

Accueil 10h-10h30

10h30 Session plénière Avi Shankar, University of Bath
« How to Make a Contribution : Lessons from Publishing CCT Work in JCR »

Déjeuner 12h-14h

	Session 1a	Session 2a	Session 3a
14h	<p>Kenza Guennoun IAE de Rouen</p> <p>Consommation de littérature pour enfant. Vers une compréhension de la transmission du goût pour la lecture</p> <p>Pascale Ezan, Mathilde Gollety & Valérie Hemar-Nicolas Université du Havre, Université Paris 2 Panthéon Assas, Université Paris Sud</p> <p>« Le lait ça vient des vaches et les œufs c'est fabriqué par les poules ». Les représentations du naturel confrontées à l'univers des produits alimentaires pour les enfants</p>	<p>Philippe Robert-Demontrond & Isabelle Dabadie Université Rennes 1 - IAE Rennes</p> <p>Cosmologies de la non-possession: une approche socio-anthropologique de la consommation collaborative</p> <p>Hajar El Karmouni & Amina Béji-Bécheur Université Paris Est</p> <p>La Louve : une nouvelle culture des coopératives de consommateurs en émergence « Faire Trade »</p> <p>Philippe Robert-Demontrond, Vanessa Beaudouin & Isabelle Dabadie Université Rennes 1 - IAE Rennes</p> <p>Les mondes amapiens au prisme de la Cultural Theory - perspectives anthropologiques sur une forme originale de résistance au marché</p>	<p>Inès Gicquel & Géraldine Thevenot IUT de Colmar - IUT de Nancy</p> <p>Le marché, mise en relation de la nature et de la cité : apports expérimentaux au consommateur</p> <p>Fatima Regany, Marie Schill & Marie-Hélène Fosse-Gomez Université Lille Nord de France - Skema BS - URCA</p> <p>Famille et marché. A la recherche des nouvelles frontières</p> <p>Aurélié Dehling & Baptiste Cleret Skema BS - IAE de Rouen</p> <p>Dimanche au vide grenier : Périlleuse et inconfortable exploration au royaume de l'occasion</p>
15h30	<p>Manel Mzoughi Université Paris IV Sorbonne</p> <p>Une analyse exploratoire des ludo-packagings. Vers une évaluation du ressenti des enfants face à l'innovation packaging</p>		
16h	<p>Stéphane Borraz & Valérie Zeitoun IAE Paris - Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne</p> <p>La réflexivité et l'inconscient du chercheur : contribution du contre-transfert à l'enrichissement des méthodologies de recherches ethnographiques sur la consommation</p> <p>Yohan Gicquel & Philippe Odou URCA</p> <p>Microphysique du pouvoir dans l'entretien individuel</p> <p>Loïc Comino IUT de Thionville</p> <p>A la poursuite du consommateur ubiquitaire : implications théoriques et méthodologiques</p> <p>Amélie Bellion & Philippe Robert-Demontrond Université Rennes 2 - IAE Rennes</p> <p>Les nanomondes comme volonté et comme (arène de) représentations : une étude ethnomarketing du rôle des imaginaires dans la construction d'un marché innovant</p>	<p>Aurélia Michaud-Trévinval & Thomas Stenger IUT La Rochelle - IAE de Poitiers</p> <p>L'expérience de shopping en ligne sous observation : Premiers résultats et éléments de discussion</p> <p>Leslie Scattolin & Elisabeth Tissier-Desbordes ESCP Europe</p> <p>Réhabiliter le corps dans l'expérience virtuelle : une approche par la théorie de la cognition incarnée</p> <p>Imed Ben Nasr, Yousra Hallem, Joëlle Lagier & Thomas Baraban Université de Bordeaux IV - ESC La Rochelle - EM Strasbourg - Sellsy</p> <p>Technologies mobiles : impact et conséquences sur la valorisation de l'expérience muséale</p> <p>Romain Sohier IAE de Caen</p> <p>Clarification de l'identité digitale : une double étude qualitative</p>	<p>Céline Gallen & Gaëlle Pantin-Sohier Université de Nantes - Université d'Angers</p> <p>La comestibilité des insectes : étude exploratoire chez les jeunes consommateurs français</p> <p>Hanane Driouich Université Hassan II</p> <p>L'expert émergent : cas de l'expert culinaire au Maroc</p> <p>Georgina Gonzalez-Hemon, Gaëlle Pantin-Sohier & Jean-Marc Ferrandi Université d'Angers - ONIRIS</p> <p>Traditionnalité perçue : proposition d'un concept pour les produits alimentaires</p>
18h			

Dîner 19h30 - Dîner de Gala - Angers

	Session 1c	Session 2c	Session 3c
9h	<p>Ophélie Mugel <i>Université Paris-Est</i> Le bien-être dans la consommation alimentaire : une revue de la littérature</p> <p>Aina Ravoniarison <i>Université Paris II Panthéon-Assas</i> Aliments fonctionnels et soin du corps: ambivalence entre rationalité et pensée imaginaire selon Poulain et Corbeau</p> <p>Darius Djoma & François Durrieu <i>Université de Ngaoundéré - Kedge BS Bordeaux</i> La perception de l'utilité du nouveau produit, variable déterminante de la décision d'adoption du consommateur : une confirmation sur les produits cosmétiques</p>	<p>Marie Schill & Delphine Godefroit-Winkel <i>URCA - Skema BS - Université Lille Nord de France</i> Consommation dans les liens entre grands-parents et petits-enfants. Une étude qualitative en France et au Maroc</p> <p>Dominique Billon et Pascale Ezan <i>Kedge BS Bordeaux - Université du Havre</i> Marque et lien dans la famille. Voyage au cœur de la dyade père-fils : de l'animisme au totémisme ?</p> <p>Amélie Clauzel, Nathalie Guichard, Jean-Pierre Loisel & Caroline Riché <i>Univ. Paris 1 Panthéon-Sorbonne - INC - IAE d'Amiens</i> Je jette un œuf, nous jetons un bœuf ! Le rôle de la dimension interpersonnelle dans le gaspillage alimentaire familial</p>	<p>Asmé Chaouch & Norchene Ben Dahmane <i>IHEC Carthage</i> Ne me touchez pas quand je fais mes courses ...</p> <p>Carine Persico Moussa, Muriel Jougleux & Amina Bécheur <i>Université Paris-Est</i> Comment les consommateurs qualifient - et quelle valeur attribuent-ils - à leurs expériences de consommation ordinaire ?</p> <p>Béatrice Canel-Depitre et Bénédicte Le Hégarat <i>Université Le Havre</i> Une approche du rapport aux objets volés : Exploration de l'expérience de chapardage chez les adultes</p>
10h30			
	Session 1d	Session 2d	Session 3d
11h	<p>Nguyen N.Nguyen & Nil Özçaglar-Toulouse <i>Université Lille Nord de France - Skema BS</i> The alternative cultural hybridization: a case study on global pop music consumption of Vietnamese young consumers</p> <p>Roxane Favier <i>IAE - Université Toulouse 1 Capitole</i> Consommation culturelle et interprétative : Lady Gaga, la dialectique du sacré et du profane</p> <p>Christel de Lassus <i>Université Paris-Est</i> Le luxe : une consommation culturelle et artistique ? Quand l'art enrichit la valeur diégétique des marques de luxe</p>	<p>Inès Ismail, Souheila Ayoun & Tarek Abdellatif <i>Université Paris 8 - Université de Constantine 2 - ECGI</i> Les effets du BAO négatif sur la résistance du consommateur des produits verts</p> <p>Hussein Akil, Julien Bouillé & Philippe Robert-Demontrond <i>Université de Rennes 1 - Université de Rennes 2</i> The Impact of Climate Change Communication on Materialistic and Environmental Tendencies of Consumption: A Terror Management Theory Perspective</p> <p>Sinove Marde & Claire Vérité-Masserot <i>Université Caen Basse-Normandie - IUT Cherbourg</i> La consommation écologique : proposition d'une échelle de mesure par ses antécédents</p>	<p>Alexandre Tiercelin & Marion Garnier <i>IUT de Troyes - SKEMA BS, Université de Lille</i> « Libérez le Batman en vous ». Le cosplay et la consommation de genre</p> <p>Yohan Gicquel <i>URCA</i> Jouir a tout prix. L'expérience de la pratique de soi chez les hommes gays</p> <p>Stéphane Mallet, Caroline Rouen-Mallet & Pascale Ezan <i>IAE de Rouen - IUT de Rouen - Université du Havre</i> Imiter ou résister ? Influence du groupe et du contexte sur la consommation excessive d'alcool chez les jeunes</p>
13h	<p>Alice Sohier & Romain Sohier <i>IUT Amiens - IAE de Caen</i> Bénévole de festival rock, une expérience de consommation sublimée</p>	<p>Souheila Ayoun, Tarek Abdellatif & Naima Ghallab <i>Université Constantine 2 - ECGI</i> L'orientation du consommateur et la consommation verte : Le rôle modérateur de la préoccupation environnementale</p>	<p>Amélie Clauzel & Caroline Riché <i>Université 1 Panthéon-Sorbonne - IAE Amiens</i> Dis-moi avec qui tu manges, je te dirai ce que tu choisis ! Entre conformisme et recherche de variété: quels impacts du lien affinitaire sur les décisions individuelles prises en groupe?</p>

	Session 1e	Session 2e	Session 3e
14h30	<p>Nico Didry & Jean-Luc Giannelloni <i>Université Grenoble Alpes – IAE</i></p> <p>Partage d'émotions et expérience de consommation d'un spectacle sportif : Approche ethnomarketing de la communauté glisse.</p> <p>Zied Mani <i>IUT de St Nazaire</i></p> <p>« Quel 'partage' dans un voyage en covoiturage ? »</p> <p>Etienne Denis & Claude Pecheux <i>Louvain School of Management</i></p> <p>Charitable giving : An exploratory analysis of Belgian donators</p>	<p>Shérazade Gatfaoui & Abdelmajid Amine <i>Université Paris-Est</i></p> <p>Quelles stratégies relationnelles entre clients « vulnérables » et conseillers bancaires ?</p> <p>Anne Bontour & Nathalie Guichard <i>Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne</i></p> <p>L'utilisation du selfie par la marque : Quel(s) effet(s) sur l'estime de soi du consommateur et sa relation à la marque ?</p> <p>Zakia Obaidalahe <i>IAE de Lille</i></p> <p>«Des goûts et des couleurs, on ne peut pas discuter!» L'évaluation globale d'un service culturel multi-expériences et son impact sur la fidélisation des abonnés</p>	<p>Alain Decrop & Valérie Boembeke <i>Université de Namur</i></p> <p>Influence des labels de qualité sur le choix des consommateurs : application au secteur touristique wallon</p> <p>Sylvie Foutrel <i>Université Catholique de l'Ouest</i></p> <p>Marquage territorial : une analyse par la cartographie appliquée au cas de « produit en Bretagne »</p>
16h			