

29^{ème} Colloque Etienne Thil Commerce & Distribution

- Programme -

Mercredi 7 Octobre 2026

Retail Tour – A la découverte du retail nantais
Sur inscription sur le site de l'association Etienne Thil (places limitées)
RDV Place Royale à Nantes
10h-17h30

Jeudi 8 Octobre 2026

RDV Audencia City Campus, 4 rue Bisson, 44105 Nantes
8h-18h

8h-8h45 : **Accueil des participants**

8h45-9h15 : **Ouverture du 29^{ème} colloque Etienne Thil**

- Mme Karine PICOT-COUPÉY, Présidente de l'association Etienne Thil
- Mme Natalia VERSHININA, Directrice Députée à la Recherche Audencia
- Mme Marika GARREL, Directrice Audencia Bachelor in Management
- Mme Cindy LOMBART, Professeure à Audencia et Présidente du comité d'organisation
- Mme Fanny RENIOU, présidente du comité scientifique du colloque Etienne Thil

9h15-10h15 : **Keynote Grand Témoin « Retail & croissance, le management du paradoxe permanent »**

M. Marc DAEFFLER, Président Directeur Général, Groupe TRYBA

Animé par les Pr. Karine PICOT-COUPÉY & Fanny RENIOU, Université de Rennes

10h15-10h45 : *Pause*

10h45-11h15 : **Prix de thèse du colloque Etienne Thil**

Pitch des 3 finalistes

Remis par le Pr. Olivier BADOT, titulaire de la Chaire Retailing 4.0, ESCP Business School

11h15-11h45 : **Prix de la meilleure communication du colloque Etienne Thil**

Pitch des 3 finalistes

Remis par Mme Isabelle SENAND, directrice des études, Fédération du Commerce et de la Distribution (FCD)

11h45-12h15 : **Assemblée Générale** de l'association Etienne Thil

12h15-13h45 : *Pause déjeuner*

13h45-15h00 : **1^{ère} table Ronde « Moins cher, mieux, plus responsable... : Comment exister en GMS ? »**

Animée par les Pr. Cindy LOMBART, Audencia & Fanny RENIOU, Université de Rennes, avec :

- Mme Gaëlle DELEVALLE, Responsable Marketing La Nouvelle Agriculture, TERRENA
- Mme Anne-Laure HINDIE, Responsable PGC, COOPERATIVE U
- Mme Anne LEBRUN, Responsable Consommation et Prospective, SODEBO
- Mme Katia TARDY, Co-fondatrice, KIGNON la biscuiterie Handi-Gaspi

15h00-15h30 : **Prix du meilleur ouvrage en commerce et distribution du colloque Etienne Thil**

Présentation de l'ouvrage finaliste

Remis par M. Olivier URRUTIA, Délégué Général, Fédération du Commerce Coopératif et Associé (FCA)

15h30-16h : Pause

16h00-17h15 : **2^{ème} table ronde « IA et Retail : quels usages et non usages ? »**

Animée par les Pr. Isabelle COLLIN-LACHAUD, Toulouse School of Management & Fanny RENIOU, Université de Rennes, avec :

- Mme Stéphanie CHENAVIER, Directrice Marketing Offre, ex TERACTION
- M. Morgan LOIR, Consultant IA, BRAINSONIC
- M. Alexis MASSET, Directeur digital et IT - transformation RH et omni-commerce, LEROY MERLIN
- M. Alexis THOMAS, Co-fondateur et CEO, WONDER PARTNER'S
- Capsules vidéo : M. Cyril BESSE, Partner et M. Paul CHEVALIER, CTO – Partner, SOCRATIZ

17h15-18h00 : Discussion animée « **Que nous apprennent les paradoxes de la distribution ?** »

18h00 : Fin de la première journée

19h30 : Soirée de gala – Restaurant Canopée - 16 Rue Marceau, 44000 Nantes

Vendredi 9 octobre 2026

RDV Audencia City Campus, 4 rue Bisson, 44105 Nantes
8h15-15h

8h15-10h00 : Communications présentées en sessions parallèles et session doctorale

SESSION 1 : INNOVATION ET DEFIS TECHNOLOGIQUES Présidence : Mbaye Fall-Diallo <i>Salle 2012</i>	SESSION 2 : RESPONSABILITE ENVIRONNEMENTALE Présidence : Aurélia Michaud-Trévinat <i>Salle 2013</i>	SESSION 3 : ORGANISATION DE LA DISTRIBUTION Présidence : Sophie Jeanpert <i>Salle 2014</i>	SESSION 4 : RH, VENTE ET FORCE DE VENTE Présidence : Rozenn Perrigot <i>Salle 2015</i>	SESSION DOCTORALE 8H Discutantes : Pauline de Pechpeyrou et Elodie Juge <i>Amphi</i>
Design de l'essayage virtuel et intention comportementales : Quand l'interface de la réalité augmentée transforme l'expérience utilisateur <i>Jean-Francois Lemoine et Sarra Msakni</i>	De la façade au panier : l'influence des signaux de naturalité sur les perceptions et les intentions en retail alimentaire <i>Eric Lombardot, Jean-Philippe Galan, Mathis Savigna, Ssonsavanh De Sauvage, Léa Gfeller, Thiagalingam Gowshigan, Wafa Jabou</i>	Staging distribution: a cinematic analysis of retail regimes <i>Adèle Fouché et Gilles Piché</i>	Le modèle socio-cognitif de la motivation d'accomplissement du vendeur en contexte BtoC <i>Romain Farellacci</i>	Création, calcul et partage de la valeur (économique, sociale et environnementale) entre les parties prenantes des écosystèmes des distributeurs dans le contexte de la transition vers un Business Model Soutenable » <i>Adrien Burglohner</i>
Intrusion perçue et acceptabilité des technologies biométriques dans la distribution <i>Charlotte De Sainte Maresville et Christine Petr</i>	Entre désir de consommer et préoccupation environnementale : une typologie des consommateurs fondée sur la configuration des sois possibles écologiques <i>Pénélope Nicolleau, Béatrice Siadou- Martin et Gilles Seré De Lanauze</i>	Entre "retail-as-usual" et nouveaux horizons : Le futur, un impensé de la distribution ? <i>Tiphaine Chautard et Isabelle Collin-Lachaud</i>	L'animation de réseau dans la franchise : des métiers structurés par des tensions et des paradoxes et des équilibres à trouver <i>Rozenn Perrigot, Evelien Croonen, Eszter Gedeon et Hamid Mazloomi</i>	Adoption de dispositifs volontaires de transparence alimentaire de type scores : tensions d'arbitrage chez les porteurs de l'offre <i>Armelle Guizot</i>
L'IA comme vecteur d'inclusion : Evolution de la pratique du maquillage chez les femmes en situation de déficience visuelle <i>Hawa Dembele et Pauline De Pechpeyrou</i>	Le cynisme dans le comportement d'achat alimentaire éco-responsable des jeunes <i>Eugénie Vedrine, Béatrice Siadou-Martin et Josselin Masson</i>	Sobriété dans la supply chain : justifications et tensions organisationnelles <i>Sophie De Villartay et Clément Dubreuil</i>	Le rôle du manager de point de vente digitalisé : une approche qualitative à travers quatre acteurs : experts RH, experts marketing, vendeurs, et managers <i>Romain Farellacci</i>	Magasins de producteurs : le défi de la routinisation des pratiques <i>Leidy Natalia Suarez Moya</i>
Vers une meilleure compréhension des effets de l'auto-divulgateur des interfaces conversationnelles intelligentes : le cas des chatbots <i>Jean-François Lemoine et Meriem Ouerghi</i>	Stratégies concurrentielles et résilience des circuits régionaux d'aliments équitables face à la grande distribution : vers une approche intégrée de la proximité et de l'innovation organisationnelle <i>Alex Hamard</i>	Le paradoxe d'attractivité centrale : recomposition de la centralité commerciale dans un système de distribution multipolaire <i>Marianne Petit</i>	L'influence des fautes dans les avis en ligne sur la crédibilité de la source : effets modérateurs et impact sur la visite du site internet <i>Egwen Kervizic et Jean-François Lemoine</i>	

10h00-10h30 : Pause

10h30-12h15 : Communications présentées en sessions parallèles

SESSION 5 : STRATEGIES EXPERIENTIELLES	SESSION 6 : REUSE, REPAIR, RECYCLE	SESSION 7 : LOCAL & TERRITORIALITE	SESSION 8 : MIEUX-ÊTRE ET IMPACT SOCIAL
Présidence : Blandine Antéblan	Présidence : Patricia Coutelle	Présidence : Pauline Folcher	Présidence : Béatrice Siadou-Martin
<i>Salle 2012</i>	<i>Salle 2013</i>	<i>Salle 2014</i>	<i>Salle 2015</i>
Stratégies expérientielles au cœur des musées : une lecture en miroir avec le retailtainment Tatiana Henriquez et Gilles Paché	Le design organisationnel face aux paradoxes de la distribution omnicanale Hassiba Sadoune	Au-delà de la visibilité : le rôle central de la crédibilité des labels territoriaux Hugo Vallerie, Cindy Lombart et Fabien Durif	De la précarité au bien-être alimentaire : le recours aux épiceries solidaires par les étudiants Anis Jounaid et Lamia Sadoun
Voir sans choisir, choisir sans voir : l'effet du contexte d'achat sur l'attention visuelle, le cas du linéaire vin en grande distribution Caroline Paire, Olivier Geffroy, Marianne Schalk et Foued Cheriet	Entre intention et action : l'arbitrage des consommateurs entre réparation et remplacement des appareils électroniques Saadane Hafsa et Abdelmajid Amine	L'illusion locavore : quand le consommateur neutralise ses propres principes Catherine Herault- Fournier, Aurélia Michaud-Trévinat et Leidi Natalia Suarez Moya	La grande distribution au Maroc : un levier d'émancipation pour les femmes illettrées Hind Marzak et Camal Gallouj
Expérimenter le commerce de détail : conceptualisation d'une architecture expérimentale multi-niveaux Fabien Durif, Julien Troiville, Cindy Lombart et Didier Louis	L'achat de colis perdus, une expérience de surprise paradoxale Marie-Catherine Paquier, Laura Favières et Emmanuel Leclercq	Comprendre les arbitrages de consommation entre produit local et importé : une lecture par les représentations sociales et la valeur perçue sur le riz au Sénégal Louise Clémence Anna Faye, Mbaye FallDiallo, Abdou Karim Faye	La communication sportive, un moyen de (dé)construire les stéréotypes de genre : une étude exploratoire Sarah Vialard et Béatrice Siadou-Martin
On the road again: lessons from the proto-logistics of peddling for contemporary supply chains Gilles Paché	Une hybridation des formats de magasins de mode circulaire : intensifier l'expérience pour réduire la consommation Yasmine Allouat	L'ancrage territorial comme ressource de légitimation : le cas du transformateur laitier Léa Thierry et Soline Bouic	

12h15-13h15 : Pause déjeuner

13h15-15h00 : Communications présentées en sessions parallèles

SESSION 9 : CHAINES D'ACTEURS Présidence : Dany Vyt <i>Salle 2012</i>	SESSION 10 : ACCESSIBILITE ET PRIX Présidence : Karine Picot-Coupey <i>Salle 2013</i>	SESSION 11 : DIGITALISATION DE LA DISTRIBUTION Présidence : Véronique des Garets <i>Salle 2014</i>	SESSION 12 : COMPOTEMENTS ET RELATION CLIENT Présidence : Sandrine Cadenat <i>Salle 2015</i>
WORK IN PROGRESS Le paradoxe de la valeur : un concept omniprésent à redéfinir au service de la durabilité <i>Adrien Burglohner, Isabelle Collin-Lachaud, Xavier Lecocq</i>	WORK IN PROGRESS Adoption de dispositifs volontaires de transparence alimentaire de type scores : tensions d'arbitrage chez les porteurs de l'offre <i>Armelle Guizot, Agnès François-Lecompte, Claire-Lise Ackermann</i>	WORK IN PROGRESS Tap, Play, Pay: Gamification and Mobile Payment Adoption in Older Adults <i>Zachary Robichaud, Jenna Jacobson, Hong Yu</i>	La fidélité à une enseigne de discount non alimentaire : rôle de la satisfaction globale, de la valeur perçue, de la culpabilité et de l'image de l'enseigne <i>Tiefing Diawara</i>
Le paradoxe des hypermarchés dans un contexte de saturation et d'omnicanalisation <i>Dany Vyt et Magali Jara</i>	Réceptivité aux incitations dans les systèmes de consigne pour réemploi : une analyse de l'hétérogénéité attitudinale selon les segments d'utilisateurs et de non- utilisateurs <i>Cindy Lombart, Christine Gonzalez et Didier Louis</i>	L'influence d'un agent virtuel humoristique sur les réactions des internauts <i>Daphné Greiner et Jean- François Lemoine</i>	Crédibilité de l'information sur les réseaux sociaux et décisions d'achat des jeunes marocains <i>Abdelhak Ait Touil, Hind Marzak et Zakaria Lissaneddine</i>
Les incidents critiques comme points de bascule du partage d'informations dans les canaux de distribution <i>Adèle Fouché, François Fulconis, Cécile Gode et Gilles Paché</i>	Valeur éthique de shopping et mécanismes de neutralisation : une exploration à partir d'expériences de shopping low-cost et responsable <i>Marianne Auffret, Valeria Lima Salem et Karine Picot-Coupey</i>	Comment les plateformes digitales de vente au détail transforment les canaux de distribution et la gestion des comptes clés <i>Nicolas Gex, Olivier Badot et Stephan Worm</i>	Au-delà de la segmentation RFM : combinaison du Fuzzy C-Means et de la détection de saisonnalité pour réduire les faux positifs dans la gestion du churn BtoB dans la logistique viticole <i>Jean-Marc Joyeux, Thomas Largerion et Magali Zeller</i>
From clicks to curbs: logistical challenges of pure players going physical <i>Sophie Jeanpert et Gilles Paché</i>	Les achats sur Temu à l'épreuve de l'économie de l'attention : une analyse des expériences consommateurs <i>Elodie Juge, Sophie Lechartre, Alex Deslee et Dianzhuo Zhu</i>	Divulgarion des images générées par IA et réactions des internautes sur les sites e-commerce : une étude exploratoire <i>Jean-François Lemoine et Marine Rouimi</i>	Typologie des relations consommateurs-enseignes dans la grande distribution alimentaire <i>Léa Pecjak, Ludivine Destoumieux et Fabien Rogeon</i>

15h : Fin du colloque