

Accueil 10h-10h30

10h30 - Session plénière :
Gilles MARION, EM Lyon : « L'émergence de la valeur d'usage et l'agentivité des objets matériels »

Déjeuner 12h30-14h

	Session 1a	Session 2a	Session 3a
14h	<p>Améliorer la valeur perçue du mobilier des arts décoratifs avec les apports de la théorie des conventions : une étude exploratoire Julien Besnard, <i>Université Panthéon-Assas</i></p> <p>La trajectoire de motivation de fréquenter les théâtres : le rôle des connaissances générales versus spécifiques Zakia Obaidalaha & Nadia Steils, <i>IAE de Lille, Université de Namur</i></p> <p>Comprendre et construire l'authenticité dans le domaine des arts et de la culture François Courvoisier, Joëlle Lagier & Silvia Ranfagni, <i>HEG, ESC La Rochelle, Université de Florence</i></p>	<p>Ce dont « l'empreinte carbone » est le nom : enquête sur l'acceptabilité sociale d'un dispositif commercial de lutte contre le changement climatique Philippe Robert-Demontrond et Anne Joyeau, <i>IAE-Université Rennes 1</i></p> <p>Des antécédents de la consommation écologique à l'acte d'achat écologique Sinove Marde, IUT Cherbourg</p> <p>La pratique du Marketing écologique dans les entreprises camerounaises : une lecture à la lumière du marché de l'eau minérale en bouteille Darius Djoma, Université de N'Gaoundéré</p>	<p>Publicité en ligne sur les réseaux sociaux : le rôle de la tâche sur la réactance psychologique du consommateur Virginie Rodriguez, <i>Université Panthéon Assas</i></p> <p>Jouer c'est gagner ? Comprendre les motivations des jeunes adultes à participer aux opérations <i>on line</i> des marques : une approche exploratoire Raphaëlle Camous, Université de Caen</p> <p>Perspectives croisées sur les marches C-to-C en ligne : Le poids de l'outillage de la confiance sur leboncoin.fr et ouicar.fr Adrien Bailly, Université de Lorraine</p>
15h30			
16h	<p>Vidéographie Geek. Une révolution symbolique ? Alexandre Tiercelin & Marion Garnier, <i>IUT de Troyes – SKEMA Business School, Université Lille Nord de France</i></p> <p>Le renouvellement de l'offre : un élément déstabilisateur des pratiques de consommation ? Le cas de la dévaluation des capitaux des joueurs de Diablo III Jean-Philippe Nau, Romain Sohier et Arthur Velpry, <i>ISAM-IAE Université de Lorraine, Université de Caen Basse-Normandie</i></p> <p>« Attrape-moi si tu peux » : Consommateurs ordinaires et rôle de la matérialité dans la pérennisation d'une pratique illégale de consommation Alix Poels, <i>IRG-UPEC</i></p> <p>Les pratiques comme texte. Notes anthropologiques sur une pratique des drogues Yohan Gicquel, <i>Université de Reims</i></p>	<p>« Ma fille joue aux voitures et mon fils à la poupée » : les parents et le genre face aux jouets et jeux de leurs enfants Cécile Plaud & Béatrice Sommier, <i>Brest Business School, Université de Bretagne Occidentale</i></p> <p>Prescripteurs et prescription – état de l'art et éléments de réflexion à travers deux champs de la recherche en marketing : la consommation infantine et le e-commerce Thomas Stenger – <i>IAE Poitiers</i></p> <p>Les freins à l'adoption d'un toy packaging : âge et genre comme caractéristiques de ciblage auprès des enfants Manel Mzoughi, <i>IAE de Caen</i></p>	<p>Une grille d'analyse de la proximité à l'aide du théâtre et du positionnement voulu – Etude d'un point de vente japonais des <i>convenience stores</i> Emilie Hoellard & Claire Capo, <i>Université Le Havre</i></p> <p>Performativité et expérience de la foule : comment les éléments sociomatériels enchevêtrés dans la pratique façonnent-ils l'expérience ? Clément Dubreuil & Delphine Dion, <i>IAE Paris, ESSEC Business School</i></p> <p>Comprendre l'ordinaire dans la consommation : vers un marketing du quotidien Carine Persico Moussa, <i>Université Paris-Est Marne-La-Vallée</i></p> <p>Du contexte expérientiel aux expériences vécues : à la recherche du chaînon manquant Patrick Bouchet, Che-Jen Su & Anne-Marie Lebrun, <i>Université de Burgundy Dijon, Fu Jen Catholic University</i></p>
18h			

Dîner 19h30 - Dîner de Gala

	Session 1c	Session 2c	Session 3c
9h	<p>Comprendre le gaspillage alimentaire et l'équilibre alimentaire en foyer grâce aux théories des pratiques Margot Dyen, Lucie Sirieix et Sandrine Costa, UMR MOISA, Montpellier SupAgro</p> <p>Facteurs explicatifs de l'abandon du tri des déchets : une analyse exploratoire Kahina Belkaci, IAE Brest, Université de Bretagne Occidentale</p> <p>Gouvernementalité et physicalité du consommateur citoyen dans la lutte contre le changement climatique : proposition d'un programme de recherche autour de la <i>grounded cognition</i> Julien Bouillé, Jean-Philippe Croizean, Maud Daniel, Philippe Robert-Demontrond & Julien Troiville, IAE Université de Rennes 1, Université de Rennes 2</p>	<p>La construction de la propreté : une approche historique des représentations des pratiques d'hygiène corporelle Anthony Galluzzo & Hélène Gorge, IUT de Saint-Etienne, SKEMA Université de Lille-SKEMA Business School</p> <p>Regards croisés sur les responsabilités de l'obésité : de la personne obèse aux jeunes sans problème de poids Angélique Rodhain, Andréa Gourmelen & Anne Marcellini Université de Montpellier – Université de Lausanne</p> <p>Devenir étudiant ou comment l'acquisition de l'autonomie revisite le bien-être dans le domaine alimentaire Lamia Sadoun, Pascale Ezan & Valérie Hemar-Nicolas, Université Le Havre, Université Paris Sud</p>	<p>La théorie du <i>nudge</i> ou le coup de pouce vers une meilleure compréhension des comportements de consommateurs Leila Lahna & Nathalie Guichard, Université Paris 1 Panthéon Sorbonne</p> <p>La haine envers la marque : une approche exploratoire Amélie Bottin & Virginie de Barnier, Aix Marseille Université</p> <p>Les « sois possibles » : le concept de soi appliqué au futur. Rôle et impact en comportement du consommateur Corinne Faure & Laurent Bertrandias, IAE Toulouse, Université Toulouse 3 Paul Sabatier</p>
10h30			
	Session 1d	Session 2d	Session 3d
11h	<p>« C'est ma tournée ! ». Petite ethnographie de l'offre à boire, en Corse et en Bretagne Philippe Robert-Demontrond, IAE Université de Rennes 1</p> <p>Entre interdit et imaginaire, la cave à vins particulière Roxane Favier, IAE – Université Toulouse 1 Capitole</p> <p>Voyage au pays du pressoir mystique : une approche transdisciplinaire de l'expérience consommateur et de sa quête de sens dans la consommation alimentaire Max Poulain & Fanny Parise, Université de Caen, Groupe Seb</p>	<p>Du foyer central à la périphérie : une analyse des processus d'exclusion des environnements commerciaux Anthony Beudaert, Hélène Gorge & Maud Herbert, Université de Lille, SKEMA Business School</p> <p>« Chaque homme doit inventer son chemin » Exploration au sein de la Promenade Littéraire havraise : vers un processus d'appropriation de l'espace urbain ? Bénédicte Le Hégarat, Amélie Clauzel, Stéphanie Hérault & Caroline Riché, Université du Havre, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, Université d'Evry-Val-D'Essonne, IAE Amiens Université de Picardie – Jules-Verne</p> <p>La pratique du marketing territorial par les collectivités territoriales au Cameroun : une étude exploratoire Darius Djoma, Université de N'Gaoundéré</p>	<p>Technologie, marketing et démarche éducative dans l'expérience artistique : étude exploratoire à Sao Paulo Elisabeth Eglem, Université du Havre</p> <p>De la gouvernance de l'innovation à la résistance du consommateur : quel modèle de relations publiques pour la gestion de l'innovation technoscientifique ? Philippe Robert-Demontrond, Amélie Bellion et Julien Bouillé, IAE Université de Rennes 1, Université Rennes 2</p> <p>Financement participatif : Clarification théorique, juridique et empirique d'un nouveau mode de financement Camille Lacan, Université Paris-Dauphine, PSL Research University</p>
12h30			