

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

## Dîner 19h30 - Dîner de Gala - Angers

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

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