

22^e COLLOQUE INTERNATIONAL ETIENNE THIL

Mercredi 9 octobre 2019



8h30-10h30 : Petit déjeuner organisé par la Chaire Commerce 4.0 ESCP Europe E. Leclerc

« Le futur a 200 ans : regard historique sur le commerce 4.0 ». Ce petit déjeuner est ouvert à tous mais sur inscription séparée obligatoire (lien disponible sur le site de l'association Etienne Thil)



ESCP EUROPE BUSINESS SCHOOL | 180th BICENTENARY 2019 | ESCP EUROPE FONDATION

Un événement de la **CHAIRE PROSPECTIVE DU COMMERCE DANS LA SOCIÉTÉ 4.0**

MERCREDI 9 octobre 8h30-10h30

Le futur a 200 ans : regard historique sur le commerce 4.0

23^{ème} Petit-Déjeuner du Commerce 4.0

DEBAT animé par le Professeur Olivier Badot et Michel-Edouard Leclerc, Président des centres E.Leclerc avec :

- Pr. Jean-Claude Daumas, Professeur à l'Université de Franche-Comté (histoire contemporaine), auteur de "La révolution matérielle. Une histoire de la consommation"
- Johanna Pestour, co-fondatrice de la start-up Mamie Foodie

PARIS RÉPUBLIQUE CAMPUS

12h00-17h30 : Retail tour

Le retail tour 2019 permettra à 25 enseignants-chercheurs et doctorants (sur inscription, nombre de places limité) de bénéficier de visites guidées dans les concepts suivants :

EATALY
PARIS MARAIS

La nouvelle implantation de ce concept de restauration et de vente de produits 100% italiens dans le Marais mérite une visite ! L'expérience client hors du commun dans ce lieu d'exception tant attendu sera décryptée par Bruno Ruberti, Directeur Retail Eataly Paris Marais.



Le magasin Ikea Madeleine casse les codes. Parcours client entièrement repensé sans le classique labyrinthe, magasin compact en plein centre-ville qui ouvre l'enseigne aux clients non motorisés, quel bilan 6 mois après l'ouverture ? Visite réalisée avec Jean-Baptiste Le Brun, Responsable du commerce adjoint Food, en charge des nouveaux outils et services.



Le magasin connecté du e-commerçant Miliboo.com a déménagé et s'est installé juste en face d'Ikea Madeleine. Partenariat avec M6 et Stéphane Plaza, complémentarité entre on et off line, digitalisation du point de vente, comment le modèle du pure player français du meuble évolue-t-il et répond-il aux nouvelles exigences du commerce connecté ? Nous serons accompagnés par Emilie Gadal, responsable Marketplaces chez Miliboo.

Le point de rendez-vous et le programme détaillé seront précisés aux participants.

22^e COLLOQUE INTERNATIONAL ETIENNE THIL

Jeudi 10 octobre 2019 : journée entreprises & recherche



8h30-9h00 **Accueil des participants dans les locaux de l'ESCP Europe**

9h00-9h15 **Introduction au 22^{ème} colloque international Etienne Thil :**

Adeline OCHS, présidente du Comité d'organisation

Valérie RENAUDIN, présidente de l'Association Etienne THIL

Mbaye DIALLO, président du Comité scientifique du colloque

9h15-10h15 **Table ronde 1 : Relocalisation de la distribution des produits locaux : un modèle durable ?**

Animation : Aurélie MICHAUD-TREVINAL (*Université de La Rochelle*)

Participants :

- **Bernard GUNTZ**, Directeur technique d'**Auchan Retail International**
- **Elisa BONNEAU-SICARD**, Responsable drive et responsable des ventes de **Plaisirs Fermiers**
- **Claude SOURICE**, Directeur de **CEGAR-Terre d'Envies**

10h15-10h30 **Prix du meilleur ouvrage en distribution en partenariat avec la FCA**

Animation : Sandrine CADENAT (*Paris Est- Créteil*) & Gilles PACHE (*Aix-Marseille Université*)

Prix remis par Alexandra BOUTHELIER, déléguée générale de la FCA

10h30-11h00 Pause

11h00-11h30 **Plateforme collaborative PCECE en partenariat avec le PICOM**

Animation : Valérie RENAUDIN (*Université Paris Dauphine*) et PICOM

11h30-12h30 Table ronde 2 – Les technologies immersives : gadget ou investissement ?

Animation : Régine VANHEEMS (*Université Lyon 3*)

Participants :

- **Samuel MOUND**, Marketing & Account Manager de **V-Cult**
- **Baptiste LAUTRETTE**, Chef de projet Réalité Virtuelle chez **Décathlon France**
- **David PICARD**, Responsable Marketing Innovation & Anticipation - projets AR/VR chez **Orange**

12h30-14h00 Déjeuner

14h00-14h30 Pitch des 3 meilleures thèses en distribution en 180 secondes & remise du prix de thèse soutenu par la chaire E. Leclerc - ESCP Europe

Prix remis par Olivier BADOT (*Chaire E. Leclerc - ESCP Europe*)

14h30-15h00 Pitch des 3 meilleures communications & remise du prix de la meilleure communication en partenariat avec la FCD

Animation : Mbaye DIALLO (*Université de Lille*)

Prix remis par Jacques CREYSSEL, Délégué général de la FCD

15h00-18h30 Le Cercle de l'ObSoCo se réunit et nous présente les premiers résultats de l'Observatoire des perspectives utopiques

Animation : Philippe MOATI (*Université Paris Diderot*)

Alors que les grandes utopies actuelles (transhumanisme, décroissance, société collaborative) peinent à fédérer une large part de la population, l'ObSoCo explore les utopies « concrètes », « réalistes », « nécessaires » qui portent sur les modes de vie et sur les formes de vivre ensemble : comment se loger, se nourrir, produire, échanger, travailler, s'organiser, se réaliser, etc.

L'identification de ces perspectives utopiques qui résonnent chez les citoyens/usagers permet de cerner les appétences, d'anticiper les comportements, et d'orienter les stratégies des entreprises et des collectivités.

Avec la participation de : Dominique DESJEUX (*Université Paris Descartes*), Vincent CHABAULT (*Université Paris Descartes*), Olivier BADOT (*ESCP Europe*), François ATTALI (*CNAM*), Dominique ROUX (*Université de Reims Champagne-Ardenne*), Enrico COLLA (*ESCP Europe*), Nathalie LEMARCHAND (*Université Paris 8 Vincennes Saint Denis*), Christophe BENAVENT (*Université Paris Ouest*), Marc PRIETO (*ESSCA*) et Assen SLIM (*INALCO ESSCA*).

18h30 Clôture de la journée

20h00 Dîner de gala au restaurant « Les Chouettes », 32 rue de Picardie, Paris 3^{ème}.

22^e COLLOQUE INTERNATIONAL ETIENNE THIL

Vendredi 11 octobre 2019 - Journée Recherche










8h15-8h30 **Accueil des participants**

8h30-10h00 **Sessions de présentations en parallèle**

Session 1 - Commerce connecté	Session 2 - Distribution et digital	Session 3 - Commerce et création de valeur	Session 4 - Relation client et fidélisation
Animation : Jean-François LEMOINE	Animation : Régine VANHEEMS	Animation : Joseph KASWENGI	Animation : Béatrice SIADOU-MARTIN

10h00-10h30 Pause

10h30-11h00 **Étude sur l'expérience client vue par nos étudiants millenials, en partenariat avec PROCOS**

Animation : Sandrine CADENAT (*Université Paris Est Créteil*) et Emmanuel LE ROCH (PROCOS)

11h00-11h45 **Plénière : Understanding retail challenges in an economy of complexity**

Animation : Mbaye DIALLO (*Université de Lille*)

Guest invité : Professor Steve BURT, Université de Stirling, Ecosse.

11h45-12h30 **Assemblée Générale de l'Association Etienne Thil**

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

Vote pour le renouvellement du bureau de l'association pour les 3 années à venir

12h30-13h30 Buffet

13h30-15h00 **Sessions de présentations en parallèle / Colloque doctoral**

Session 5 - Magasinage et merchandising	Session 6 - Distribution et communication	Session 7 - Stratégies de distribution	Session 8 - Colloque doctoral
Animation : Michael FLACANDJI	Animation : Véronique DES GARETS	Animation : Gilles PACHE	Animation : Olivier BADOT

15h00 **Clôture du 22^{ème} Colloque Etienne Thil**

PROGRAMME DETAILLE DES SESSIONS

Session 1 – Commerce connecté (8h30 - 10h)

Présidence de session : Jean-François LEMOINE

- **Interactions entre les composantes atmosphériques d'un site web et réactions des internautes : le cas de la couleur et de la typographie.** DIOUF Demba Ousmane (PRISM-Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne) et LEMOINE Jean-François (Groupe ESSCA et PRISM-Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne).
- **Aux sources de l'intégration marketing des canaux.** BEZES Christophe (ISTEC, MRM).
- **Les effets de la typographie des sites web sur les réactions des internautes : le cas de l'espace interligne.** LEMOINE Jean-François (Groupe ESSCA et PRISM-Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne) et ZAFRI Raouf (PRISM-Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne).
- **L'utilisation du mobile à des fins marchandes et/ou non marchandes enrichit-elle l'expérience vécue en magasin ? Le cas des courses alimentaires.** FLACANDJI Michaël (IAE Bordeaux - IRGO) et VLAD Mariana (IUT Tech de Co Bordeaux,).

Session 2. Distribution et digital (8h30 - 10h)

Présidence de session : Régine VANHEEMS

- **That's augmented reality! A study on customers' perception on augmented reality.** SERRAVALLE Francesca (Magellan, IAE, Université de Lyon 3, Department of Management-Turin en Italie), VANHEEMS Régine (Magellan, IAE, Université de Lyon 3) et VIASSONE Milena (Università di Torino, Italie).
- **Distribution B to B et digitalisation de la force de vente : de l'intention à l'inaction ?** GUIGARD Laure (EM Lyon Business School) et VANHEEMS Régine (IAE, Université Lyon 3).
- **Le digital, la recherche du Graal ? Mise en perspective de paradoxes entre la digitalisation du commerce de détail et le magasinage de produits alimentaires locaux.** ROGEON Fabien (CEREGE, Université de La Rochelle), MICHAUD-TREVINAL Aurélia (CEREGE, Université de La Rochelle) et COLLIN-LACHAUD Isabelle (LSMRC, Université de Lille).
- **La consommation mobiquitaire en gare : Les visions des acteurs de la transformation commerce.** DEPARIS Martine (European Business School, France) et PAQUIER Marie-Catherine (European Business School et Laboratoire interdisciplinaire de recherche en sciences de l'action, France).

Session 3 - Commerce et création de valeur (8h30 - 10h)

Présidence de session : Joseph KASWENGI

- **La perception du marchandage par des consommateurs et des commerçants de cultures différentes.** DJELASSI Souad (LSMRC – Université de Lille) et SMAOUI Fatma (ISG Tunis).
- **Influence des avis des consommateurs en ligne sur la performance financière des entreprises : cas des produits de luxe, proposition d'un modèle théorique.** BAKO LIBA Kpinsaga Bahama et KASWENGI Joseph (VALOREM, Université d'Orléans).
- **L'attitude du consommateur envers les produits alimentaires de terroir : Fondements d'une communication congruente.** ZRIBI Asma (ESC Tunis, Université de La Manouba), ZARRAD Houda (ISG Tunis, Université de Tunis) et Debabi Mohsen (IHEC, Université de Carthage).
- **Hédonique ou utilitaire ? Une étude exploratoire des facteurs expliquant les changements d'orientation au cours de la visite en magasin.** NICOD Lionel, MALLOR Elodie et LLOSA Sylvie (CERGAM, Aix-Marseille Université).

Session 4 – Relation client et fidélisation (8h30 - 10h)

Présidence de session : Béatrice SIADOU-MARTIN

- **Perception de l'engagement environnemental des banques : le consommateur n'est-il pas le premier greenwasher ?** SERE DE LANAUZE Gilles et SIADOU-MARTIN Béatrice (CEREFIGE – Université de Lorraine).
- **Identification d'une typologie des clients insatisfaits exprimant un message vindicatif en ligne.** BESBES Alia (ISIG, Université de Kairouan).
- **L'expérience de magasinage phygitale : Essai de conceptualisation Cas des magasins spécialisés.** SATI Hind (FSJESM-Université Cadi Ayyad).
- **Maîtrise des émotions face aux mauvais traitements infligés par les clients : quel impact sur la réussite commerciale et la satisfaction des vendeurs ?** KLEIN Michel (Université de Montpellier).

Session 5 – Magasinage et merchandising (13h30 - 15h)

Présidence de session : Michael FLACANDJI

- **Etat des lieux du concept de showrooming.** HEITZ-SPAHN Sandrine et BELAUD Lydie (CEREFIGE – Université de Lorraine).
- **Co-créez les programmes de fidélité avec les clients : Quels effets sur la valeur perçue du programme et la fidélité à l'enseigne ?** FLACANDJI Michaël (IRGO, IAE Bordeaux) et PASSEBOIS-DUCROS Juliette (IAE Bordeaux)
- **Etude exploratoire des comportements de fréquentation d'achat dans les zones transfrontalières, une attractivité spécifique dans chaque pays ? Le cas de la France-Belgique-Luxembourg-Allemagne.** YILDIZ Hélène, THEVENOT Géraldine et SIADOU-MARTIN Béatrice (CEREFIGE- Université de Lorraine).
- **Une analyse de l'évolution stratégique de la distribution alimentaire par le matériel publicitaire.** DUVAL Florian et PIRIS Yolande (LEGO, Université de Bretagne Sud).

Session 6 – Distribution et communication (13h30 - 15h)

Présidence de session : Véronique DES GARETS

- **Le placement de produit sur YouTube.** REGNIER Simon (PRISM-Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne) et LEMOINE Jean-François (groupe ESSCA et PRISM-Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne).
- **Comment défendre le positionnement luxe d'une marque ? Le rôle clé du directeur artistique sur Instagram.** DE LASSUS Christel (Institut de Recherche en Gestion) et MERCANTI-GUERIN Maria (IAE Paris).
- **« Mon » vendeur informel : développer une théorie sur la relation entre le consommateur et l'informel.** LESSASSY Léopold (Université Grenoble Alpes).
- **La révolution digitale et la relation client dans le secteur bancaire.** CALLANDRET Elisabeth et ROLLET Anne (CRETLOG, Université d'Aix-Marseille).

Session 7 – Stratégies de distribution (13h30 - 15h)

Présidence de session : Gilles PACHE

- **Des Gilets Jaunes qui dansent sur les ronds-points : La fragilité des chaînes d'approvisionnement mise à nu.** FULCONIS François (LNBC & CRET-LOG, Université Avignon), PACHE Gilles (CRET-LOG, Aix-Marseille Université) et BOUSQUET Pierre-Michel (LIA, Université d'Avignon).
- **Les déterminants de la confiance du consommateur face à une substitution d'enseigne.** KANNOU Ahmed et BEN RACHED KAOUTHER Saied (Université de Tunis El Manar, Tunisie).
- **Contractual design and spatial organization in retailing: Evidence from Brazilian franchising on brand equity protection strategy.** KASWENGI Joseph (VALOREM, Université d'Orléans), FADAIRO Muriel (IRGE, Université de Savoie Mont Blanc), BITTI Eugênio (Université de São Paulo), LANCHIMBA Cintya (Institut Polytechnique National, Quito, Equateur).

Session 8 – Colloque doctoral (13h30 - 15h)

Présidence de session : Olivier BADOT

- **Expérience digitale et valeur de shopping en magasin physique.** AUFFRET Marianne (CREM – UMR 6211, IGR-IAE Rennes).
- **La digitalisation du commerce de détail, un mantra source de paradoxes dans le magasinage de produits alimentaires locaux. Une approche par l'ambivalence du consommateur.** ROGEON Fabien (CEREGE- Université de Poitiers).
- **L'essor de la grande distribution au Maroc : L'impact du design expérientiel sur la formation de la valeur perçue globale de l'expérience de magasinage phytitale.** HIND Sati (FSJESM-Université Cadi Ayyad, Maroc).