

**MARKETING, SLOW
ET
DOUCEUR ANGEVINE**

37^{ÈME}

CONGRÈS
INTERNATIONAL DE
L'ASSOCIATION FRANÇAISE DE
MARKETING

DU 19 AU 21 MAI 2021 – ANGERS



REMERCIEMENTS À TOUS LES ÉVALUATEURS

ABBES Intissar - AMBROISE Laure - AMINE Abdelmajid - ANTEBLIAN Blandine - ARDELET Caroline - AURIER Philippe - BALAGUE Christine - BALBO Laurie - BARAY Jérôme - BATAOUI Soffien - BATAT Wided - BEAL Mathieu - BEAUDOUIN Vanessa - BEJI-BECHEUR Amina - BELVAUX Bertrand - BEN DAHMANE MOUELHI Norchène - BENAVENT Christophe - BENMOYAL-BOUZAGLO Sarah - BENOIT-MOREAU Florence - BERNARD Yohan - BERTRANDIAS Laurent - BEUDAERT Anthony - BIETRY Franck - BOBRIE François - BŒUF MéliSSa - BONNEMAIZON Audrey - BONNIN Gaël - BOURCIER-BEQUAERT Bénédicte - BOURGEON-RENAULT Dominique - BRESSOLLES Grégory - BRESSOUD Etienne - BUTORI Raphaëlle - CAEMMERER Barbara - CAMUS Sandra - CAPELLI Sonia - CASES Anne-Sophie - CEGARRA Jean-Jack - CELHAY Franck - CHAMARD Camille - CHANEY Damien - CHANGEUR Sophie - CHARRY Karine - CHAUTARD-DARDE Tiphaine - CHERIF Emna - CHOUK Inès - CLAUZEL Amélie - CLERET Baptiste - CLERGEAU Cécile - CLOAREC Julien - COLLIN-LACHAUD Isabelle - COMINO Loïc - COTTET Patrice - COURVOISIER François - COUTELLE Patricia - CRIE Dominique - CUNY Caroline - CURBATOV Oleg - DABADIE Isabelle - DAMAY Coralie - DAMPERAT Maud - DAUCE Bruno - DEBENEDETTI Alain - DECROP Alain - DE KERVILER Gwarlann - DEKHILI Sihem - DELACROIX Eva - DE LASSUS Christel - DEL BUCCHIA Céline - DE PECHPEYROU Pauline - DERBAIX Christian - DERBAIX Maud - DES GARETS Véronique - DIALLO Mbaye Fall - DIANOUX Christian - DIVARD Ronan - DUBREUIL Clément - DUFEU Ivan - ELGAAIED-GAMBIER Leila - ERTUS Pascale - EUZEBY Florence - EZAN Pascale - FALCHI Alice - FAURE-FERLET Axelle - FAVARIN Vincent - FERRANDI Jean-Marc - FLECK Nathalie - FOSSE-GOMEZ Marie-Hélène - FRANCOIS-LECOMPTE Agnès - FROCHOT Isabelle - GABRIEL Patrick - GALAN Jean-Philippe - GALLEN Céline - GALLOPEL-MORVAN Karine - GANASSALI Stéphane - GARCIA-BARDIDIA Renaud - GARNIER Marion - GARREAU Lionel - GAVARD-PERRET Marie-Laure - GENTRIC Michel - GERARD Jessica - GIANNELLONI Jean-Luc - GICQUEL Yohan - GOLLETTY Mathilde - GONZALEZ Christine - GONZALEZ Georgina - GORGE Hélène - GOTTELAND David - GOUDEY Alain - GOURMELEN Andrea - GUICHARD Nathalie - GUILLARD Valérie - GUILLEMOT Samuel - GUILLOT-SOULEZ Chloé - GUIOT Denis - GURVIEZ Patricia - HAMDY-KIDAR Linda - HEITZ-SPAHN Sandrine - HELMEGUIZON Agnès - NICOLAS-HEMAR Valérie - HEMONNET-GOUJOT Aurélie - HERAULT-FOURNIER Catherine - HERBERT Maud - HERRMANN Jean-Luc - JARRIER Elodie - JOUNY-RIVIER Elodie - KACHA Mathieu - KORCHIA Michaël - KREZIAK Dominique - KURTALIQI Fidan - LACOEUILHE Jérôme - LADWEIN Richard - LAJANTE Mathieu - LALLEMENT Jeanne - LAPORTE Marie-Eve - LARCENEUX Fabrice - LASRI Sarah - LAURENT Gilles - LAVORATA Laure - LEBRUN Mathilde - LE GALL-ELY Marine - LEGOHEREL Patrick - LEMOINE Jean-François - LE NAGARD Emmanuelle - LE ROUX André - LEROY Julie - LICHTLE Marie-Christine - LLOSA Sylvie - LOMBARDOT Eric - LOMBART Cindy - LOUIS Didier - MAGNONI Fanny - MAILLE Virginie - MALLET Stéphane - MANI Zied - MARTIN Emeline - MAUBISSON Laurent - MAUMON Nathalie - MAYRHOFER Ulrike - MENCARELLI Rémi - MERCANTI-GUERIN Maria - MEYER-WAARDEN Lars - MICHAUD TREVINAL Aurélie - MICHEL Géraldine - MIFSUD Mathieu - MILTGEN Caroline - MIMOUNI CHAABANE Aida - MONNOT Elisa - MORISSE Benjamin - MOULINS Jean-Louis - MOURRE Marie-Laure - MUGEL Ophélie - NABEC Lydiane - NAU Jean-Philippe - NDIONE Louis César - N'GOALA Gilles - N'GOBO Paul - NICHOLSON Patrick - NOTEBAERT Jean-François - OCHS Adeline - ODOU Philippe - OUESLATI Hanene - ÖZÇAĞLAR-TOULOUSE Nil - PACHE Gilles - PANDRAUD Raphaëlle - PARDO Catherine - PELET Jean-Eric - PETR Christine - PEZ Virginie - PFIFFELMANN Jean - PICOT-COUCPEY Karine - PINSON Christian - PIRIS Yolande - PLICHON Véronique - PONCIN Ingrid - PRAS Bernard - PRIM-ALLAZ Isabelle - RACAT Margot - REGANY Fatima - REMAUD Hervé - REMY Eric - RENIOU Fanny - RICHE Caroline - RIEUNIER Sophie - RIVIERE Arnaud - ROBERT-DEMONTROND Philippe - RODHAIN Angélique - RODRIGUEZ Virginie - ROEDERER Claire - ROKKA Joonas - ROUEN-MALLET Caroline - ROUX Dominique - SABADIE William - SABRI Ouidade - SALERNO Annabel - SANGLE-FERRIERE Marion - SCHILL Marie - SCHMITT Julien - SERE DE LANAUZE Gilles - SERHAL Rania - SIADOU-MARTIN Béatrice - SIMON Françoise - SIRIEIX Lucie - SITZ Lionel - SOHIER Alice - SOHIER Romain - SOMMIER Béatrice - SOULEZ Sébastien - STENGER Thomas - STEVENS Eric - SUGIER Laure - TACHET Béatrice - TAGBATA Didier - THEVENOT Géraldine - THOMAS Fanny - TIERCELIN Alexandre - TOTI Jean-François - TRELOHAN Magali - TRINQUECOSTE Jean-François - TRIZZULLA Caterina - UNTILOV Olga - URBAIN Caroline - URIEN Bertrand - VALETTE-FLORENCE Pierre - VANHEEMS Régine - VEG SALA Nathalie - VERNETTE Eric - VIGNOLLES Alexandra - VIOT Catherine - VOLLE Pierre - WIART Lucie - ZIDDA Pietro - ZOGHAIB Alice - ZOUAGHI Sondes - ZUMBO-LEBRUMENT Cédrine.

MEMBRES

LE COMITÉ SCIENTIFIQUE

CO-PRÉSIDENTS

Joël BRÉE
Gaëlle PANTIN-SOHER

COMITÉ SCIENTIFIQUE RESTREINT

Bénédicte BOURCIER-BEQUAERT
Barbara CAEMMERER
Sandra CAMUS
Ivan DUFEU
Tatiana HENRIQUEZ
Patrick LEGOHEREL
Jean-François LEMOINE

COMITÉ SCIENTIFIQUE ÉLARGI

Safaa ADIL
Camille CHAMARD
Tiphaine CHAUTARD DARDÉ
Baptiste CLÉRET
Bruno DAUCÉ
Elodie JARRIER
Elodie JOUNY-RIVIER
Pascale EZAN
Emeline MARTIN
David RULENCE
Valentina STAN
Thomas STENGER
Eric STEVENS
Fanny THOMAS
Jean-François TRINQUECOSTE

LE COMITÉ D'ORGANISATION

CO-PRÉSIDENTES

Sandra CAMUS
Fanny THOMAS

ÉQUIPE

Monique BERNIER
Tiphaine CHAUTARD-DARDÉ
Ivan DUFEU
Ida FARTSI
Pierre-Henry LEVEAU
Agathe MARIE
Sarah PÉRONNE
Pierre SECOUÉ



MERCREDI
19 MAI

14H - 15H30 OUVERTURE ET CONFÉRENCE PLÉNIÈRE

MOT DES ORGANISATEURS ET D'ALAIN DECROP

Sandra CAMUS, Fanny THOMAS, Gaëlle PANTIN-SOHIER, Joël BRÉE et Alain DECROP

INAUGURATION DU CONGRÈS AFM 2021 PAR MR BENOÎT PILET

Adjoint au Maire d'Angers, délégué à l'Europe et aux Relations Internationales Vice-Président d'Angers Loire Métropole à l'Enseignement Supérieur, Recherche, Innovation et Coopération Décentralisée

CONFÉRENCES PLÉNIÈRES

The tiny Trump in all of us, or how 'the customer becomes king'

→ Luk WARLOP, Professor, BI Norwegian Business School, Norvège

Does the Environmental Image of the Export Country Impact Consumer Responses to an Imported "Green" Product?

→ John THØGERSEN, Professor, Aarhus University, Danemark

SESSIONS PARALLÈLES

15H45 - 17H00

SESSION 1



Présidente de session
Sihem DEKHILI

MARKETING ET DÉVELOPPEMENT DURABLE : COMMENT GÉRER LES PARADOXES DU MARCHÉ ?

Le marketing durable : identifier et réduire les contradictions

→ Sihem DEKHILI,
Aurélie MERLE,
Adeline OCHS

Le marché a survécu à la peste noire ! Et, si son ADN "durable" ouvrait les voies de sa résilience...

→ Sandrine HEITZ-SPAHN,
Inès GUGUEN-GICQUEL,
Béatrice SIADOU-MARTIN,
Géraldine THEVENOT

Le commerce équitable à l'épreuve de la COVID-19 : entre

l'engouement des consommateurs pour des produits durables et la précarité des petits producteurs

→ Mantiaba COULIBALY-BALLET,
Wenkpami Didier TAGBATA

SESSION 2

Président de session
Thomas STENGER

SESSION VIDÉO

COME COME! Territorial marketing without territory?

→ Thomas STENGER,
Olivier COUSSI

Dignes de recevoir : une immersion dans l'expérience gastronomique du Refettorio Paris

→ Ophélie MUGEL

Outside In : quand les dynamiques sociales infiltrent l'expérience extraordinaire de la foire

→ Baptiste CLERET,
Boris COLLET,
Cerise THOREL

SESSION 3

Présidente de session
Agnès FRANCOIS-LECOMPTE

TOURISME ET CONSOMMATION EXPÉRIENTIELLE

Expériences touristiques immersives : le rôle clé de l'état de déconnexion sur la mémorisation et le bien-être perçu

→ François LENGLET,
Isabelle FROCHOT

Le rôle des réseaux locaux d'acteurs à l'expérience de l'œnotouriste

→ Daria HOLODNIK,
Gildas BARBOT,
Sabine REYDET,
Blandine AGERON

Une approche expérientielle de consommation de produits locaux par le touriste

→ Alexandre DARGOS LE GOASCOZ,
Agnès FRANCOIS-LECOMPTE,
Marine LE GALL-ELY

SESSION 4

Présidente de session
Andréa GOURMELEN

**CONSOMMATION ALIMENTAIRE
DES JEUNES**

Le capital culinaire des lycéens et son développement potentiel avant la décohabitation : une typologie exploratoire

→ **Andréa GOURMELEN,**
Victor OMER-RIGOUT

Mise en scène de la tendance healthy sur les réseaux sociaux : vers une nouvelle culture alimentaire chez les jeunes adultes ?

→ **Caroline ROUEN-MALLET,**
Pascale EZAN,
Stéphane MALLET

Appropriation du "manger sain" par les jeunes femmes sur les réseaux sociaux : le cas des vidéos YouTube "une journée dans mon assiette"

→ **Maxime DAVID,**
Pascale EZAN

SESSION 5

Présidente de session
Fanny RENIOU

**ÉVOLUTIONS MARKETING
DURABLES**

Les pratiques marketing au service de l'innovation durable

→ **Clara CALAUDI,**
Laure AMBROISE

Luxe et transgression : le paradoxe des innovations de produits recyclés

→ **Thérèse FOURNAISE,**
Aurélié KESSOUS,
Pierre VALETTE-FLORENCE

Changer pour un mode de consommation durable : un exercice ascétique ? Le cas du vrac

→ **Fanny RENIOU,**
Elisa MONNOT

SESSION 6

Président de session
Souad DJELASSI

EXPÉRIENCES EN MAGASIN

Les technologies interactives en magasin : vers une compréhension des relations entre l'interactivité et la valeur perçue

→ **Hafida BOUDKOUSS,**
Souad DJELASSI

Quand le désir de bien manger transforme l'expérience en magasin : le cas des applications nutritionnelles

→ **Régine VANHEEMS**

Les effets de la modification d'un contexte expérientiel physique commercial : une approche par la valeur à vie du client

→ **Tony VALENTINI,**
Herbert CASTERAN,
Claire ROEDERER

SESSION 7

Présidente de session
Norchène BEN DAHMANE MOUELHI

CONSOMMATION ET ÉMOTIONS

Sadness or happiness? How emotions influence consumer rating decisions

→ **Camille LACAN,**
Olga GONCALVES

When technology fails: rage against the machine or self-control? Investigating customers' negative emotions and coping strategies in artificial intelligence based service failure

→ **Giulia PAVONE,**
Lars MEYER-WAARDEN,
Andreas MUNZEL

Les émotions et les antécédents impliqués dans la consommation des produits de luxe chez les seniors

→ **Cyrine KHALFALLAH,**
Faten MALEK,
Norchène BEN DAHMANE
MOUELHI

PAUSE : 17H05 - 17H15
NUAGE DE MOTS

SESSIONS PARALLÈLES

17H15 - 18H30

SESSION 8

Présidente de session
Valérie HEMAR-NICOLAS

BIEN-ÊTRE ET CONSOMMATION

Faire soi-même et bien-être : les éclairages de la sociologie positive

→ **Fanny CAPEAU,**
Véronique COVA

• SUITE SESSION 8

Consommation de produits alimentaires locaux, bien-être et sacrifices consentis

→ **Olivier ARDOUIN**

Contributions du réseau social Instagram à une meilleure compréhension du bien-être alimentaire chez les étudiantes

→ **Lamia SADOON,
Pascale EZAN,
Valérie HEMAR-NICOLAS**

SESSION 9

Présidente de session
Laure AMBROISE

MARKETING ET SANTÉ

La confiance envers un vaccin en cours de développement durant l'épidémie du coronavirus

→ **Laurent MAUBISSON**

L'apport de la perspective des communautés de consommation à l'évaluation des programmes de responsabilisation en santé. Une ethnographie des consommateurs de médecines alternatives

→ **Paul PASQUIER,
Laure AMBROISE,
Anthony GALLUZZO**

Nouveau regard sur la liminalité : le cas des transplantés

→ **Sondes ZOUAGHI,
Anthony BEUDAERT,
Jean-Philippe NAU**

SESSION 10

Président de session
Gilles N'GOALA

MARKETING ET INNOVATION

L'acceptabilité sociale de l'innovation : un essai de modélisation

→ **Gilles N'GOALA**

Représentation sociale des innovations dans le domaine de la santé : une vision des seniors et du personnel médical

→ **Blandine HETET**

Les centres visiteurs des entreprises industrielles : "nouveaux" univers du marketing touristique

→ **Julien STRUCHEN,
Maria BASHUTKINA,
Héloïse FORTIER,
David CAMPISI**

SESSION 11

Présidente de session
Lucie SIRIEIX

VERS DE MEILLEURS COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES

Entre vue d'ensemble et détails : les stratégies de traitement de l'information des consommateurs dans l'usage des applications de décodage alimentaire

→ **Marjolaine BEZANCON,
Guillaume LE BORGNE,
Caroline MORRONGIELLO**

Du mal aux mots du gaspillage alimentaire familial : des nudges pour améliorer les comportements ?

→ **Amélie CLAUZEL,
Nathalie GUICHARD,
Caroline RICHE**

Favoriser la réduction du gaspillage alimentaire par la temporalité des routines alimentaires

→ **Margot DYEN,
Lucie SIRIEIX,
Sandrine COSTA**

SESSION 12

Présidente de session
Béatrice PARGUEL

LA FIDÉLITÉ DU CONSOMMATEUR

Adding a prosocial spirit to loyalty programs: How does it work?

→ **Aida MIMOUNI CHAABANE,
Béatrice PARGUEL**

What are the most impactful antecedents of customer brand loyalty? A quantitative meta-analytical SEM

→ **Kathleen DESVEAUD**

Faut-il rendre les programmes de fidélité plus responsables ? Analyse de l'influence du programme de fidélité responsable sur la valeur perçue du programme, l'image et la fidélité à l'enseigne

→ **Michaël FLACANDJI,
Juliette PASSEBOIS-DUCROS**

SESSION 13

Présidente de session
Isabelle ROBERT

**LES CONSOMMATEURS ET
LA MODE**

E-inclusion : comment le digital contribue à l'inclusion des consommateurs stigmatisés - le cas de la mode pudique et de la mode grande taille

→ **Nawel FELLAH-DEHIRI,**
Béatrice TACHET

Slow fashion et mode circulaire : dynamiques de (re)possession dans le dressing

→ **Chantal ASSIMA,**
Maud HERBERT,
Isabelle ROBERT

Rendre la mode transparente au consommateur : mais quoi montrer ? Une étude exploratoire auprès de Z's

→ **Amandine HOCHET,**
Georgina GONZALEZ-HEMON

SESSION 14

Président de session
Franck CELHAY

LOGOS ET PACKAGINGS

Quand être moche est sain : effets du packaging sur la perception de la nourriture saine

→ **Mia BIRAU**

Color, Syntagmatic Oppositions, and Logo Design

→ **Franck CELHAY,**
Jonathan LUFFARELLI

Influence de la verticalité et du logo sur la perception d'un produit de luxe : l'effet modérateur du matérialisme

→ **Aurélie RINGEVAL-DELUZE,**
Philippe ODOU,
Frédéric SCHIFFLER,
Louis-César NDIONE



JEUDI
20 MAI

SESSIONS PARALLÈLES

8H45 - 10H00

SESSION 15

Présidente de session
Marie-Christine LICHTLE

LA SANTÉ CONNECTÉE

Harder, Better, Faster, Stronger:
The Adoption and Use of AI-based
m-Health Application

→ Vincent FAVARIN,
Lars MEYER-WAARDEN,
Julien CLOAREC

"Non, je ne l'ai pas fait"... Si
l'intrusivité expliquait le faible
téléchargement de l'application
STOPCOVID

→ Jean-Marc FERRANDI,
Christine GONZALEZ,
Béatrice SIADOU-MARTIN,
Zied MANI,
Inès CHOUK

Mieux comprendre la relation
entre l'EXpansion et l'EXTension
de soi : une application à la santé
connectée

→ Oussama NACHIT,
Laurie BALBO,
Marie-Christine LICHTLE

SESSION 16

Président de session
Arnaud RIVIERE

VALEUR DE CONSOMMATION

Value Co-Creation as a marketing
practice: exploring its firm-level
antecedents and measuring its
effect on performance

→ Carole CHARBONNEL

The effect of consumer affinity on
perceived value and behavior
intentions: the case of french wine
in China

→ Richard HUAMAN-RAMIREZ,
Eric CASENAVE

Appréhender la valeur perçue par
l'approche EVS : clarification et
enrichissement du modèle de
mesure

→ Laurent MAUBISSON,
Arnaud RIVIERE

SESSION 17

Présidente de session
Sandra CAMUS

SPIRITUALITÉ ET CONSOMMATION

"NOS" marques, "LEURS" produits :
comment les consommateurs
réagissent aux offres religieuses
des marques ?

→ Nawel FELLAH-DEHIRI,
Géraldine MICHEL

Comment le consommateur
concilie injonctions religieuses et
culture de consommation ? Le cas
des catholiques en France

→ Anne VAAL,
Géraldine MICHEL,
Sophie RIEUNIER

Activer les idéaux et le Soi pour
stimuler la déconsommation : le
rôle clé de la valeur spirituelle
perçue

→ Guillaume FAYOLLE,
Marie-Laure GAVARD-PERRET

SESSION 18

Présidente de session
Ingrid PONCIN

MARKETING DES SERVICES

Erreur d'un robot de service : comment le choix peut améliorer la satisfaction et les intentions de rachat

→ **Fanny CAMBIER,**
Ingrid PONCIN

Faire rire ou faire pleurer ? Impact du procédé publicitaire sur l'intention d'utiliser un service de Digital Afterlife

→ **Andréa GOURMELEN,**
David VIDAL

L'impact de la tolérance organisationnelle à l'erreur individuelle sur l'expérience vécue par les clients en cas d'échec de service

→ **Julien CUSIN,**
Michaël FLACANDJI

SESSION 19

Président de session
Soffien BATAOUI

LE MARKETING CORPORATE

L'hospitalité virtuelle et les bénéfices marque employeur présents sur le site internet institutionnel : une source d'attractivité pour les PME grâce au support organisationnel anticipé

→ **Christelle MARTIN-LACROUX,**
Alain LACROUX,
Soffien BATAOUI,
Jessica GERARD

Influence des sources du bien-être au travail sur le capital marque (humain) d'une organisation : le cas de l'Armée de l'air et de l'espace française

→ **Julie BLAIN,**
Laurent MAUBISSON,
Frédéric VALAIZE

#Pubdesking: the Impact of Working Customers for Third Places

→ **Adèle GRUEN,**
Laetitia MIMOUN

SESSION AFM - AMS

Président de session
Jean-Luc HERRMANN

Segmenting American, French, and French-Canadian Consumers' AI consumption

→ **Aidin NAMIN,**
Maria PETRESCU,
Marie-Odile RICHARD

Nutritional Apps Fit-Back: When experience (fails to) meet users' goals

→ **Agnès HELME-GUIZON,**
Maureen BOURASSA,
Cindy CALDARA,
Monica LABARGE

Online Gaming Addiction Among Adolescents: A Parental Perspective

→ **Sangeeta TROTT,**
Paurav SHUKLA

Comprendre les parcours d'achat alimentaires multicanaux : proposition d'un cadre d'analyse mobilisant la théorie des pratiques

→ **Patricia HARRIS,**
Catherine HERAULT-FOURNIER,
Aurélia MICHAUD-TREVINAL

PAUSE : 10H00 - 10H30
VIDÉO QUIZZ -1

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE
10H30 - 12H30

PAUSE DÉJEUNER
12H30 - 13H45

Douceur angevine
en chansons

SESSIONS PARALLÈLES

13H45 - 15H00

SESSION 20

Président de session
Jean-Marc FERRANDI

LA RELATION AU RISQUE SANITAIRE

L'influence de l'attitude envers le risque sanitaire et la confiance envers les parties prenantes sur les réactions du patient : le cas des plateformes de santé en ligne

→ **Emna CHERIF,**
Nora BEZAZ,
Manel MZOUHGI

The moderating role of the COVID-19 perceived risk on the relationship between quality of information and destination image formation

→ **Malek KOHLI,**
Ayoub NEFZI

• SUITE SESSION 20

Pourquoi respectons-nous les directives sanitaires en période de COVID-19 ? La distance perçue à l'égard de la maladie, une nouvelle grille de lecture

- **Jean-Marc FERRANDI,**
Patrice COTTET,
Marie-Christine LICHTLE,
Véronique PLICHON

SESSION 21

Présidente de session
Isabelle PRIM-ALLAZ

RETAILING

A quand remonte le marketing du point de vente en France ? La pratique de la science de l'étalage dans les magasins de nouveautés entre 1910 et 1938

- **Caroline ARDELET,**
Michel-Pierre CHELINI

La différence de perception de la valeur ajoutée des grossistes au sein d'une triade de distribution

- **Jean-Marc JOYEUX**

Confinement et approvisionnement alimentaire local auprès des circuits courts : une analyse sous l'angle de la proximité

- **Agnès FRANCOIS-LECOMPTE,**
Morgane INNOCENT,
Isabelle PRIM-ALLAZ,
Dominique KREZIAK

SESSION 22

Présidente de session
Marie SCHILL

CONSOMMATION ET ENVIRONNEMENT

What is environmental anxiety and why should marketers pay closer attention to it?

- **Leila ELGAAIED-GAMBIER,**
Linda HAMDI-KIDAR,
Mathieu ALEMANY-OLIVER

L'engagement environnemental des enfants

- **Marie SCHILL,**
Isabelle MURATORE

Proposition d'une nouvelle conceptualisation du sacrifice pour l'environnement

- **Ines KOLLI,**
Gilles N'GOALA

SESSION 23

Président de session
Laurent BERTRANDIAS

CONSOMMATION DE PRODUITS CULTURELS

Lire une BD, négociation d'une expérience de consommation en contexte expérientiel aléatoire

- **Caterina TRIZZULLA,**
Renaud GARCIA-BARDIDIA,
Loïc COMINO

Institutional crisis on the spotlight: How COVID-19 reveals the tensions in the classical music market?

- **Alice PEYRAUD,**
Laurent BERTRANDIAS,
Mathieu ALEMANY-OLIVER

"Que regarde-t-on ce soir ?" : Une typologie des styles de décision pour les produits de divertissement médiatique

- **Nathalie DUMONT,**
Alain DECROP

SESSION 24

Présidente de session
Dominique BOURGEON-RENAULT

STRATÉGIE DE MARQUES

Brand personality and brand equity: evidence from a longitudinal study

- **Jonathan LUFFARELLI,**
Sebastiano DELRE,
Polina LANDGRAF

Responsabilité sociale de la marque : comment les stratégies de légitimation impactent la perception des consommateurs

- **Camille CORNUDET,**
Géraldine MICHEL

L'authenticité de l'artiste dans le contexte d'une stratégie d'association à une marque

- **Dominique BOURGEON-RENAULT,**
François COURVOISIER,
Joëlle LAGIER

SESSION 25

Président de session
Abdelmajid AMINE

**NON MARKETERS ET
MARKETING**

L'effet de la communication des élus locaux sur les intentions comportementales des résidents ruraux : proposition d'un modèle

- Paul-Mathieu CAITUCOLI,
Valérie GUILLARD,
Fabrice LARCENEUX

Les organismes d'aide comme espaces de consommation contraints et lieux de négociation identitaire pour les bénéficiaires

- Anis JOUNAID,
Abdelmajid AMINE

Que représente le matérialisme pour les personnes précaires ? L'avis des acteurs de l'insertion

- Thérèse HANNA,
Richard LADWEIN,
Annabel SALERNO,
Maya NAJA

SESSION AFM - AMS

Président de session
Barry BABIN

Explorer l'utilisation des analytiques de mégadonnées en marketing pour la performance financière

- Myriam ERTZ,
Imen LATROUS,
Shouheng SUN,
Alexandra DERIKOVA

When consumers get jealous from brand attention to others in social media

- Andria ANDRIUZZI,
Géraldine MICHEL,
Claudiu DIMOFTE

Quels rôles les actes prosociaux peuvent-ils avoir sur l'engagement durable des individus ? L'influence de l'engagement communautaire

- Ingrid PONCIN,
Karine CHARRY,
Elisabeth ROBINOT

**PAUSE : 15H00 - 15H15
VIDÉO QUIZZ - 2****SESSIONS PARALLÈLES****15H15 - 16H30****SESSION 26**

Président de session
Renaud GARCIA-BARDIDIA

**CONSOMMATION
IDENTITAIRE**

Repenser le rôle des communautés virtuelles pour les consommateurs stigmatisés dans leur quête de bien-être : le cas des hommes en jupe

- Coralie LALLEMAND,
Renaud GARCIA-BARDIDIA,
Jean-Philippe NAU

Consommation transgressive et hétéro-masculinités françaises : le cas du maquillage pour hommes en France

- Alicia LEFRANCOIS,
Sophie CHANGEUR

"Qui sommes-nous en tant que couple ?" : comment le visionnage de séries télévisées contribue à négocier l'identité de couple

- Mathilde LAPOSTOLLE,
Julien SCHMITT

SESSION 27

Présidente de session
Géraldine MICHEL

**MARQUES ET
ENGAGEMENT**

The era of "woke-washing": how consumers perceive brand activism?

- Samia MOUMADE,
Aurélie HEMONNET,
Pierre VALETTE-FLORENCE

Begging for liking: should brands use call to actions to draw engagement?

- Andria ANDRIUZZI,
Géraldine MICHEL

Perception d'une campagne de promotion-partage : typologie de consommateurs

- Sanata DIABATE,
Stéphanie VERFAY,
Isabelle PRIM-ALLAZ

SESSION 28

Présidente de session
Leila ELGAAIED-GAMBIER

MARKETING ET ÉTHIQUE

Un animal bien traité donne-t-il envie d'être mangé ? Effets d'un label bien-être animal sur le choix de plats carnés

- Laurent BERTRANDIAS,
Yohan BERNARD,
Leila ELGAAIED-GAMBIER

• **SUITE SESSION 28**

Understanding the role of ambivalence in ethical consumption behaviors

→ **Jean-François TOTI,**
Andrea SANCHEZ

Consumers' perspectives on AI ethics and trust: an investigation of ethical concerns towards autonomous cars and chatbots

→ **Giulia PAVONE**

SESSION 29

Présidente de session
Caroline ROUEN-MALLET

**LES RÉSEAUX SOCIAUX,
MÉDIA D'INFLUENCE**

Consommation d'alcool et usage des réseaux sociaux chez les étudiants

→ **Stéphane MALLET,**
Pascale EZAN,
Caroline ROUEN-MALLET

La prévention du tabagisme sur les réseaux sociaux : regards croisés de la Théorie de l'Auto-Détermination et de la Théorie des Niveaux de Représentation

→ **Houda SASSI-CHAMSI,**
Agnès HELME-GUIZON,
Jessica GERARD

Groupes de discussion sur les réseaux sociaux : comment le nombre de membres communs à plusieurs groupes empêche les individus de se dévoiler

→ **Yann LEVY**

SESSION 30

Présidente de session
Axelle FAURE-FERLET

**EXPÉRIENCES DE
CONSOMMATION**

Influence de la personnalisation sur la playfulness

→ **Laetitia LAMBILLOTTE,**
Nathan MAGROFUOCO,
Ingrid PONCIN,
Jean VANDERDONCKT

Coronapero, Skypero, Whatsappero : situation et contexte de consommation en ligne

→ **Thomas STENGER,**
Axelle FAURE-FERLET

SESSION 31

Président de session
Loïck MENVIELLE

**GÉRER SES DONNÉES
PERSONNELLES EN LIGNE**

Zooming in on Privacy

→ **Charlotte CADIEU,**
Julien CLOAREC

Objets connectés en santé : vers quel empowerment des patients diabétiques de type 1 - résultats préliminaires d'une étude exploratoire relative à l'usage en santé

→ **Loïck MENVIELLE,**
**Anne-Françoise AUDRAIN-
PONTEVIA,**
Julien FRANCOIS,
Nicolas CHEVALIER

La vulnérabilité des internautes suite au partage de données personnelles : une analyse exploratoire avec la méthode du mur d'image en ligne (MIEL)

→ **Salma KHRIFECH,**
Damien CHANEY

SESSION 32

Présidente de session
Virginie RODRIGUEZ

**L'ATTACHEMENT À
LA MARQUE**

Le rôle du format et de l'attachement à la marque dans l'intrusion publicitaire perçue par le mobinaute

→ **Virginie RODRIGUEZ**

L'intelligence artificielle par les chatbots : les effets de la présence sociale sur la satisfaction, la confiance et la fidélité à la marque

→ **Jean-Michel LATULIPPE,**
Riadh LADHARI

"Mesdames, ensemble, soutenons notre marque préférée" Quand l'amour pour la marque est plus fort que la crise sanitaire

→ **Oula BAYARASSOU,**
Hajer BACHOUCHE,
Gaëlle POTHIN

**PAUSE : 16H30 - 16H45
QUIZZ !**

ATELIERS GIT-AFM

16H45 - 17H45

GIT

★ALCOR

Alternative consumption research

**ALTERNATIVE
CONSUMPTION RESEARCH
(ALCOR)**

GIT

afm
Groupe d'intérêt thématique
Innovations et Marketing
de la Culture
et du Tourisme

**INNOVATION ET
MARKETING DE LA
CULTURE ET DU TOURISME**

GIT

afm
Groupe d'intérêt thématique
Marketing et
développement durable

**MARKETING ET
DÉVELOPPEMENT DURABLE**

GIT

afm
Groupe d'intérêt thématique
Temps
et vieillissement

TEMPS ET VIEILLISSEMENT

GIT

afm
Groupe d'intérêt thématique
Prix et valeur

PRIX ET VALEUR

ACTIVITÉ EN LIGNE

17H45 - 18H45

**VISITE LIVE DE LA
VILLE D'ANGERS**



VENDREDI
21 MAI

SESSIONS PARALLÈLES

8H45 - 10H00

SESSION 33

Présidente de session
Sonia CAPELLI

COMMUNICATIONS ALTERNATIVES

Communications relationnelles par e-mail des enseignes : quel effet du contenu sur l'utilité perçue par le consommateur ?

→ **Marion SANGLE-FERRIERE, Virginie RODRIGUEZ**

Quand les marques utilisent les jeux vidéo pour faire leur pub : l'influence des règles du jeu pour légitimer la pratique d'advergaming

→ **Amélie JOASSARD, Sonia CAPELLI**

Luxury on thin ice with social media: understanding consumers' perception from online vs offline communication

→ **Ali GHASEMI BAGHABRISHAMI, Nathalie FLECK, Hélène YILDIZ**

SESSION 34

Président de session
Éric REMY

MACRO CONSOMMATION

Saisir la double dimension des pratiques de consommation à partir des portraits sociologiques

→ **Caterina TRIZZULLA, Renaud GARCIA-BARDIDIA, Eric REMY**

Les organisations marchandes peuvent-elles promouvoir la déconsommation et la sobriété ? Rôle de la congruence entre le discours institutionnel engagé et la pratique commerciale

→ **Leila ELGAAIED-GAMBIER, Yohan BERNARD, Laurent BERTRANDIAS**

Relations Homme - Nature et pratiques de consommation : un éclairage par les ontologies de Descola

→ **Dorian MARCHAIS**

SESSION 35

Président de session
William SABADIE

PRIX ET VALEUR

The impact of price variance characteristics on perceived price fairness: The moderating effect of economic benefit

→ **Hang Thi Minh VU, Sylvie LLOSA, Lionel NICOD**

Le win-back paradox : lorsque vos clients reconquis deviennent plus profitables que les clients fidèles

→ **Anthony CHUNG CHAI MAN, William SABADIE, Aurélien PETIT**

L'effet du cadrage temporel sur l'évaluation d'une remise : le rôle modérateur de l'orientation régulatrice

→ **Anis CHTOUROU**



SESSION 36

Président de session
Alain DECROP

PLATEFORMES ET SMART CITY

Pourquoi les plateformes collaboratives échouent : le cas de menu next door

→ **Alain DECROP,**
Manon MIGNON

Etude des motivations du contournement des plateformes d'échanges collaboratifs

→ **Stéphanie NGUYEN,**
Sylvie LLOSA

Giving Up Control: the Role of Automation Level, Data Processing, and Network in Autonomous Vehicles Acceptance

→ **Nina DE ONA,**
Julien CLOAREC,
Lars MEYER-WAARDEN

SESSION CAS PÉDAGOGIQUE

Présidente de session
Claude PECHEUX

C'est deux euros

→ **Karine VILLENEUVE,**
Laurence BUNDY

Cas Ferrero-Leclerc : relations stratégiques Industrie-Distribution. Focus sur la catégorie biscuits

→ **Isabelle ULRICH,**
Daniel PEDERZOLI

Hôpital de Cannes – Simon Veil : quel management de la marque ? Brand Design et Brand Content

→ **Laura SERVANT VOLQUIN,**
Sabrina ZAÏDI-CHTOUROU

SESSION PRIX DE THÈSE

Présidente de session
Béatrice PARGUEL

L'influence de la stratégie omni-canal des marques sur le comportement du consommateur

→ **Grégoire BOTHOREL**

Du consommateur passionné à l'entrepreneuriat communautaire : apport des recherches en consommation pour comprendre l'entrepreneuriat enraciné dans les communautés de consommateurs

→ **Marine BOYAVAL**

Identification-based personalization effects in recruitment advertising

→ **Jean PFIFFELMANN**

PAUSE : 10H00 - 10H15
NUAGE DE MOTS

SESSIONS PARALLÈLES

10H15 - 11H30

SESSION 37

Présidente de session
Maud DAMPERAT

GAMIFICATION ET TECHNOLOGIES DANS LES SERVICES

Étude de l'influence des technologies d'aide à la vente sur les performances du commercial : le rôle des médiateurs interpersonnels et intrapersonnels

→ **Romain FRANCK,**
Maud DAMPERAT

Location-based MMO games: a game changer in service experience?

→ **Allan LUBART,**
Sonia CAPELLI

Online community of users - Is it really the social support expected for a fitness app?

→ **Avreliane KULLAK,**
Karine CHARRY,
Ingrid PONCIN

SESSION 38

Présidente de session
Isabelle DABADIE

INÉGALITÉS SOCIALES ET DÉCONSUMMATION

"Savez-vous de quoi est composé ce vêtement que vous avez sur le dos ?" Une analyse de la conscience de la matière des vêtements

→ **Edith DE LAMBALLERIE,**
Valérie GUILLARD

• SUITE SESSION 38

Tension discursive dans la pratique marketing interne : le choix des mots "sobriété numérique" chez Orange

→ **Laurent ASSOULY,**
Isabelle DABADIE,
Jean-Baptiste WELTE,
Marc VAUTIER

Comprendre les activités physiques et les comportements sédentaires chez des adultes défavorisés : une approche par les dynamiques motivationnelles et interactionnelles

→ **Romain DEBRU**

SESSION 39

Présidente de session
Valérie ZEITOUN

INFLUENCEURS

"Je ne suis riche que de mes amis" : Le rôle des actifs marketing lors d'un lancement de projet par un influenceur

→ **Philippine LOUPIAC,**
Alice CREPIN,
Laurent BUSCA

"Y m'faut mon soleil, mes tartines et mon Nutella" : comment l'utilisation des marques dans le rap génère un jeu d'influence réciproque entre marques et rappeurs

→ **Ghizlane KASMI,**
Géraldine MICHEL,
Valérie ZEITOUN

Et si l'on donnait la parole aux animaux ! L'anthropomorphisme et capacité verbale de l'animal

→ **Agnes LUCHESI,**
Richard HUAMAN RAMIREZ

11H30 - 12H30 : **SESSION PRIX**

- **MEILLEURE THÈSE**
- **MEILLEUR CAS PÉDAGOGIQUE**
- **MEILLEUR PAPIER AFM**
- **MEILLEURE INNOVATION PÉDAGOGIQUE**

12H30 - 12H45 : **MOT DE CONCLUSION DU COLLOQUE & PRIX DU QUIZZ**

Sandra CAMUS, Fanny THOMAS, Gaëlle PANTIN-SOHER, Joël BRÉE

SESSION 40

Présidente de session
Claire-Lise ACKERMANN

MÉTHODOLOGIE ET CONCEPTUALISATION

Photographie-participative : spécificités, intérêts et éléments pratiques d'une méthode visuelle méconnue en comportement du consommateur

→ **Emmanuelle BOCH**

Nouveauté perçue : concept, mesure et validation

→ **Claire-Lise ACKERMANN,**
Blandine HETET,
Imene BELBOULA

PARTENAIRES

 **ÉCOLE UNIVERSITAIRE
DE MANAGEMENT**
UNIVERSITÉ D'ANGERS

 **UFR ESTHUA
TOURISME ET CULTURE**
UNIVERSITÉ D'ANGERS

 **INSTITUT UNIVERSITAIRE
DE TECHNOLOGIE**
UNIVERSITÉ D'ANGERS



**angers Loire
métropole**
communauté urbaine

panelabs



37^{ÈME}

CONGRÈS INTERNATIONAL
DE L'ASSOCIATION FRANÇAISE
DE MARKETING

MARKETING, SLOW
ET
DOUCEUR ANGEVINE

2021