

PROGRAMME



/ Partenaires

CCMS, Center for Research on Consumers and Marketing Strategy
Université Catholique de Louvain et Université de Namur

CEREFIGE, Centre Européen de Recherche en Économie Financière et Gestion des Entreprises
Université de Lorraine

CREGO, Centre de Recherches en Gestion des Organisations
Université de Bourgogne, Université de Franche-Comté et Université de Haute Alsace

HUMANIS
EM Strasbourg, Université de Strasbourg

REGARDS, Laboratoire d'Économie et Gestion de Reims
Université de Reims Champagne Ardenne

ACCUEIL ET CAFÉ | 8H30-9H30

SESSION PLÉNIÈRE | 9H30-11H45

Salle 101 - présidence : Béatrice Siadou-Martin

CONSOMMATION ET COMMUNICATION RESPONSABLE

Influence des écolabels sur la perception d'un produit de luxe : le cas du champagne

Ringeval-Deluze A. (Université de Reims Champagne-Ardenne)

La réduction de la consommation de viande en restauration face aux enjeux de durabilité. Une revue semi-systématique de la littérature

Lamy A. (Institut Paul Bocuse)

Contours et perceptions de la communication « responsable »

Elbardai H. (Université Internationale d'Agadir), Siadou-Martin B. (Université de Montpellier) et Yildiz H. (Université de Lorraine)

Des déclarations à la dégustation : la comestibilité des insectes chez les enfants de 6 -12 ans - une étude exploratoire sous forme d'atelier culinaire

Jellouli K. (Normandie Université) et Brée J. (Normandie Université et ESSCA School of Management)

PAUSE DÉJEUNER | 11H45-13H15

SESSIONS PARALLÈLES A | 13H15-14H45

SESSION 1

COMPORTEMENTS DE CONSOMMATION ET RÉCLAMATIONS

Salle 101 - présidence : Bertrand Belvaux

Identification des activités de consommation : Identifier les antécédents et les résultats

Hawkins M. (ICN Business School), Thyroff A. (Clemson University) et Rome A. (ICN Business School)

Interpréter l'épargne comme un comportement de consommation : les facteurs identitaires et émotionnels contribuent-ils à expliquer les intentions d'épargne ?

Nicolas O. et Ladwein R. (Université de Lille)

Le traitement de la non-satisfaction du client dans le domaine des services : la cocreation de la réparation comme facteur d'évitement de la résistance

Belhour A. (Université de Franche-Comté), Bernard Y. (Université de Franche-Comté) et Notebaert J-F. (Université de Bourgogne)

SESSION 2

EXPÉRIENCE DE CONSOMMATION

Salle 102 - présidence : Louis César Ndione

Influencé et influenceur. Les effets des variables des pop-up stores sur sa conception

Boustani G. (Université Paris 1 Panthéon Sorbonne)

Récits d'expériences oenotouristiques : une analyse des visites de caves en Champagne à partir des avis en ligne sur TripAdvisor

Gatelier E., Ndione L-C. et Roux D. (Université de Reims Champagne-Ardenne)

Does it feel real? The effect of haptic feedback on purchasing behavior in m-retailing

Racat M. (IDRAC Business School) et Plotkina D. (EM Strasbourg)

PAUSE CAFÉ | 14H45-15H15

SESSIONS PARALLÈLES B | 15H15-16H45

SESSION 3

IA ET OUTILS DIGITAUX Salle 101 - présidence : Ingrid Poncin**The dark side of artificial intelligence: A consumer experiential perspective**

Juquelier A., Hazée S. et Poncin I. (Université catholique de Louvain)

Comment l'intelligence artificielle permet de rebondir après un échec commercial

Casenave E., Pallud J. et Schmitt L. (EM Strasbourg)

Vers une communication client/vendeur médiatisée par l'usage de l'instrument digital

Bendjaballah M., Dianoux, C. et Heitz-Spahn S. (Université de Lorraine)

SESSION 4

COMMUNICATION : EFFETS DE CARACTÉRISTIQUES D'EXÉCUTION Salle 102 - présidence : Jean-Luc Herrmann**Influence du tutoiement dans un post de marque sur Facebook : Work-in-progress**

Aussilhou C. (Université Côte d'Azur)

Effets de la couleur et de l'inclinaison des lettres d'un logo : premiers résultats d'une étude expérimentale

Sallerin A., Kacha M., Herrmann J-L. et Lombard G. (Université de Lorraine)

Effet de l'utilisation d'un pictogramme pour divulguer la présence de placement de produit dans un divertissement audio-visuel diffusé en France : premiers enseignements de deux études pilotes et d'une étude expérimentale

Boulegriolet C., Kacha M. et Herrmann J-L. (Université de Lorraine)



/ COMITÉ SCIENTIFIQUE

Bertrand BELVAUX

Professeur des Universités, CREGO, Université de Bourgogne.

Dominique BOURGEON-RENAULT

Professeure des Universités, CREGO, Université de Bourgogne.

Alain DECROP

Professeur Ordinaire, Cercle CCMS, Université de Namur.

Christian DERBAIX

Professeur Emérite, CERMA-CCMS, Université Catholique de Louvain.

Christian DIANOUX

Professeur des Universités, CEREFIGE, Université de Lorraine.

Marc FILSER

Professeur des Universités, CREGO, Université de Bourgogne.

Jean-Claude GILARDI

Professeur des Universités Emérite, CEREFIGE, Université de Lorraine

Jean-Luc HERRMANN

Professeur des Universités, CEREFIGE, Université de Lorraine.

Laure LAVORATA

Professeure des Universités, REGARDS, Université de Reims Champagne Ardenne.

Philippe ODOU

Professeur des Universités, REGARDS, Université de Reims Champagne Ardenne.

Ingrid PONCIN

Professeure, CERMA-CCMS, Université Catholique de Louvain.

Claire ROEDERER

Professeure des Universités, HuManiS, EM Strasbourg, Université de Strasbourg.

Dominique ROUX

Professeure des Universités, REGARDS, Université de Reims Champagne Ardenne.

Françoise SIMON

Professeure des Universités, CREGO, Université de Haute Alsace.

Björn WALLISER

Professeur des Universités, CEREFIGE, Université de Lorraine.

Pietro ZIDDA

Professeur Ordinaire, Cercle-CCMS, Université de Namur.

/ COMITÉ D'ORGANISATION

Madiha BENDJABALLAH

Doctorante, CEREFIGE, Université de Lorraine

Camilia BOULEGRIBLET

Doctorante, CEREFIGE, Université de Lorraine.

Vincent BRAUN

Responsable Administratif et Financier, CEREFIGE, Université de Lorraine

Laurence CONTOIS

Adjointe au Responsable Administratif et Financier CEREFIGE, Université de Lorraine

Christian DIANOUX

Professeur des Universités, CEREFIGE, Université de Lorraine.

Jean-Luc HERRMANN

Professeur des Universités, CEREFIGE, Université de Lorraine.

Mathieu KACHA

Maître de conférences, HDR, CEREFIGE, Université de Lorraine.

Gautier LOMBARD

Maître de conférences, CEREFIGE, Université de Lorraine.

Arnaud SALLERIN

Doctorant, CEREFIGE, Université de Lorraine.

/ ACCÈS

Centre des congrès Prouvé
1, Place de la République
54000 Nancy

| En bus

Arrêt le plus proche : Nancy-Gare.

| En avion

L'aéroport régional Metz-Nancy Lorraine se situe à 45 km de Nancy et 25 km de Metz : accès autoroute A31. De nombreuses navettes assurent la liaison avec Nancy (Points d'arrêt : Nancy – Gare SNCF, au pied de la tour Thiers, rue Piroux – Temps d'accès moyen : 0h35).

| En train

La gare de Nancy se trouve en centre-ville, à quelques minutes du Centre Prouvé

| En voiture

Par les autoroutes A4 et A5, puis A31, en provenance de Paris, Calais, Strasbourg, Sarrebrück et Francfort par l'autoroute A31 en provenance de Lille (via Bruxelles), Bruxelles, Luxembourg et Dijon.

/ ACTES DE LA 8^{ÈME} JRMGE

Les actes de la 8^{ème} JRMGE seront accessibles sur le site du CEREFIGE à l'issue de la manifestation.

cerefige.univ-lorraine.fr/8e-journee-de-recherche-en-marketing-du-grand-est-2022/

