

39^{ÈME}

CONGRÈS INTERNATIONAL DE
L'ASSOCIATION FRANÇAISE
DU MARKETING



RESPONSABILITÉ(S) et PRATIQUES du MARKETING

VANNES 10 - 12 MAI

2023



REMERCIEMENTS À TOUS LES ÉVALUATEURS

Abbes Intissar, Ackermann Claire-Lise, Agbokanzo Koffi Selom, Agrebi Meriem, Agrebi Sinda, Ambroise Laure, Amine Abdelmajid, Antéblan Blandine, Audrey Portes, Aussilhou Catherine, Ayadi Nawel, Bédé Didier, Béji-Bécheur Amina, Balbo Laurie, Baray Jérôme, Barth Isabelle, Bataoui Soffien, B2al Mathieu, Beaudouin Vanessa, Belboula Imène, Belvaux Bertrand, Ben Dahmane Mouelhi Norchène, Ben Hissi Maali, Ben Miled Hela, Ben Rached Saied Kaouther, Benhoumane Ahmed, Benmoyal Sarah, Benoit-Moreau Florence, Berger-Remy Fabienne, Bernard Yohan, Berriche Amira, Bertrandias Laurent, Besson Madeleine, Beudaert Anthony, Boch Emmanuelle, Boeuf Melissa, Boissinot Aline, Bonnemaizon Audrey, Borau Sylvie, Bouillé Julien, Boukouyen Fatima, Bourcier Béquaert Bénédicte, Bourgeon-Renault Dominique, Bourliataux-Lajoinie Stéphane, Brée Joël, Brassier Pascal, Brodin Oliviane, Bui-Nguyen Thao, Busca Laurent, Camus Sandra, Casenave Eric, Cases Anne-Sophie, Celhay Franck, Cerio Eva, Chamard Camille, Chamaret Cécile, Chanavat Nicolas, Chaney Damien, Changeur Sophie, Chouk Inès, Chtourou Anis, Cléret Baptiste, Clauzel Amelie, Cloarec Julien, Collin-Lachaud Isabelle, Comino Loïc, Cornudet Camille, Coulibaly-Ballet Mantiaba, Courvoisier François H., Crépin Alice, Crie Dominique, Dabadie Isabelle, Damak Leïla, Damperat Maud, Daniel Maud, De Lassus Christel, De Pechpeyrou Pauline, Debenedetti Alain, Decrop Alain, Dekerviler Gwarlann, Dekhil Fawzi, Dekhili Sihem, Delacroix Eva, Derbaix Maud, Des Garets Veronique, Deslee Alex, Diallo Mbaye Fall, Dianoux Christian, Diawara Tiéféng, Didi Alaoui Mohamed, Diop Fatou, Divard Ronan, Djelassi Souad, Dossou Gloria, Dufeu Ivan, Dyen Margot, Estarague Justine, Ezan Pascale, Falchi Alice, Faure-Ferlet Axelle, Ferchakhi Widiane, Ferrandi Jean-Marc, Flacandji Michaël, Fleck Nathalie, Folcher Pauline, Fosse-Gomez Marie-Hélène, Fournier Christophe, Gabriel Patrick, Galan Jean-Philippe, Gallen Céline, Gallouj Camal, Garcia-Bardidia Renaud, Garnier Marion, Gavard-Perret Marie-Laure, Geerts Angy, Gentric Michel, Gérard Jessica, Godefroit Winkel Delphine, Gollety Mathilde, Goncalves Olga, Gonzalez Christine, Gonzalez-Hémon Georgina, Gorge Hélène, Gotteland David, Goudey Alain, Gourmelen Andréa, Guéguen Nicolas, Guichard Nathalie, Guillard Valérie, Guillemot Samuel, Guintcheva Guergana, Hallem Yousra, Hamdi-Kidar Linda, Heitz-Spahn Sandrine, Helme-Guizon Agnès, Hémar-Nicolas Valérie, Hémonnet-Goujot Aurélie, Hérault-Fournier Catherine, Herbert Maud, Herrmann Jean-Luc, Huaman-Ramirez Richard, Innocent Morgane, Jacob Céline, Jazi Salima, Josion-Portail Margaret, Joud Erwan, Juge Elodie, Julienne Eric, Kacha Mathieu, Kaswengi Joseph, Kerekes Marie, Korchia Michaël, Kreziak Dominique, Kurtaliqi Fidan, Lacan Camille, Lacoëuilhe Jerome, Lacroix Caroline, Lallement Jeanne, Laporte Marie-Eve, Laroutis Dimitri, Lasri Sarah, Laurent Gilles, Lautissier Stephane, Lavorata Laure, Le Borgne Guillaume, Le Nagard Emmanuelle, Le Roux André, Lecompte Agnès, Legall-Ely Marine, Lemarie Linda, Lemoine Jean François, Lenglet François, Leroy Julie, Lessassy Léopold, Lichtlé Marie-Christine, Llosa Sylvie, Lombardot Eric, Lombart Cindy, Louis Didier, Loupiac Philippine, Loussaief Leila, Luffarelli Jonathan, Lunardo Renaud, Magnoni Fanny, Malas Ziad, Mallet Stephane, Mani Zied, Martin Emeline, Masset Julie, Masson Josselin, Maubisson Laurent, Maumon Nathalie, Mejia Victor, Mencarelli Remi, Mercanti-Guerin Maria, Merle Aurélie, Meyer Waarden Lars, Michaud-Trévinial Aurélie, Michel Géraldine, Mifsud Matthieu, Mimouni Chaabane Aida, Monnot Elisa, Mouillot Philippe, Mouline Jean Pierre, Mourre Marie-Laure, Mugel Ophelie, Munzel Andreas, N'Goala Gilles, Nanchen Benjamin, Nau Jean-Philippe, Ndione Louis César, Nguyen Arthur, Nicolas Olivier, Notebaert Jean-François, Oueslati Hanene, Pagani Margherita, Pantin-Sohier Gaëlle, Parguel Béatrice, Pavone Giulia, Pécheux Claude, Pecjak Léa, Perrigot Rozenn, Petr Christine, Pez Virginie, Picot-Coupey Karine, Pinson Christian, Piris Yolande, Plichon Véronique, Poncin Ingrid, Prim-Allaz Isabelle, Pulh Mathilde, Quéro Christelle, Raies Karine, Ravoniarison Aina, Rémy Eric, Reniou Fanny, Reydet Sabine, Riché Caroline, Rieunier Sophie, Rivière Arnaud, Robert Isabelle, Rodhain Angélique, Rodriguez Virginie, Roederer Claire, Rogeon Fabien, Rouen-Mallet Caroline, Roux Dominique, Ruspil Thomas, Sabadie William, Saucedo Florent, Sangle-Ferriere Marion, Schill Marie, Schmitt Julien, Seck Anne Marianne, Séré De Lanauze Gilles, Siadou-Martin Béatrice, Siala Chaïma, Simon Françoise, Sirieix Lucie, Smaoui Fatma, Sohier Alice, Sohier Romain, Soulez Sébastien, Stenger Thomas, Sugier Laure, Tachet Beatrice, Tamaro Annick, Tesio Pauline, Thevenot Géraldine, Thomas Fanny, Toti Jean-François, Trélohan Magali, Trespeuch Leo, Trinquecoste Jean-François, Urien Bertrand, Vanheems Régine, Veg-Sala Nathalie, Verfay Stéphanie, Vidal David, Viot Catherine, Werlé Carolina, Zafri Raouf, Zumbo-Lebrument Cédrine.

MEMBRES

LE COMITÉ SCIENTIFIQUE

Co-présidents

Yolande Piris
Patrick Gabriel

Comité scientifique restreint

Céline Jacob
Agnès Lecompte
Marine Le Gall-Ely
Christine Petr
Bertrand Urien

Comité scientifique élargi

Anne-Françoise Audrain-Pontevia
Bertrand Belvaux
Norchène Ben Dahmane Mouelhi
Alain Decrop
Pascale Ezan
Samuel Guillemot
Mathilde Gollety
Gilles N'Goala
Rozenn Perrigot
Virginie Pez
Fanny Reniou
Francine Rodier
Jean-Baptiste Welté
Sondes Zouaghi

LE COMITÉ D'ORGANISATION

Co-présidentes

Agnès Lecompte
Leïla Damak

Equipe

Claire-Lise Ackerman
Olivier Ardouin
Nathalie Audigier
Sarra Azib
Gaëlle Boulbry
Camille Chedotal
Alexandre Dargos
Christine Delfosse
Sylvie Foutrel
Eszter Gédéon
Michel Gentric
François Guibé
Céline Jacob
Manon Lobjois
Sanaa Ouaade
Yolande Piris
Hélène Privat
Magali Trélohan
Laura Vong

MERCREDI 10 MAI



ID : 2023-05-09-association-francaise
Mdp : uqaspp93

12h45-13h30 :

**Accueil des participants : café
et remise des badges**

13h30-15h00 :

**Ouverture et session plénière :
Conférence Guest Speaker
Valérie Swaen, Université Catholique de
Louvain, Amphi 500**

SESSIONS PARALLÈLES

15h15 - 16h30

SESSION 1

**SALLE
302**

Président de session
Zied MANI

LE CONSOMMATEUR FACE À L'IA

Coopération ou compétition :
conceptualisation et mesure du
pouvoir d'agentivité partagée
dans les interactions entre
clients et IA.

**Marion Sangle-Ferrière,
Benjamin Voyer,
Billy Sung,
Laszlo Sajtos**

Engagement envers
l'intelligence artificielle
anthropomorphe : cas des
émotions et de l'éthique derrière
l'engagement des utilisateurs
des réseaux sociaux envers les
influenceurs virtuels.

**Amélie Abadie,
Lamia Benbrahim,
Dounia Dahab**

Effet de la confiance en la marque
sur les intentions de
comportements à l'égard de l'IA :
le cas des assistants virtuels.

**Philippe Loupiac,
Alain Goudey**

SESSION 2

**SALLE
308**

Présidente de session
Sonia CAPELLI

MARKETING POSITIF

A lacanian reading of consumer
desire: how does the consumer's
unconscious desire structure
his/her desire for consumer
goods?

**Marion Garnier,
David Gotteland**

Ces marques qui nous veulent
du bien : clarification
conceptuelle de la bienveillance
en marketing.

**Éric Casenave,
Ophélie Mugel**

I love you because... : rôle de la
personnalité et des actions RSE
de l'enseigne dans le transfert
affectif enseigne-marque
enseigne.

**Léa Pecjak,
Sophie Changeur**

SESSION 3

**SALLE
313**

Présidente de session
Isabelle PRIM-ALLAZ

MARKETING ET SANTÉ

La distance par rapport à la
maladie : mesure et
conséquences, une application
à la covid-19.

**Jean-Marc Ferrandi,
Patrice Cottet,
Marie-Christine Lichtlé,
Véronique Plichon**

Promouvoir l'efficacité des
messages de prévention liés à la
santé : le rôle modérateur de la
distance psychologique envers
la maladie.

**Anis Chtourou,
Ameni Ben Jebril**

SESSION 4**SALLE
314**Présidente de session
Morgane INNOCENT**RÉDUCTION DES
DÉCHETS ET
MARKETING**L'adoption de comportements
zéro déchet par les citoyens :
une relecture par la théorie des
pratiques sociales.**Sophie Martins,
Rémi Mencarelli,
Dominique Kreziak**Food waste and consumer
consumption: how moral beliefs
matter among the Y and Z
generations.**Joseph Kaswengi,
Samy Mansouri**Adopting a zero-waste lifestyle:
how consumer's motivation and
perceived sacrifice influence
behavior change.**Inès Kolli,
Gilles N'goala****SESSION 5****SALLE
305**Président de session
Didier LOUIS**CONSOMMATION
COLLABORATIVE**The simultaneous effect of the
product-influencer fit and
sponsorship disclosure on the
evaluation of sponsored
environmentally conscious posts.**Agnès Buvar,
Renáta Varga,
Jean-François Toti**La réalité virtuelle en tant
qu'outil de marketing durable du
territoire : analyse du contexte
suisse.**Julia Wirth,
Marina Shilina**La promotion par les youtubeurs
des innovations alimentaires de
discontinuité : le cas des
aliments à base d'insectes.**Pascale Ezan,
Nathalie Guichard,
Amélie Clauzel****SESSION
SPÉCIALE 1****SALLE
312**Président de session
William SabadieLes consommateurs face au
changement climatique -
questions d'âges, de générations
et de vieillissement.**Ziad Malas,
Samuel Guillemot,
Andréa Gourmelen****SESSION
SPÉCIALE****AMPHI
101 RDC**Présidentes de session
**Nil OZCAGLAR-TOULOUSE,
Nathalie GUICHARD****ÉTHIQUE ET
DÉONTOLOGIE DE LA
RECHERCHE**En présence des membres de la
commission Éthique et
Déontologie de l'AFM et des
rédacteurs en chef de RAM et
de DM.**PAUSE : 16h30 - 17h
Hall DSEG****SESSIONS PARALLÈLES****17h - 18h15****SESSION 6****SALLE
302**Présidente de session
Virginie PEZ**DIGITAL - LES LIMITES**« Le numérique ? Il y a des choses
bien et d'autres moins... » :
L'attitude ambivalente des
acheteurs à l'égard de la
digitalisation du commerce
alimentaire local.**Fabien Rogeon**

Comparaison entre un placement de produits conforme et non-conforme aux attentes des internautes dans le contexte de YouTube.

**Jean-François Lemoine,
Simon Régnier**

Le retour de flamme du fact-checking : l'impact des prédispositions individuelles sur l'efficacité de la correction dans une approche participative contre les fake news

**Ambre Gambin,
Andreas Munzel**

SESSION 7

**SALLE
308**

Présidente de session
Dominique ROUX

LE MARKETING RESPONSABLE EN QUESTIONS

Consommation [ostentatoire] Socialement Responsable : le comportement paradoxal d'une parade raisonnée.

**Nadège Ianni,
Aurélié Kessous,
Pierre Valette-Florence**

Pratiques marketing, mécanismes de légitimation : le droit à proposer une offre durable.

**Clara Calaudi,
Laure Ambroise**

Vers une typologie de l'indifférence dans la consommation : implications pour le marketing responsable.

Laurent Busca

SESSION 8

**SALLE
313**

Présidente de session
Emmanuelle LE NAGARD

DIGITAL - NOUVEAUX USAGES

Cryptomonnaies et nouveaux usages technologiques de la génération Z : Et l'impact environnemental ?

**Nathalie Guichard,
Amélie Clauzel**

Les mêmes internet comme témoignages de la perception des marques : une étude exploratoire.

**Emmanuelle Boch,
Soffien Bataoui**

Quand l'effet Proteus stimule les joueurs de MMORP en 3D à acheter...

**Alan Reiter,
Jean-Pierre Mouline,
Hélène Yildiz**

SESSION 9

**SALLE
314**

Président de session
Samuel GUILLEMOT

VULNÉRABILITÉS ET SANTÉ

Comment prévenir de la désaffiliation en santé ? Une étude exploratoire de comportements de consommation de patients vulnérables.

**Lynn Abou Jaoudé,
Hélène Gorge,
Coralie Berthier,
Antonia Gasch-Illescas,
Matthias Vandesquille,
Jean-Michel Lecerf,
Philippe Froguel**

Les mécanismes de résilience du bien-être alimentaire des familles pauvres en situation de crise.

**Ophélie Mugel,
Margot Dyen,
Valérie Hémar-Nicolas**

SESSION 10

SALLE
305Présidente de session
Leïla DAMAK**NOUVEAUX
COMPORTEMENTS
NUTRITIONNELS**

"Mindful eating" ou alimentation consciente : une variable pour mieux comprendre les comportements alimentaires responsables ? - Création d'une échelle de mesure adaptée au contexte français.

Marion Vanbeekum,
Angélique Rodhain,
Rebecca Shankland,
Andréa Gourmelen,
Margaux Robert,
Camille Marchand,
Athéna Henry,
Clémentine Prioux,
Marie Barday,
Roxane Turgon,
Antoine Avignon,
Christophe Ley,
Sandrine Peneau

Promouvoir de nouveaux comportements nutritionnels : une exploration des placements de marque dans les contenus fitness sur Instagram.

Émilie Hoëllard,
Marina Ferreira Da Silva,
Pascale Ezan,
Stéphane Mallet,
Caroline Rouen-Mallet

Sissyma, Tiboinshape, Jujufitcat sont mes amis. Impact perçu des influenceurs fitness sur les pratiques nutritionnelles des jeunes adultes.

Stéphane Mallet,
Pascale Ezan,
Caroline Rouen-Mallet,
Maxime David,
Marina Da Silva Ferreira,
Émilie Höellard

SESSION 11

SALLE
311Présidente de session
Marie-Hélène FOSSE-GOMEZ**BIEN-ÊTRE DU
CONSOMMATEUR**

Comportements en lien avec le changement climatique et bien-être : les apports de la sagesse.

Marie Schill,
Marie-Hélène Fosse-Gomez

Les leviers de l'expérience client au service du bien-être des consommateurs utilisés par de jeunes marques dédiées à la santé.

Stéphane Lautissier,
Sarah Benmoyal

Purchase Type on Well-Being and Subjective Time Value.

Matthew Hawkins,
Alexandra Rome,
Anastasia Thyroff

SESSION
SPÉCIALE 2SALLE
312Présidente de session
Annick TAMARO

Manger, de l'artisan à l'assiette.

Christine Gonzalez,
Gaëlle Pantin-Sohier,
Élisabeth Robinot,
Jonathan Dezecot,
Barry Babin,
Aïcha Kallel,
Frédéric Gbedande

19h - 20h30 :
Cocktail de
bienvenue à la
Mairie de Vannes

JEUDI 11 MAI

SESSIONS PARALLÈLES

8h30 - 10h

SESSION 12

SALLE
302

Président de session
Julien CLOAREC

LE CONSOMMATEUR FACE À L'IA (2)

Appropriation ou acceptation ?
Comment appréhender
l'adoption d'un robot social par
le consommateur : une revue de
littérature intégrative.

**Marie Kerekes,
Denis Guiot,
Emmanuelle Le Nagard**

Artificial emotional intelligence: a
bibliometric review.

Giulia Pavone

Comment les consommateurs se
représentent l'intelligence
artificielle ? Une étude
exploratoire.

**Zied Mani,
Inès Chouk**

Etude de l'acceptabilité de
l'intelligence artificielle
médicale par les
consommateurs : rôle des
variables liées à la santé.

**Inès Chouk,
Zied Mani**

SESSION 13

SALLE
303

Présidente de session
Marion GARNIER

GAMIFICATION ET MARKETING

« J'essaye de ne pas trop
surconsommer... » : le discours de
jeunes adultes sur la sobriété.

**Gildas Barbot,
Sabine Reydet,**

Gamification du point de vente :
lorsque joueurs et non-joueurs se
rencontrent.

**Allan Lubart,
Sonia Capelli**

How to engage students to change
their eating behaviors? Increasing
their empowerment through
gamification.

**Hamidreza Khodaverdi,
Isabelle Prim-Allaz,
Aina Ravoniarison**

Quel advergame pour quel objectif ?
Une typologie des advergames selon
la prééminence de la marque et la
congruence marque-jeu.

**Amélie Joassard,
Sonia Capelli**

SESSION 14

SALLE
313

Président de session
Joseph KASWENGI

AGENTS CONVERSATIONNELS

Chatbot perçu comme
empathique : une arme à double
tranchant pour les personnes
anxieuses socialement ou face à
la technologie ?

**Isabelle Brun,
Lova Rajaobelina,
Line Ricard,
Manon Arcand,
Sandrine Prom-Tep**

Customer reactions to robot
apology: the role of mind
perception.

**Salma André,
Margherita Pagani**

Revue systématique de
l'adoption des agents
conversationnels par les
consommateurs.

**Jean-Michel Latulippe,
Riadh Ladhari**

Smiling or not smiling? How a
smiling face shapes consumer
decisions in P2P.

**Camille Lacan,
Olga Goncalves**

SESSION 15**SALLE
314**Présidente de session
Christine GONZALEZ**DIGITAL ET OBJETS
CONNECTÉS**

L'appropriation des objets connectés de quantified self dans une optique de bien vieillir désiré : le rôle structurant des logiques d'usage.

**Manel Laroum,
Pauline Pechpeyrou**

Une approche sémiotique des représentations de la e-santé par la proximité et la distance perçue.

**Amélie Loriot,
Fabrice Larceneux,
Valérie Guillard**

Association et réseaux sociaux : proposition de campagnes efficaces de collecte de don.

Ahmed Benhoumane

Étude des discours en ligne d'une communauté virtuelle de haters : le cas de la communauté « les râleurs en colère ».

**Virginie Rodriguez,
Pierre Buffaz**

SESSION 16**SALLE
305**Président de session
Bertrand URIEN**MARKETING ET
ENJEUX SOCIÉTAUX**

Comment favoriser la participation des consommateurs-usagers âgés aux services sur le territoire ? Une exploration par le concept de proximité.

**Margaret Josion-Portail,
Luciana Castro-Gonçalves,
Camille Picard
Cathy Zadra-Veil**

Envisager la jupe en tant qu'icône de marché pour comprendre le rôle des objets dans la déconstruction du genre.

Coralie Lallemand

Impact of project-based learning on environmental and social awareness in two sustainability related marketing courses in Hungary and France.

**Katalin Asvanyi,
Eszter Gédéon**

Renforcer l'engagement de l'utilisateur en environnement numérique : le rôle de l'inclusion numérique perçue.

**Léa Cauchard,
Gilles N'Goala**

SESSION 17**SALLE
307**Présidente de session
Sophie CHANGEUR**MARQUE**

Approche des concepts de marque cool et de marque authentique par des jeunes français membres et non-membres de la culture Hip-hop.

**Loubna Moudni,
Michaël Korchia**

Cohérence entre les publicités et la réalité : comprendre la perception du décalage communicationnel et ses effets sur la marque.

**Morgane Desbois,
Charlotte Ranchoux,
Eva Cerio**

The ship of Theseus: How do practitioners navigate between brand longevity and brand modernity?

**Aurélie Hémonnet,
Fabien Pécot**

Les marques de luxe sont-elles crédibles sur le marché de la haute joaillerie ?

**Caroline Ardelet,
Marie Putaud**

SESSION 18**SALLE
312**Présidente de session
Agnès LECOMPTE**ACHAT LOCAL**

« Le local peut-il être digital ? »
Mieux comprendre l'ambivalence
des consommateurs à l'égard
des technologies digitales pour
les achats alimentaires locaux.

Aurélia Michaud-Trévinial,
Catherine Hérault-Fournier,
Fabien Rogeon

Entre intensité et extensité, mise
en évidence de l'inertie des
achats locaux.

Catherine Hérault-Fournier,
Aurélia Michaud-Trévinial

L'expérience de consommation
alimentaire locale comme
lifestyle politics : explorations &
enjeux marketing.

Julien Bouillé,
Sheila Matson-Barkat

Proximité ou ultra-proximité du
lieu de fabrication des produits
non alimentaires : quels effets
sur les préférences et le
consentement à payer ?

Yohan Bernard,
Georgina Gonzalez-Hemon,
Bertrand Belvaux,
Jean-François Notebaert

SESSION 19**SALLE
316**Président de session
Eric LOMBARDOT**COMMUNICATION ET
CONTRÔLE
CORPOREL**

Le corps comme vitrine du
contrôle de soi : une exploration
des comptes des influenceurs
fitness sur Instagram.

Maxime David,
Pascale Ezan

L'humour est-il une stratégie
efficace en communication
persuasive ? Une étude de la
parodie et de l'humour noir dans
les messages de prévention du
surpoids et de l'obésité.

Justine Estarague,
Laurie Balbo,
Marie-Christine Lichtlé

Quand des étudiantes
deviennent fitgirls : quel bien-
être alimentaire procuré sur
Instagram ?

Lamia Sadoun

The effect of different types of
self-tracking on motivation to
control weight.

Malaurie Fauré,
Sandra Laporte

**SESSION CAS ET
INNOVATION
PÉDAGOGIQUE****SALLE
315**Présidente de session
Marie-Catherine MARS

« Ecoute le monde de demain ! »
Le podcast comme outil
pédagogique au service de la
formation aux enjeux de la transition
écologique et sociétale.

Aida Mimouni Chaabane,
Salim Azar,
Céline Provost

Mad Men, de la fiction à l'amphi :
l'utilisation d'une série TV comme
support pédagogique.

Émeline Martin,
Albéric Tellier

Design de Marques à mission,
Design Graphique et
Communication de Marque.

Romain Diant,
Franck Celhay

Boho Green Make-Up: how to
Develop Brand Strategy in
Sweden.

Anne-Céline Ginoux,
Florence Gervais

La protection de l'environnement
est-elle une motivation suffisante
pour adopter l'innovation d'une
PME ? Le cas de l'entreprise de
quad électrique Theron.

William Menvielle,
Said Zouiten,
Léo Trespeuch

**SESSION RENCONTRE
AVEC LES REDACTEURS
EN CHEF RAM, DM et
RFG****AMPHI
101 RDC**

Gilles N'Goala,
Aurélien Rouquet
Laurent Bertrandias,
Isabelle Collin-Lachaud,

**PAUSE : 10h - 10h15
Hall DSEG****Assemblée générale :
10h15 - 12h15****AMPHI
500 RDC**

12h15 - 13h30
Buffet, Hall DSEG

SESSIONS PARALLÈLES

13h30 - 15h

SESSION 20

SALLE
302

Présidente de session
Isabelle DABADIE

CONSOMMATION ET SOBRIÉTÉ

Comportements de sobriété dans la consommation : identification de quatre trajectoires d'engagement volontaire.

Cécile Chamaret,
Virginie Pez,
Benjamin Lehiany

Le rôle clé de l'éco-colère dans l'acceptabilité de mesures gouvernementales de sobriété contrainte.

Yohan Bernard,
Cécile Colin

L'effet de la complexité de l'information sur l'intention de réduire son empreinte carbone : une étude par le biais de l'acceptabilité d'une application mobile.

Ulysse Soulat,
Jeanne Lallement

When saying enough is not enough: how cultivating domestic qualities of attention through gamification can foster energy sufficiency.

Cécile Chamaret,
Mathias Guerineau,
Julie Mayer

SESSION 21

SALLE
303

Présidente de session
Marine LE GALL-ELY

PERFORMANCE ET MARCHÉS

Effet de données massives sur la performance de la firme : l'importance de l'agilité organisationnelle et de la turbulence du marché.

Victoria-Yousra Ourzik,
Pierre Volle

Effet des caractéristiques des avis des consommateurs en ligne sur le rendement boursier idiosyncrasique des entreprises. Rôle modérateur de la popularité de la marque.

Bernard Bako-Liba,
Joseph Kaswengi

Le rôle du travail institutionnel dans la relance des marchés : le cas du marché de l'habit traditionnel en Tunisie depuis le printemps arabe.

Lilia Fessi,
Karim Ben Slimane,
Hamida Skandrani

Linking B2B sales performance to salespeople's creative selling and self-efficacy.

Romain Franck

SESSION 22

SALLE
313

Présidente de session
Andréa GOURMELEN

RÉGIMES ALIMENTAIRES ET MARKETING

A self-prophecy study: will you reduce your meat consumption?

Bing Bai,
Laurie Balbo,
Marie-Christine Lichtlé

Is vegan meat alternatives consumption gendered?

Laurie Balbo,
Sumayya Shaikh,
Shiva Vaziri

L'apport de la théorie des pratiques à la compréhension des processus de transition alimentaire : le cas de la réduction de la consommation de viande.

Maud Daniel,
Laura Sabbado

Végétariens et véganes, tous les mêmes ? Une étude des différences perçues au regard de l'engagement dans la pratique et dans la cause.

Gilles Séré De Lanauze,
Margot Dyen,
Laurie Balbo,
Lucie Sirieix,
Erick Suarez Dominguez

SESSION 23**SALLE
314**Président de session
Laurent MAUBISSON**PRIX, VALEUR ET DON**

« C'est qui le plus juste ? » : comment communiquer sur la structure du prix pour favoriser la justice perçue du prix reversé aux producteurs et le consentement à payer ?

Evangelia Tsiapkolis,
Sonia Capelli,
William Sabadie

Contribution de la valeur perçue au Net Promoter Score : une application aux enseignes de distribution spécialisée.

Laurent Maubisson,
Arnaud Rivière,
Rémi Mencarelli

Les sources de valorisation de l'expérience de consommation des jeux de cartes à jouer et à collectionner (TCG) le cas de 7 Fallen... avant et après sa chute.

Jérôme Boissel

L'intégration des chatbots sur les sites internet d'association caritatives : quels effets sur les comportements de don ?

Soffien Bataoui,
Emmanuelle Boch

SESSION 24**SALLE
305**Présidente de session
Eszter GEDEON**CULTURES ET
MARKETING**

Double choc : les effets de la covid-19 sur le processus d'acculturation alimentaire des expatriés.

Raficka Hellal-Guendouzi

Du latin vers le kanju : peut-on communiquer des impressions de marques similaires en utilisant des systèmes d'écriture différents ?

Weixi Kou,
Franck Celhay,
Peiyao Cheng,
Mathieu Kacha

Le néolocalisme dans le brand storytelling : une étude exploratoire du marché de la craft beer en Espagne, en France et en Écosse.

Loïc Comino,
Émilie Delafosse,
Claire Mckeown

SESSION 25**SALLE
307**Présidente de session
Yolande PIRIS**COMMERCE ET
DISTRIBUTION**

C'est bizarre d'aller au resto en bas de chez soi. Les effets négatifs de la proximité dans la relation marchande : Regards ethnographiques sur le centre-ville de Rouen.

Cerise Thorel,
Baptiste Cléret

Le choix du ou des circuits de distribution pour les jeunes agriculteurs.

Manon Lobjois,
Morgane Innocent

Les conséquences du jugement social perçue par les vendeurs sur le recours à la technologie durant la rencontre de service.

Madiha Bendjballah,
Christian Dianoux,
Sandrine Heitz-Spahn

Understanding shoppers' feelings in the post-covid-era: the effect of ambivalence caused by crowdedness on consumer in-store behaviors.

Maali Ben Hissi,
Andréa Milena Sanchez
Romero

SESSION 26**SALLE
312**Président de session
Ronan DIVARD**CONSOMMATION
COLLABORATIVE (2)**

Ce que calculer veut dire : une analyse de la location des possessions privées.

Dominique Roux

Effets des types de feedback sur la valeur perçue de l'expérience des participants au crowdsourcing gamifié en situation de perte.

**Chaima Siala,
Abdelmajid Amine**

Grunt Work: building Trust in the Sharing Economy within Emerging Markets.

**Adèle Gruen,
Mario Campana,
Luciana Velloso**

Privez-vous dormir chez un inconnu ? Les fondements de la confiance envers un pair au sein d'une plateforme de l'économie collaborative.

**Laura Breaux,
Olga Goncalves,
Camille Lacan**

SESSION SPÉCIALE AMS

**AMPHI
102 RDC**

Président de session
Alain DECROP

**Karine Picot-Coupey,
Nina Krey,
Shuang Wu**

**Christine Lai,
Mélanie Bowen**

**Laurianne Schmitt,
Rhett Epler,
Bryan Hochstein,
Deva Rangarajan**

**Oxana Lahbib,
Aurélié Kessous,
Pierre Valette-Florence,
Camilo Andrés Rojas
Contreras**

SESSION SPHINX

**SALLE
316**

Présentation des outils et expertise Sphinx.
Younès Boughzala

**PAUSE : 15h - 15h30
Hall DSEG**

**SESSIONS PARALLÈLES
15h30 - 17h**

SESSION 27

**SALLE
302**

Présidente de session
Céline JACOB

DIGITAL : INFLUENCE DU CONTENU

L'influence du format du menu des sites web marchands sur les réactions et intentions des internautes.

**Jean-François Lemoine,
Thomas Sender**

L'influence du type de fautes dans les avis en ligne sur les réactions des internautes.

**Egwen Kervizic,
Jean-François Lemoine**

Souvenirs d'expériences de télémédecine : vers une réhumanisation de la relation de soin patient-soignant ?

Amélie Clauzel

Tu ou vous ? Effet du tutoiement par les marques sur les réseaux socio-numériques.

**Catherine Aussilhou,
Mathieu Kacha,
Jean-François Lemoine,
Raouf Zafri**

SESSION 28

**SALLE
312**

Présidente de session
Aïda MIMOUNI CHAABANE

SATISFACTION CLIENT

Does customers' prior product knowledge affect perceived providers' connection to their bundle of needs, goals and preferences?

Olivier Mesly

Engagement behaviors in a customer satisfaction survey and their impact on customer value.

**Tom Villenet,
William Sabadie**

Le traitement de l'insatisfaction des clients à la suite des doubles déviations : le rôle clé de la personnalisation de la réparation.

**Asmaa Belhour,
Yohan Bernard,
Jean-François Notebaert**

Réactions du consommateur face à la perception de manipulation par un commerçant.

**Bilitis Berthiaume,
Lova Rajaobelina,
Line Ricard**

SESSION 29**SALLE
313**Président de session
Pierre VOLLE**GESTION DE LA
RELATION CLIENT**

Aide à la conception des produits personnalisables et empowerment psychologique : comment le consommateur s'approprié le produit ?

Marwa Meddeb,
Jean-Louis Moulins

An organizational learning account of the service recovery paradox.

Renaud Lunardo,
Julien Cusin,
Michaël Flacandji

Quand la technologie favorise les commerciaux chasseurs, mais contrarie l'envie de chasser et d'élever.

Éric Casenave,
Laurianne Schmitt,
Jessie Pallud

Une application de la théorie des relations communales aux réactions du client suite à une offense.

Olivier Morrisson,
Dominique Crié

SESSION 30**SALLE
314**Présidente de session
Souad DJELASSI**DONNÉES
PERSONNELLES ET VIE
PRIVÉE**

Algorithm morality: The impact of autonomous vehicles' accidents on driver responsibilities, guilt, and well-being.

Thomas Teychenié,
Julien Cloarec,
Marc Kuhn,
Lars Meyer-Waarden

Autonomous Vehicles as Marketplace: How Construal Level Theory Shed Light on Tension in the Data Environment?

Vincent Favarin,
Lars Meyer-Waarden,
Julien Cloarec

Chabots médicaux : quels enjeux et défis pour favoriser le sentiment de confiance et de satisfaction de ses utilisateurs.

Matthieu Mifsud,
Loïck Menvielle,
Widiane Ferchakhi

Payer le consommateur en contrepartie de ses données personnelles : qu'en pensent les consommateurs et les professionnels de la data ?

Hanene Oueslati

SESSION 31**SALLE
305**Présidente de session
Marie SCHILL**COMPORTEMENTS PRO-
ENVIRONNEMENTAUX**

Deuil écologique et adoption de comportements pro-environnementaux : une approche par le modèle dual d'adaptation à la perte.

Laura Vong,
Samuel Guillemot

How past environmental behavior affects future environmental behavior: the role of perceived effort.

Linda Lemarie,
Valéry Bezençon,
Bruno Lanz

Penser la durabilité au-delà des relations d'opposition entre homme et nature : un éclairage par le mode de vie des écovillages.

Dorian Marchais

Quand l'incertitude décourage les comportements pro-environnementaux : le rôle des défaillances du contrôle de soi.

Prashanth Sai
Ramachandran,
Camilla Barbarossa,
Laurent Bertrandias

SESSION 32**SALLE
316**Président de session
Jean-Marc FERRANDI**MARQUE (2)**

Comment véhiculer l'image RSE des distributeurs : signalisation des MDD bio et made in France ou déréférencement des MDD bio non made in France ?

Olga Untilov,
Didier Louis,
Lucie Sirieix,
Cindy Lombart

La valorisation du label Fairtrade autour d'un business model durable : une application au cacao sur le marché du commerce équitable.

Mantiaba Coulibaly-Ballet,
Nathalie Maumon,
Didier Bédé

Deconstructing "wokewashing": the role of brand legitimacy and temporal distance in brand activism.

Samia Moumade,
Aurélié Hémonnet-Goujot,
Pierre Valette-Florence

Why do consumers respond negatively to brand activism campaigns? An investigation into the perceived corporate motives.

Charlotte Lecuyer,
Marine Kergoat,
Christine Lambey-Checchin

SESSION 33**SALLE
315**Présidente de session
Pascale EZAN**MARKETING ET ENJEUX SOCIÉTAUX (2)**

« Chez vous la ville du futur c'est plutôt... Minority Report ou Blade Runner ? » Récits cinématographiques et représentations de l'expérience de vie dans un environnement connecté : Exploration de 4 décennies de films SF.

Pauline Folcher,
Sarah Pereira Da Camara

Comment gérez-vous vos comptes bancaires avec votre conjoint ? Vers l'identification des motivations sous-jacentes de l'organisation financière des couples.

Corina Paraschiv,
Sarah Benmoyal,
Maïva Ropaul

Les pratiques de dépigmentation artificielle à la confluence entre la beauté et la santé.

Boubacar Basse

Pourquoi le marketing politique multiculturel est-il contreproductif ?

Emma Bouladi

**PAPIERS PRIMÉS AFM
EN 180 SECONDES**Présidente de session
Elisa MONNOT**AMPHI
101 RDC**

Sophie De Villartay,
Fabienne Berger-Remy,
Nathalie Fleck
Romain Rousseau
Laurent Maubisson,
Caroline Bonnetier,
Patricia Coutelle
Sandrine Heitz-Spahn,
Béatrice Siadou-Martin,
Lydie Belaud
Léa Pecjak,
Sophie Changeur
Lisa D'Argenlieu,
Valérie Guillard

**TABLE-RONDE DE
PROFESSIONNELS**Animatrice
Fanny RENIOU**AMPHI
102 RDC****RESPONSABLE ?
POURQUOI, COMMENT
ET EST-CE QUE ÇA
MARCHE ?****Armelle Guizot**Directrice Marques et RSE chez
Eureden Long Life**Marie Chaillou**

Consultante

Marie-Claire FranchetResponsable marketing et
communication chez Cloitre**18h - 19h15**

**Visite guidée de la ville
de Vannes / Croisière
sur le Golfe du
Morhiban**

20h

**Dîner de Gala au
Chateau de Beauregard**

**19h30**

**Départ du bus de la Gare
Maritime**

19h40

**Départ du bus de la
Place de la Libération
(Vannes Centre)**

VENDREDI 12 MAI

SESSIONS PARALLÈLES

8h30 - 9h45

SESSION 34

SALLE
302

Présidente de session
**Norchène BEN DAHMANE
MOUELHI**

MARKETING TOURISTIQUE

Support for tourism development
in a world heritage site, does
residents' social well-being
matter?

**Hadil Chaieb,
Azza Temessek**

Expériences non hédoniques :
pourquoi les individus
consomment-ils volontairement
de la douleur et des émotions
négatives ?

**Sarah Peronne,
Sandra Camus**

The unexpected consequences of
involving tourists in destination
social responsibility through
check-out-charity. The case of ski
resorts in the french Alps.

**Élodie Manthé,
Anil Bilgihan**

SESSION 35

SALLE
303

Présidente de session
Céline GALLEN

PACKAGING ET COMMUNICATION

L'appropriation par les marques
de symboles sous-culturels :
telle est la voie ?

**Marine Boyaval,
Marion Garnier,
Olivier Nicolas,
Alexandre Tiercelin,
Arnaud Delannoy**

Pour mieux comprendre
l'influence de l'axe de
communication sur les achats
MDD de terroir : la prise en
compte des modèles de
persuasion.

**Didier Louis,
Florence Charton-Vachet,
Cindy Lombart**

Que raconte l'étiquette d'un vin ?
Influence du type d'étiquette sur la
perception de la marque de vin.

**Éric Lombardot,
Pauline Folcher,
Sarah Mussol,
Laurie Salamanca,
Virginie Saco**

SESSION 36

SALLE
313

Présidente de session
Sihem DEKHILI

CONSOMMATION RESPONSABLE

« Les producteurs, la planète et
moi » : Bénéfices et coûts
perçus, et réactions des
consommateurs face à des
promotions-prix sur des offres
alimentaires responsables.

**Guillaume Le Borgne,
Lucie Sirieix**

Concurrents du marché du neuf :
une analyse discursive de la
figure du « consommerçant ».

**Philippe Mouillot,
Rémy Park**

La livraison des achats en ligne
selon la génération Z : rapide,
pas cher mais écolo !

**Aline Boissinot,
Sarah Benmoyal,
Corina Paraschiv**

SESSION 37**SALLE
314**Présidente de session
Jeanne LALLEMENT**VULNÉRABILITÉS ET
ACCÈS AU MARCHÉ**

Je dors dehors. Revendiquer ou dissimuler son identité de SDF pour accéder au marché.

Catherine Lejealle,
Pascale Ezan,
Julien Billion,
Saeedeh Rezaee Vessal

Les tactiques déployées par les acheteurs illettrés dans la grande distribution alimentaire : inclusion réelle ou illusion ?

Hind Marzak,
Camal Gallouj,
Abdelaziz Bahoussa

SESSION 38**SALLE
305**Présidente de session
Gaëlle PANTIN-SOHIER**COMMUNICATION**

"Magical washing" : comprendre la communication persuasive par le cadrage de sens et les réponses des consommateurs pour s'en prémunir.

Stéphanie Verfay,
Marie-Claire Wilhelm

L'usage du tabou auprès des digital natives : le choc, c'est les autres !

Ludivine Destoumieux,
Julien Grobert,
Éric Vernet

Pour un marketing d'influence plus responsable : une étude qualitative exploratoire auprès de jeunes consommateurs.

Leyla Jaoued Abassi

SESSION 39**SALLE
311**Président de session
Laurent FLORÈS**AVANCÉES
MÉTHODOLOGIQUES**

A Brand-New Look at the Business Ecosystem - Conceptualizing the B2B Clip-Out Perspective.

Selina Strobel,
Lars Meyer-Waarden,
Marc Kuhn

Apport du modèle IRT bifactoriel à réponses graduées à l'étude des échelles multidimensionnelles.

Pierre-Charles Soulié,
Joël Brée

L'approche cartographique sensible en marketing : proposition d'un protocole méthodologique :

« Le cross mapping ».

Henda Gmada,
Sondès Zouaghi,
Éric Rémy

PRIX DE THÈSEPrésidente de session
Béatrice PARGUEL**AMPHI
101 RDC**

Le rapport des individus aux robots sociaux et son rôle dans le processus d'appropriation.

Marie Kerekes

Position du corps, gamification et incarnation sur le comportement du consommateur lors d'expériences en réalité virtuelle

Pierre-Henry Leveau

L'acceptation des dispositifs technologiques d'auto-production par le consommateur : une approche par l'empowerment psychologique

Virginie Schweitzer

**SESSION
SPÉCIALE 3****SALLE
312**Président de session
Sébastien SOULEZ

Employé ambassadeur et avis en ligne - les manifestations de soutien à la marque.

Sébastien Soulez,
Fabienne Berger-Rémi,
Chloé Guillot-Soulez,
Sylvain Delmas

PAUSE : 9h45 - 10h15
Hall DSEG

SESSIONS PARALLÈLES

10h15 - 11h30

SESSION 40

SALLE
302Présidente de session
Claire-Lise Ackermann**COMMUNAUTÉS ET FIDÉLITÉ**

How to promote CSR image with loyalty programs.

**Aida Mimouni Chaabane,
Béatrice Parguel**

Quelles récompenses accorder dans un programme de fidélité ? Une analyse au prisme des représentations mentales associées aux différents types de programmes.

**Aida Mimouni Chaabane,
Virginie Pez,
Raphäelle Butori**

Délégation de la gestion de la relation client aux communautés de marque en ligne. Enjeux des motivations des membres à s'impliquer.

**Hamidou Sawadogo,
Abdelmajid Amine,
Pauline De Pechpeyrou**

SESSION 41

SALLE
303Présidente de session
Cindy LOMBART**MAGASINS EN LIGNE**

Drive-piéton vs. Q-commerce : promesse marketing, organisation logistique et intégration dans les canaux de distribution.

**Aurélien Rouquet,
Gilles Paché**

Manipulate us, we love that! The effect of online scarcity cues on purchase intention.

**Jean-François Toti,
Richard Huaman-Ramirez,
Annabel Martin-Salerno**

Le magasin virtuel : un levier d'amélioration de la relation client.

**Cindy Lombart,
Didier Louis,
Fidan Kurtaliqi,
Olga Untilov,
Florence Charton-Vachet**

SESSION 42

SALLE
313Présidente de session
Christine PETR**MARKETING TOURISTIQUE (2)**

« Aidez-nous à protéger notre planète » : les efforts pro-environnementaux des hôtels conduisent-ils les clients à adopter des comportements durables ? Le rôle de la gratitude.

**Élodie Manthé,
Lydie Bonnefoy-Claudey,
Caroline Morrongiello,
Marjolaine Besançon**

De l'intérêt d'utiliser les représentations sociales pour mieux appréhender la diversité de l'oenotourisme.

**Sabine Reydet,
Julien Couder,
Blandine Ageron**

Le rôle de l'identité dans la consommation locale et extra-local des aliments à marquage d'origine : une analyse par la proximité spatiale et identitaire.

François Lenglet

SESSION 43

SALLE
314Président de session
Joël BRÉE**MARKETING SOCIAL**

De l'autonomie à l'accompagnement : la place du social dans les magasins phygitaux.

**Yonathan Silvain Roten,
Régine Vanheems,
Dimitri Laroutis**

How do physical and social servicescape jointly influence customer experience: investigating negative CCI.

**Olivier Furrer,
Chloé Baillo,
Mikéle Landry,
Jie Kerguignas**

Social sharing of emotions and its positive consequences among cancer patients.

**Vessal Saeedeh Rezaee,
Judith Partouch-Sebban,
Alain Toledano**

SESSION 44**SALLE
305**Présidente de session
Aurélié HÉMONNET**PACKAGING ET
COMMUNICATION (2)**

« Il vaut mieux les voir en peinture ! » : Le rôle de la représentation visuelle des insectes sur le packaging dans l'acceptation de l'entomophagie.

Céline Gallen,
Valérie Hémar-Nicolas,
Gaëlle Pantin-Sohier,
Fanny Thomas

Redorer le packaging moche des marques de premiers prix : Quelle influence sur la perception des consommateurs ? Un cas de transgression de marque positive.

Alicia Lefrançois,
Léa Pecjak,
Sophie Changeur

Packaging minimaliste ou maximaliste ? Patterns, impressions de marque et attitudes du consommateur.

Manon Favier,
Franck Celhay,
Lise Magnier,
Gaëlle Pantin-Sohier

**SESSION
SPÉCIALE 4****SALLE
312**Président de session
Julien CLOAREC

The New Economics of Privacy:
Towards More Responsible
Practices?

Julien Cloarec,
Charlotte Cadieu,
Christelle Aubert-Hassouni,
Alex Deslee

SESSION 45**SALLE
311**Président de session
Patrick GABRIEL**CONSOMMATION ET
ÉCONOMIE CIRCULAIRE**

Attitude envers les produits recyclés alimentaires versus non alimentaires : différence ou similitude ?

Feriel Sayadi,
Hager Turki,
Insaf Garbouj

Exploration des représentations sociales des vêtements recyclés.

Hanene Oueslati,
Patricia Niglis,
Yohan Bernard

**SESSION
SPÉCIALE 5****SALLE
315**Présidentes de session
Sihem DEKHILI & Fanny RENIOU

Développer des études de cas en marketing durable : intérêt pédagogique et enjeux.

Sihem Dekhili,
Fanny Reniou,
Cindy Lombart,
Blandine Labbé-Pinlon,
Didier Louis,
Florence Charton-Vachet,
Laurent Bertrandias,
Leïla Elgaaied,
Laurence Bundy,
Mohamed Akli Achabou,
Béatrice Bellini,
Marielle Mathieu

11h45
Conclusion**AMPHI
500****12h**
Buffet, Hall DSEG
Sur place / À emporter**14h - 15h**
15h15 - 16h15
Visite Multiplast
(Gare Maritime de Vannes)


SCAN ME

Le programme est
disponible en
version numérique :

<https://afm-vannes-2023.glide.page/>

PARTENAIRES



Cofinancé par Golfe du Morbihan Vannes Agglomération

