

21^e COLLOQUE INTERNATIONAL ETIENNE THIL

Journée dédiée aux échanges entre chercheurs et entreprises
Jeudi 4 octobre 2018



PROCOS



aFMD



- 8h30-9h00 Accueil des participants dans les locaux de l'IMMD
- 9h00-9h15 Bienvenue au 21^e colloque international Etienne Thil !
- 9h15-9h45 **L'image de la distribution auprès des Millenials : insights de l'étude Thil 2018**
Etude menée avec le soutien de PROCOS
Animation : Sandrine Cadenat & Pauline de Pechpeyrou (*Univ. Paris-Est Créteil*)
- 9h45-10h45 **Table ronde 1 – Transformation des métiers : les enjeux de la formation**
Animation : Adilson Borges, Chief Learning Officer, Carrefour

Participants :

- Thibault Galy-Dejean, Responsable des outils digital learning, Leroy Merlin
- Philippe Moati, Professeur à l'Université Paris Diderot et co-fondateur de l'OBSOCO
- Claire Ouacel, Responsable de la coordination business du programme de transformation, Adeo
- Mary Pundes, Chef de mission projet missions et compétences, Leroy Merlin
- Michel Thirapounho, Directeur, CrossKnowledge

10h45-11h15 Pause

11h15-12h15 **Big data : quels enjeux pour la création de valeur par les retailers**

Regards croisés d'experts :

Professor Edward C. Malthouse, Northwestern University, Spiegel Research Center
Professeur Christophe Benavent, Université Paris-Nanterre, OBSOCO

12h15-12h30 **Prix du meilleur ouvrage en distribution**

Prix remis par Alexandra Bouthelier, déléguée générale de la FCA

12h30-12h45 **Présentation de la plateforme de mise en relation** entreprises / universités

Association Etienne Thil (Valérie Renaudin, Sandrine Cadenat, Blandine Antéblan)
Avec le soutien du PICOM

12h45-14h Déjeuner

14h-14h45 **Pitch des trois meilleures thèses en distribution & remise du prix de thèse**

Prix remis par le Professeur Olivier Badot et Adeline Ochs (*Chaire E. Leclerc - ESCP Europe*)

- "Vers une forme d'humanisation des interfaces digitales : transposition du concept d'hospitalité au commerce électronique et impact de ses dimensions sur les réactions affectives, l'absorption cognitive et les comportements d'achat des consommateurs" - *Soffien BATAOUI*
- "L'expérience de magasinage sous l'influence du smartphone : une application au secteur de la chaussure" - *Martine DEPARIS*
- "Le travail du consommateur pour la mise en place d'une alternative - Cas du supermarché coopératif La Louve" - *Hajar EL KARMOUNI*

14h45-15h45 **Table Ronde 2 – Le back-office des nouvelles formes de commerce**

Animation : Professeur Gilles Paché (*Aix-Marseille Université*)

Participants :

- Thierry Allègre, Directeur support opérations, Martin Brower France
- Patrice Fitzner, Directeur Logistique, La Redoute
- Véronique des Garets, Professeur des universités, IAE - Université de Tours
- Emmanuel Le Roch, Délégué Général de PROCOS

15h45-16h15 Pause

16h15-17h **Pitch des trois meilleures communications dans la catégorie « recherche aboutie » & remise du prix de la meilleure communication**

Prix remis par Jacques Creyssel, Délégué général de la FCD

Animation : Véronique des Garets (*IAE - Université de Tours*)

- La tolérance du client face à l'échec d'une innovation : vers l'ouverture de la "boîte noire" du processus de récupération
Julien CUSIN & Michaël FLACANDJI (IAE de Bordeaux)
- Analyse du rôle des middle managers dans la mise en place d'un business model omni-canal
Guillaume DO VALE (Université de Lille - IAE), Isabelle COLLIN-LACHAUD (Université de Lille - Skema Business School) & Xavier LECOCQ (Université de Lille - IAE)
- Comment améliorer la performance du canal drive alimentaire ? Le rôle de la commodité perçue par le client
Christine LAMBEY-CHECCHIN (Université Clermont Auvergne) & Joseph KASWENGI (Université d'Orléans)

17h-18h00 **Grand témoin : Régis Schultz - Président de Monoprix**
« Quelle stratégie d'alliances pour rester le leader omni-canal du centre-ville ? »
Animation : Blandine Antéblan (*Université de Bourgogne*) & Valérie Renaudin (*Université Paris-Dauphine*)

20h00 Dîner de gala à l'Hôtel de Ville de Roubaix

Vendredi 5 octobre 2018 - Journée « recherche »

8h15-8h30 Accueil des participants

8h30-10h **Sessions de présentations en parallèle**

Session 1 - Commerce connecté et création de valeur Animation : Régine VANHEEMS	Session 2 – Enjeux des nouvelles pratiques de magasinage Animation : Souad DJELASSI	Session 3 - Nouveaux leviers de la fidélisation Animation : Mbaye Fall DIALLO	Session 4 - Relations entre les parties prenantes et création de valeur Animation : Gilles PACHE
--	--	--	---

10h-10h30 Pause

10h30-11h30 **Plénière : Understanding the Value of a Retailer's Position in a Multi-sided Platform: A Network Perspective**

Professor Edward C. Malthouse, Northwestern University, Spiegel Research Center

11h30-12h **How to publish in international journals**

Professor Edward C. Malthouse, Northwestern University, Spiegel Research Center

12h-12h30 **Assemblée générale – Hommage à Jean-Yves Duyck**

12h30-13h30 Buffet

13h30-15h **Sessions de présentations en parallèle / Réunion du GIT « Prix et Valeur »**

Session 5 - Regards sur le commerce transfrontalier Animation : Hélène YILDIZ	Session 6 - Paroles de marques et de consommateurs Animation : Joseph KASWENGI	Session 7 - Nouveaux défis pour la gestion de la relation client Animation : Christophe BENAVENT	Réunion du GIT « Prix et Valeur » Animation : Patricia COUTELLE, Véronique des GARETS & Arnaud RIVIERE
--	---	---	---

15h Fin du 21^e Colloque Etienne Thil

PROGRAMME DETAILLE DES SESSIONS

Session 1 – Commerce connecté et création de valeur (8h30 - 10h)

Présidence de session : Régine VANHEEMS

- L'utilisation du mobile en magasin est-elle source de valeur pour le client ?
Sophie JEANPERT & Anne-Marianne SECK (*Aix-Marseille Université*)
- Mon nom est SSIT, je suis là pour vous aider ! Une étude empirique sur la création de valeur en magasin avec les aides à la décision digitales
Florence FEENSTRA (*ESSCA School of Management*), Valentina STAN (*ESSCA School of Management*) & Armelle GLERANT-GLIKSON (*Université Paris-Est Créteil*)
- Le smartphone, bon ou mauvais assistant de shopping ? Une étude de l'influence des technologies mobiles sur la productivité du consommateur
Ekaterina VOROPANOVA, Gérard CLIQUET & Karine PICOT-COUPÉY (*IAE de Rennes - Université de Rennes 1*)
- Screen-sharing in store - A construction or destruction of shopping values
Yonathan Silvain ROTEN (*Université Paris 1 - Panthéon-Sorbonne*) & Régine VANHEEMS (*Université Lyon 3 - IAE Jean Moulin*)

Session 2 – Enjeux des nouvelles pratiques de magasinage (8h30 - 10h)

Présidence de session : Souad DJELASSI

- La transformation omnicanal : source de co-crédation ou de co-destruction de valeur ? Une approche dyadique et dynamique
Isabelle COLLIN-LACHAUD & Christina LONGO (*Université de Lille – SKEMA Business School - IMMD/LEA*)
- Faire mes courses alimentaires sur Amazon, pourquoi pas ?
Aurély LAO, Annabel MARTIN-SALERNO & Laurent CARPENTIER (*Université de Lille - IAE Lille*)
- Les pratiques de magasinage à l'heure du numérique, une (re)construction sous contraintes : le cas du drive
Loïc COMINO (*Université de Lorraine*)
- Services de livraison à domicile de produits alimentaires pour les seniors en France et au Japon: création de valeurs par les proximités
Claire CAPO (*Université du Havre-Normandie*), Odile CHANUT (*Université de Lyon-Université Jean Monnet*) & Takeko MORIWAKI (*University of Marketing and Distribution Sciences, Kobe*)

Session 3 - Nouveaux leviers de la fidélisation (8h30 - 10h)

Présidence de session : Mbaye Fall DIALLO

- Clients experts, venez accompagnés d'un membre de votre famille ! Une analyse de l'effet modérateur de la connaissance du magasin sur la relation entre l'accompagnement et le montant d'achat
Lionel NICOD, Elodie MALLOR & Sylvie LLOSA (*Aix Marseille Université*)
- Le commerce électronique peut-il lui aussi procurer du bien-être aux consommateurs ? Une approche par l'hospitalité virtuelle
Soffien BATAOUI & Nadia BELKAIED (*Université Grenoble Alpes*)
- L'impact des bénéfices perçus des programmes de fidélisation sur la fidélité à l'enseigne : le rôle médiateur de la fidélité au programme de fidélité
Brahim IDIR (*Université Paris 13*)
- L'attachement au lieu commercial de centre-ville dans la consommation liquide
Cerise THOREL (*Université de Rouen Normandie*) & Kenza MARRY (*Université de Caen Normandie*)

Session 4 – Relations entre les parties prenantes et création de valeur (8h30 - 10h)

Présidence de session : Gilles PACHE

- Maîtrise de la chaîne logistique et relation de franchise : une perspective de recherche prometteuse
Thierry ALLEGRE (*Aix-Marseille Université*), François FULCONIS (*Université d'Avignon*) & Gilles PACHE (*Aix-Marseille Université*)
- Dans le cadre d'une triade de distribution, comment se traduit la création de valeur et la digitalisation des intermédiaires B to B
Jean-Marc JOYEUX (*Université de Bourgogne*)
- Influence de la relation entre parties prenantes internes (Top management, managers et employés) sur l'implémentation du sustainable supply chain management (SSCM)
Ilana BOUHAFS & Nil OZCAGLAR-TOULOUSE (*Université de Lille - SKEMA Business School*)
- Création de valeur et Big data, un nouveau paradigme fondé sur une valeur subjective
Hélène KONTZLER (*Université de Lille / Université Paris 1-Panthéon-Sorbonne*) & Michel LEROY (*Université Paris Nanterre*)

Session 5 – Regards sur le commerce transfrontalier (13h30 - 15h)

Présidence de session : Hélène YILDIZ

- L'out-shopper peut-il être un consommateur local ? Etude des pratiques de consommation transfrontalière dans le Pôle européen de développement de Longwy-Alzette-Belval
Hélène YILDIZ, Sandrine HAITZ-SPAHN & Béatrice SIADOU-MARTIN (*Université de Lorraine*)
- Stratégies et adaptations des acteurs du commerce intégré en territoires frontaliers
Colette RENARD-GRANDMONTAGNE & Nicolas DORKEL (*Université de Lorraine*)
- Comprendre le visage polymorphe du consommateur transfrontalier : un modèle théorique intégrateur
Nathalie FLECK (*Le Mans Université*) & Hélène YILDIZ (*Université de Lorraine*)
- Repenser la centralité marchande par la discontinuité frontalière
Nicolas LEBRUN (*Université d'Artois*)

Session 6 – Paroles de marques et de consommateurs (13h30 - 15h)

Présidence de session : Joseph KASWENGI

- La naturalité du packaging comme vecteur de réassurance dans l'alimentaire
Anaëlle DRIEU, Pauline de PECHPEYROU & Armelle GLERANT-GLIKSON (*Université Paris-Est Créteil*)
- Les critères de choix d'une plateforme de redistribution collaborative : une approche par la valeur d'usage
Intissar ABBES & Nadia TAGA (*IHEC-Carthage*)
- L'usage stratégique des avis en ligne dans l'innovation des services et la co-crédation de valeur : le cas du secteur hôtelier
Tatiana DAUXERT (*Université Paris I - Panthéon-Sorbonne*) & Mustafeed ZAMAN (*C&L Associés*)
- Arrogance ou humilité : les marques sont-elles schizoéphrènes dans leur communication ?
Gilles SERE DE LANAUZE (*Université de Montpellier*) & Béatrice SIADOU-MARTIN (*Université de Lorraine*)

Session 7 – Nouveaux défis pour la gestion de la relation client (13h30 - 15h)

Présidence de session : Christophe BENAVENT

- Recommandation sociale de vente croisée en ligne et différenciation du consommateur
Annabel MARTIN-SALERNO (*Université de Lille - IAE Lille*)
- Appropriation des PIMs : effet de l'attitude et de l'expérience sur la durée d'utilisation
Sarah MEDJEK (*FING / Université Paris Nanterre*), Christophe BENAVENT (*Université Paris Nanterre*) & Caroline LANCELOT-MILTGEN (*Audencia*)
- La fonction de production du consommateur au cœur de la création de la valeur par l'entreprise : le cas des activités d'assurances
Michel PAILLET (*Université Paris Nanterre*)
- Quand l'appropriation du travail est à la source de la production de la valeur : le cas des dépanneurs de WhiteCorporation
Jean-Sébastien VAYRE & Madeleine BESSON (*Institut Mines-Télécom Business School*)

GIT « Prix et valeur » (13h30 - 15h)

Animation : Patricia COUTELLE, Véronique des GARETS & Arnaud RIVIERE