

10h30 - Session plénière

Accueil 10h-10h30

Déjeuner 12h30-14h

	Session 1a	Session 2a	Session 3a
14h	<p>Pastiches et parodies du politique en publicité : Petite herméneutique du phénomène et de ses jugements par les consommateurs Philippe ROBERT-DEMONTROND et Oumaïma KRITA <i>Université de Rennes 1</i></p> <p>Rôle des discours ambiants sur l'efficacité publicitaires des mannequins issues d'une minorité : réaction polarisée de l'audience Sondès ZOUAGHI, Salim AZAR, Leïla ELGAAÏED-GAMBIER et Olfa BEN ARFA <i>Université de Cergy</i></p>	<p>L'influence de la pratique sportive au sein des clubs fédératifs sur la sensibilité des enfants aux actions responsables : une étude exploratoire Ghada KHALED AHMAD IBRAHIM et Maya NAJA <i>Université de Caen</i></p> <p>La couleur et la forme du packaging comme initiateurs de la réponse affective et comportementale chez l'enfant : cas des emballages pour produit de bain Sarah CHOUACHI et Norchene BEN DAHMANE-MOUELHI <i>Université de Carthage</i></p> <p>Les déterminants du comportement vert chez la génération Z en Algérie : étude exploratoire Souheila AYOUN et Naima GHALLAB <i>Université de Skikda (Algérie), Université de Constantine 2</i></p> <p>Le gaspillage alimentaire : une étude exploratoire pour appréhender les connaissances et comportements des enfants de 7-11 ans Sinove MARDE et Florence BEAUSSIER-DUVAL <i>Université de Caen</i></p>	<p>Le parcours liminal du consommateur et l'illusoire quête d'identité dans la modernité liquide : le cas de la mobilité ouverte Laetitia MIMOUN <i>HEC Paris</i></p> <p>Effet de la religiosité de l'acheteur et vendeur sur la qualité de leur relation d'échange : approche dyadique Karima GHZAIEL et Fathi AKROUT <i>Université de Sfax (Tunisie)</i></p> <p>Love Locks – please don't hate me ! Rites et pratiques d'appropriation de l'espace mythologique de Paris Stéphane Borraz <i>EDC Paris</i></p>
16h	<p>Humour politique et publicité : Influence du signifiant politique et du type d'humour sur l'attitude envers l'annonce Oumaïma KRITA, Hussein AKIL et Philippe ROBERT-DEMONTROND <i>Université de Rennes 1</i></p>		
16h30	<p>Clarification du concept de précarité et sa relation avec le matérialisme Thérèse Fouad HANNA, Richad LADWEIN, Maya NAJA et Sélim MEKDESSI <i>Université de Lille 1</i></p> <p>Les comportements des vendeurs face à leurs clients en situation de pauvreté : le cas de la banque en détail Bérandère BRIAL et Evelyne ROUSSELET <i>Université Paris-Est Marne-la-vallée</i></p> <p>Une exploration des relations de coopération et de compétition chez les consommateurs pauvres en France et au Brésil Rodrigo CASTILHOS et Hélène GORGE <i>Université Lille 2, Université de Sao Paulo (Brésil)</i></p>	<p>Les préoccupations du consommateur face à l'internet des objets : Le cas des services intelligents Zied MANI et Inès CHOUC <i>Université de Nantes, Université de Cergy</i></p> <p>Jouer avec des objets connectés anthropomorphisés. Vers une compréhension des facteurs déterminants de l'acceptabilité parentale Pascale EZAN et Valérie HEMAR-NICOLAS <i>Université du Havre, Université Paris Sud</i></p> <p>Une étude des réactions digitales des consommateurs face au greenwashing perçu d'un produit impliquant : le cas des cosmétiques bio Sophie CHANGEUR, Mathieu DUNES et Maria-Cristiana MUNTHIU <i>Université de Picardie Jules Verne</i></p>	<p>L'importance d'intégrer le concept de contrôle afin d'expliquer la sélection d'un circuit de distribution par le consommateur qui souhaite revendre un bien personnel Ericka HENON <i>Université de Bourgogne</i></p> <p>Du contrat au contrat : configuration des droits de propriété et bricolages relationnels des usagers d'une plateforme de prêts d'objets Florent BOUDOT-ANTOINE, Dominique ROUX et Christophe BENAVENT <i>Université de Reims Champagne-Ardenne, Université Paris Ouest</i></p> <p>Comment une plateforme sélectionne-t-elle ses projets ? Comparaison entre le financement participatif basé sur les contrepertes et le prêt Camille LACAN <i>Université de Paris Dauphine</i></p>
18h			

Dîner 19h30 - Dîner de Gala

	Session 1c	Session 2c	
9h	<p>Le consommateur à compétences réduites en littératie à l'épreuve de la participation en Grande Surface Alimentaire Abdelkader EL HEJRAOUI et Philippe ROBERT-DEMONTROND <i>Université de Rennes 1</i></p> <p>« Nudger » le comportement alimentaire du consommateur, pour le meilleur et pour le pire Leila LAHNA et Nathalie GUICHARD <i>Université Paris 1, Université Paris Sud</i></p> <p>« Après l'achat...avant la consommation » : Une étude du comportement d'accumulation, à travers l'exemple des consommateurs de vin rouge Ghofrane GHARIANI-GAILLARD et Monia SAIDI <i>Université Haute Alsace, Université de Bourgogne</i></p>	<p>Auto-ethnographie orientée marché : application à l'étude des relations collectives à une marque Dominique BILLON et Pascale EZAN <i>KEDGE Bordeaux, Université du Havre</i></p> <p>Les influences des incidents de vie de famille sur les pratiques d'achat et de consommation : une approche ethnomarketing longitudinale Mathilde LEBRUN, Olivier BADOT et Patrick HETZEL <i>ESCP Europe</i></p> <p>Les amitiés féminines. De l'examen socio-anthropologique d'un genre de philia à l'étude de ses incidences sur la consommation Gedeon ESZTER <i>Université de Rennes 1</i></p>	
10h30			
	Session 1d	Session 2d	Session 3d
11h	<p>Les classiques mesures de la satisfaction sont-elles toujours adaptées ? Le cas des Maisons de Retraite Nora BEZAZ, Christian DIANOUX et Géraldine THEVENOT <i>Université de Lorraine</i></p> <p>Les déterminants de la fidélité des consommateurs de Drive : une recherche sur le nouvel environnement des consommateurs Kenan WASSOUF et Noama ABBAS <i>Université d'Aix Marseille,</i></p> <p>L'effet de la communication, de la proximité et de l'assortiment sur la sélection du canal (magasin ou drive) et sur la décision d'achat au sein de l'enseigne Léopold LESSASSY <i>Université de Grenoble</i></p>	<p>Tomorrowland festival : A heterotopia of Deviation (vidéographie) Julie MASSET et Alain Decrop <i>Université de Namur</i></p> <p>Emprunt et appropriation d'une œuvre d'art : une approche exploratoire Frédérique PERRON et Dominique LAURENCE <i>Université de Lille 2, Université de Bourgogne</i></p>	<p>Mieux comprendre les donneurs : le don du sang comme expression de l'identité (corporelle) Emmanuelle BOCH <i>Université de Grenoble</i></p> <p>La consommation au Cameroun : entre identités culturelles des acteurs sociaux et fabrication de prothèses sociales Nathan ONANA NOAH <i>Université de Yaoundé (Cameroun)</i></p> <p>Thinking the Physical Body in a Virtual Reality Experience : Application of Baudrillard's Notion of Operationalization Leslie Scattolin <i>ESCP Europe</i></p>
12h30			

Déjeuner 12h30-14h