

7^{ème} Colloque Etienne Thil

23-24 septembre 2004 – Institut de Gestion La Rochelle

Présidence Scientifique : Patrick NICHOLSON - Université de Lille 2

Programme :

The key operations and supply chain performance metric : cash to cash - Theodore FARRIS et Ron HASTY

La distribution : variable stratégique dans l'univers du luxe - Bruno GODEY et Daniele PEDERZOLI

Supérettes de proximité et épicerie électronique : une combinaison logistique prometteuse ? - Bruno DURAND

La relation de confiance entre consommateurs et distributeurs : analyse des discours des clients des enseignes d'hygiène – beauté - Molka ABBES

Le temps en distribution - Souad DJELASSI et Philippe ODOU

De l'impact de la carte de fidélité sur la fidélité à l'enseigne : Le cas de la satisfaction des clients relative au système de rétribution - Nathalie DEMOULIN, Julie SENY et Pietro ZIDDA

Créer de l'authenticité au sein des points de vente - Sandra CAMUS et Blandine LABBE-PINLON

Les émotions ressenties dans un point de vente : proposition d'une nouvelle échelle de mesure adaptée au contexte français - Marie-Christine LICHTLE et Véronique PLICHON

Comment prendre en compte les particularités des rayons dans la gestion des magasins ? Intérêts et limites d'une analyse aokienne - Didier CHABAUD et Jean-Marie CODRON

Master franchise versus franchise directe - Claude NEGRE

Le hard discount, futur modèle dominant de la grande distribution alimentaire dans les Pays de l'Europe Centrale et Orientale ? - Georges FASSIO

Concurrence, marges arrières et législation commerciale en France : les raisons d'une dérive - Enrico COLLA

Les conséquences de la recherche d'information sur l'achat en magasin. Analyse comparative de deux supports d'information : Internet et support traditionnel - Bertrand BELVAUX et Blandine LABBE-PINLON

L'attitude par rapport aux soldes : Etude exploratoire du concept et de ses antécédents - Christine GONZALEZ et Michaël KORCHIA

Les conséquences indirectes du comportement de butinage pour les distributeurs - Cindy LOMBART

Les « matchmakers » dans les canaux de distribution : Le cas des courtiers en vins - Virginie BARITAUX et Magali AUBERT

Conflit et coopération au sein du canal : l'interaction stratégique entre la grande distribution et les producteurs de la filière viti-vinicole - Florence KREMER et Catherine VIOT

Stratégie de distribution duale : proposition d'un instrument de mesure des transferts de clientèle inter-formules - Régine VANHEEMS