



20ème COLLOQUE ETIENNE THIL 12 et 13 Octobre 2017 – IMMD – Roubaix

Programme

Jeudi 12 octobre – Journée dédiée aux échanges entre recherche et entreprises

| | |
|---------------|---|
| 8h30 - 9h00 | Accueil des participants dans les locaux de l'IMMD |
| 9h00 - 9h15 | Bienvenue au 20ème colloque international Etienne Thil ! Isabelle Collin-Lachaud (Présidente du Comité d'Organisation, IMMD) Valérie Renaudin (Présidente de l'Association Etienne Thil) Karine Picot-Coupey (Présidente du Comité Scientifique, IGR-IAE Rennes) |
| 9h15 - 10h15 | Tribune « 20 ans de distribution », débat autour de trois grands témoins : Véronique des Garets (Professeur des Universités, IAE de Tours) Alain Thieffry (Consultant, Alain Thieffry Conseil) André Tordjman (PDG, Little Extra) Animatrice : Valérie Renaudin (Université Paris-Dauphine) |
| 10h15 – 10h45 | Pause |
| 10h45 - 11h30 | Pitch des trois meilleures thèses en distribution & remise du prix de thèse Les réseaux de points de vente face au défi de l'uniformité du concept : le cas du commerce coopératif et associé - <i>Fabrice Cassou</i> Du souvenir de l'expérience à la relation à l'enseigne. Une exploration théorique et méthodologique dans le domaine du commerce de détail - <i>Mickaël Flacandji</i> Ville et commerce à l'épreuve de la déterritorialisation - <i>Pascal Madry</i> Animateur : Olivier Badot (Chaire E.Leclerc - ESCP Europe) |
| 11h30 - 12h30 | Table ronde 1 – Redynamisation du commerce physique Hélène Jarosz (Responsable commerce, Ville de Roubaix) Emmanuel Le Roch (Délégué Général de PROCOS) Mathieu Mollière (Directeur Communication, Marketing et Innovation, Groupe Frey) Animatrice : Sandrine Heitz-Spahn (Université de Lorraine) |
| 12h30 – 14h00 | Déjeuner - Rencontres chercheurs-entreprises (en partenariat avec le Picom) |

14h00 - 15h00

Table Ronde 2 – Renouveau de la conversation client

Nicolas Fillat (Directeur projet marketing client, Adeo)

Quentin Lebeau (PDG, Toky Woky)

Thomas Sabatier (PDG, The Chatbot Factory)

Animatrice : Karine Picot-Coupey (IGR-IAE Rennes, Université de Rennes 1)

15h00 – 15h45

Pitch des trois meilleures communications du colloque & remise du prix de la meilleure communication

Représentation et déterminants de la convivialité dans la vente directe à domicile

Audrey Bonnemaizon, Sandrine Cadenat, Fanny Reniou (Université Paris-Est

Créteil Val-de-Marne)

Pourquoi le showroomer est-il focalisé sur le prix ? Une grille de lecture par la théorie du niveau de représentation

Sandrine Heitz-Spahn, Hélène Yıldız, Lydie Belaud (Université de Lorraine)

Partager ou ne pas partager un écran ? Une question de compétence perçue

Yonathan Silvain Roten (Université de Paris 1), Régine Vanheems (Université de Lyon 3)

Animateur : Gérard Cliquet (IGR-IAE Rennes, Université de Rennes 1)

Remise du prix par Jacques Creyssel, Délégué Général, Fédération du Commerce et de la Distribution

15h45 – 16h15

Pause

16h15 -16h30

Prix du meilleur ouvrage en distribution

Revue des ouvrages qui ont marqué l'année 2016 en distribution et entretien avec l'auteur lauréat du prix.

Animateurs : François Bobrie et Alexandra Bouthelier (FCA)

16h30 -18h00

Ces géants venus d'ailleurs : « Retours d'expérience » Alibaba - Costco

Sébastien Badault, Directeur Général France d'Alibaba

Christine Januario, Directrice Financière de Costco France

Animateurs : Olivier Badot (Chaire E. Leclerc - ESCP Europe) et Sandrine Cadenat (UPEC)

Temps libre

20h00

Dîner de gala dans la cour d'honneur de l'ENSAIT à Roubaix

Célébration des 20 ans du colloque !



Vendredi 13 octobre – Journée réservée aux chercheurs

| | |
|--------------|---|
| 8h15 - 8h30 | Accueil des participants |
| 8h30 - 10h00 | Ateliers : 4 sessions en parallèle Session 1. Distribution, canaux et organisation (Salle 101) Président de Session : Mbaye Fall Diallo (Université de Lille 2) La banque : un commerce de détail en profonde mutation <i>Elisabeth Callandret-Bigot, Anne Rollet, Véronique Lejeune (Université d'Aix-Marseille)</i> Le management du respect des engagements conventionnels au sein des réseaux de commerce coopératif et associé : entre contrôle et persuasion <i>Fabrice Cassou (Université Montesquieu - Bordeaux IV)</i> L'autonomie des franchisés : facteur critique de succès de la franchise ? <i>Catherine de Gery, Enrico Colla, Martine Deparis, Laurence Lemmet (Novencia Business School), Maryline Schultz (Université de Dijon)</i> L'analyse de la structuration d'une filière de miel au Nord-Est du Brésil et des relations entre ses acteurs par le prisme de la proximité <i>Maria Rosado De Sousa (Université de Saint Etienne), Odile Chanut (Université de Lyon)</i> |
| | Session 2. Expérience en magasin (Salle 102) Président de Session : Mickaël Flacandji, Université de Bordeaux Expérience en boutique et attachement du consommateur : l'impact du contact direct à la marque <i>Amélie Blum, Bertrand Belvaux, Blandine Anteblian (Université de Bourgogne)</i> L'impact du marketing expérientiel en magasin sur le comportement du consommateur : une étude des représentations des managers d'enseignes <i>Ilham Benbahia (IAE de Paris Université Panthéon-Sorbonne)</i> L'influence des expositions d'œuvres d'art en magasin sur la perception des clients en luxe : une étude exploratoire auprès des « millennials » <i>Christel de Lassus (Université Paris Est- Marne La Vallée), Virginie Dercourt (Université Paris 13)</i> |
| | L'acheteur, un excellent storyteller: le cas de l'acheteur de produits monastiques <i>Marie-Catherine Paquier (European Business School), Sophie Morin-Delerm (Université Paris-Sud)</i> |
| | Session 3. Omni-canal (Amphi 2) Présidente de Session : Régine Vanheems L'omnicanal à l'épreuve des pratiques alimentaires des français : vers un nouveau cadre conceptuel pour le shopping des produits frais ? <i>Catherine Herault-Fournier, Aurélia Michaud-Trévinal (Université de La Rochelle)</i> Le rôle-clé du système d'informations clients dans le processus de gestion de l'expérience omnicanal. Le cas de la Société des Alcools du Québec (SAQ). <i>Sabrina Hombourger-Barès (Université TÉLUQ)</i> |



La conduite du changement auprès du personnel en contact d'un magasin dans le cadre de la mutation vers l'omni-canal

Alex Deslee, Isabelle Collin-Lachaud (IMMD Université de Lille 2)

Caractéristiques et limites du leadership en management de l'expérience client cross-canal : le cas des groupements d'adhérents

Florence Jacob, Capo Claire (Université du Havre – Normandie)

Session 4. Distribution & Histoire (Salle 103)

Président de session : François Bobrie

Les mutations du commerce des articles de sport en France (années 1990-2014) : le cas du commerce de montagne avec la Clusaz

Isabelle Gaillard (Université Grenoble-Alpes)

Le développement des activités commerciales et de marketing dans les télécommunications en France entre 1963 et 1998

Patrick Luciano (Université Paris-Dauphine), Marie Carpenter (Telecom Ecole de Management)

Une coopérative de consommateurs entre orientations Marché et Parties Prenantes : le cas de Coop Atlantique, 1912-2017

Magali Boespling (Université de Poitiers), Bruno Mazières (Université de Limoges)

The rationalization of Belgian distribution, 1945-2000. A soft transition

Peter Heyrman (KADOC-KU Leuven)

Pause

10h30° - 12h00

Ateliers : 4 sessions en parallèle

Session 5. Distribution, stratégie et nouveaux modèles économiques (Salle 101)

Président de Session : André Fady

Pour une analyse néo-institutionnelle de la légitimité des modes de distribution alimentaires en circuit court

Corentin Roznowicz, Université de Reims Champagne-Ardenne

L'alliance ratée Auchan-Système U

Dany Vyt IGR-IAE Rennes Université de Rennes 1, Magali Jara Université de Nantes, Gérard Cliquet IGR-IAE Rennes Université de Rennes 1

Face à la menace de désinstitutionnalisation, quelles stratégies de re-légitimation pour les acteurs historiques de la distribution ?

Elodie Juge, Université de Lille - SKEMA Business School – MERCUR EA 4112

Les mutations de la logistique de la cyber-épicerie

Bruno Durand Université de Nanterre (CEROS)



Session 6. Distribution, digital et réputation (Salle 102)

Présidente de Session : Aurélia Michaud-Trévinal, Université de La Rochelle

Comprendre l'utilisation des dispositifs connectés dans le cadre du "smart-retailing" : une approche par le vendeur

Mehdi El Abed, Jean-François Lemoine (Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne)

Showrooming : Exploration des freins éthiques perçus à l'égard de la pratique

Gilles Séré de Lanauze, Sarah Mussol (Université de Montpellier)

Understanding negative eWOM generated by Millenials: an imperative for retailers and e-retailers

Sarah Zaraket (Université Paris I - Panthéon-Sorbonne), Régine Vanheems (IAE de Lyon - Université Jean Moulin Lyon 3)

L'e-réputation de la marque dans le commerce en ligne : Risques juridiques au cœur de la gestion de l'identité numérique

Arnaud Delannoy, Olivier Lasmoles (EM Normandie)

Session 7. Consommateurs, attitude et image (Amphi 2)

Présidente de Session : Suzanne Pontier

D'artisan traditionnel à marque artisan : quelle perception de l'artisan par le consommateur ?

Jonathan Dézécot, Nathalie Fleck (Le Mans Université)

Faut-il apposer nutri-score sur les produits agroalimentaires ? Analyse de la légitimité pragmatique des logos nutritionnels sur leur format et l'expertise des consommateurs

Lydiane Nabec (Université Paris Sud), Philippe Mérigot (INSEEC Paris), Chantal Julia (Université Paris 13).

Expliquer l'attitude à l'égard du point de vente en fonction des revenus : une application au rayon Fruits et Légumes des GMS

Christine Gonzalez (Université du Maine), Gilles Seré de Lanauze (IAE de Montpellier – Université Montpellier), Béatrice Siadou-Martin (Université de Lorraine)

Pourquoi un si faible niveau de satisfaction des clients qui achètent un bien immobilier neuf ? Une explication par le gap émotionnel

Florence Jacob (Université du Havre), Fabrice Larceneux (Université Paris-Dauphine PSL), Valérie Renaudin (Université Paris-Dauphine PSL)



Atelier spécial « Thèses en distribution » (salle 103)

Présidente de session : Karine Picot-Coupey, IGR-IAE Rennes

Création d'un artefact modulaire d'aide à la conception de parcours client cross-canal visant à développer les capacités des managers des entreprises du secteur du commerce
Florence Jacob

Les Marques de Distributeur de terroir comme outil de légitimation de la grande distribution
- René Pierre Beylier

L'expérience d'achat de produits monastiques : l'influence des contextes sur le contenu de l'expérience vécue - *Marie-Catherine Paquier*

12h - 12h15

Développer la recherche en distribution : quelle place pour la distribution dans les revues *Recherche et Applications en Marketing* et *Décisions Marketing* ? avec Nil Özçaglar-Toulouse et Isabelle Collin-Lachaud

12h15 - 12h30

Allocution de clôture du 20^{ème} Colloque et *save the date* pour le colloque 2018 !

12h30 - 13h00

Assemblée Générale de l'association Etienne Thil

Déjeuner rapide et fin du 20^{ème} Colloque