



**16^{ème} COLLOQUE INTERNATIONAL ETIENNE THIL
SUR LA DISTRIBUTION
2-3-4 octobre –ESCP Europe Paris, France
PRE-PROGRAMME (au 02 septembre)**





Mercredi 2 Octobre			
8h30-9h	Accueil des participants		
9h00-10h30	Session 1 Parcours cross-canal	Session 2 Nouveaux modes de prescription	Session 3 Relation client
			Session 4 Histoire du commerce (1)
10h45-11h15	Ouverture du colloque : O. Badot – Doyen de la recherche ESCP Europe Paris Les orientations du 16° Colloque : I. Collin-Lachaud - Présidente du Comité Scientifique		
11h15-12h45	50^{ème} Anniversaire de l'hypermarché : 1963... et la suite <i>Comment le développement des hypermarchés a transformé le commerce français</i> Présentation d'une recherche ANMT/MSHS –Poitiers de témoignages pour l'histoire du commerce : interviews filmées et sur plateau (environ 10 témoignages animés par J. Bédier avec C.Brosselin)		
12h45-14h00	Buffet-Déjeuner		
14h-15h 30	Table ronde focus sur : « Distribution et Développement durable » animée par L. Lavorata (UPEC) Participants : L. Francony (Système U) et d'autres distributeurs.	Session 5 Prospective	Session 6 Stratégie des distributeurs
			Session 7 Histoire du commerce(2)
15h30-16h45	<ul style="list-style-type: none"> • Table ronde focus sur : « Nouveaux outils, nouvelles technologies dans la distribution » animée par J.F Lemoine (Université Paris 1 Panthéon Sorbonne) Participants : P. Blanc (PICOM) ; Carrefour ; S. Leray, (Intermarché) 		
16h45-17h00	PAUSE (signature des auteurs de l'année)		

17h00-18h00	Session 8 Nouveaux comportements de consommation	Session 9 Valeur	Session 10 International	Session 11 Commerce de proximité
18h00-19H	Grands Orateurs : J.L. Bancel (Crédit Coopératif), Ph. Lebreton,(Les Mousquetaires), Patrick Brunier (PICOM), J. Creyssel (F.C.D)			
20H	Diner de gala : Brasserie Chez Julien			

	<i>Jeudi 3 octobre</i>
8h30-9h	Accueil
9h-10h15	<ul style="list-style-type: none"> • Table ronde « Business modèles et e-commerce » animée par P. Volle (Université Paris Dauphine) Participants : I. Decoopman (LSMRC Skema Business School) et différents professionnels
10h15-11h45	<ul style="list-style-type: none"> • Table ronde « Contradictions et paradoxes du consommateur » animée par Ph. Robert-Demontrond (Université Rennes 1) Participants : E. Sabbadin (Université de Parme), P. Carle (Auchan), H. Gomichon (Carrefour)
11h45-13h	<p>Communications des Lauréats et remise des 3 prix</p> <p>Prix jeune chercheur Sophie Michel Prix implications managériales Patricia Coutelle et Véronique des Garets Prix PICOM Yousra Bouzid et Régine Vanheems</p>

13h-14h15	Annonces finales, présentation du colloque 2014 et buffet-déjeuner	
14h15-15h45	Table ronde « Mutations du commerce en centre-ville » animée par P. Madry (PROCOS) Participants: L. Sparks (Université de Stirling), R.P Desse (Université de Bretagne Occidentale), D. Ohnona (resp. expansion Fnac)	Session 12 Nouvelles technologies
15h45-16h15	Pause et signature des auteurs	
16h15-17h45	Table ronde « Commerce, espace et temps » animée par N. Lemarchand (Université Paris 8) Participants : S. Burt (Université de Stirling), B. Marzloff (Chronos), G. Dorey (Carrefour) et différents spécialistes	Session 13 Partenariats et réseaux
17h45-18h45	Grands orateurs L'avenir de l'hypermarché et des formats du commerce Participants : G. Plassat (Groupe CARREFOUR) et P. Houzé (Groupe Galeries Lafayette) Présenté par G. Cornillon (IMMD)	

	<i>Vendredi 4 octobre</i>
8h30-9h	Accueil
9h-13H	Atelier Doctoral
9H-16h	Eiffel-Tour

Programme des sessions académiques

	Session 1	Session 2	Session 3	Session 4
Mercredi 2 octobre 9H - 10H30	Parcours cross-canal	Nouveaux modes de prescription	Relation client	Histoire du commerce (1)
	Président : Pierre Volle, Université Paris Dauphine	Président : Philippe Moati, Université Paris Diderot	Présidente : Blandine Anteblian, IAE Dijon	Président : Jean-Claude Daumas, Université de Franche-Comté
	Catherine Lejealle, ESG management school et Pascale Ezan, NIMEC Suivi des marques et enrichissement du parcours cross-canal du client sur Facebook : une recherche exploratoire	Amélie Clauzel, PRISM Sorbonne et Caroline Riché, Laboratoire LaRA Lafourchette.com : Plus je contribue, mieux j'évalue ? Le rôle de la familiarité de l'évaluateur en bistronomie	Hanene Oueslati, UFR PEPS et Christophe Fournier, IAE Montpellier Management du consommateur multicanal : Importance de l'intégration perçue de la gestion de la fidélité	Jacques Tristan La Loi Royer, ses motivations et ses effets pervers revisités : Pouvoirs Publics et implantations de grandes surfaces avant 1973
	Annabel Salerno, et Dominique Crié, Lille Economie et Management – IAE Lille Les Personnalizations par Mobile pour les Achats en Magasin de Produits de Grande Consommation : Etude de leur attractivité selon les styles de décision d'achat et les motivations de fréquentation des points de vente	Corinne Lamour, IGR – IAE Rennes La sensibilité à la prescription comme nouveau style de décision d'achat ? Le cas du marché des aliments pour animaux de compagnie	Sarah Mussol, Montpellier Recherche en Management Identification des actions relationnelles au point de vente : une approche qualitative dans le domaine des produits de grande consommation vendus en hyper et supermarchés	Anaïs Albert, Université Paris 1-Panthéon-Sorbonne Devenir bourgeois ou rester prolétaire ; une comparaison des stratégies publicitaires de deux grands magasins de vente à crédit parisiens, Les grands magasins Dufayel et Aux Enfants de la Chapelle

Romain Cadario,
Dauphine Recherches en
Management,
Emmanuelle le Nagard,
ESSEC Business School et
Pierre Desmet, ESSEC
Business School, Dauphine
Recherches en
Management
Quels effets des avis de
consommateurs sur
plateforme Internet dans les
décisions d'achat ? Une
approche exploratoire

**Frédéric Huet, Nathalie
Darene et Didier Serrant,**
Connaissance et Organisation
des systèmes techniques
Nouveaux rapports à la critique
induits par les réseaux sociaux :
L'expérience pionnière de la SNCF

Jacques Dioux
Le management humain, force
irrépressible d'E.Leclerc
face à la puissance financière de
Carrefour

13H30

**Session 5
Prospective**

**Président : François
Bobrie, Université de
Poitiers-MSHS**
**Enrico Colla et de
Catherine Gery,** Novancia
Business School Paris
Innovations et évolution de
l'emploi dans la grande
distribution en France.
Rétrospective et prospectives.

**Session 6
Stratégie des
distributeurs**

**Présidente : Régine
Vanheems, Université
Paris 1 Panthéon-
Sorbonne**
**Brigitte De Faultrier,
Jacques Boulay, Florence
Feenstra, Laurent
Muzellec,** Essca Ecole de
Management
Stratégies cross canal des
distributeurs servant les
enfants de 6 à 12 ans : le
nouveau challenge pour les
consommateurs de demain

**Session 7
Histoire du commerce(2)**

**Présidente : Natacha
Coquery, Université de
Lyon 2**
Maud Villeret, CRHIA
Le commerce du sucre au XVIIIe
siècle : les stratégies négociantes
face à un marché pluriel

Gérard Cliquet, IGR – IAE
Rennes, CREM, **Rozenn
Perrigot**, CREM, IGR, ESC
Rennes **et Guy Basset**, IGR,
CREM

50 ans de grandes surfaces en
France : et maintenant ?

**Isabelle Decoopman et
Souad Djelassi**, LSMRC -
Skema Business School -
Univ Lille Nord de France
Le recours aux pratiques de
crowdsourcing: un nouvel
enjeu pour les distributeurs
français

**Enrico Colla et Paul
Lapoule**, Novancia
Business School Paris
Les stratégies multicanaux
dans le secteur de la
distribution alimentaire.
Synergies ou cannibalisation
du magasin par le drive?

Laurence Croq, Université
Paris Ouest – CHISCO
La reprise des commerces en
difficulté, l'exemple de la
mercerie parisienne de Louis
XIV à la Révolution

Marie Gillet, Labo Sciences
historiques – Univ Franche-
Comté
Mutations et adaptations du petit
commerce à Besançon au XIXe
siècle

	Session 8 Nouveaux comportements de consommation	Session 9 Valeur	Session 10 International	Session 11 Commerce de proximité
17H - 18H	<p>Présidente : Maud Herbert, IMMD Lille 2</p> <p>Christine Gonzales, Montpellier 2, Pauline de Pechpeyrou, CEROS et Michael Korchia, BEM Bordeaux Management School</p> <p>Les acheteurs Groupon ne sont-ils que des chasseurs de bonnes affaires ?</p> <p>Frank Beham, Tatjana Freer et Joachim Zentes, Centre de Recherche en Transport et Logistique (Allemagne)</p> <p>De la possession d'une voiture à son utilisation, vers une compréhension des intentions d'utilisation des voitures en libre-service intégral</p>	<p>Président : Dominique Crié, IAE Lille</p> <p>Monyédodo Kpossa, Centre Interdisciplinaire de Recherche sur le Commerce Extérieur et l'Economie et Jean-François Lemoine, ESSCA Ecole de Management, Pôle de Recherche Interdisciplinaire en Sciences du Management</p> <p>Apports de la conscience de la valeur dans l'explication des effets de la situation d'achat sur le comportement d'achat du consommateur</p> <p>Nawel Habib, Centre de Recherche Clermontois en Gestion et Management</p> <p>Méthodologie de construction d'une échelle de mesure de la valeur perçue de l'expérience de magasinage : application du paradigme de Churchill</p>	<p>Présidente : Valérie Renaudin, Université Paris Dauphine</p> <p>Mbaye Fall Diallo, Lille School of Management Research Center et Huan Minh Luong, Vietnam Chamber of Commerce and Industry</p> <p>Le comportement d'achat envers les marques de distributeur dans un pays émergent: Application au Vietnam</p> <p>Nehed Bouchereb, Marketing (Tunisie)</p> <p>Exploration du géomarketing : un outil pour une meilleure conception de l'assortiment dans la grande distribution</p>	<p>Présidente : Sandrine Cadenat, Université Paris-Est Créteil</p> <p>Marie-Christine Gahinet, CREM</p> <p>Le commerce de proximité : regards croisés des distributeurs et des consommateurs</p> <p>Claire Capo, Centre de Recherche en Transport et Logistique</p> <p>Proximité et Commerce en Gare ? La consommation en gare au Japon?</p>

Session plénière
Jeudi 3 octobre
prix

Présidente de session : Isabelle Collin-Lachaud – IMMD Université Lille 2

Prix jeune chercheur Sophie Michel, EM Lyon Business School La survie des intermédiaires face au circuit court: le cas des grossistes en fruits et légumes

Prix implications managériales Patricia Coutelle et Véronique des Garets, VALLOREM Innovation technologique et relation client : Analyse des résistances des consommateurs aux technologies self-service

Prix prospective PICOM Yousra Bouzid et Régine Vanheems PRISM Sorbonne Comportement cross-canal : vers une nouvelle maîtrise de soi au sein de l'espace réel ?

Jeudi 3 octobre

Session 12

Nouvelles technologies

Président : Sylvain Willart, IAE Lille

Nadia Steils, Fondation Universitaire Notre Dame de la Paix (Belgique), IAE Lille **Dominique Crié**, IAE Lille, Lille Economie et Management **et Alain Decrop**, Universitaire Notre Dame de la Paix (Belgique)

L'apprentissage du consommateur en ligne: Une étude exploratoire des objectifs de la marque et de la perception des consommateurs

Christophe Bezes, LARGEPA, ISTECH

Définition et validation psychométrique d'un index de mesure commun à l'image du site et des magasins

Sinda Agrebi, France Business School **et Joël Jallais**, IGR-IAE Rennes

Expliquer l'intention d'usage des smartphones pour des achats-mobiles : cas de la SNCF

Session 13

Partenariats et réseaux

Présidente : Véronique des Garets, IAE Tours

Stephan Kolb et Joachim Zentes, Institut für Handel & Internationales Marketing (Allemagne)

Simple vernis ou avantage concurrentiel? Une étude empirique des alliances pour la RSE entre les entreprises commerciales et les ONG

Odile Chanut, Centre de Recherche en Transport et Logistique **et Mbaye Diallo**, LSMRC Univ Lille Nord de France Skema Business School, IMMD

Compétences clés et réactivité du franchiseur en période de crise : le point de vue des franchisés

Dominique Crié, Daphné Salerno et Annabel Martin, IAE Lille

Affiliation en ligne et divulgation de la relation commerciale entre l'éditeur de contenu et l'enseignant : Etude expérimentale des réactions des visiteurs d'un blog affilié

INSCRIPTION SUR LE SITE : <http://thil-memoirevivante.prd.fr>

