

PROGRAMME
28 & 29 novembre 2013
À CAEN



10h30 Impression soleil levant

REPRESENTATION TO EXPRESSION IN VIDEOGRAPHIC CONSUMER RESEARCH

JOHN W. SCHOUTEN (Aalto University School of Business)

(avec la participation de ESCP Europe)

12h30 – 14h: Déjeuner sur l'herbe

Atelier : Fixer l'éphémère

- 1) Bernard Y. *Les CD de musique évangélique : des racines et des ailes*
- 2) Borraz S. et Dion D. *Fantômes, morts-vivants et revenants ; une étude de la transcendance de la mort dans l'objet.*
- 3) Alemany M.O. et Roux E. *Il était une fois... L'avènement de l'Homo puer dans la société de consommation postmoderne*
- 4) Cléret B. et Leroy J. *Retour vers le futur : comment utiliser une chronologie à partir de données ethnographiques.*

14h
16h

Atelier : Images de marchés

- 1) Daoud S. *Démystification de la consommation halal dans le contexte migratoire français.*
- 2) Madec M., Beaussier-Duval F. et Marde S. *Défis environnementaux et comportements pro-écologiques : une étude exploratoire pour appréhender les connaissances et les motivations des enfants.*
- 3) Nau J-P., Thévenot G. et Derbaix C. et Lemoine A. *La conception universelle : une réponse à une défaillance du marché ? Les cas personnes en situation de handicap moteur.*
- 4) Vayre J-S. *Les Big Data et la relation client : Exploiter et explorer les données numériques pour organiser le marché.*

16h – 16h30: Rêveries collectives

Atelier : Objet nature vivante

- 1) Guillard V., Guiot D. et Roux D. « *Et si j'offrais un cadeau d'occasion?* » : une (re)négociation des conventions du cadeau neuf.
- 2) Dehling A. *La consommation d'objets d'occasion ou la mise en exergue du concept d'altérité.*
- 3) Garcia-Bardidia R. *Faire affaire sur le boncoin.fr : mettre en valeur, faire confiance et prendre goût.*

16h30
18h30

Atelier : Paysages de jeunesse

- 1) Besnard J. et Pyun H-O. *Paradoxe des téléspectateurs jeunes adultes envers la télé-réalité : une « zone muette » par une réplique de l'analyse projective de Haire.*
- 2) Sohier R. *La composante numérique dans la construction identitaire de l'adolescent : recherche exploratoire sur la clarification de l'identité virtuelle.*
- 3) Ferreira de Silva M. et Ezan P. *Effets de l'expérience vécue sur la perception des placements de produits et l'attitude envers les marques placées chez les adolescents: le cas des jeux vidéo et des séries télévisées.*

18h30 : Absinthe-toi

20h : Nourritures affectives

8h : Froids du vendredi matin...

Atelier : Création en soi

- 1) Herbert M., Collin-Lachaud I. et Chochois A. « *Je consomme, mais je me soigne* » : consommation collaborative et processus de rédemption matérialiste.
- 2) Garcia K., Aurier P. et Rodhain A. *Un autre regard sur la co-création : effets des produits co-crées par des consommateurs pour des consommateurs.*
- 3) Guguen-Gicquel I. et Cléret B. *La mode dans tous ses états ; lecture plurielle de l'objet de modes en marketing.*
- 4) Canel-Depitre B. et Walsler-Luchesi A. *L'approche phénoménologique de la relation homme/animal et la symbolique de l'animal appliquée au message publicitaire : l'anthropomorphisme du consommateur et l'animal de compagnie en publicité.*

8h30
10h30

Atelier : La marque du monde

- 1) Chtourou A. *L'effet de l'engagement envers une marque sur la vérification des hypothèses conditionnelles.*
- 2) Baillet C. *Nouvelle perspective sur l'image de marque : la question des anthroponymes gestuels utilisés par les Sourds.*
- 3) De Lassus C. et Briot E. *L'achat de marques de luxe pour enfant : une consommation identitaire pour la jeune maman.*
- 4) Delannoy A. *La perception de la marque de luxe par l'adolescente consommatrice. Une étude exploratoire.*
- 5) Latrache Tlemçani A. *Les déterminants des représentations mentales : une réponse aux choix alimentaires*

10h30-11h00: Causeries passagères...

Atelier : l'homme debout

- 1) Cambefort M. et Roux E. *La résistance des leaders d'opinion : le cas de l'association Greenpeace et des OGM.*
- 2) Bouillé J. Basso F. et Robert-Demontrond P. « *Les métaphores dans la vie militaire* » : l'apport de la théorie des métaphores conceptuelles à l'étude de l'activité consumériste.
- 3) Gatfaoui S., Hussan-Zeibian R. et Matinencq D. *Quels processus de construction de la résistance dans la relation client/promoteur immobilier ? Une approche qualitative fondée sur des entretiens rétrospectifs.*
- 4) Benmecheddal A. et Özçaglar-Toulouse N. *The Conflictual Relationship between Consumer Activists and the Marketplace : When Consumer Activists Seek to Insert their Moral Values in the Marketplace.*

11h
13h

Atelier : Par petites touches

- 1) Abbas N. et Cova V. *Les relations entre l'acculturation du client et sa perception de l'environnement physique de service : étude qualitative dans les vieux palais du Vieux Damas réhabilités en restaurants.*
- 2) Coulondre A. *Enjeux commerciaux et enjeux territoriaux : comment se commercialise un centre commercial?*
- 3) Puhl M., Mencarelli R. et Chaney D. *Le processus de patrimonialisation d'un marque : étude ethnographique du « mesurée d'entreprise » Fallot*
- 4) Grobert J. *Impact de deux facteurs atmosphériques sur la qualité perçue et sur la satisfaction des individus lors d'une prestation de service : application au secteur bancaire.*

13h00 – 14h: Le repas passera...

15h15

Le train des espoirs et regrets...

