



21^e Colloque International Etienne Thil

Jeudi 4 octobre 2018

Journée dédiée aux échanges entre chercheurs et entreprises

- 8h30-9h00 Accueil des participants dans les locaux de l'IMMD
- 9h00-9h15 Bienvenue au 21^e colloque international Etienne Thil !
- 9h15-9h45 **L'image de la distribution auprès des Millenials : insights de l'étude Thil 2018**
Etude menée avec le soutien de PROCOS
Animation : Sandrine Cadenat & Pauline de Pechpeyrou (*Univ. Paris-Est Créteil*)
- 9h45-10h45 **Table ronde 1 – Transformation des métiers : les enjeux de la formation**

Animation : Adilson Borges, Chief Learning Officer, Carrefour

Participants :

- Thibault Galy-Dejean, Responsable des outils digital learning, Leroy Merlin
- Philippe Moati, Professeur à l'Université Paris Diderot et co-fondateur de l'OBSOCO
- Claire Ouacel, Responsable de la coordination business du programme de transformation, Adeo
- Mary Pundes, Chef de mission projet missions et compétences, Leroy Merlin
- Michel Thirapounho, Directeur, CrossKnowledge

10h45-11h15 Pause

11h15-12h15 **Big data : quels enjeux pour la création de valeur par les retailers**

Regards croisés d'experts :

Professor Edward C. Malthouse, Northwestern University, Spiegel Research Center
Professeur Christophe Benavent, Université Paris-Nanterre, OBSOCO



12h15-12h30 **Prix du meilleur ouvrage en distribution**

Prix remis par Alexandra Bouthelier, déléguée générale de la FCA

12h30-12h45 **Présentation de la plateforme de mise en relation** entreprises / universités

Association Etienne Thil (Valérie Renaudin, Sandrine Cadenat, Blandine Antéblan)

Avec le soutien du PICOM

12h45-14h Déjeuner

14h-14h45 **Pitch des trois meilleures thèses en distribution & remise du prix de thèse**

Prix remis par le Professeur Olivier Badot et Adeline Ochs (*Chaire E. Leclerc - ESCP Europe*)

- "Vers une forme d'humanisation des interfaces digitales : transposition du concept d'hospitalité au commerce électronique et impact de ses dimensions sur les réactions affectives, l'absorption cognitive et les comportements d'achat des consommateurs" - *Soffien BATAOUI*
- "L'expérience de magasinage sous l'influence du smartphone : une application au secteur de la chaussure" - *Martine DEPARIS*
- "Le travail du consommateur pour la mise en place d'une alternative - Cas du supermarché coopératif La Louve" - *Hajar EL KARMOUNI*

14h45-15h45 **Table Ronde 2 – Le back-office des nouvelles formes de commerce**

Animation : Professeur Gilles Paché (*Aix-Marseille Université*)

Participants :

- Thierry Allègre, Directeur support opérations, Martin Brower France
- Patrice Fitzner, Directeur Logistique, La Redoute
- Véronique des Garets, Professeur des universités, IAE - Université de Tours
- Emmanuel Le Roch, Délégué Général de PROCOS

15h45-16h15 Pause



association pour la Formation au Management dans la Distribution

16h15-17h **Pitch des trois meilleures communications dans la catégorie « recherche aboutie » & remise du prix de la meilleure communication**

Prix remis par Jacques Creyssel, Délégué général de la FCD

Animation : Véronique des Garets (IAE - Université de Tours)

- La tolérance du client face à l'échec d'une innovation : vers l'ouverture de la "boîte noire" du processus de récupération
Julien CUSIN & Michaël FLACANDJI (IAE de Bordeaux)
- Analyse du rôle des middle managers dans la mise en place d'un business model omni-canal
Guillaume DO VALE (Université de Lille - IAE), Isabelle COLLIN-LACHAUD (Université de Lille - Skema Business School) & Xavier LECOCQ (Université de Lille - IAE)
- Comment améliorer la performance du canal drive alimentaire ? Le rôle de la commodité perçue par le client
Christine LAMBEY-CHECCHIN (Université Clermont Auvergne) & Joseph KASWENGI (Université d'Orléans)

17h-18h00 **Grand témoin : M. Régis Schultz - Président de Monoprix**
« Quelle stratégie d'alliances pour rester le leader omni-canal du centre-ville ? »
Animation : Blandine Antéblan (Université de Bourgogne) & Valérie Renaudin (Université Paris-Dauphine)

20h00 Dîner de gala à l'Hôtel de Ville de Roubaix

Vendredi 5 octobre 2018 - Journée « recherche »

8h15-8h30 Accueil des participants

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

<p>Session 1 - Commerce connecté et création de valeur</p> <p>Animation : Régine VANHEEMS</p>	<p>Session 2 – Enjeux des nouvelles pratiques de magasinage</p> <p>Animation : Souad DJELASSI</p>	<p>Session 3 - Nouveaux leviers de la fidélisation</p> <p>Animation : Mbaye Fall DIALLO</p>	<p>Session 4 - Relations entre les parties prenantes et création de valeur</p> <p>Animation : Gilles PACHE</p>
--	--	--	---

10h-10h30 Pause

10h30-11h30 **Plénière : Understanding the Value of a Retailer's Position in a Multi-sided Platform: A Network Perspective**

Professor Edward C. Malthouse, Northwestern University, Spiegel Research Center

11h30-12h **How to publish in international journals**

Professor Edward C. Malthouse, Northwestern University, Spiegel Research Center

12h-12h30 **Assemblée générale – Hommage à Jean-Yves Duyck**

12h30-13h30 Buffet

13h30-15h **Sessions de présentations en parallèle / Réunion du GIT « Prix et Valeur »**

<p>Session 5 - Regards sur le commerce transfrontalier</p> <p>Animation : Hélène YILDIZ</p>	<p>Session 6 - Paroles de marques et de consommateurs</p> <p>Animation : Joseph KASWENGI</p>	<p>Session 7 - Nouveaux défis pour la gestion de la relation client</p> <p>Animation : Christophe BENAVENT</p>	<p>Réunion du GIT « Prix et Valeur »</p> <p>Animation : Patricia COUTELLE, Véronique des GARETS & Arnaud RIVIERE</p>
--	---	---	---

15h Fin du 21^e Colloque Etienne Thil



association pour la Formation au Management dans la Distribution

PROGRAMME DÉTAILLÉ DES SESSIONS

Session 1 – Commerce connecté et création de valeur (8h30 - 10h)

Présidence de session : Régine VANHEEMS

- L'utilisation du mobile en magasin est-elle source de valeur pour le client ?
Sophie JEANPERT & Anne-Marianne SECK (*Aix-Marseille Université*)
- Mon nom est SSIT, je suis là pour vous aider ! Une étude empirique sur la création de valeur en magasin avec les aides à la décision digitales
Florence FEENSTRA (*ESSCA School of Management*), Valentina STAN (*ESSCA School of Management*) & Armelle GLERANT-GLIKSON (*Université Paris-Est Créteil*)
- Le smartphone, bon ou mauvais assistant de shopping ? Une étude de l'influence des technologies mobiles sur la productivité du consommateur
Ekaterina VOROPANOVA, Gérard CLIQUET & Karine PICOT-COUPÉY (*IAE de Rennes - Université de Rennes 1*)
- Screen-sharing in store - A construction or destruction of shopping values
Yonathan Silvain ROTEN (*Université Paris 1 - Panthéon-Sorbonne*) & Régine VANHEEMS (*Université Lyon 3 - IAE Jean Moulin*)

Session 2 – Enjeux des nouvelles pratiques de magasinage (8h30 - 10h)

Présidence de session : Souad DJELASSI

- La transformation omnicanal : source de co-création ou de co-destruction de valeur ? Une approche dyadique et dynamique
Isabelle COLLIN-LACHAUD & Christina LONGO (*Université de Lille – SKEMA Business School - IMMD/LEA*)
- Faire mes courses alimentaires sur Amazon, pourquoi pas ?
Aurély LAO, Annabel MARTIN-SALERNO & Laurent CARPENTIER (*Université de Lille - IAE Lille*)
- Les pratiques de magasinage à l'heure du numérique, une (re)construction sous contraintes : le cas du drive
Loïc COMINO (*Université de Lorraine*)
- Services de livraison à domicile de produits alimentaires pour les seniors en France et au Japon: création de valeurs par les proximités
Claire CAPO (*Université du Havre-Normandie*), Odile CHANUT (*Université de Lyon-Université Jean Monnet*) & Takeko MORIWAKI (*University of Marketing and Distribution Sciences, Kobe*)



Session 3 - Nouveaux leviers de la fidélisation (8h30 - 10h)

Présidence de session : Mbaye Fall DIALLO

- Clients experts, venez accompagnés d'un membre de votre famille ! Une analyse de l'effet modérateur de la connaissance du magasin sur la relation entre l'accompagnement et le montant d'achat
Lionel NICOD, Elodie MALLOR & Sylvie LLOSA (*Aix Marseille Université*)
- Le commerce électronique peut-il lui aussi procurer du bien-être aux consommateurs ? Une approche par l'hospitalité virtuelle
Soffien BATAOUI & Nadia BELKAIED (*Université Grenoble Alpes*)
- L'impact des bénéfices perçus des programmes de fidélisation sur la fidélité à l'enseigne : le rôle médiateur de la fidélité au programme de fidélité
Brahim IDIR (*Université Paris 13*)
- L'attachement au lieu commercial de centre-ville dans la consommation liquide
Cerise THOREL (*Université de Rouen Normandie*) & Kenza MARRY (*Université de Caen Normandie*)

Session 4 – Relations entre les parties prenantes et création de valeur (8h30 - 10h)

Présidence de session : Gilles PACHE

- Maîtrise de la chaîne logistique et relation de franchise : une perspective de recherche prometteuse
Thierry ALLEGRE (*Aix-Marseille Université*), François FULCONIS (*Université d'Avignon*) & Gilles PACHE (*Aix-Marseille Université*)
- Dans le cadre d'une triade de distribution, comment se traduit la création de valeur et la digitalisation des intermédiaires B to B
Jean-Marc JOYEUX (*Université de Bourgogne*)
- Influence de la relation entre parties prenantes internes (Top management, managers et employés) sur l'implémentation du sustainable supply chain management (SSCM)
Ilana BOUHAFS & Nil OZCAGLAR-TOULOUSE (*Université de Lille - SKEMA Business School*)
- Création de valeur et Big data, un nouveau paradigme fondé sur une valeur subjective
Hélène KONTZLER (*Université de Lille / Université Paris 1-Panthéon-Sorbonne*) & Michel LEROY (*Université Paris Nanterre*)



Session 5 – Regards sur le commerce transfrontalier (13h30 - 15h)

Présidence de session : Hélène YILDIZ

- L'out-shopper peut-il être un consommateur local ? Etude des pratiques de consommation transfrontalière dans le Pôle européen de développement de Longwy-Alzette-Belval
Hélène YILDIZ, Sandrine HAITZ-SPAHN & Béatrice SIADOU-MARTIN (*Université de Lorraine*)
- Stratégies et adaptations des acteurs du commerce intégré en territoires frontaliers
Colette RENARD-GRANDMONTAGNE & Nicolas DORKEL (*Université de Lorraine*)
- Comprendre le visage polymorphe du consommateur transfrontalier : un modèle théorique intégrateur
Nathalie FLECK (*Le Mans Université*) & Hélène YILDIZ (*Université de Lorraine*)
- Repenser la centralité marchande par la discontinuité frontalière
Nicolas LEBRUN (*Université d'Artois*)

Session 6 – Paroles de marques et de consommateurs (13h30 - 15h)

Présidence de session : Joseph KASWENGI

- La naturalité du packaging comme vecteur de réassurance dans l'alimentaire
Anaëlle DRIEU, Pauline de PECHPEYROU & Armelle GLERANT-GLIKSON (*Université Paris-Est Créteil*)
- Les critères de choix d'une plateforme de redistribution collaborative : une approche par la valeur d'usage
Intissar ABBES & Nadia TAGA (*IHEC-Carthage*)
- L'usage stratégique des avis en ligne dans l'innovation des services et la co-création de valeur : le cas du secteur hôtelier
Tatiana DAUXERT (*Université Paris I - Panthéon-Sorbonne*) & Mustafeed ZAMAN (*C&L Associés*)
- Arrogance ou humilité : les marques sont-elles schizo-phrènes dans leur communication ?
Gilles SERE DE LANAUZE (*Université de Montpellier*) & Béatrice SIADOU-MARTIN (*Université de Lorraine*)



FÉDÉRATION POUR L'URBANISME ET
LE DÉVELOPPEMENT DU COMMERCE SPÉCIALISÉ



the future of shopping



FÉDÉRATION DU COMMERCE
COOPÉRATIF ET ASSOCIÉ



Fédération du Commerce
et de la Distribution



PROSPECTIVE
du COMMERCE
dans la SOCIÉTÉ 4.0



INSTITUT DE MANAGEMENT
ET D'ADMINISTRATION



Université
de Lille
2 SÉCOURS
ET SANTÉ



association pour la Formation
au Management dans la Distribution

Session 7 – Nouveaux défis pour la gestion de la relation client (13h30 - 15h)

Présidence de session : Christophe BENAVENT

- Recommandation sociale de vente croisée en ligne et différenciation du consommateur
Annabel MARTIN-SALERNO (*Université de Lille - IAE Lille*)
- Appropriation des PIMs : effet de l'attitude et de l'expérience sur la durée d'utilisation
Sarah MEDJEK (*FING / Université Paris Nanterre*), Christophe BENAVENT (*Université Paris Nanterre*) & Caroline LANCELOT-MILTGEN (*Audencia*)
- La fonction de production du consommateur au cœur de la création de la valeur par l'entreprise : le cas des activités d'assurances
Michel PAILLET (*Université Paris Nanterre*)
- Quand l'appropriation du travail est à la source de la production de la valeur : le cas des dépanneurs de WhiteCorporation
Jean-Sébastien VAYRE & Madeleine BESSON (*Institut Mines-Télécom Business School*)

GIT « Prix et valeur » (13h30 - 15h)

Animation : Patricia COUTELLE, Véronique des GARETS & Arnaud RIVIERE