

Colloque Etienne Thil

La rencontre annuelle de référence entre professionnels et académiques dans le domaine du commerce et de la distribution

MERCREDI 14 OCTOBRE



8h30 - 10h30 Petit-Déjeuner du commerce 4.0, organisé par la Chaire ESCP Europe Bearing Point
La Chine, nouvel eldorado de la distribution digitale ?

10h45 - 11h45 Retail Tour Asie/Etats-Unis animé par Valérie Renaudin et Julie Hermann

Lien d'inscription au colloque : <https://www.association-etienne-thil.com/inscriptions-2020/>

La rencontre annuelle de référence entre professionnels et académiques dans le domaine du commerce et de la distribution

JEUDI 15 OCTOBRE

- 08h30-9h15** Ouverture avec **Claude Gruffat**, Député européen et Président de Biocoop pendant 15 ans. Une vision du commerce de demain face aux enjeux actuels
- 9h15-11h00** **TABLE RONDE - L'après-retail : les effets post-pandémiques sur le commerce**
- **Décryptage et mise en perspective**
 - **Pr. Philippe Moati**, Professeur agrégé d'économie à l'Université Paris-Diderot et Co-fondateur de l'ObSoCo
 - **Pr. Dominique Desjeux**, Professeur émérite d'anthropologie à Paris V Sorbonne
 - **Table ronde** animée par le **Pr. Olivier Badot** avec :
 - **Philippe Goetzmann**, Fondateur de Philippe Goetzmann Conseil
 - **Thomas Métivier**, Directeur de la Marketplace, de l'International, de la Stratégie et de l'Innovation, Cdiscount
 - **Julie Villet**, Directrice de l'URW Lab et RSE, Unibail-Rodamco- Westfield.
- 11h15-12h00** **Actualité du retail sous le regard des ouvrages, en partenariat avec la FCA**
- **Vision d'Alexandra Bouthelier**, Déléguée générale de la FCA
 - **Vision de l'auteur du meilleur ouvrage et remise du Prix 2020 du meilleur livre** en distribution par Alexandra Bouthelier
- 14h00-14h30** « **Donner un sens à sa consommation** », en partenariat avec **PROCOS**
- **Résultats et décryptage** de l'étude sur les millenials
 - **Eclairage d'Emmanuel le Roch**, Délégué général de PROCOS
- 14h30-15h00** **Pitch des 3 meilleures thèses en distribution en 180 secondes, en partenariat avec la Chaire ESCP Europe/ Bearing Point. Prix remis par le Pr. Olivier Badot**
- 15h15 -16h45** **TABLE RONDE - Le commerce et sa transformation durable**
- **Décryptage et mise en perspective** par le Pr. Fabien Durif, Professeur à l'Université du Québec à Montréal et Directeur de l'Observatoire de la consommation responsable
 - **Table ronde** animée par **Adeline Ochs** avec :
 - **Sophie Labbé**, Directrice associée du cabinet Utopies
 - **Stéphane Jitiaux**, Président Directeur Général de Cojean
- 16h45-17h30** **Commerce de demain : regards croisés entre le monde académique et le monde professionnel**
- **Conversation entre le Pr. Marc Filser et Jacques Creyssel**, Délégué général de la FCD
 - **Focus sur les trois meilleures communications du colloque** portant sur les thèmes suivants :
 - L'image des groupes de la grande distribution dans les médias, par Pr. Jérôme Baray, Pr. Gérard Cliquet et Yves Soulabail
 - (Re)Considérer l'humain dans la gestion des données clients, par Hanene Oueslati, Martine Deparis et Saloua Bennaghmouch
 - Les pratiques professionnelles du vrac : entre évolutions et renouveau, par Maud Daniel Chever, Elisa Monnot, Fanny Reniou et Lucie Siriex
 - **Remise du prix de la meilleure communication**

VENDREDI 16 OCTOBRE - JOURNÉE RECHERCHE

9h00-10h10 – Sessions de présentation en parallèle

Session 1 - Commerce dans la ville

- La participation des nouvelles dynamiques commerciales à la recomposition des gares et quartiers de gare des villes du grand ouest français, Arnaud Gasnier, Stanislas Charpentier
- Crise COVID-19 : une analyse de l'agilité des acteurs du commerce de centre-ville, Sandrine Heitz-Spahn, Béatrice Siadou-Martin
- Achats des citadins et logistique urbaine - les innovations logistiques répondent-elles aux attentes des ménages urbains ? Bruno Durand

Session 2 - Point de vente connecté

- Pourquoi digitaliser des magasins physiques ? Une étude des représentations de professionnels de la distribution, Marianne Auffret, Karine Picot-Coupey
- L'effet de l'expérience de magasinage sur les intentions de fidélité : le cas d'un point de vente connecté, Catherine Madrid, Catherine Viot, Wissem Feddane
- Aides à l'achat et dimension affective de l'expérience de magasinage : une application aux magasins connectés, Mehdi El Abed, Jean-François Lemoine
- Smart retailing : étiquettes électroniques connectées, crédibilité, atmosphère et valeur du shopping, Marion Garnier, Ingrid Poncin

10h10-11h20 – Sessions de présentation en parallèle

Session 3 - Commerce mobiquitaire

- L'expérience vécue en gare par les voyageurs mobiquitaires : caractéristiques et dimensions, Marie-Catherine Paquier, Martine DeParis, Mariem El Euch Maalej
- Les dispositifs digitaux territoriaux (DDT) pour le commerce urbain en France. Recension empirique et typologie analytique, Anne-Sophie Clément
- Yuka a dit : "Ce produit, tu ne mangeras pas" ou comment les applications nutritionnelles transforment les courses et les clients, Régine Vanheems

Session 4 - Expérientiel

- Désacralisation et destruction de la valeur expérientielle dans les événements collectifs marchands : le cas des foires et salons, Laura Litre Valentin, Olivier Badot
- De l'expérience de magasinage vécue par le consommateur à la proposition de registres d'expérience opérationnalisables, Blandine Antéblan, Sandrine Cadenat
- La création de l'expérience collaborateur : déterminants, dynamiques et stratégies de management de l'expérience, Mariana Vlad, Michaël Flacandji
- Quand la scène de vente doit s'adapter à une crise sanitaire : réflexions théâtrales sur le rôle des vendeurs dans le prêt-à-porter face au Covid-19, Emilie Hoëllard

11h20-12h30 – Sessions de présentation en parallèle

Session 5 - Alimentation durable

- L'accessibilité objective et perçue à l'alimentation saine : une revue de la littérature pour une adaptation à un contexte français, Karine Garcia, Angélique Rodhain, Josselin Masson, Andréa Gourmelen
- L'ambivalence des acheteurs de produits alimentaires locaux à l'égard du digital : proposition d'un premier cadre d'analyse, Fabien Rogeon, Aurélie Michaud-Trévalin, Catherine Hérault-Fournier
- Nutella avec de l'huile de palme : le plaisir coupable !, Sihem Dekhili, Mohamed Akli Achabou, Aymen Ammari, Siham Rouas
- Les pratiques des professionnels du vrac : entre évolutions et renouveau, Maud Daniel, Elisa Monnot, Fanny Reniou, Lucie Sirieix

Session 6 - Réseaux sociaux et commerce

- Butinage social sur Instagram et impulsion d'achat : le rôle central de la proximité psychologique avec les influenceurs, Souha Tekiki, Intissar Abbes
- The effect of social media messages on consumer/internet-user responses : the case of ephemeral stores, Ghalia Boustani, Jean-François Lemoine
- « Instagram, c'est ma nouvelle boutique ! » les adolescentes, expertes du commerce social, Marie-Helene Fosse-Gomez, Mylene Lipp De Moya

23^e Colloque Etienne Thil

VENDREDI 16 OCTOBRE - JOURNÉE RECHERCHE

13h30-14h00

Assemblée Générale de l'Association Etienne Thil

Bilan des actions de l'année et du mandat de l'Association Etienne Thil

14h00-15h10 – Sessions de présentation en parallèle

Session 7 - Image et valeurs de consommation

- Communautés thématiques et image des groupes de la grande distribution française dans les médias, Jérôme Baray, Yves Soulabail, Gérard Cliquet
- La dynamique des courses : une étude des facteurs explicatifs de la transformation des manières de faire les courses au sein du ménage, Loïc Comino, Sandrine Heitz-Spahn
- La dynamique des formes de vente au détail alimentaire : une approche par les valeurs individuelles, Aline Montagnac
- Emotions morales, bien-être et prosocialité : étude exploratoire dans l'éthique de communauté, Annabel Martin-Salerno, Aurély Lao, Amira Berriche

Session 8 - Marques durables

- The impact of Corporate social responsibility (CSR) on customers' satisfaction and commitment: the moderator role of corporate image, Sabine Bouallegue
- Créer une marque qui raisonne chez les consommateurs : Signification, mesure et antécédents de la pertinence de marque, Amélie Guèvremont, Cindy Grappe, Fabien Durif
- L'impact de l'allégation "non testé sur les animaux" sur l'attitude et les intentions comportementales des consommateurs - le cas des produits cosmétiques, Cindy Grappe, Fabien Durif, Cindy Lombart, Didier Louis
- Effets d'un label durable sur le produit : le rôle modérateur des motivations pour la consommation durable, Fatiha Fort, Gilles Séré De Lanauze, Béatrice Siadou-Martin

15h10-16h20 – Sessions de présentation en parallèle

Session 9 - Stratégie de distribution

- Le modèle de franchisage des ligues nord-américaines de sports professionnels est-il applicable au football européen ? Jean-Louis Moulins, Gilles Paché
- Performance d'une alliance stratégique aux achats dans la grande distribution omnicanale : une question de légitimation organisationnelle, Anaïs Boutru-Creuveil
- Analyzing the influence of Revenue Management on customers' perceived fairness, price acceptance and switching intention in the Service industry, Hang Thi Minh Vu, Sylvie Llosa, Lionel Nicod

Session 10 - Data et Humanisation

- Reconsidérer l'humain dans la gestion des données clients : Cas des réseaux de franchise à l'ère de la Data, Hanene Oueslati, Martine Deparis, Saloua Bennaghmouch
- Attention aux avis négatifs en ligne ! Quand leur crédibilité accentue leur effet délétère sur l'intention d'achat, Hamidou Sawadogo, Abdelmajid Amine, Pauline de Pechpeyrou
- L'importance du flux informationnel dans un contexte de relation triadique : le cas de la distribution des matériaux de construction, Jean-Marc Joyeux

16H20 – Clôture du colloque