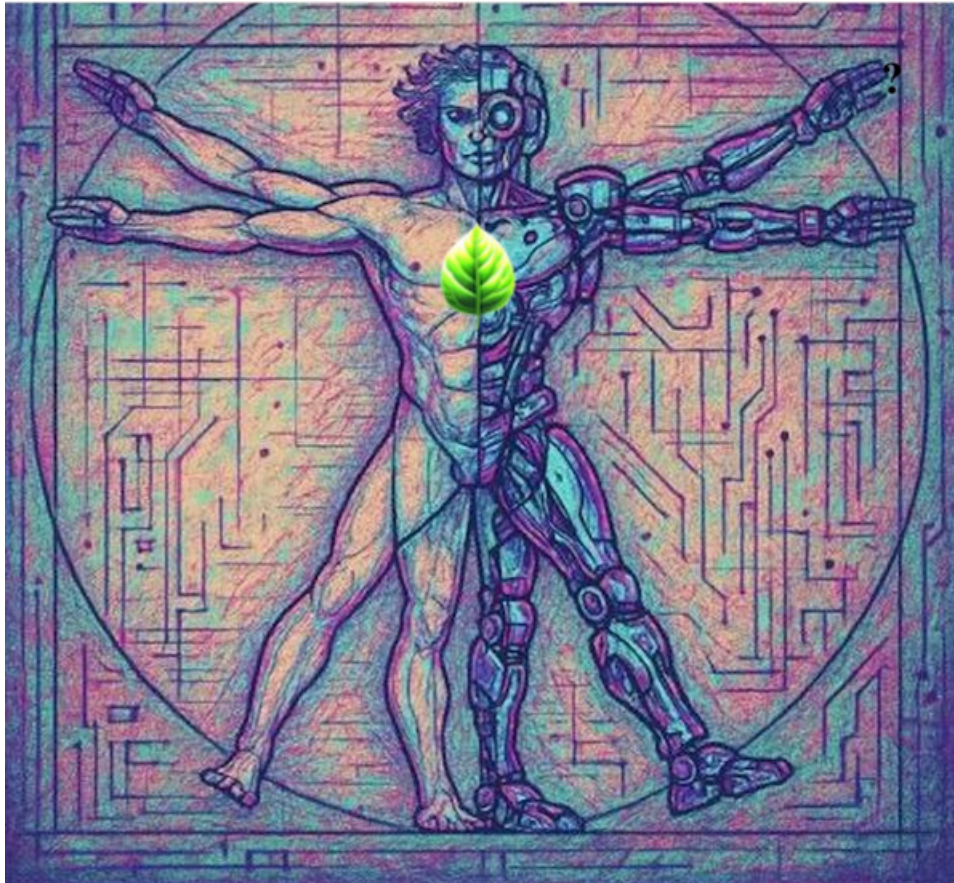


41ème Congrès International de l'Association Française du Marketing

Marketing : Avenir et no Future ?



Durabilité, humanisme et IA

Lille - 14 au 16 mai 2025

afm



UNIVERSITY
SCHOOL
OF MANAGEMENT



IESEG
SCHOOL OF MANAGEMENT



Université
de Lille

LUMEN
Lille University Management

LEM
LILLE ECONOMICS MANAGEMENT



Remerciements aux évaluatrices et évaluateurs

Abadie Amélie, Abbes Intissar, Abou Jaoudé Lynn, Ackermann Claire-Lise, Agrebi Meriem, Agrebi Sinda, Ambroise Laure, Amine Abdelmajid, Antéblan Blandine, Ardelet Caroline, Asssima Chantal, Audrezet Alice, Aurier Philippe, Aussilhou Catherine, Ayadi Nawel, Bachouche Hajer, Badot Olivier, Balbo Laurie, Ballarini Marie, Baray Jérôme, Bataoui Soffien, Beal Mathieu, Beck Marie, Béji-Bécheur Amina, Bellion Amélie, Ben Dahmane Mouelhi Norchène, Ben Miled Hela, Benmecheddal Ahmed, Benoit-Moreau Florence, Berger-Remy Fabienne, Bernard Yohan, Bertrandias Laurent, Beudaert Anthony, Blanchet Vivien, Boch Emmanuelle, Bœuf Benjamin, Boissel Jérôme, Bonnemaizon Audrey, Bonnin Gaël, Borraz Stéphane, Botti Laurent, Bouhafs Ilana, Bouhlef Olfa, Bouillé Julien, Boutroy Eric, Boyaval Marine, Brée Joël, Buffaz Pierre, Bui-Nguyen Thao, Busca Laurent, Cadenat Sandrine, Cambefort Marine, Camus Sandra, Capelli Sonia, Carpentier Laurent, Carton Antoine, Cases Anne-Sophie, Cerio Eva, Chaney Damien, Chautard Dardé Tiphaine, Cherif Emna, Chouk Ines, Claus Bart, Clauzel Amelie, Claye-Puaux Sophie, Cléret Baptiste, Cloarec Julien, Cocco Helen, Colin Cécile, Collet Boris, Collin-Lachaud Isabelle, Costa Sandrine, Coussement Kristof, Coutelle Patricia, Crié Dominique, Cui Juhua, David Maxime, De Boeck Giverny, De Lamballerie Edith, De Lassus Christel, De Pechpeyrou Pauline, De Villartay Sophie, Debenedetti Alain, Decrop Alain, Dekerviler Gwarlann, Dekhili Sihem, Delacroix Eva, Delannoy Arnaud, Delattre Eric, Derbaix Maud, Deslée Alex, Desmichel Perrine, Diallo Mbaye Fall, Didry Nico, Do Vale Guillaume, Dossou Gloria, Droulers Olivier, Dubost Nathalie, Dubreuil Clément, Durif Fabien, Dyen Margot, Eglem Elisabeth, El Karmouni Hajar, Elgaaiied-Gambier Leila, Elkhoulaly Hajar, Ezan Pascale, Falchi Alice, Favarin Vincent, Favier Roxane, Ferrandi Jean-Marc, Filieri Raffaele, Flacandji Michaël, Fleck Nathalie, Florea Dorian, Folcher Pauline, Fosse-Gomez Marie-Hélène, François-Lecompte Agnès, Fuschillo Gregorio, Galan Jean-Philippe, Gallopel-Morvan Karine, Gallouj Camal, Galluzo Anthony, Garcia Baena Federico, Garcia-Bardidia Renaud, Garnier Marion, Gavard-Perret Marie-Laure, Geerts Angy, Gentric Michel, Gidakovic Petar, Giraud Magali, Godefroit-Winkel Delphine, Goncalves Olga, Gonzalez Christine, Gonzalez-Hemon Georgina, Gotteland David, Goudarzi Kiane, Gourmelen Andréa, Grefils Melvin, Griset Léna, Grobert Julien, Grouille Romuald, Gruen Adèle, Guèverement Amélie, Guichard Nathalie, Guillard Valerie, Guillemot Samuel, Guintcheva Guergana, Guiot Denis, Hamdi-Kidar Linda, Hamouda Manel, Heitz-Spahn Sandrine, Helme-Guizon Agnès, Hémar-Nicolas Valérie, Hemonnet Aurélie, Herbert Maud, Herrmann Jean-Luc, Heuvinck Nico, Hoëllard Emilie, Hoornaert Steven, Huaman-Ramirez Richard, Ingarao Aurore, Innocent Morgane, Jacob Florence, Jacquemier Laure, Jeanpert Sophie, Jeanpert Sophie, Jelen Felix, Josion-Portail Margaret, Jouny-Rivier Julien, Juge Elodie, Julienne Eric, Kacha Mathieu, Kaswengi Joseph, Kerekes Marie, Kessous Aurélie, Kolli Ines, Korchia Michaël, Koval Mariia, Kreziak Dominique, Kusz Nicolas, Lacan Camille, Lacoëuilhe Jérôme, Lallemant Coralie, Lallement Jeanne, Lambey-Checchin Christine, Lancelot Miltgen Caroline, Lao Aurély, Laporte Marie-Eve, Lavorata Laure, Le Gall-Ely Marine, Le Nagard Emmanuelle, Le Roux André, Lechartre Sophie, Leclercq Thomas, Lemoine Jean-François, Lichtle Marie-Christine, Lombart Cindy, Longo Cristina, Loupiac Philippine, Loussaief Leila, Luffarelli Jonathan, Lunardo Renaud, Magnoni Fanny, Malas Ziad, Mani Zied, Manthé Elodie, Marceau Pascale, Marchais Dorian, Masset Julien, Matson Sheila, Maubisson Laurent, Maumon Nathalie, Meire Matthijs, Mencarelli Remi, Menvielle Loick, Merle Aurélie, Meyer-Waarden Lars, Michaud-Trévinat Aurélie, Michel Géraldine, Monnot Elisa, Moore Hayley, Moumade Samia, Mugel Ophélie, Mulier Lana, Muller Brigitte, Munzel Andreas, Muratore Isabelle, Mussol Sarah, Nabec Lydiane, Nassar Alexandre, Nau Jean-Philippe, Ndione Louis, Nefzi Ayoub, Nemkova Katya, N'Goala Gilles, Nguyen Arthur, Odou Philippe, Oueslati Hanene, Özçaglar-Toulouse Nil, Pantin-Sohier Gaëlle, Paquier Marie-Catherine, Parguel Béatrice, Park Rémy, Pasquier Paul, Passebois-Ducros Juliette, Patat-Dubouis Pascale, Pauwels Véronique, Pavone Giulia, Perraud Laure, Perron Frédérique, Petr Christine, Piris Yolande, Plichon Véronique, Pomies Anissa, Poncin Ingrid, Portes Audrey, Prim-Allaz Isabelle, Pulh Mathilde, Quero Christelle, Regany Fatima, Regesta Dalida, Régnier Simon, Remy Eric, Renard Damien, Renaudin Valérie, Renault Sophie, Reniou Fanny, Rieunier Sophie, Rivière Arnaud, Robert Isabelle, Rodriguez Virginie, Roederer Claire, Rogeon Fabien, Ruau Sabine, Sabadie William, Sabri Ouidade, Salerno Daphné, Sangle-Ferriere Marion, Saucède Florent, Scarano Monica, Schill Marie, Schmitt Julien, Siadou-Martin Béatrice, Simon Françoise, Sirieix Lucie, Slivkin Nikolay, Sohier Romain, Soulez Sébastien, Steils Nadia, Stenger Thomas, Takhar Jennifer, Tessitore Tina, Thevenin Virginie, Thomas Fanny, Thorel Cerise, Tiercelin Alexandre, Toti Jean-François, Trespeuch Leo, Trizzulla Caterina, Untilov Olga, Urien Bertrand, Vaal Anne-Sophie, Vanheems Régine, Veg-Sala Nathalie, Viot Catherine, Vivarelli Agathe, Vlad Mariana, Vyt Dany, Welte Jean-Baptiste, Wiat Lucie, Wilhelm Marie-Claire, Yildiz Helene, Yu Junwei, Zafri Raouf, Zeitoun Valérie, Zeng Tian, Zouaghi Sondes.

41^{ème} Congrès International de l'AFM

Comité Scientifique

Présidence du comité scientifique

Arno De Caigny
Hélène Gorge
Annabel Martin-Salerno

Comité scientifique restreint

Isabelle Collin-Lachaud
Gwarlann de Kerviler
Nathalie Demoulin
Souad Djelassi
Sophie Lacoste-Badie
Richard Ladwein
Cristina Longo
Nil Özçağlar-Toulouse
Fatima Regany

Comité scientifique élargi

Christophe Benavent
Audrey Bonnemaizon
Benjamin Boeuf
Laurent Busca
Julien Cloarec
Boris Collet
Koen W. De Bock
Céline Jacob
Marine Le Gall-Ely
Jean-François Lemoine
Dominique Roux
Jean-Luc Herrmann
Caterina Trizzulla
Julien Schmitt
Valérie Swaen

Comité d'organisation

Présidence du comité d'organisation

Kristof Coussement
Dominique Crié
Mbaye Fall Diallo

Comité d'organisation

Yasmine Allouat
Marie Beck
Marine Boyaval
Adrien Burglohner
Malik Brakni
Laurent Carpentier
Alex Deslée
Gloria Dossou
Hamdi Dkhil
Marie-Hélène Fosse-Gomez
Amira Harzallah Berriche
Redouane Jidal
Elodie Juge
Phool Kumar
Aurely Lao
Sophie Lechartre
Thomas Leclercq
Jérémie Muselet
Zakia Obaidalahe
Véronique Pauwels
Frédérique Perron
Christelle Quero
Daphné Salerno
Jean-François Toti
Dianzhuo Zhu

The logo for the AFM (Association Française de Médecine) is a red square with the lowercase letters 'afm' in white.

REMERCIEMENTS A TOUS NOS PARTENAIRES



41^{ème}
Congrès International
de l'Association Française
du Marketing

organisé avec le soutien de

tobii



panelabs

Pearson

EURATECHNOLOGIES

Vuibert



éditions
ems
MANAGEMENT
& SOCIÉTÉ

TREND(S)



ecos
the emotional consumption
of vulnerable spaces

Région
Hauts-de-France

Tex & Care

UNIVERSITY
SCHOOL
OF MANAGEMENT



ETIC

Effets des Images digitales sur les Consommateurs

P=A Partenariats
Académiques
Afrique • France

Informations pratiques

#AFMLille2025



Pour avoir accès au réseau Wifi sur place :

Nom du réseau : "ULILLE-ACCUEIL"

Identifiant : CG-12952

Mot de passe : gDZTtQy6BJ

Une fois connecté, ouvrir un navigateur et choisir la méthode d'authentification 'Accès Invité Séminaire'

Salles en fonction des sessions :

Sessions A	-	Salle 506
Sessions B	-	Salle 505
Sessions C	-	Salle 503
Sessions D	-	Salle 502
Sessions E	-	Salle 510
Sessions F	-	Salle 512
Sessions G	-	Salle 513
Sessions H	-	Salle 514
Sessions I	-	Salle 515



Programme via QRcode :



Le Congrès AFM a lieu les 14, 15 et 16 mai à l'IAE Lille :



CCI Lille

Place du Théâtre, 59000 Lille

IAE Lille, Site du Vieux-Lille

104 avenue du Peuple Belge, 59000 Lille

Cité des échanges

40 Rue Eugène Jacquet, 59700 Marcq-en-Barœul

Informations pratiques

Itinéraires :

IAE Lille - Gares - Cocktail CCI - Soirée de Gala



UNIVERSITY
SCHOOL
OF MANAGEMENT







CHAMBRE DE COMMERCE
LILLE



**GARE
Lille Flandres**



**GARE
Lille Europe**

Jusque l'IAE Lille à pied :

- 20 min de la Gare Lille Flandres
- 27 min de la Gare Lille Europe

★ 5 min en plus, si vous passez acheter :

- des Gaufres **MEERT**, préférées du Général de Gaulle
- un Merveilleux au spéculoos (ou chocolat...)

Aux Merveilleux de Fred

Ou en bus ?

Vous rendre à l'IAE Lille depuis les gares :

>> De la gare Lille Flandres >> Arrêt Les Bateliers
 Navette 9 Gare Lille Flandres
 Bus 10 Gare Lille Flandres vers Lomme Hegel
 Bus 14 Gare Lille Flandres vers Marquette Les Voiles
 Bus 50 Gare Lille Flandres vers Grand Saint André

>> De la gare Lille Europe >> Arrêt Les Bateliers
 Bus 50 Gare Lille Europe vers Grand Saint André



Envoyez **BUS**
ou **93059**

2€*

Titre valable 1h. Correspondances bus uniquement.

GALA - Jeudi 15 mai 19h

TRAM
de la Gare Lille Flandres à
La Cité des échanges, Marcq en-Baroeul
(vers Tourcoing ou Roubaix)

Arrêt Croisé Laroche



Monoprix



CITÉ DES ÉCHANGES
8379 1273

Informations pratiques

Plan IAE Lille
104 av. du Peuple Belge

afm

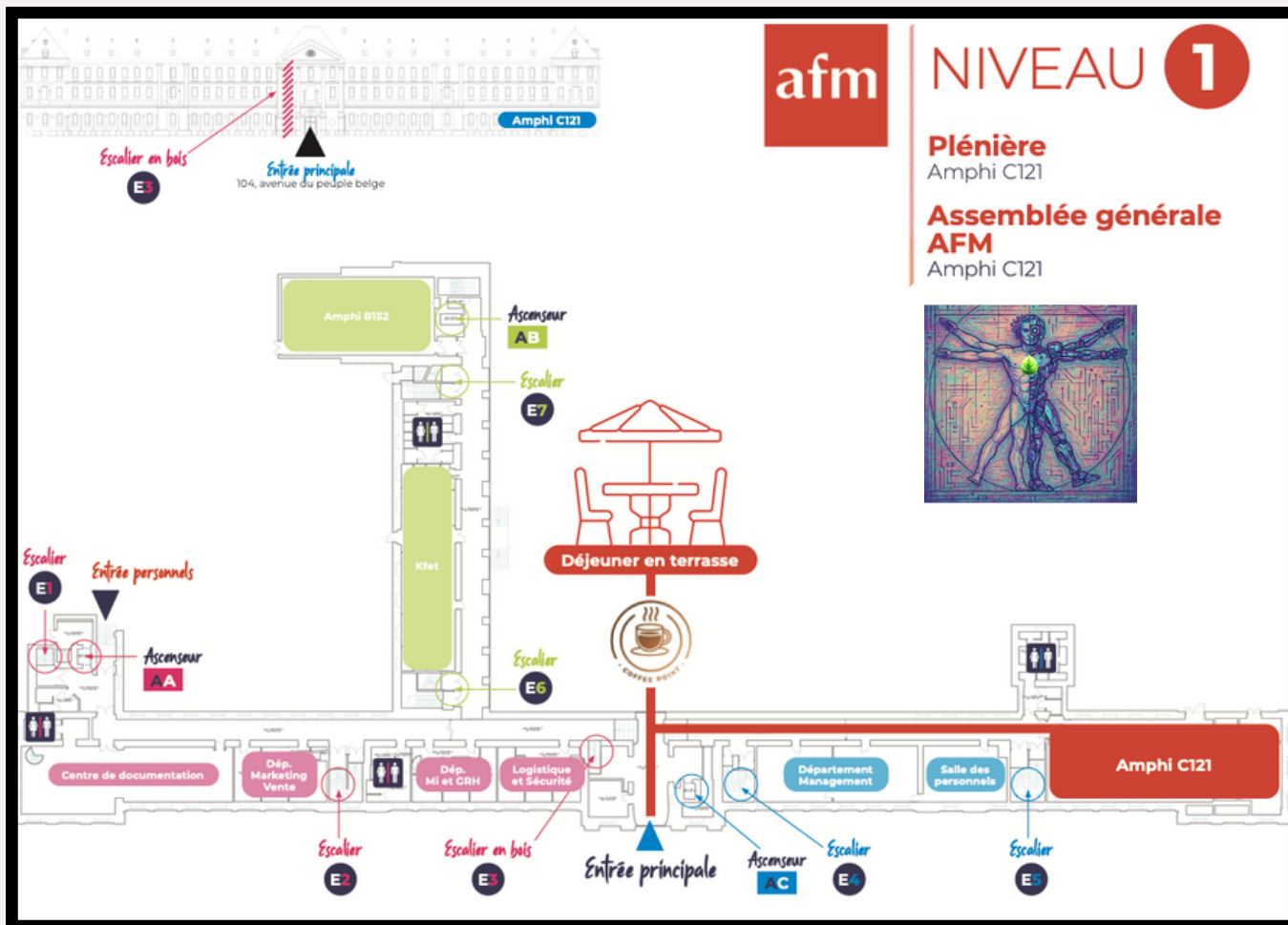
NIVEAU 1

Plénière

Amphi C121

Assemblée générale AFM

Amphi C121



afm

NIVEAU 5

Sessions

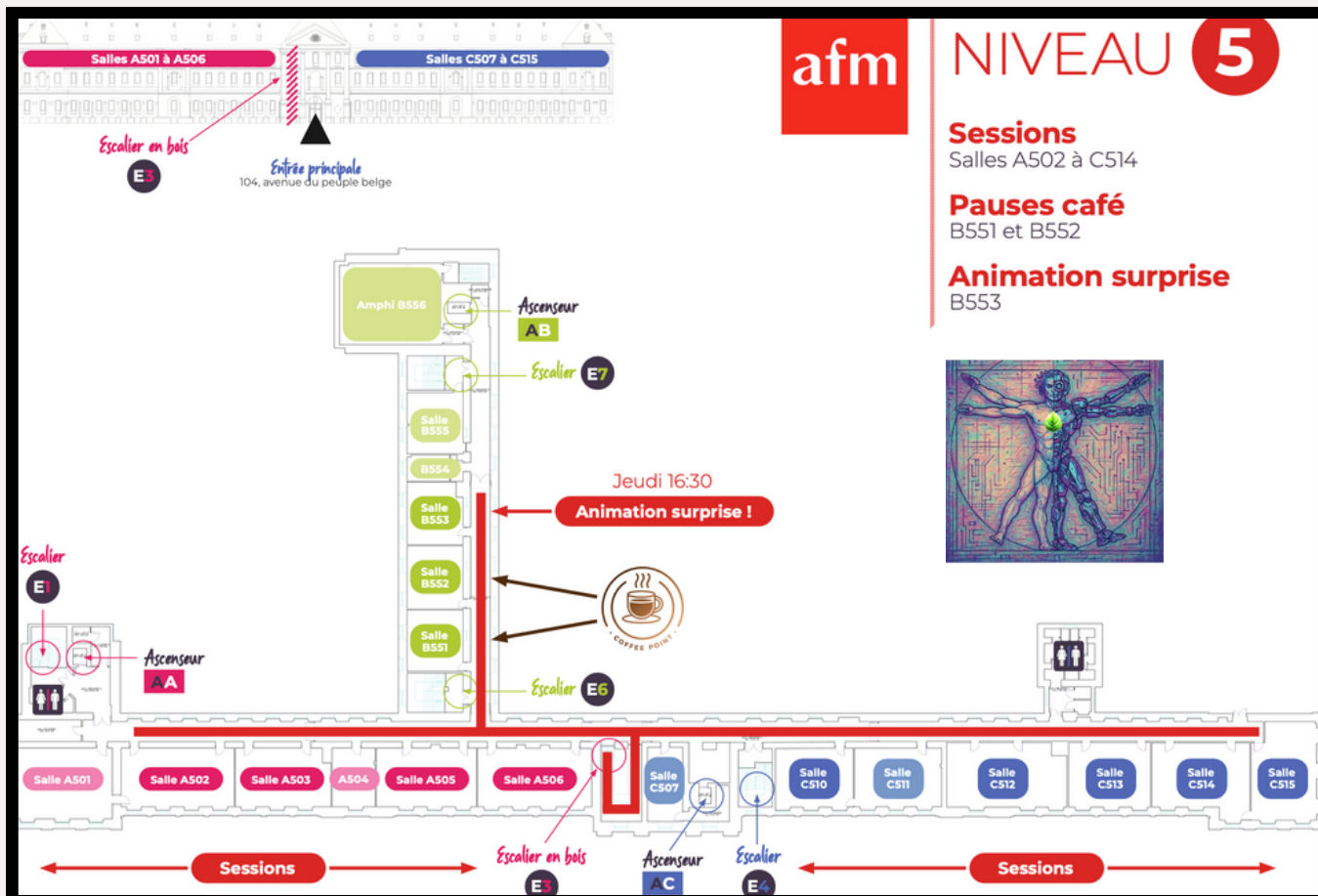
Salles A502 à C514

Pauses café

B551 et B552

Animation surprise

B553



Programme complet

Mercredi 14 Mai

Séance inaugurale :	13h30	-	14h10
Session 1 :	14h15	-	15h30
Pause café :	15h30	-	16h00
Session 2 :	16h00	-	17h15
Conférence plénière	17h30	-	18h30
Cocktail :	19h30	-	21h30

Jeudi 15 Mai

Accueil café :	8h00	-	8h30
Session 1 :	8h30	-	9h45
Pause café - tobii	9h45	-	10h15
Assemblée Générale AFM :	10h15	-	12h15
Déjeuner :	12h15	-	13h30
Session 2 :	13h30	-	14h45
Pause café :	14h45	-	15h00
Session 3 :	15h00	-	16h15
Pause café :	16h15	-	16h30
Session 4 :	16h30	-	17h45
Dîner de gala :	19h00	-	1h00

Vendredi 16 Mai

Session 1 :	8h30	-	9h45
Pause café :	9h45	-	10h15
Session 2 :	10h15	-	11h30
Mot de la fin :	11h30	-	12h00
Déjeuner			
Visites :	14h00	-	16h00

The logo for AFM (Association Française des Malades) is displayed in white lowercase letters on a red square background.

Mercredi 14 mai

Séance inaugurale : 13h30 - 14h10

Session 1 : 14h15 - 15h30

Session 2 : 16h00 - 17h15

Plénière : 17h30 - 18h30

Cocktail : 19h30 - 21h30



Séance inaugurale : 13h30 - 14h10

SESSION 1 : 14h15 - 15h30

Session 1 A
Salle 506

Présidente de session : **Marion Garnier**

Technologies & Gamification

Coach, partenaire ou assistante ? Une analyse qualitative des typologies des relations entre les utilisateurs et leur montre connectée à l'aide d'un modèle de langage ajusté
Oussama Nachit, Laurie Balbo & Marie-Christine Lichtlé

Should I stay or should I go? How app affordances, psychological needs and engagement types shape the path to healthy eating behaviors.

Agnès Helme-Guizon, Cindy Caldaa & Karine Raies

Apprendre en s'amusant ! Quand l'expérience de visite muséale se vit au travers d'une application gamifiée

Pauline de Pechpeyrou, Abdelmajid Amine, Sinda Agrebi, Bernard Quinio & Thierry Grandpierre

Session 1 D
Salle 502

Présidente de session : **Kristof Coussement**

Marketing en mutation

Riding the Wave of Change: Drivers and Effects of Transformative Marketing Phenomena in B2B Mobility Ecosystems
Selina Berger, Marc Kuhn & Lars Meyer Waarden

Biased or not biased? Exploring consumer's performance in detecting biased recommendation agents
Camille Charles, Caroline Ducarroz & Corentin Vande Kerckhove

Session 1 B
Salle 505

Président de session : **Boris Collet**

Nouvelles expériences de consommation

L'hypermarchandisation des festivals : un frein à la résonance
Nico Didry, Emmanuelle Boch & Jean-Luc Giannelloni

L'expérience d'urbex dans les catacombes de Paris
Alexandra Vignolles & Pierre Courtois



Vidéo

Louer sa piscine est-il gagnant-gagnant ? Une exploration de la dimension sociale dans le contexte de la location entre pairs
Amélie Clauzel & Leïla Loussaïef

Session 1 E
Salle 510

Présidente de session : **Fatima Regany**

Brand Activism

Dimensions of Brand Activism: Impact on consumer behavior and brand performance
Souha Itani

Suspicion in brand activism campaigns: unveiling the effects of media attention, commitment duration and helping behavior.
Charlotte Lecuyer

Révélations en temps de crise de marque : que cache la colère des consommateurs ?
Khouloud Zghal-Chhaider

Session 1 C
Salle 503

Présidente de session : **Sophie Changeur**

Humour en Marketing

The "Wendy's Effect": How Aggressive Humor Pay Off in Brand-to-Brand Dialogues on Social Media?
Mathieu Beal & Katie Nguyen

L'appel à l'humour nous fait-il plus nous engager ? Analyse de l'effet de l'humour sur les comportements prosociaux centrés sur soi et sur les autres.

Justine Estarague & Ahmed Benhoumane

L'humour dans les réponses d'une marque a des commentaires négatifs injurieux sur les réseaux sociaux : nature du commentaire et types d'humour

Catherine Aussilhou

Session 1 F
Salle 512

Présidente de session : **Eva Delacroix**

Liberté, égalité et diversité du genre

Quand le corps fait face au marché : le cas des femmes motardes.
Coralie Lallemand, Anthony Beudart & Jean-Philippe Nau

"In-and-out" coolness – intimacy cues in LGBT advertising and perceptions of brand coolness
Gaëlle Pantin-Sohier, Romain Sohier, Dina Rasolofoarison & Cristel Russel

Comment la transgression façonne et est façonnée par la consommation des individus : le cas des hommes qui se maquillent
Alicia Lefrançois

Session 1 G
Salle 513

Président de session : **Laurent Maubisson**

Défis du marketing face aux ressources humaines

From King to Threatened: Customers' Acceptance of Threatening Messages Against Incivility in Service Settings
Julien Cusin, Renaud Lunardo & Michaël Flacandji

Marketing RH : Faut-il promouvoir la sensibilité d'une organisation aux problématiques de la diversité et de l'inclusion lors de la diffusion d'une offre d'emploi ?

Laurent Maubisson, Romuald Grouille & Arnaud Rivière

Marque employeur et bien-être dans les big four : repenser l'expérience collaborateur à partir de l'expérience client et des moments de vérité
Hela Ben Miled Cherif, Semra Karkas & Alexis Bogroff

Session 1 H
Salle 514

Présidente de session : **Gwarlann de Kerviler**

Marketing de luxe : diffusion & transmission

Comprendre les relations entre poétisation du langage et stratégies de contenu de marque : étude exploratoire au prisme de la théorie des économies de la grandeur
Hélène Le Léannec Tahi & Nathalie Veg-Sala

The impact of social media on the intention to buy dupes: the role of attitudes and perceived risks
Andrea Milena Sánchez Romero & Manel Hamouda

« Maman m'a légué son sac Hermès » : Transmission intergénérationnelle de marques de luxe
Morgane Noirot & Aurélie Kessous

Session 1 I
Salle 515

Présidente de session : **Marie Beck**

Réalité virtuelle

Réalité augmentée et réactions des utilisateurs : Une étude qualitative des effets de l'augmentation dans le cadre d'une cabine d'essayage virtuelle
Jean-François Lemoine & Sarra Msakni

Bridging Fiction and Reality: The Role of Cultural Portrayals in VR Consumer Perceptions
Nikolay Slivkin, Leila Elgaaied-Gambier & Linda Hamdi-Kidar

Les effets de la voix d'un assistant vocal sur les réactions et l'intention d'achat des consommateurs : résultats d'une expérimentation
Nicolas Kusz & Jean-François Lemoine

Pause café : 15h30 - 16h00

Salles
B551 & B552

SESSION 2 : 16h00 - 17h15

Session 2 A
Salle 506

Présidentes de session : **Catherine Aussilhou & Hajer Babouche**

Session spéciale AFM
Journées labellisées AFM

Examen de la contribution du concept d'immersion pour prédire les intentions de consulter à nouveau et de recommander une expérience numérique.

Laurent Maubisson

La publicité est-elle jugée intrusive lorsque l'on souscrit à une offre payante avec publicités ? Le cas de l'abonnement de Netflix « standard avec pub ».

Laure Perraud & Virginie Rodriguez

Utiliser les applications mobiles de lutte contre le gaspillage alimentaire : Un indicateur de l'adoption d'une démarche de consommation responsable ?

Jean-Marc Ferrandi, Marie Christine Lichtlé, Anne Mione & Béatrice Siadou-Martin

Mieux comprendre les effets du marquage d'origine associé aux produits régionaux typiques : une investigation empirique à l'aide du concept de proximité

François Lenglet & Rémi Mencarelli

Session 2 B
Salle 505

Président de session : **Laurent Carpentier**

Les influenceurs face à leurs responsabilités

L'éthique des likes : les influenceurs face aux défis de la durabilité
Charlène Carreteiro & Sophie Renault

Le pouvoir social des influenceurs virtuels : du suivi à la conversion des followers
Douniazed Filali Boissy, Elodie Jouny-Rivier, Insaf Khelladi & Catherine Lejealle

A la croisée des chemins : étude des jugements sociaux des célébrités et des influenceurs en tant qu'endosseurs de marque
Marine Cambefort & Françoise Simon

Session 2 C
Salle 503

Président de session : **Julien Cloarec**

IA, smart home et assistants

Quo vadis smart cities? Exploring adoption of AI-driven smart mobility and smart home technologies. A review on existing research
Sinu Thirukketheeswaran, Marc Kuhn & Lars Meyer Waarden

Jouer avec l'ambiguïté : avec les assistants virtuels, ce qui importe, c'est la suspension d'incrédulité
Aina Ravoniarison

Session 2 D Salle 502

Présidente de session : **Nil Özçağlar-Toulouse**

Marketing décarboné

Décarbonation et perceptions des marketeurs : une étude exploratoire
William Vicente, Hajar Ibnelhaj, Flavie Rousseaud, Amina Beji-Becheur & Alain Debenedetti

Que serait une sobriété matérielle juste ? Une analyse descriptive de catégories d'objets par la doctrine suffisantiste de la justice sociale
Valérie Guillard

La transformation des pratiques marketing pour intégrer les limites planétaires
Nicolas Gasiglia & Julien Schmitt

Session 2 G Salle 513

Président de session : **Arnaud Rivière**

Nouvelles perspectives sur le marketing du sport

L'engagement dans les jeux olympiques de Paris 2024 comme levier pour augmenter la pratique d'activité physique de la population.
Romain Debru & Houda Sassi-Chamsi

La valeur perçue d'un contrat de sponsoring : Les sponsors valorisent-ils les initiatives citoyennes menées par le club ?
Jérôme Boissel

Comprendre comment les technologies embarquées par les joueurs de football professionnels modifient l'expérience du spectacle sportif médiatisé
Agathe Vivarelli & Nathalie Fleck

Session 2 E Salle 510

Présidente de session : **Marie-Hélène Fosse-Gomez**

Enseignement & transformations

Création de sens et mise en œuvre d'un marketing responsable chez les professionnels : le cas des communicants en France
Isabelle Marx, Valérie Zeitoun & Géraldine Michel

L'engagement sociétal à l'épreuve des contradictions : la construction de sens chez les futurs décideurs marketing dans leur école de commerce
Ludivine Query & Marie-Eve Laporte

Students' perceptions of generative AI use: motivations, satisfaction, and the impact of individual characteristics
Giulia Pavone

Session 2 H Salle 514

Présidente de session : **Intissar Abbes**

Dark side des réseaux sociaux et Hyperconnexion

Détox en stock. Rompre avec l'hyperconnexion : Le processus de changement vers la sobriété digitale
Amélie Guèvremont, Romain Sohier & Gaëlle Pantin-Sohier

Pour un meilleur marketing : repenser la surabondance des images digitales promotionnelles afin de préserver les consommateurs
Aurély Lao, Sandra Camus, Laurie Balbo, Maud Derbaix & Alexandra Masciantonio

Le shopping sur Instagram ou comment les jeunes filles de la génération z sont-elles sujettes à l'achat impulsif ?
Jean-François Lemoine & Mylène Lipp

Session 2 F Salle 512

Président de session : **Laurent Botti**

Marque et expérience touristique

Brand love touristique : développements théoriques et perspectives de recherche futures
Yilong Liang, Juliette Passebois-Ducros & Jean-Philippe Galan

Conceptualisation de l'expérience touristique mémorable. Une application de la méthode AOL soutenue par l'IA.
Yassine Chamsi & Pierre Valette-Florence

Pour une meilleure prise en compte de l'influence de l'image de la destination touristique sur les intentions comportementales des résidents
Koffi Selom Agbokanzo, Pierre-Charles Soulié, Joseph Kaswengi & Stéphane Bourliataux-Lajoinie

Session 2 I Salle 515

Présidente de session : **Maud Herbert**

Défenseurs du climat et de la durabilité

Comment évaluer les connaissances climatiques des consommateurs ? Développement et validation d'une échelle courte et multidimensionnelle de mesure des connaissances climatiques.
Valériane Champagne St-Arnaud & Katherine Labonté

La légitimité de durabilité perçue du consommateur face aux pratiques marketing : le cas des PME nées durables
Clara Calaudi

Unraveling the effect of Fresh Start Mindset on Sustainable Behavior
Sai Prashanth Ramachandran, Femke Van Horen & Aylin Aydinli

Conférence plénière : 17h30 - 18h30 - Amphi 121

Marketing : Avenir et no future ? Durabilité, Humanisme et IA



Eric Vidalenc
Directeur Adjoint
Hauts-de-France
ADEME

Mame-Mor Fall
Data Scientist
& Founder
FACE UP



COCKTAIL : 19h30 - 21h30 - CCI, Chambre de Commerce de Lille Place du Théâtre, 59000 Lille



Jeudi 15 mai

Session 1 : 8h30 - 9h45

Assemblée Générale AFM : 10h15 - 12h15

Déjeuner : 12h15 - 13h30

Session 2 : 13h30 - 14h45

Session 3 : 15h00 - 16h15

Session 4 : 16h30 - 17h45

Dîner de Gala : 19h - 1h00



Accueil café : 8h00 - 8h30

SESSION 1 : 8h30 - 9h45

Session 1 A Salle 506

Présidente de session : **Mariia Koval**

Rôle de l'influenceur

Direct Support to Media Personas and the Influence of Perceived Relationships

Davide Gabriele Muzi, Stadruta Mookherjee & Marion Garnier

#ArtInfluencer: The Role of Social Media Creators in the Democratization of Culture
Marie Ballarini & Dianzhuo Zhu

Évolution du leader d'opinion politique vers l'influenceur YouTube : une analyse exploratoire de ses caractéristiques

Jean-François Lemoine, Simon Régnier & Narek Arakelvan

Session 1 D Salle 502

Président de session : **Thomas Leclercq**

IA, expérience culturelles et intentions

En route vers un livre intelligent à l'ère de l'IA ?

Fatma Choura & Norchène Ben Dahmane Mouelhi

The impact of augmented reality on visitor experience and behavioral intentions in cultural sites

Oumayma Ben Mbarek & Kaouther Saïed Ben Rached

L'effet de la littératie numérique et la préoccupation liée à la vie privée sur la confiance perçue et l'adoption des outils d'intelligence artificielle générative
Ines Kolli & Martin Noël

Session 1 B Salle 505

Présidente de session : **Daphné Salerno**

Interactions avec les Chatbots

Dis-moi qui tu es : quand et comment divulguer l'identité d'un chatbot

Salma Banana, Sophie Changeur & Sophie Balech

Elle est chaleureuse, il est compétent : le genre façonne-t-il la confiance, la valeur, la communalité et l'agentivité perçues par les utilisateurs de chatbots de bien-être lors d'interactions réelles ?

Agnès Helme-Guizon, Jade Broyer, Soffien Bataoui & Mohamed Hakimi

Voix et intelligence artificielle : étude des stéréotypes de genre et de prosodie dans un contexte commercial

Jean-Philippe Galan, Alexandra Vignolles & Fabrice Desmarais

Session 1 E Salle 510

Présidente de session : **Marie-Catherine Mars**

Comportements responsables

Rethinking air travel: social acceptance and behavioral shifts toward sufficiency

Sandra Dechesne-Sellam & Leila Elgaaied-Gambier

Et si la labellisation venait au secours des appareils reconditionnés ! Impact du label RECYC sur la réticence à l'achat de smartphones reconditionnés

Hafsa Saadane & Abdelmajid Amine

Exploration des représentations de la pratique du compostage : une analyse par les théories de la distance psychologique et de la valeur

Nawel Ayadi, Christine Gonzalez & Alexandre Lapeyre

Session 1 C Salle 503

Présidente de session : **Véronique Pauwels**

Littératie et comportements alimentaires

Entre adhésion et transgression des normes alimentaires : Le cas de la trend « Girl Dinner » sur TikTok

Emilie Hoëllard & Pascale Ezan

Améliorer la littératie alimentaire des familles modestes et vulnérables grâce aux applications nutritionnelles : le cas de l'application Yuka

Ophélie Mugel & Patricia Gurviez

Comment les réseaux sociaux façonnent la littératie alimentaire des étudiants ?

Chaïma Lajili & Pascale Ezan

La grande distribution vue par les consommateurs illettrés marocains : entre attrait et rejet

Hind Marzak & Camal Gallouj

Session 1 F Salle 512

Présidente de session : **Sophie Rieunier**

Philanthropie, légitimité caritative et expérience client

La philanthropie corporative hôtelière perçue influence-t-elle les étapes du parcours client ?

Leo Trespeuch, William Menvielle & Saïd Zouiten

Are retailers legitimate fundraisers? Examining perceived legitimacy and donation intentions in checkout charity through charity triad and ABC theories
Elodie Manthé

L'appropriation des chatbots par les associations caritatives sur leurs sites internet : quelle légitimité perçue par les donateurs ?
Soffien Bataoui & Emmanuelle Boch

Session 1 G
Salle 513

Présidente de session : **Jeanne Lallement**

Session spéciale

Vers des mobilités durables,
de l'acceptation à l'appropriation



Une exploration ethnomarketing des facteurs d'appropriation des véhicules intermédiaires : lecture à la lueur de la théorie des pratiques
Alexandre Dargos, Michel Gentric, Samuel Guillemot, Morgane Innocent, Erwan Joud & Marine Le Gall-Ely

Importance de la dimension sociale dans l'acceptabilité des navettes autonomes à la demande

Florence de Ferran, Jeanne Lallement, Sarah Machat & Ulysse Soulat

Capabilités, pouvoir d'action et mobilité douce : étude d'un dispositif d'accompagnement à l'usage des vélos à assistance électrique (vae) dans le cadre des trajets domicile-travail
Cécile Ezvan, Florence de Ferran, Valentina Kirova & Jeanne Lallement

Session 1 H
Salle 514

Président de session : **Gilles N'Goala**

Défis du luxe et valeur

Money illusion for others
Rajarshi Majumder, Ignazio Ziano & Robert Mai

Marques de Luxe : Vers une définition des savoir-faire d'exception
Aude Farez-Merloni & Nathalie Veg-Sala

Comparing the influence of the perceived value of shopping modes on loyalty among chinese mz-generation consumers of first-hand and second-hand luxury goods
Juhua Cui & Isabelle Prim-Allaz

Session 1 I
Salle 515

Présidente de session : **Céline Jacob**

Création de valeur et innovation durable

Les effets des outils d'éducation des clients sur la création de valeur des produits complexes
Baptiste Moussaoui & Arnaud Rivière

Conservateurs, progressistes, transformateurs : l'influence des biais décisionnels des marketeurs sur l'innovation durable
Sophie Richit & Aurélie Hemonnet-Goujot

Construire demain : Désirabilité et perceptions des futurs technologiques
Pauline Folcher & Sarah Mussol

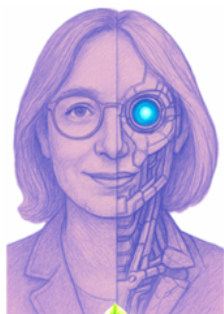
Pause café - Tobii : 9h45 - 10h15

tobii

Salles
B551 & B552

Assemblée Générale AFM : 10h15 - 12h15

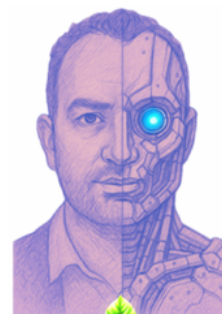
Amphi 121



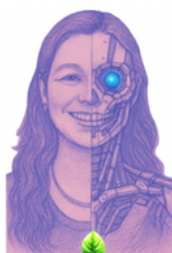
Déléguée générale
Gaëlle Pantin-Sohier
U. Angers



Président
Julien Schmitt
ESCP Europe



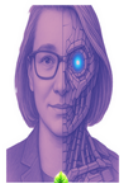
Trésorier
Zied Mani
U. Paris Nanterre



Équipe Trésorier
Eva Cerio
U. Angers

Les Vice-Présidentes des Commissions

Publications & Science Ouverte



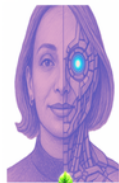
Marine Legall-Ely
U. Bretagne

Développement Professionnel



Marie Schill
U. Saint Etienne

Diffusion & Réseaux



Souad Djelassi
U. Lille

Transformation Sociétale



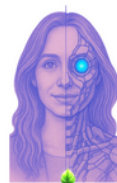
Lydiane Nabec
U. Paris-Saclay

Communication



Ophélie Mugel
Ferrandi

Rayonnement international



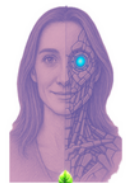
Elisa Monnot
CYU

Mémoire



Christine Gonzalez
U. Le Mans

Perspectives



Aurélie Hemonnet
Aix-Marseille U.



Rédacteurs en chef RAM



Damien Chaney
EM Normandie



Géraldine Michel
IAE Paris



Rédacteurs en chef DM



Rémi Mencarelli
U. Savoie Mont-Blanc



Gilles Ngoala
U. Montpellier



Déjeuner : 12h15 - 13h30

Session 2 : 13h30 - 14h45

Session 2 A Salle 506

Présidente de session : **Inès Chouk**

Session spéciale AFM Science ouverte



Inès Chouk,
Gaëlle Pantin-Sohier, Marine Le Gall-Ely & Nil Özçağlar-Toulouse

1. Quels sont les enjeux de la science ouverte ?
2. Comment gérer les données et élaborer un plan de gestion des données dans le cadre de la science ouverte ?
3. Comment diffuser les résultats ?

Ex. de valorisation via un dessin animé

Alicia León y Barella, Cheffe du service Science Ouverte

Jennifer Morival, Référente science ouverte pour les unités de Droit-Gestion

Gaëlle Pantin-Sohier, Professeure des Universités à l'IAE d'Angers

Session 2 B Salle 505

Président de session : **Julien Cloarec**

Session spéciale Beyond Compliance: Ethical Pathways for Responsible Technology



Les réactions des consommateurs face aux infractions des entreprises au règlement général sur la protection des données (RGPD)

Pauline Roques, David Vidal, Anne-Sophie Cases

Applying the nutri-score to personal data: the impact of a privacy score on consumer decision-making for connected devices

David Vidal, Audrey Portes, Josselin Masson & Anne-Sophie Cases

How AI-driven certified energy management systems shape sustainable investment
Yosr Ammar, Julien Cloarec & Bertrand Valiorgue

Session 2 C Salle 503

Présidente de session : **Sophie Lacoste-Badie**

Revendications territoriales

Influence des dimensions culturelles de l'évaluation des attributs du produits avant achat : le cas du vin de Bordeaux au Cameroun, Côte d'Ivoire, Nigeria et Kenya

Mathieu Nlend Momnougui, Franck Duquesnois & Jean-Philippe Galan

L'impact des niveaux de revendication territoriale régionale sur l'intention d'achat de produits alimentaires : le rôle médiateur de la valeur perçue
Gauthier Casteran, Emeline Martin & Thomas Ruspil

La sélection de produits locaux par les consommateurs en GSA : une étude par eye-tracking et méthode des protocoles.

Fabrice Cassou, Emmanuelle Sauvage & Jean-Philippe Galan

Session 2 D
Salle 502

Présidente de session : **Valentina Kirova**

Session spéciale

Vers une compréhension et une transformation durable des pratiques de consommation de l'eau



La consommation individuelle de l'eau : une revue systématique de la recherche
Fabien Rogeon, Emmanuelle Boch, Valentina Kirova & Ludivine Destoumieux

Représentations et pratiques de la consommation d'eau
Emmanuelle Boch, Valentina Kirova, Ludivine Destoumieux & Fabien Rogeon

The Water Fresco Workshop: Evaluating the impact of a teaching device on students' water-saving behaviors and their social-psychological factors
Ludivine Destoumieux, Vincent Favarin, Fabien Rogeon, Emmanuelle Boch & Valentina Kirova

Session 2 G
Salle 513

Présidente de session : **Christine Gonzalez**

Emballage, logo et durabilité

Retour vers le futur... De l'influence de l'identité passée et future des packagings sur les comportements d'achat et de tri des consommateurs
William Sabadie & Mélanie Petit

Analyse exploratoire de la perception naïve de l'entropie liée aux matériaux des emballages par le consommateur
Anthony Bouvier & Sonia Capelli

Quelle est l'influence de la naturalité marchande perçue d'un logo sur les perceptions et les intentions des consommateurs ?
Eric Lombardot, Jean-Philippe Galan, Sarah Mussol, Isalyne Vanmansart, Lysa Fournier & Sohane Mazenq

Session 2 E
Salle 510

Président de session : **Lars Meyer-Waarden**

Smart retail & experiential marketing

Bridging the sensory gap: enhancing consumer experience in e-commerce through auditory and textual cues
Alix Baert & Ingrid Poncin

Space oddity: how human density influences satisfaction in luxury services
Annalisa Fraccaro, Béatrice Parguel & Timo Mandler

Smart Retail Technologies: their impact on social presence, customer experience, and engagement. Application to a smart fitting room
Diane Detry, Ingrid Poncin & Marion Garnier

Session 2 H
Salle 514

Président de session : **Jean-Philippe Nau**

Working Papers : Sport-Santé et mobilité

An exploratory study on oocyte cryopreservation for non-medical reasons, french women's perspective: awareness, knowledge, beliefs, acceptance and attitudes
Gloria DOSSOU, Wiam Hmamed

Ethnographie sensible de la communauté endogirls : 1rt-based research, phénoménologie et imaginaires de la douleur chronique
Amélie Bellion

Expériences féminines de la mobilité active : entre contraintes et opportunités
Valérie Boembeke, Alain Decrop, Sile O'Dorchai

Par monts et par vaux : Comprendre la consommation des navetteurs entre mobilité et temps contraints
Arnaud Delannoy, Alexandre Tiercelin, Marion Garnier, Olivier Nicolas

Amélioration du bien-être alimentaire des consommateurs : proposition d'une échelle de mesure et agenda de recherche
Tian Zeng, Élisabeth Robinot, Léo Trespeuch

Champagne et placement de produit : une alliance effervescente dans Emily in Paris
Charlène Carrateiro, Aurélie Ringeval-Deluze

Tous en mouvement avec Paris 2024 : comprendre comment l'engagement dans les Jeux Olympiques peut impacter la pratique d'activité physique de la population.
Romain Debru

De l'activisme à la polémique : Le cas des uniformes Nike aux JO de Paris 2024
Pascale Marceau, Amélie Guèvremont

Une réflexion conceptuelle sur l'impact des jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024 sur l'image de la ville et les stratégies d'engagement des entreprises
Zeineb Farhat, Thomas Garnier Haren, Florian Hemart, Pierre JACQUES, Lucas Marcilly, Tymothe SUCHAUD

Session 2 F
Salle 512

Présidente de session : **Cristina Longo**

Gaspillage et Consommation - Food marketing

Eco-spiritualité versus religiosité : Quel moteur pour améliorer les pratiques de recyclage alimentaire dans les foyers ?
Patricia Niglis, Yohan Bernard & Hanene Oueslati

Les consommateurs français et leurs pratiques anti-gaspi des fruits et légumes à domicile : proposition d'une typologie
Sarra Azib, Morgane Innocent, Bertrand Urien & Patrick Gabriel

« Et si on mangeait notre cuillère pour protéger les tortues ? » le rôle de la curiosité dans l'acceptabilité de la vaisselle comestible
Valérie Hémar-Nicolas & Marie Schill

Session 2 I
Salle 515

Président de session : **Jean-Luc Herrmann**

Persuasion et engagement du consommateur

Pourquoi les individus achètent dans le métavers ? Exploration de l'influence de l'inter-socialité sur l'engagement communautaire
Alan Reiter, Jean-Pierre Mouline, Hélène Yildiz & Chebli Youness

Effets du tutoiement singulier (versus pluriel) en fonction de la nature du contenu d'un post de marque sur les variables d'engagement en ligne
Catherine Aussilhou & Sophie Balech

Compliment et comportement ultérieur : une application à une demande de participation à une enquête
Céline Jacob & Nicolas Guéguen

Salles
B551 & B552

Session 3 : 15h00 - 16h15

Session 3 A
Salle 506

Présidents de session : **Jean-Luc Herrmann et Barry Babin**

Session spéciale AFM
Partenariat AMS-AFM



La détection des biais culturels dans le contenu publicitaire généré par l'IA
Christophe Rethore, Maria Petrescu, Dawn Iacobucci, Shuyi Hao, John Girona & Philip Kitchen

Une exploration netnographique de la colère et de l'espoir face au changement climatique sur Reddit
Pénélope Nicolleau & Francesca Bergianti

L'influence de la présence sociale et spatiale dans le métavers sur les comportements en ligne et hors-ligne
Laura Lavertu & Allan Lubart

Une étude exploratoire de la consommation bi-résidentielle et déléguée : résumé structuré
Monica C. Scarano & Myriam Ertz

Session 3 D
Salle 502

Présidente de session : **Marie Schill**

Pratiques de tri et de réduction des déchets

Des épluchures aux solutions : quelles communications mettre en place pour inciter au tri des biodéchets ? Une analyse exploratoire
Sandrine Costa, Cécile Croizat-Viallet, Yoann Graciot, Lisette Ibanez & Maxime Sebbane

Du changement individuel au changement systémique : le cas du tri des déchets en quartier prioritaire de politique de la ville
Jean-Damien Grassias & Yolande Piris

La réduction des déchets ménagers : une approche par la théorie des pratiques
Emna Jebbs, Claire-Lise Ackermann, Agnès François-Lecompte

Session 3 B
Salle 505

Présidentes de session : **Anne-Céline Ginoux, Marie-Catherine Mars & Lydiane Nabec**

Session spéciale AFM
Prix du Cas et de l'Innovation Pédagogique

Finalistes de l'édition 2025 du Prix AFM-CCMP du Meilleur Cas Pédagogique en Marketing

Fromagerie DONGE : Quelles stratégies de croissance pour une relève familiale responsable ? »

Sabrina Hombourger-Bares et Christine Kratz

WE LOVE Green - Réduire l'impact environnemental dans une industrie du live musical encore peu vertueuse ?

Isabelle Assassi et Laurence Bundy

Quel développement pour Papa Sauce ? Etude qualitative pour lancer une extension de marque
Victor Mejia et Marie-Catherine Mars

Finalistes pour l'édition 2025 du Prix de la Meilleure Innovation Pédagogique en Marketing

BrandY

Stéphane Ganassali, Justyna Ganassali, Slawomir Smyczk, Sabine Emad, Francisco Suay Perez, Lieven Theys et Frédéric Vlummens

Chaine de cours de marketing et statistiques en ligne sur Youtube

Eric Lombardot

Tous inclus

Estelle Peyrard

Fin à 16h30



Session 3 E
Salle 510

Présidentes de session : **Widiane Ferchakhi & Hélène Yildiz**

Session spéciale :
IA et expérience client :
de la menace à l'opportunité ?



Chatbot et expérience client avenir et no future ?

Mohamed Anouar Lahouij & Widiane Ferchakhi

L'optimisation du parcours client grâce à l'IA : étude exploratoire en milieu industriel
Laurence Borderiou

Apprendre en réalité virtuelle : l'importance de l'expérience émotionnelle vécue
Alan Reiter, Jean-Pierre Mouline & Hélène Yildiz

Session 3 C
Salle 503

Présidente de session : **Nathalie Guichard**

Session spéciale AFM
Ethique et déontologie

Membres de la commission

présents :

Anne-Sophie Cases

Romain Debru

Agnès Helme-Guizon

Rémi Mencarelli

Jean-François Toti

Table ronde :
Ethique de la recherche et IA

Géraldine Michel, Rémi Mencarelli, Gilles N'Goala, Pauline Roques, Alex Deslée, Julien Cloarec & Jean-Philippe Galan



Session 3 F
Salle 512

Présidente de session : **Eva Cerio**

De l'armoire au magasin :
repenser la vie du vêtement

Quand les magasins physiques tissent les liens d'une mode circulaire en devenir

Yasmine Allouat, Isabelle Robert & Maud Herbert

La mode minimaliste peut-elle contribuer au bien-être individuel ? Analyse de l'impact d'une consommation de mode minimaliste sur le bien-être, les émotions, et l'attitude environnementale.

Aurore Bardey & Elaine Ritch

Mieux comprendre la décision du consommateur de revendre ou donner un vêtement dont il n'a plus l'usage : une approche combinée de la valeur résiduelle perçue du produit et de la valeur perçue de la pratique
Camille Lebossé, Arnaud Rivière & Laurent Maubisson

Session 3 G Salle 513

Président de session : **Jonathan Luffarelli**

Emotions et marques authentiques

Study of the effects of Serif vs. Sans Serif typography on perceived brand longevity in different writing systems

Weixi Kou, Franck Celhay, Mathieu Kacha & Fabien Pecot

Cartographie et analyse bibliométrique du concept d'authenticité

Virginie Saco, Marie-Christine Lichtlé & Pauline Folcher

Brand Activism: Tri-dimensional Brand Legitimacy's Impact on the Consumer-Brand Relationship.

Samia Moumade, Aurélie Hemonnet-Goujot & Pierre Valette-Florence

Session 3 H Salle 514

Présidente de session : **Monica Scarano**

Care et aidants

L'aidant, coproducteur de services de santé ? Le rôle de l'aidance parentale en contexte de cancer pédiatrique

Amélie Clauzel, Anne-Laure Delaunay, Jamila Lahmar-Eythrib & Nathalie Raulet-Croset

Politiques opt-in et opt-out : Quels impacts sur l'adoption des dossiers de santé électroniques en France ?

Emna Chérif & Nora Bezaz

Does Consumer Research Contribute to Ableism?

Nathalie Dubost, Jean-Philippe Nau, Anthony Beudaert, Hilary Downey, Katharina Husemann, Marlys Mason, Benjamin Nanchen, Estelle Peyrard & Anica Zeyen

Session 3 I Salle 515

Président de session : **Jean-François Lemoine**

Fidélisation

Les questionnaires des relations clients en ligne, après l'achat, ciblent la perception de la qualité du service afin de renforcer la satisfaction et la fidélité des clients

Abdelkader Gam, Oueslati May, Abderrahim Bellil & Jilani Habouria

La marque employeur comme outil d'attractivité puis de fidélisation : une affaire de promesses tenues ?

Romuald Grouille

I deserve to help: the role of self-enhancement in the prosocial behavior of entitled individuals

Alexandra Polyakova

Pause café : 16h15 - 16h30

Salles B551 & B552

Session 4 : 16h30 - 17h45

Session 4 A Salle 506

Président de session : **Mbaye Fall Diallo**

Session Revues - Rédacteurs en chef

Géraldine Michel & Damien Chaney
Recherche et Applications en Marketing

Rémi Mencarelli & Gilles N'Goala
Décisions Marketing

Mbaye Fall Diallo
Revue Française de Gestion
Jean-Louis Moulins
Journal of Marketing Trends



Activités - Surprises Salle B553



Session 4 B Salle 505

Présidente de session : **Isabelle Collin-Lachaud**

Working papers autour de la Durabilité

Retail-as-a-service: towards sustainability in specialized stores

Anissa Fedji & Olivier Badot

Discuter de l'universalité de la transition écologique et sociale du marketing

Ségolène Anzangossou

Des usines pour remplacer nos champs ?
Étude de l'acceptation des fermes verticales par les consommateurs français

Ida Fartsi

Leveraging Cognitive Reappraisal in Climate Change Marketing Communications: Influencing Consumer Behavioural Intentions and Emotional Responses

Bahram Mahmoodi Kahriz

Mécanismes de l'état de dissonance cognitive dans le contexte du green gap : exploration des réactions défensives des consommateurs face aux communications écoresponsables

Sasha Séjai, Catherine Allix-Desfautaux & Olivier Badot

A prefigurative perspective on the degrowth movement: What prevents the degrowth movement from realizing their disruptive potential?

Ahmed Benmecheddal

Applying Q methodology to evaluate pedagogical tools for sustainability in management education: Insights from France and Hungary

Eszter Gedeon, Katalin Asvanyi, Agnès François-Lecompte, Isabelle Dabadie, Zsuzsanna Szerenyi & Zsófia Nemes

Sustainable value: a clarification of the construct through a systematic review and bibliometric analysis

Ezgi Delen, Sihem DEKHILI & Thierry Burger-Helmchen

Session 4 C Salle 503

Présidente de session : **Nathalie Fleck**

Working papers autour de l'intelligence digitale : IA, jeux et influenceurs

Regulated AI in Education: Examining the Ethical and Innovative Dimensions of Generative AI implementation in Business Schools

Sumayya SHAIKH, Karine Revet, Malak El-Halabi & Xingming Yang

Impact de l'usage de l'intelligence artificielle générative sur le langage des consommateurs

Andria Andriuzzi, Marina Carnevale & Dawn Lerman

Pour une extension de la Language Consumer Research au répertoire actualisé de la pragmatique linguistique : points de repère et perspectives marketing

Julien Bouillé

L'auto-congruence entre l'avatar et l'utilisateur dans le métavers

Chahnez Raghdha Ben Cheikh & Marie Beck

Fashioning the Virtual Self: About Taste in Multiplayer Video Games

Florentin Remond

« C'est moi qui l'ai fait » : quand les parents co-créent les jeux pour leurs enfants

Alice Falchi & Elodie Jouny-Rivier

« Je pense qu'on peut apporter énormément de choses à travers du contenu audiovisuel, des sensations, de la tristesse, de la joie. ». Vers une lecture introspective et culturelle de la figure du créateur de contenus audiovisuels

Amélie Bellion & Julien Bouillé

Gouverner par la vérité : Les stratégies aléthurgiques des influenceurs santé et leur impact sur leurs audiences

Fidan Kurtaliqui & Matthieu Mifsud

Comment choisir un influenceur pour défendre la cause animale ? Le cas des oiseaux de proie ?

Caroline Lacroix & Elisabeth Robinot

Session 4 D
Salle 502

Présidente de session : Lucie Wiart

Et les animaux ?

Conscience de soi, bien-être animal et durabilité : une analyse des représentations et pratiques alimentaires en France
Virginie Thevenin, Mohamed Akli Achabou & Stefania Masè

Perceptions et justifications morales : étude des mécanismes de désengagement moral dans la consommation d'insectes
Laure-Alia Zarrouk, Agnès Helme-Guizon, Laurie Balbo, Cindy Caldara & Jessica Gérard

Choc et humour : la formule magique pour la réussite du shockvertising en marketing social ? Une étude sur la cause animale
Dragana Medic, Thao Bui-Nguyen & Jean-Marc Decaudin

Session 4 G
Salle 513

Président de session : Mathieu Kacha

Contenu publicitaire et persuasion

Publicité ou collaboration commerciale ? La sémantique de la divulgation du caractère commercial d'un post permet-elle aux internautes de mieux se protéger face aux tentatives de persuasion ?
Michael Flacandji, Juliette Passebois-Ducros, Christelle Robert & Stéphanie Mathey

L'impact des informations présentes dans les annonces CtoC sur les choix des consommateurs : une approche par la diagnosticité
Soffien Bataoui, Jessica Gérard, Marie-Laure Gavard-Perret & Emmanuelle Boch

How regular exposure to digital advertising images shapes consumer loyalty: insights from b2c e-commerce company
Hajar El Khoulaty, Sandra Camus & Aurély Lao

Session 4 E
Salle 510

Président de session : Alex Deslée

Avis en ligne : entre réclamations et recommandations

Comparaison de plusieurs méthodes d'analyse de sentiments dans les réclamations faites à l'administration française
Benjamin Levy & Christophe Benavent

L'impact des effets d'interaction entre le nombre et les types de fautes dans les avis en ligne sur les réactions des mobinautes
Egwen Kervizic & Jean-François Lemoine

Perceived reliance on advice for others: People perceive others would rely more on novice (but not expert) advice than themselves.
Rajarshi Majumder, Minah Jung & Ignazio Ziano

Session 4 H
Salle 514

Présidente de session : Béatrice Siadou-Martin

Alimentation saine ou en faible teneur carbone ?

Healthy or sustainable? How do consumers balance health and sustainability in food choices
Caroline Werle, Jonathan Luffarelli, Amanda Yamim & Mona Masoumzadeh

Fruit depiction formats on food packaging
Fanny Thomas, Gaëlle Pantin-Sohier, Jonathan Luffarelli & Betina Piqueras-Fizman

How to encourage low-carbon diets among young adult consumers? Insights from evolutionary psychology
Jérôme Boutang, Marie Kerekes & Aida Mimouni Chaabane

Violation des standards cosmétiques des fruits et légumes et utilisation de pesticides : une approche par la théorie de l'attribution
Laurent Bertrandias & Jeanne Albouy

Session 4 F
Salle 512

Président de session : Gilles N'Goala

Gaspillage et Consommation - Food marketing

Le poids des produits écologiques dans la satisfaction globale : une question d'asymétrie
Philippe Mouillot & Rémy Park

Understanding the role of user engagement and social influence in shaping purchase and recommendation intentions for slow fashion products
Khalid Samhale & Maali Benhissi

De la stratégie verte au statut de marque verte, comment les schémas du consommateur influencent les bénéfices potentiels de la stratégie pour la marque.
Erwan Ghesquiere

Session 4 I
Salle 515

Présidente de session : Laurianne Schmitt

Défis éthiques de l'IA : privacy, biais algorithmiques et contrôle

An experimental study: how does empathetic and agentic AI impact human control?
Lijun Xie & Margherita Pagani

One AI to Rule Them All: Exploring Artificial Intelligence Agency through the Transformative Privacy Calculus
Vincent Favarin

AI in Marketing Practices: Ethical Stakes for Consumers and Influence on Brand Trust. A literature Review
Laure Lavorata, Shahin Alam & Bernard Quinio

Dîner de gala : 19h00 - 1h00

Cité des échanges, 40 Rue Eugène Jacquet, 59700 Marcq-en-Barœul



Vendredi 16 mai

Session 1 : 8h30 - 9h45

Session 2 : 10h15 - 11h30

Mot de la fin : 11h30 - 12h00

Déjeuner



Accueil café : 8h00 - 8h30

SESSION 1 : 8h30 - 9h45

Session 1 A
Salle 506

Présidente de session : **Aurély Lao**



1. Vulnérabilités environnementales et sensibilisation à la sobriété

Projet ANR DISCOM

Mbaye Fall Diallo & Souad Djelassi

Projets ANR ECOS & de

la Chaire Tex & Care

Hélène Gorge & Boris Collet

Isabelle Robert Maud Herbert



2. Marketing digital : vers une communication plus responsable

Projet ANR ETIC

Sandra Camus, Aurély Lao

& Laurie Balbo



ETIC

Eté des images digitales sur les consommateurs

3. Révolutions du commerce dans une société en transitions : faire vivre un programme de recherche collaboratif multi-enseignes dans le temps

Chaire Trend(s)

Isabelle Collin-Lachaud, Elodie Juge,

Bruno d'Auzac, Directeur marketing,

communication, omnicommerce & **Claire Letertre,**

Cheffe de projet Recherche - Leroy Merlin

TREND(S)

Chaire TREND(S)

Transformation of Retailing Ecosystem(s) & New market Dynamics for Sustainability



Session 1 D
Salle 502

Président de session : **Dominique Crie**

Santé, seniors et numérique

Marketing social et bien-être des patients chroniques : impact du soutien social des plateformes numériques

Marie-Laure Murre & Agnès Helme-Guizon

Pourquoi les vieux s'envoient-ils encore en l'air ?

Alexandra Vignolles & Chloé Prezelus



Vidéo

Données de santé en France :

empowerment, quantification et gouvernance

Malik Brakni

Session 1 B
Salle 505

Présidente de session : **Elisa Monnot**

Session spéciale AFM SIM-AEMARK-AFM



Comprendre la perception des bioplastiques par les consommateurs : Une approche mixte pour explorer les perceptions et les comportements de changement des consommateurs à l'égard des emballages alimentaires en bioplastique

Francesca De Canio, Cindy Lombart & Olga Untilov

Click and chat: exploring human-AI social dynamics in the context of online retail shopping.

Francesca Serravalle, Alice Falchi & Jean Pfiffelmann

Unpacking Live Streaming Shopping consumer perceived value - Bibliometric review and qualitative study among French shoppers

Younes Bouragba, Yacine Ouazzani, Martina Gallarza, Karine Picot-Coupey & Isabelle Collin-Lachaud

Session 1 E
Salle 510

Présidente de session : **Souad Djelassi**

Durabilité et consommation vestimentaire

Représentation, stéréotypes et impact psychologique de l'âgisme dans les médias de la mode

Aurore Bardey, Natascha Radclyffe-Thomas, Catriona Tassell & Catherine Chazal Labruère

S'habiller modestement dans l'industrie de la mode occidentale : Dissonance cognitive dans les pratiques religieuses et vestimentaires des femmes musulmanes en Europe

Aurore Bardey & Meriam Bendaoud

Session 1 C
Salle 503

Présidents de session : **Lydiane Nabec, Agnès Lecompte, Florence De Ferran & Morgane Innocent**

Limites planétaires et AFM



Session 1 F
Salle 512

Présidente de session : **Valérie Guillard**

Matérialisation et sobriété

"Regrets sur ma vieille robe de chambre" : Diderot et nos objets accumulés à domicile
Chantal Assima, Maud Herbert & Isabelle Robert

« C'est la honte » ou « c'est dans l'air du temps » : les diverses représentations du cadeau d'occasion dans le secteur des jouets
Eva Cerio & Tiphaine Chautard Dardé

De l'accumulation matérielle à la fluidité expérientielle : conceptualisation du matérialisme dans la consommation liquide. Une revue de littérature systématique

Pénélope Nicolleau, Gilles Séré De Lanauze & Béatrice Siadou-Martin

Session 1 G Salle 513

Président de session : **Julien Bouillé**

Mythes et socialisation

Le mythe holistique : Comment le marché des médecines non conventionnelles structure une culture de consommation unifiée

Paul Pasquier, Anthony Galluzzo & Laure Ambroise

Les stratégies face au mythe controversé : le cas Picasso

Marie Ballarni & Sarah Lasri

Sociabilité - socialisation - lien social : proposition d'un cadre d'analyse de la dimension sociale de l'expérience récréative

Nico Didry, Emmanuelle Boch & Jean-Luc Giannelloni

Session 1 H Salle 514

Présidente de session : **Marie Schill**

Protéines végétales, produits carnés ou pain recyclé ?

Protéines et durabilité : comment le cadrage des messages des ONG favorise les alternatives végétales ?

Fanny Thomas, Gaëlle Pantin-Sohier, Karine Charry, Béatrice Parguel & Killian Leloch

La consommation de pain recyclé : rôle de l'identité du consommateur et de ses représentations. Une revue de littérature

Laure Lavorata, Béatrice Bellini & Neda Boroujerdy

Repas gastronomique : tradition, représentations et transition alimentaire

Bruno Cardinale

Session 1 I Salle 515

Présidentes de session : **Mónika Szilágyi-Csüllög & Papp Anett DLA**

The Fashion System Game Mapping the Fashion System

Interactive workshop

to raise consumer awareness

What do our clothes say about us? navigating the challenges of ethical fashion consumption



Pause café : 9h45 - 10h15

Salles B551 & B552

SESSION 2 : 10h15 - 11h30

Session 2 A Salle 506

Présidents de session : **Marie Schill & Renaud Lunardo**

Session AFM Finalistes Prix de thèse



Chantal Assima : Posséder durablement ses vêtements : une approche de la (re)valorisation circulaire des objets domestiques par les pratiques et leurs affects (Dir. : M. Herbert et I. Robert).

Noémie Dehling : Penser le silence dans un monde de bruits : conceptualisation, fonctions et valeurs associées au silence dans l'expérience du consommateur (Dir : S. Hollet-Haudebert et R. Lunardo).

Agathe Vivarelli : Comprendre la digitalisation de l'expérience du spectacle sportif médiatisé et in situ (Dir : N. Fleck)

Session 2 D Salle 502

Présidente de session : **Marie-Eve Laporte**

Enjeux sociétaux en marketing santé

Contre qui les consommateurs doivent-ils être en colère pour accepter des mesures gouvernementales limitant leur consommation ?

Yohan Bernard & Cécile Colin

« Un pour tous » ou « Tous pour un » ? Examen des conditions et mécanismes de l'effet d'un message d'immunité collective pour inciter à la vaccination antigrippale

Marie-Claire Wilhelm & Marie-Laure Gavard-Perret

Towards breastfeeding-friendly places in service settings: The role of the servicescape

Jessica Darveau & Anthony Beudaert

Session 2 B Salle 505

Président de session : **Laurent Busca**

Regards critiques et renouvellements

Où sont les animaux en marketing ? Sortir de l'anthropocentrisme pour une inclusivité multi-espèces

Boris Collet, Lucie Wiart & Pierre Blondet

Service separation in highly emotional settings: what if dogs were performing the service?

Marion Sangle-Ferriere

Intégrer la positivité toxique dans les recherches futures en marketing : Cadre théorique, définition et agenda de recherche

Sarah Benmoyal-Bouzaglo

Session 2 E Salle 510

Présidente de session : **Amina Béji-Bécheur**

Marketing et justice

C'est la faute du livreur ! Quel effet modérateur post-réparation pour lui et le e-commerce ?

Sophie Jeanpert, Laure Jacquemier & Sophie Claye-Puau

Quand il y a de la justice pour un, il y en a pour deux ! Comment les consommateurs prennent en compte la justice du prix pour le producteur lorsqu'ils évaluent la justice du prix pour eux-mêmes

Evangelia Tsiapkolis, Sonia Capelli, William Sabadie & Lan Xia

Retailers' Differentiated Promotional Practices: Balancing Consumer Fairness Perceptions Across Online and Offline Channels

Ophélie Duquesne, Simon Hazée & Caroline Ducarroz

Session 2 C Salle 503

Présidente de session : **Ingrid Poncin**

Pratiques et comportements dans le jeu vidéo

Pratiques de consommation toxiques et régulation : le cas du jeu vidéo League of Legends

Adam Attouk, Sondes Zouaghi & Renaud Garcia-Bardidia

La digital afterlife dans les jeux vidéo : étude exploratoire des attitudes des joueurs selon le type de manifestation

Andréa Gourmelen & Nathan Portet

Comportement d'achat d'objets virtuels des joueurs de MMOG

Alan Reiter, Jean-Pierre Mouline & Hélène Yildiz

Jouer avec un produit ou avec un logo ? L'influence de la prééminence sur les attitudes selon l'identifiant de marque placé dans un jeu vidéo

Amélie Joassard

Session 2 F Salle 512

Présidente de session : **Pauline de Pechpeyrou**

Enjeux des marques

Quelles réponses comportementales de la part des consommateurs vis-à-vis des marques faisant l'objet de scandales ?

Laure Perraud, Pierre Buffaz & Virginie Rodriguez

Marques et sobriété : une exploration des représentations de la sobriété des marques en école de commerce

Anne Vaal & Christela Leroy

Les contestations de marques dans la musique rap : quand les membres d'une culture apportent leur soutien

Ghizlane Kasmi, Géraldine Michel & Valérie Zeitoun

Session 2 G
Salle 513

Présidente de session : **Ophélie Mugel**

Manger plus sainement et arbitrages

Manger plus sainement en situation de précarité : le rôle de l'information nutritionnelle on-pack

Héloïse Delaire, Lydiane Nabec, Eva Delacroix, Aurore Margat, Aurélie Maurice & Chantal Julia

Le difficile choix d'une alimentation saine et durable par les étudiants : entre conflits psychologiques et stratégies d'ajustement

Stéphanie Verfay & Marie-Claire Wilhelm

L'acceptabilité des pratiques de sobriété par les consommateurs : une étude exploratoire dans le domaine alimentaire

Agnès François-Lecompte, Isabelle Prim-Allaz & Laurent Bertrandias

Session 2 H
Salle 514

Présidente de session : **Dominique Kreziak**

Consommation éco-responsable

Between ethical consumption and materialism: the paradox of self-enhancement

Jean-François Toti, Bénédicte Bourcier Béquaert & Jean-Louis Moulins

Entre lifestyle et militantisme : la légitimité des éco-influenceurs à promouvoir la sobriété

Valérie Hémar-Nicolas & Pascale Ezan

De Friends à the Good Place : comprendre la performativité sociale de l'humour au travers des tensions autour de la consommation éco-responsable

Sophie Raynaud, Maria Carolina Zanette, Carmen Valor & Paolo Antonetti

Session 2 I
Salle 515

Présidente de session : **Aurély Lao**

Expérience d'achat online, offline et phytale

An exploratory study of touchpoints shaping the phytal shopping experience in France: a thematic and sentiment analysis approach

Danielle Lecointre-Erickson, Safaa Adil, Laeeq Khan, Koffi Selom Agbokanzo, Mirna Bassily & Sourou Meatchi

Design des site web marchands : l'influence de la largeur et de la profondeur du menu sur les réactions des internautes

Jean-François Lemoine & Thomas Sender

Understanding store switching during sales season: comfort decision in the face of crowding

Maali Ben Hissi

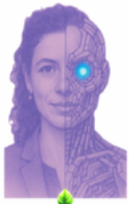
Mot de la fin : 11h30 - 12h00

L'équipe de Lille

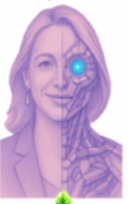
Présidence du Comité scientifique



Arno De Caigny
IESEG



Hélène Gorge
U. Lille

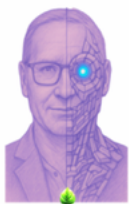


Annabel Martin-Salerno
IAE Lille

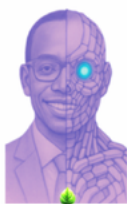
Présidence du Comité d'organisation



Kristof Coussement
IESEG



Dominique Crié
IAE Lille



Mbaye Fall Diallo
IAE Lille

Comité scientifique restreint

Isabelle Collin-Lachaud, Gwariann de Kerviler, Nathalie Demoulin, Souad Djelassi, Sophie Lacoste-Badie, Richard Ladwein, Cristina Longo, Nil Özçağlar-Toulouse, Fatima Regany

Comité d'organisation

Yasmine Allouat, Marie Beck, Marine Boyaval, Adrien Burglohner, Malik Brakni, Laurent Carpentier, Alex Deslee, Gloria Dossou, Hamdi Dkhil, Marie-Hélène Fosse-Gomez, Amira Harzallah Berriche, Redouane Jidal, Elodie Juge, Phool Kumar, Aurely Lao, Sophie Lechartre, Thomas Leclercq, Jérémie Muselet, Zakia Obaidalahe, Véronique Pauwels, Frédérique Perron, Christelle Quero, Daphné Salerno, Jean-François Toti, Dianzhao Zhu

Déjeuner

Visites

Visite A

Tex & Care

Circuit textile durable et circulaire

13h45 - RV accueil IAE
Covoiturage vers Roubaix

3 tricoteurs, Tissel, Grand bassin
La Manufacture - Musée de la mémoire et de la création textile

Option 1 : Héritage et innovation locale au service de la circularité - **Elodie Juge & Frederique Perron**

Option 2 : De la production circulaire à l'expérience retail alternative - **Yasmine Allouat**

Visite B



IA & Deeptech

14h - RV IAE au 6^e étage
Salle 613 - CERM
Center of Experimental Research in Management

Avec la participation de :

tobii
EYETRACKING

EURATECHNOLOGIES
EUROPE'S STARTUP BUILDER

Visite du laboratoire expérimental du LUMEN ULR 4999 et Rencontres « Start-up »

Marie Beck, Laurent Carpentier & Alex Deslée

Visite C

lille
TOURISME

Circuit centre historique de Lille

13h50 - RV accueil IAE

Co-organisé avec l'Office du tourisme

Marie-Hélène Fosse-Gomez