

**20ème COLLOQUE ETIENNE THIL**

**12 et 13 Octobre 2017 – IMMD – Roubaix**

**Programme**

**Jeudi 12 octobre – Journée dédiée aux échanges entre recherche et entreprises**

|  |  |
| --- | --- |
| 8h30 - 9h00 | **Accueil** des participants dans les locaux de l’IMMD |
| 9h00 - 9h15 | **Bienvenue au 20ème colloque international Etienne Thil !**Isabelle Collin-Lachaud (Présidente du Comité d’Organisation, IMMD)Valérie Renaudin (Présidente de l’Association Etienne Thil)Karine Picot-Coupey (Présidente du Comité Scientifique, IGR-IAE Rennes) |
| 9h15 - 10h15  | **Tribune « 20 ans de distribution »,** débat autour de trois grands témoins : Véronique des Garets (Professeur des Universités, IAE de Tours)Alain Thieffry (Consultant, Alain Thieffry Conseil)André Tordjman (PDG, Little Extra)Animatrice : Valérie Renaudin (Université Paris-Dauphine) |
| 10h15 – 10h45 Pause |
| 10h45 - 11h30 | **Pitch des trois meilleures thèses en distribution** **& remise du prix de thèse**Les réseaux de points de vente face au défi de l'uniformité du concept : le cas du commerce coopératif et associé - *Fabrice Cassou*Du souvenir de l'expérience à la relation à l'enseigne. Une exploration théorique et méthodologique dans le domaine du commerce de détail - *Mickaël Flacandji*Ville et commerce à l'épreuve de la déterritorialisation - *Pascal Madry*Animateurs : Olivier Badot (Chaire E.Leclerc - ESCP Europe) et Sandrine Cadenat (UPEC) |
| 11h30 - 12h30  | **Table ronde 1** – **Redynamisation du commerce physique**Emmanuel Le Roch (Délégué Général de PROCOS)Mathieu Mollière (Directeur Communication, Marketing et Innovation, Groupe Frey)  Hélène Jarosz (Responsable commerce Ville de Roubaix)Animatrice : Sandrine Heitz-Spahn (Université de Lorraine) |
| 12h30 – 14h00 Déjeuner - Rencontres chercheurs-entreprises (en partenariat avec le Picom) |
| 14h00 - 15h00 | **Table Ronde 2 – Renouveau de la conversation client**Quentin Lebeau (PDG de Toky Woky)Thomas Sabatier (PDG de [The Chatbot Factory](http://www.thechatbotfactory.com/))Nicolas Fillat (*e-commerce project manager*, Leroy Merlin)Animatrice : Karine Picot-Coupey (IGR-IAE Rennes, Université de Rennes 1) |
| 15h00 – 15h45 | **Pitch des trois meilleures communications du colloque & remise du prix de la meilleure communication**Représentation et déterminants de la convivialité dans la vente directe à domicile*Audrey Bonnemaizon, Sandrine Cadenat, Fanny Reniou* *(Université Paris-Est Créteil Val-de-Marne)*Pourquoi le showroomer est-il focalisé sur le prix ? Une grille de lecture par la théorie du niveau de représentation*Sandrine Heitz-Spahn, Helene Yildiz, Lydie Belaud (Université de Lorraine)*Partager ou ne pas partager un écran ? Une question de compétence perçue*Yonathan Silvain Roten (Université de Paris 1), Régine Vanheems (Université de Lyon 3)*Animateur : Gérard Cliquet (IGR-IAE Rennes, Université de Rennes 1)Remise du prix par Jacques Creyssel, Délégué Général, Fédération du Commerce et de la Distribution |
| 15h45 – 16h15 Pause |
| 16h15 -16h30 | **Prix du meilleur ouvrage en distribution**Revue des ouvrages qui ont marqué l’année 2016 en distribution et entretien avec l’auteur lauréat du prix.Animateurs : François Bobrie, Sandrine Cadenat (UPEC) et Alexandra Bouthelier (FCA) |
| 16h30 -18h00  | **Ces géants venus d’ailleurs : « Retours d’expérience » Alibaba - Costco** Sébastien Badault, Directeur Général France d’AlibabaGary Swindells, Directeur Général France de CostcoAnimateur : Olivier Badot (Chaire E. Leclerc - ESCP Europe) et Sandrine Cadenat (UPEC) |
| Temps libre |
| **20h00** | **Dîner de gala dans la cour d’honneur de l’ENSAIT à Roubaix****Célébration des 20 ans du colloque !** |

**Vendredi 13 octobre – Journée réservée aux chercheurs**

|  |  |
| --- | --- |
| 8h15 - 8h30  | Accueil des participants |
| 8h30 - 10h00 | **Ateliers : 4 sessions en parallèle****Session 1. Distribution, canaux et organisation**La banque : un commerce de détail en profonde mutation*Elisabeth Callandret-Bigot, Anne Rollet, Véronique Lejeune (Université d’Aix-Marseille)*Le management du respect des engagements conventionnels au sein des réseaux de commerce coopératif et associé : entre contrôle et persuasion*Fabrice Cassou (Université Montesquieu - Bordeaux IV)*L'autonomie des franchisés : facteur critique de succès de la franchise ? *Catherine de Gery, Enrico Colla, Martine Deparis, Laurence Lemmet (Novencia Business School), Maryline Schultz (Université de Dijon)*L'analyse de la structuration d'une filière de miel au Nord-Est du Brésil et des relations entre ses acteurs par le prisme de la proximité*Maria Mislene Rosado De Sousa (Université de Saint Etienne), Odile Chanut (Université de Lyon)* |
|  | **Session 2. Expérience en magasin**Expérience en boutique et attachement du consommateur : l'impact du contact direct à la marque*Amelie Blum, Bertrand Belvaux, Blandine Anteblian (Université de Bourgogne)*L'impact du marketing expérientiel en magasin sur le comportement du consommateur : une étude des représentations des managers d'enseignes*Ilham Benbahia (IAE de Paris Université Panthéon-Sorbonne)*L'influence des expositions d'œuvres d'art en magasin sur la perception des clients en luxe : une étude exploratoire auprès des « millennials »*Christel de Lassus (Université Paris Est- Marne La Vallée), Virginie Dercourt (Université Paris 13)*L'acheteur, un excellent storyteller: le cas de l'acheteur de produits monastiques*Marie-Catherine Paquier (European Business School), Sophie Morin-Delerm (Université Paris-Sud)* |
|  | **Session 3. Omni-canal**L'omnicanal à l'épreuve des pratiques alimentaires des français : vers un nouveau cadre conceptuel pour le shopping des produits frais ? *Catherine Herault-Fournier, Aurélia Michaud-Trévinal (Université de La Rochelle)*Le rôle-clé du système d'informations clients dans le processus de gestion de l'expérience omnicanal. Le cas de la Société des Alcools du Québec (SAQ).*Sabrina Hombourger-Barès (Université TÉLUQ)*La conduite du changement auprès du personnel en contact d'un magasin dans le cadre de la mutation vers l'omni-canal *Alex Deslee, Isabelle Collin-Lachaud (IMMD Université de Lille 2)*Caractéristiques et limites du leadership en management de l'expérience client cross-canal : le cas des groupements d'adhérents*Florence Jacob, Capo Claire (Université du Havre – Normandie)* |
|  | **Session 4. Distribution & Histoire**Les mutations du commerce des articles de sport en France (années 1990-2014) : le cas du commerce de montagne avec la Clusaz*Gaillard Isabelle (Université Grenoble-Alpes)*Le développement des activités commerciales et de marketing dans les télécommunications en France entre 1963 et 1998*Patrick Luciano (Université Paris-Dauphine), Marie Carpenter (Telecom Ecole de Management)*Une coopérative de consommateurs entre orientations Marché et Parties Prenantes : le cas de Coop Atlantique, 1912-2017*Magali Boespflug (Université de Poitiers), Bruno Mazières (Université de Limoges)*The rationalization of Belgian distribution, 1945-2000. A soft transition*Peter Heyrman (KADOC-KU Leuven)* |
| Pause |
| 10h30° - 12h00 | **Ateliers : 4 sessions en parallèle** |
|  | **Session 5. Distribution, stratégie et nouveaux modèles économiques**Pour une analyse néo-institutionnelle de la légitimité des modes de distribution alimentaires en circuit court*Corentin Roznowicz, Université de Reims Champagne-Ardenne*L'alliance ratée Auchan-Système U *Dany Vyt IGR-IAE Rennes Université de Rennes 1, Magali Jara Université de Nantes, Gérard Cliquet IGR-IAE Rennes Université de Rennes 1*Face à la menace de désinstitutionnalisation, quelles stratégies de re-légitimation pour les acteurs historiques de la distribution ?*Elodie Juge, Université de Lille - SKEMA Business School – MERCUR EA 4112*Les mutations de la logistique de la cyber-épicerie *Bruno Durand Université de Nanterre  (CEROS)* |
|  | **Session 6. Distribution, digital et réputation**Comprendre l'utilisation des dispositifs connectés dans le cadre du "smart-retailing" : une approche par le vendeur*Mehdi El Abed, Jean-François Lemoine (Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne)*Showrooming : Exploration des freins éthiques perçus à l'égard de la pratique*Gilles Séré de Lanauze, Sarah Mussol (Université de Montpellier)*Understanding negative eWOM generated by Millenials: an imperative for retailers and e-retailers*Sarah Zaraket (Université Paris I - Panthéon-Sorbonne), Régine Vanheems (IAE de Lyon - Université Jean Moulin Lyon 3)*L'e-réputation de la marque dans le commerce en ligne : Risques juridiques au cœur de la gestion de l'identité numérique *Arnaud Delannoy, Olivier Lasmoles (EM Normandie)* |
|  | **Session 7. Consommateurs, attitude et image**D'artisan traditionnel à marque artisan : quelle perception de l'artisan par le consommateur ?*Jonathan Dézécot, Nathalie Fleck (Le Mans Université)*Faut-il apposer nutri-score sur les produits agroalimentaires ? Analyse de la légitimité pragmatique des logos nutritionnels sur leur format et l’expertise des consommateurs *Lydiane Nabec (Université Paris Sud), Philippe Mérigot (INSEEC Paris), Chantal Julia (Université Paris 13).*Expliquer l'attitude à l'égard du point de vente en fonction des revenus : une application au rayon Fruits et Légumes des GMS *Christine Gonzalez (Université du Maine), Gille Seré de Lanauze (IAE de Montpellier – Université Montpellier), Béatrice Siadou-Martin (Université de Lorraine)*Pourquoi un si faible niveau de satisfaction des clients qui achètent un bien immobilier neuf ? Une explication par le gap émotionnel*Florence Jacob (Université du Havre), Fabrice Larceneux (Université Paris-Dauphine PSL), Valérie Renaudin (Université Paris-Dauphine PSL)*Impact de l'image d'une enseigne sur la fidélité du consommateur : Rôle médiateur de la confiance dans les services *Lamia Ktari, Wahiba Kalboussi (ISET Radès)* |
|  | **Atelier spécial « Thèses en distribution »** |
|  | Création d'un artefact modulaire d'aide à la conception de parcours client cross-canal visant à développer les capacités des managers des entreprises du secteur du commerce - *Florence Jacob*Les Marques de Distributeur de terroir comme outil de légitimation de la grande distribution - *René Pierre Beylier*L'expérience d'achat de produits monastiques : l'influence des contextes sur le contenu de l'expérience vécue - *Marie-Catherine Paquier* |
| 12h - 12h15 | **Développer la recherche en distribution :** quelle place pour la distribution dans les revues *Recherche et Applications en Marketing* et *Décisions Marketing* ? avec Nil Özçaglar-Toulouse et Isabelle Collin-Lachaud |
| 12h15 - 12h30  | Allocution de clôture du 20ème Colloque et *save the date* pour le colloque 2018 ! |
| 12h30 - 13h00  | **Assemblée Générale de l’association Etienne Thil** |
| Déjeuner rapide et fin du 20ème Colloque |