

12^{ème} colloque Etienne Thil

8 et 9 octobre 2009 –Institut de Gestion La Rochelle

Présidence Scientifique : Sandrine CADENAT - Université Paris Est Val de Marne

Programme :

L'enseigne : un capital pour le distributeur - Nathalie FLECK et Lydiane HUVENABEC

« Mon Champion devient Carrefour Market, ah bon... et qu'est-ce que ça change ? » : quelle création de valeur pour le client dans le cadre d'une substitution d'enseignes ? - Isabelle COLLIN-LACHAUD, Maud HERBERT, Pauline de PECHPEYROU et Marie-Claude CAREMEL

Perception de l'image de marque du distributeur par les consommateurs : une étude dans un contexte multiculturel - Mbaye Fall DIALLO

L'évolution du métier de caissière d'hypermarché : quels enjeux pour la Gestion des Ressources Humaines - Christophe VIGNON et Amadou BA

Image employeur et mobilisation du personnel au contact : Apports d'une sociologie des étudiants en caisse - Mathias WAELLI et Jules WEILLER

Développer la polyvalence des managers de la grande distribution : intérêts et limites - Magali BOESPFLUG

Une approche sémiotique des concepts de « format » et de « formule » pour l'analyse des stratégies des entreprises de distribution - François BOBRIE

La segmentation des magasins d'une chaîne : une approche multi-facettes - Hervé GUYON et Gérard CLIQUET

La logistique aval de la firme de distribution : « servir le client » ou « se servir du client » ? - Aurélien ROUQUET et Kiane GOUDARZI

« Qu'est-ce que je vais bien pouvoir prendre ? » Confrontés à un assortiment, les parents et les enfants perçoivent-ils la même chose ? - Yolande PIRIS et Pascale EZAN

L'attractivité perçue et la propension des clients à répondre aux offres promotionnelles : une application en vente à distance - Laurent CARPENTIER

Le marketing sensoriel du point de vente : pour un modèle intégrant les inférences d'intention de manipulation - Renaud LUNARDO

La fidélisation du client des sites marchands par le cadeau : influence de la perception du client et des variables situationnelles et relationnelles - Jacqueline WINNEPENNINCKX-KIESER

Le commerce de détail en Europe – Diversité et convergence des tissus commerciaux - Claire de KERMADEC et Gwennael SOLARD

L'internationalisation des coopératives de commerçants françaises : quelles stratégies et quelles perspectives - Daniele PEDERZOLI et Frédéric TANCREZ

Quand les enchères rencontrent la vente à prix fixe ... les nouvelles techniques de vente en ligne - Fanny SABARIT

Le rôle de l'imagerie mentale sur la mémorisation et l'impulsion d'achat des produits d'un site marchand : une analyse qualitative exploratoire - Aurély LAO

Rôle du Script Cognitif et de la Socialisation Organisationnelle du Client : entre freins et apprentissage d'un nouveau format de courses alimentaires en ligne - Tatiana HENRIQUEZ

Les antécédents de l'attitude envers le prospectus - Béatrice PARGUEL et Aïda MIMOUNI-CHAABANE

Autant d'enseignes, autant de promesses : tant de prospectus ! - Patrick NICHOLSON

L'influence relative des caractéristiques perçues du prospectus sur son efficacité pour le distributeur - Béatrice PARGUEL, Ouidade SABRI et Aïda MIMOUNI-CHAABANE

L'apprentissage de la consommation : Partage et transmission du savoir de la mère de famille, gardienne du temple des courses ordinaires - Isabelle BARTH et Blandine ANTEBLIAN

La place de la spiritualité dans la consommation : exploration et mesure dans les magasins d'alimentation biologique - Sandra CAMUS et Max POULAIN

Les métaphores du consommateur comme expression des représentations sociales des magasins d'alimentation - Michelle BERGADAA et Céline Del BUCCHIA

Etude de la relation entre niveau des prix et concurrence locale dans la grande distribution - Sylvain WILLART

Résister à l'évasion commerciale : une approche par les bases de données localisées - Jean-Pierre DOUARD et Michèle HEITZ

Fidélité des consommateurs au point de vente : Analyse des facteurs explicatifs par un modèle logit - Jean-Philippe CROIZEAN, André FADY et Dany VYT