



**16^{ème} COLLOQUE INTERNATIONAL
ETIENNE THIL
2-3-4 Octobre 2013
ESCP Europe - Campus Paris**

APPEL A COMMUNICATIONS

Atelier Doctoral le 4 Octobre matin

Visite de concepts commerciaux innovants le 4 Octobre

Un peu d'histoire

La pensée d'Etienne THIL, praticien et théoricien de la révolution du commerce moderne, a profondément marqué le secteur de la distribution. Le colloque qui porte son nom se veut le forum annuel de tous les professionnels et universitaires passionnés par l'étude et les mutations du commerce.

Crée en 1998 par l'Association « Rencontres Université-Commerce », ce colloque met l'accent sur la transdisciplinarité et la communication entre le monde de l'entreprise et le monde académique. La richesse des échanges provient du dialogue entre les universitaires, qu'ils soient gestionnaires, économistes, sociologues, géographes, historiens ou juristes, et les managers, qui chaque jour imaginent et construisent le commerce de demain.

En l'honneur du 50^{ème} anniversaire de la création du premier hypermarché, cette 16^{ème} édition est accueillie à l'ESCP Europe à Paris, dans le cadre de sa politique de valorisation de la recherche.

Le colloque est organisé en partenariat avec le PICOM (Pôle de compétitivité des Industries du COMmerce) pour la troisième année consécutive, ainsi qu'avec différentes organisations professionnelles et entreprises (PROCOS, FCA, CARREFOUR)

Au-delà des sessions habituelles de **présentation de travaux académiques le 2 Octobre**, le colloque de 2013 consacrera la **journée du 3 Octobre** à différentes tables rondes et débats faisant **dialoguer chercheurs et praticiens**. Les **3 meilleures communications** seront également présentées **en session plénière**.

Parallèlement, afin de contribuer à la production mais également à la visibilité de la recherche doctorale en distribution et de favoriser le lien précoce entre entreprises et doctorants, pour la seconde année consécutive, un **atelier doctoral** sera organisé le **matin du vendredi 4 Octobre**. Cet atelier, multidisciplinaire dans l'esprit des Rencontres Etienne Thil, associera des directeurs de recherche et des représentants des enseignants membres du PICOM.

Compte tenu du succès du « Ch'Thil Tour » 2012 à Lille, nous proposons, le **vendredi 4 Octobre**, un « **Eiffel Tour** » qui fera découvrir aux 30 heureux participants (30 premiers inscrits, inscription dès le 1/03/ 2013) quelques uns des **concepts commerciaux les plus innovants de la région parisienne**.

Thèmes des communications souhaitées

Confrontés à de très fortes mutations tant de son environnement que de ses métiers, les acteurs du commerce et de la distribution se doivent d'être encore plus innovants qu'ils ne l'ont été par le passé. De ce fait, les communications privilégiant une vision prospective du commerce et de la distribution et une analyse des tendances d'évolution récentes (consommations émergentes, nouveaux usages des technologies, stratégies client, formats, canaux, nouveaux rôles des vendeurs...) sont particulièrement attendues. La dimension internationale et interculturelle du commerce et de la distribution sera également privilégiée pour cette édition 2013.

Nous vous invitons à développer des perspectives originales et multidisciplinaires sur les thèmes suivants (liste non exhaustive):

- Comment l'histoire du commerce peut-elle contribuer à mieux envisager son avenir et à mieux comprendre l'évolution des concepts marchands ?
- Commerce et espace (public, de flux, urbain, rural, etc.) : quels liens demain ?
- Pratiques de consommation émergentes : quelle(s) place(s) pour les distributeurs ? Acteurs ou spectateurs ?
- Quels rôles pour le magasin et les vendeurs face à un client connecté et « omnicanal » ?
- De l'*empowerment* du client à l'*empowerment* du vendeur ? impacts sur le mix ressources humaines
- Les nouveaux usages des technologies par les clients et leur impact sur la relation avec les distributeurs (et le personnel en contact)
- Les nouvelles aides à la vente en magasin ou à distance : facteurs de rejet et d'adoption par les consommateurs et par les vendeurs
- Quelles innovations pour un « service sans couture » tous canaux confondus et tout au long du parcours-client ?
- La distribution et les jeunes (en tant que client et/ou collaborateur) : quelles relations ?
- La distribution et les seniors (en tant que client et/ou collaborateur) : quelles relations ?

- Prospective sur les relations fournisseurs-distributeurs-clients finaux : vers de nouveaux modèles de construction de l'offre ?
- Le passage d'une logique de propriété à une logique d'usage : quel potentiel, quels enjeux pour les distributeurs ?
- Les nouveaux Business Models émergents dans le commerce : nouveaux entrants, désintermédiation, systèmes de paiement, etc.
- Que peut-on apprendre de la distribution dans les pays émergents ?
- Nouveaux aspects juridiques dans le commerce
- Big Data : enjeux de l'utilisation, du partage et de la valorisation des données pour les clients et pour les entreprises (confiance, privacy, VRM, etc.)
- Les liens entre ré-enchantement de la consommation et commerce
- La confiance : au-delà de la marque d'enseigne, quelles pratiques pour susciter la confiance ?
- Comment gérer les contradictions des consommateurs (économique vs éthique ; personnalisation vs *privacy*...) ?
- L'évolution des pratiques de mutualisation dans la distribution (flux logistiques, centrales d'achat, etc.).

Prix et valorisation des communications :

Comme chaque année, des prix seront remis aux meilleures communications :

- Prix ETIENNE THIL de la meilleure communication jeune chercheur (chercheur de moins de 30 ans et/ou ayant soutenu une thèse au cours de l'année précédente)
- Prix DIA MART de la communication ayant le plus grand intérêt managérial pour les entreprises.
- Prix PICOM de la meilleure communication prospective.

Les meilleures communications présentées au colloque pourront être publiées dans un cahier spécial de la revue *Management & Avenir* sous réserve de l'accord de la rédaction.

Avec l'accord des auteurs, les communications en anglais définitivement retenues seront soumises à N.Towers@hw.ac.uk pour publication dans *l'International Journal of Retail and Distribution Management*.

Procédure de soumission et calendrier

Afin de favoriser les échanges disciplinaires, on distinguera cette année la procédure générale et une procédure ad-hoc pour les communications d'histoire.

1. PROCEDURE GENERALE

Attention ! Changement important dans la procédure de soumission

Dépôt d'une **communication courte¹** relative à une **recherche aboutie** présentant clairement la problématique, l'éclairage théorique mobilisé, la méthodologie de la recherche ainsi que les principaux résultats obtenus et les implications opérationnelles qui en découlent, avant le **2 avril 2013 sur la plateforme** <http://thil2013.sciencesconf.org>.

Le document ne doit **pas excéder 7 pages** (y compris figures et tableaux éventuels, hors première page de titre, résumé managérial et références bibliographiques).

Une feuille de style disponible sur le site internet du colloque vous permettra de présenter votre communication courte conformément aux normes du colloque. La première page de titre ne doit pas comporter le nom de l'auteur ou des auteurs.

- Pour toute demande de renseignements, vous pouvez envoyer un mail à :

Isabelle Collin-Lachaud : isabelle.collin-lachaud@univ-lille2.fr

Sylvain Willart : sylvain.willart@univ-lille1.fr et/ou Mbaye Diallo mbayefall.diallo@univ-lille2.fr

Les chercheurs souhaitant postuler aux différents prix (jeune chercheur « prix Etienne Thil », prix Dia Mart ou prix PICOM) doivent le signaler sur la page de garde de leur soumission. Seules ces communications seront susceptibles de recevoir les prix.

- Retour aux auteurs avec les avis du comité scientifique au plus tard le **3 juin 2013**
- Envoi des communications définitives, qui avaient été acceptées sous réserve de modifications mineures, avant le **3 juillet 2013**.
- Les communications retenues, publiées dans les actes du colloque, peuvent être rédigées en français ou en anglais. Les auteurs doivent se conformer aux instructions de la feuille de style disponible sur le site.
- Nous attirons l'attention des auteurs sur la nécessité de développer particulièrement les résultats et les implications opérationnelles de leur recherche, le colloque ayant pour vocation d'intéresser également des professionnels du secteur (managers, professionnels du conseil et des études marketing, etc.). Dans cet objectif, les auteurs ajouteront à leur soumission un résumé managérial d'une page en prenant exemple sur les résumés du *Journal of Retailing*.

2. PROCEDURE SPECIFIQUE HISTOIRE

Les propositions de communications devront être adressées au comité scientifique du Colloque Etienne Thil **sur la plateforme** <http://thil2013.sciencesconf.org> pour le **2 juin** au plus tard. Elles comprendront le titre de la communication, un résumé en français de 3 000 caractères espaces compris, l'institution d'appartenance et un bref CV du ou des auteurs. Elles seront évaluées par un comité de lecture ad hoc sous la présidence du Professeur Jean-Claude Daumas.

¹ Communément dénommée « short paper ».

Les communications acceptées pour le Congrès 2013 de l'AFHE feront l'objet d'une pré-acceptation automatique par le Comité scientifique du Colloque, mais elles ne seront définitivement retenues qu'en fonction de la pertinence de leurs contenus par rapport aux thèmes souhaités pour le 16ème Colloque Etienne Thil.

Retour aux auteurs le 3 juillet 2013.

La procédure de soumission pour l'atelier doctoral est légèrement différente :

- Envoi d'un **résumé de la recherche doctorale en 7 pages maximum hors bibliographie** ainsi que d'un court CV. Le processus d'évaluation n'est donc pas anonyme. Le résumé doit montrer comment la thèse se positionne par rapport à la littérature existante, indiquer l'ancrage théorique choisi, les choix méthodologiques effectués ou à effectuer ainsi que, pour les doctorants les plus avancés, les résultats préliminaires s'ils sont disponibles. Rappelons que cet atelier doctoral constitue, pour les doctorants, une opportunité de présenter devant d'autres doctorants et enseignants-chercheurs de disciplines différentes, ainsi que devant des professionnels de la distribution. Il est donc essentiel que le résumé soit accessible pour des non-spécialistes du domaine. Ce résumé sera déposé avant le **2 AVRIL 2013** sur la plateforme <http://thil2013.sciencesconf.org>
- Pour toute question, vous pouvez envoyer un mail à :

Isabelle Collin-Lachaud : isabelle.collin-lachaud@univ-lille2.fr

Sylvain Willart : sylvain.willart@univ-lille1.fr

et/ou Mbaye Diallo : mbayefall.diallo@univ-lille2.fr

- Le retour aux candidats sera envoyé au plus tard le **3 juin 2013**.

Comité scientifique

Sous la présidence d'**Isabelle COLLIN-LACHAUD**, professeur des Universités à l'I.M.M.D (Institut du Marketing et du Management de la Distribution) de l'Université Lille 2, le Comité scientifique est composé par les précédents présidents du Colloque Etienne Thil et les fondateurs :

Olivier BADOT – ESCP-Europe, **François BOBRIE** – IAE Université de Poitiers, **Sandrine CADENAT** – UPEC, **Gérard CLIQUET** – Université de Rennes I, **Enrico COLLA** – Negocia, **Véronique des GARETS** – Université de Tours, **Jean-Yves DUYCK** – Université de La Rochelle, **André FADY**, Université de Rennes I, **Marc FILSER** – IAE Université de Dijon, **Francis GUILBERT** – IAE Université de Lille I, **Marie-Louise HELIES-HASSID** – Université Paris-Dauphine, **Patrick NICHOLSON** – Université Lille 2, **Gilles PACHE** – Université de Montpellier I, **Suzanne PONTIER** – UPEC, **Valérie RENAUDIN** – Université Paris-Dauphine, **Pierre VOLLE** – Université Paris-Dauphine.

Et par tous les membres cooptés par les présidents, qui chaque année, par leurs relectures, contribuent à la qualité des travaux du colloque.

Et pour l'Histoire et les Sciences Sociales, par: Jean Claude DAUMAS-Université de Franche Comté, Franck COCHOY, Université de Toulouse 2, Philippe Moati, Université de Paris Diderot.

Information générale sur l'Association Etienne Thil : sur le site <http://thil-memoirevivante.prd.fr>



Pôle de compétitivité
Industries du Commerce



IMMAD

→ INSTITUT DU **MARKETING**
ET DU **MANAGEMENT**
DE LA **DISTRIBUTION**



PARIS LONDON BERLIN MADRID TORINO **BUSINESS SCHOOL**