management : Quels effets des avis de consommateurs sur plateforme Internet dans les décisions d'achat ? Une approche exploratoire

Session 3 : Relation client, Présidente : Blandine Anteblian, IAE Dijon

- Hanene Oueslati, UFR PEPS et Christophe Fournier, IAE Montpellier : Management du consommateur multicanal : Importance de l'intégration perçue de la gestion de la fidélité
- Sarah Mussol, Montpellier Recherche en Management : Identification des actions relationnelles au point de vente : une approche qualitative dans le domaine des produits de grande consommation vendus en hyper et supermarchés
- Frédérick Huet, Nathalie Darene et Didier Serrant, Connaissance et Organisation des systèmes techniques : Nouveaux rapports à la critique induits par les réseaux sociaux : L'expérience pionnière de la SNCF

Session 4 : Histoire du commerce (1) Président : Jean-Claude Daumas, Université de Franche-Comté

- Jacques Tristan : La Loi Royer, ses motivations et ses effets pervers revisités : Pouvoirs Publics et implantations de grandes surfaces avant 1973

- Anaïs Albert, Université Paris 1-Panthéon-Sorbonne : Devenir bourgeois ou rester prolétaire ; une comparaison des stratégies publicitaires de deux grands magasins de vente à crédit parisiens, Les grands magasins Dufayel et Aux Enfants de la Chapelle
- Jacques Dioux : Le management humain, force irréprouvable d'E.Leclerc face à la puissance financière de Carrefour

Session 5 : Prospective. Président : François Bobrie, Université de Poitiers-MSHS

- Enrico Colla et de Catherine Gery, Novancia Business School Paris : Innovations et évolution de l'emploi dans la grande distribution en France. Rétrospective et prospectives.
- Gérard Cliquet, IGR – IAE Rennes, CREM, Rozenn Perrigot, CREM, IGR, ESC Rennes et Guy Basset, IGR, CREM : 50 ans de grandes surfaces en France : et maintenant ?

Session 6 : Stratégie des distributeurs. Présidente : Régine Vanheems, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

- Brigitte De Faultrier, Jacques Boulay, Florence Feenstra, Laurent Muzellec, Essca Ecole de Management : Stratégies cross canal des distributeurs servant les enfants de 6 à 12 ans : le nouveau challenge pour les consommateurs de demain
- Isabelle Decoopman et Souad Djelassi, LSMRC -Skema Business School - Univ Lille Nord de France : Le recours aux pratiques de crowdsourcing: un nouvel enjeu pour les distributeurs français
- Enrico Colla et Paul Lapoule, Novancia Business School Paris : Les stratégies multicanaux dans le secteur de la distribution alimentaire. Synergies ou cannibalisation du magasin par le drive?

Session 7 : Histoire du commerce(2). Présidente : Natacha Coquery, Université de Lyon 2

- Maud Villeret, CRHIA : Le commerce du sucre au XVIIIe siècle : les stratégies négociantes face à un marché pluriel
- Laurence Croq, Université Paris Ouest – CHISCO : La reprise des commerces en difficulté, l'exemple de la mercerie parisienne de Louis XIV à la Révolution
- Marie Gillet, Labo Sciences historiques – Univ Franche-Comté : Mutations et adaptations du petit commerce à Besançon au XIXème siècle.

Session 8 : Nouveaux comportements de consommation. Présidente : Maud Herbert, IMMD Lille 2

- Christine Gonzales, Montpellier 2, Pauline de Pechpeyrou, CEROS et Michael Korchia , BEM Bordeaux Management School : Les acheteurs Groupon ne sont-ils que des chasseurs de bonnes affaires ?
- Frank Beham, Tatjana Freer et Joachim Zentes, Centre de Recherche en Transport et Logistique (Allemagne) : De la possession d'une voiture à son utilisation, vers une compréhension des intentions d'utilisation des voitures en libre service intégral

Session 9 : Valeur. Président : Dominique Crié, IAE Lille

- Monyédo Kpoussou, Centre Interdisciplinaire de Recherche sur le Commerce Extérieur et l'Economie et Jean-François Lemoine, ESSCA Ecole de Management, Pôle de Recherche Interdisciplinaire en Sciences du Management : Apports de la conscience de la valeur dans l'explication des effets de la situation d'achat sur le comportement d'achat du consommateur
- Nawel Habib, Centre de Recherche Clermontois en Gestion et Management : Méthodologie de construction d'une échelle de mesure de la valeur perçue de l'expérience de magasinage : application du paradigme de Churchill

Session 10 : International. Présidente : Valérie Renaudin, Université Paris Dauphine

- Mbaye Fall Diallo, Lille School of Management Research Center et Huan Minh Luong, Vietnam Chamber of Commerce and Industry : Le comportement d'achat envers les marques de distributeur dans un pays émergent: Application au Vietnam
- Nehed Bouchereb, Marketing (Tunisie) : Exploration du géomarketing : un outil pour une meilleure conception de l'assortiment dans la grande distribution

Session 11 : Commerce de proximité. Présidente : Sandrine Cadenat, Université Paris-Est Créteil

- Marie-Christine Gahinet, CREM : Le commerce de proximité : regards croisés des distributeurs et des consommateurs
- Claire Capo, Centre de Recherche en Transport et Logistique : Proximité et Commerce en Gare : La consommation en gare au Japon?

Session prix. Présidente de session : Isabelle Collin-Lachaud, IMMD Université Lille 2

- Prix jeune chercheur

Sophie Michel, EM Lyon Business School : La survie des intermédiaires face au circuit court: le cas des grossistes en fruits et légumes

- Prix implications managériales Patricia Coutelle et Véronique des Garets, VALLOREM : Innovation technologique et relation client : Analyse des résistances des consommateurs aux technologies self-service

- Prix prospective PICOM

Yousra Bouzid et Régine Vanheems : PRISM Sorbonne : Comportement cross- canal : vers une nouvelle maîtrise de soi au sein de l'espace réel ?

Session 12 : Nouvelles technologies. Président : Sylvain Willart, IAE Lille

- Nadia Steils, Fondation Universitaire Notre Dame de la Paix (Belgique), IAE Lille Dominique Crié, IAE Lille, Lille Economie et Management et Alain Decrop, Universitaire Notre Dame de la Paix (Belgique) : L'apprentissage du consommateur en ligne: Une étude exploratoire des objectifs de la marque et de la perception des consommateurs

- Christophe Bezes, LARGEPA, ISTECH : Définition et validation psychométrique d'un index de mesure commun à l'image du site et des magasins
- Sinda Agrebi, France Business School et Joël Jallais, IGR-IAE Rennes : Expliquer l'intention d'usage des smartphones pour des achats-mobiles : cas de la SNCF

Session 13 : Partenariats et réseaux. Présidente : Véronique des Garets, IAE Tours

- Stephan Kolb et Joachim Zentes, Institut für Handel & Internationales Marketing (Allemagne) : Simple vernis ou avantage concurrentiel? Une étude empirique des alliances pour la RSE entre les entreprises commerciales et les ONG
- Odile Chanut, Centre de Recherche en Transport et Logistique et Mbaye Diallo, LSMRC Univ Lille Nord de France Skema Business School, IMMD : Compétences clés et réactivité du franchiseur en période de crise : le point de vue des franchisés
- Dominique Crié, Daphné Salerno et Annabel Martin, IAE Lille : Affiliation en ligne et divulgation de la relation commerciale entre l'éditeur de contenu et l'enseigne : Etude expérimentale des réactions des visiteurs d'un blog affilié