

Accueil 10h-10h30

10h30 Session plénière Eric J. Arnould, University of Southern Denmark
Les nouveaux défis de l'approche socio-culturelle de la consommation

Déjeuner 12h-14h

	Session 1a	Session 2a	Session 3a
14h	<p>Cherté perçue ou sentiment de vie chère : étude exploratoire et proposition d'un cadre conceptuel G. Pothin et C. Camelis Université de la Réunion / IAE de la Réunion</p> <p>Une appréhension de la notion de besoins : le cas des consommateurs en France H. Gorge, N. Özçaglar-Toulouse et D. Kjeldgaard Université Lille 2 / University of Southern Denmark</p>	<p>Les déchets des uns font-ils le bonheur des autres? Du statut des déchets de la consommation A. Dehling et L. Sugier Université de Toulouse / Université d'Orléans</p> <p>La revente de produits par le consommateur : une comparaison des procédures marchandes et non marchandes E. Henon Université de Bourgogne</p>	<p>Patrimoine de marque : fondements théoriques pour une approche du concept par le consommateur F. Pecot et V. De Barnier IAE Aix-en-Provence</p> <p>Joyeux anniversaire! Fêter l'âge des marques et fêter l'âge des individus N. Maaninou et V. Cova IAE Aix-en-Provence</p>
15h30	<p>Affichage des prix et image prix du point de vente C. Damay, T Delécolle, et C. Rodriguesa ISC Paris</p>	<p>« L'obsolescence programmée » : Quand le consommateur imagine le « prêt à jeter » Z. Mani Université de Cergy-Pontoise</p>	<p>Vivre dans le fanum : Le soi sacré des fanatiques de marque G. Fuschillo KEDGE Business School (Bordeaux/Marseille)</p>
16h	<p>Le pouvoir des pierres : la lithothérapie. Première recherche exploratoire sur une pratique de consommation marginale C. Kolenc et A. Tiercelin Université Bordeaux 1 / Université de Reims</p> <p>Les défaillances de service constituent-elles le seul contexte déclencheur de la vengeance du client ? Une étude qualitative exploratoire P. Thao Bui, N.D. Nguyen et J-M. Decaudin Iae de Toulouse</p> <p>(vidéo) Follow Me on the dead media Analog Authenticities in Alternative Skateboarding Scene J. Rokka Rouen Business School</p>	<p>Place et rôle du pourboire dans la relation de service B. Auriacombe et V. Cova EM Lyon / IAE Aix-en-Provence</p> <p>Participation et attachement à un lieu commercial le cas du coin de Verre. A. Bonnemaizon, A. Debenedetti et P. Mérigot Université Paris-Est Créteil / Inseec</p> <p>La situation d'expertise comme régime de goût : une ethnographie des concours de café A.Pomies et E.Tissier-Debordes Paris ESCP Europe</p>	<p>(vidéo) Voyage au cœur des souvenirs de vacances J. Masset et A. Decrop University of UNamur / Belgique</p> <p>Amplification ou réduction de la dimension affective de la satisfaction dans le temps ? Le cas des voyages de loisirs. E. Mallor et S. Llosa Iae Aix-en-Provence</p>
18h	<p>Le personnel en contact et la gestion des comportements déviants de la clientèle. Essai de typologie et proposition de solutions dans le cas d'entreprises camerounaises de services, une étude exploratoire D. Djoma Université de Ngaoundéré / Cameroun</p>	<p>Organiser le commerce, vendre la ville : le rôle du manager de centre-ville A. Daniau Université de Toulouse</p>	<p>Comment mesurer et comparer les expériences touristiques vécues par les visiteurs dans les Parcs Naturels en France et à Taiwan ? A-M. Lebrun, C-J. Su et P. Bouchet Université de Bourgogne</p>

Dîner 19h30 Dîner de Gala - Rouen

	Session 1c	Session 2c	Session 3c
9h	<p>Jeux vidéos : plongée au cœur des mondes virtuel R. Sohier et A. Sohier (vidéo 19 min) Université de Caen / Université de Picardie</p> <p>Une exploration socio-anthropologique d'îlots (ou de continent ?) de rationalité enchantée dans les univers de la consommation G. Abessolo et P. Robert-Demontrond Université de Rennes 1 (IGR de Rennes)</p> <p>Prendre l'individu consommateur dans son épaisseur sociale : apports d'une approche dispositionnaliste et contextualiste C. Trizulla, A. Bailly et R. Garcia-Bardidia Université de Lorraine</p>	<p>Les pères isolés face aux courses : « I will survive ! M. Chour et M-H. Fosse-Gomez Université de Lille 2</p> <p>De la cross-canalité à la relation ubiquitaire : quelle influence sur les antécédents et les conséquences du processus de décision B. Durand-Megret, P. Ezan et R. Vanheems Université de Rouen</p> <p>Séjour familial en hôtel haut de gamme : partageons notre avis en ligne A. Clauzel, H. Guichard et C. Damay Université Paris 1</p>	<p>L'autocontrôle des dépenses du consommateur provenant des schémas intergénérationnels A. Berriche IAE de Lille</p> <p>L'automobile, symbole de la consommation de masse ou objet de la consommation de classe ? Y. Demoli Ensae / Paris</p> <p>Entre frénésie et accumulation : vers la caractérisation d'un comportement d'achat féminine O. Boujena, I. Ulrich, L. Clicheportiche et C. Damay Neoma / Rouen Business School</p>
10h30			
	Session 1d	Session 2d	Session 3d
11h	<p>Chapeaux ronds ou bonnets rouges ? La Consommation régionale de produits/services bretons et l'identité personnelle. C. Chedotal, S. Guillemot, C.Plaud et B. Sommier Université de Brest</p> <p>Réflexions sur l'illettrisme et la consommation De la vulnérabilité dans le marché...au marché de la vulnérabilité ? R. Basly et M. Herbert Université de Lille 2</p> <p>Apports de la théorie des rites de passage à la compréhension du comportement du consommateur handicapé sensoriel A. Beudaert et N. Özçaglar-Toulouse Université de Lille 2</p>	<p>La théorie du dispositif de Michel Foucault : proposition d'un cadre conceptuel appliqué aux communautés virtuelles gérées par les marques L Busca et L. Bertrandias IAE de Toulouse</p> <p>Merleau-Ponty et le tournant somatique en sciences de l'homme et de la société : perspectives pour l'ethnomarketing P. Robert-Demontrond, C. Schmidt et I. Dabadie Université de Rennes 1</p> <p>Mieux comprendre la diffusion des innovations : une proposition de relecture des cités de Boltanski et Thévenot à partir de la Consumer culture theory J. Besnard Université de Paris 2</p>	<p>Revisiter la théorie de la globalisation culturelle : étude (n)ethnographique de la consommation musicale des jeunes vietnamiens Nguyen Nhat Nguyen et N. Özçaglar-Toulouse Université Lille 2 / SKEMA Business School</p> <p>Les émotions partagées lors d'une expérience collective de consommation : une approche socioculturelle du Hadra Trance Festival N. Didry et J-L Giannelloni IAE de Grenoble</p>
13h	<p>L'acculturation du consommateur dans son pays d'origine et ses orientations d'achat B. Taieb et S. Belaid IAE Aix-en-Provence / EM Normandie</p>	<p>Quand traduire c'est trahir L. Sitz et D. Dion ESC Lyon / IAE de Paris</p>	<p>L'utilité et la nature du discours orienté vers le client-spectateur sur Internet : le cas du spectacle vivant C. Petr E. Dupas A.-S. Furic M. Lacroix A. Millet C. Puginier Sciences Po Rennes,</p> <p>Pérennisation de pratiques illégales télécharger en France depuis 2009 A. Poels Université de Paris-Est</p>

	Session 1e	Session 2e	Session 3e
14h30	<p>Le consommateur pauvre face aux enjeux du développement durable en Afrique: le cas du Mali S. Diabaté et W. Batat Université de Lyon</p> <p>Comment les consommateurs équipent-ils leur jugement sur le commerce équitable ? Le cas de la boutique de commerce équitable Artisans du Monde A. Béji-bécheur, A. Bonnemaizon et H.El Karmouni Université de Paris-Est Marne la vallée</p> <p>La lutte contre le changement climatique comme processus d'institutionnalisation: une étude exploratoire de la thématique «sobriété carbone» appliquée au champ de la grande distribution française.</p>	<p>Et si on jouait à la marchande? Quand la consommation collaborative sert la construction identitaire E. Juge et I. Collin-Lachaud Université de Lille 2</p> <p>People-things entanglement: An archeological perspective on the relationships between people and things J. Masset et A. Decrop University of UNamur / Belgique</p> <p>Partager l'usage des biens pour réduire la consommation, une réalité? D. Carry IAE de Dijon</p>	<p>Changement climatique et communications pour une consommation sobre : définition d'un programme de recherché H. Akil, J. Bouille et P. Robert-Demontrond Université de Rennes 1</p> <p>La place de l'enfant dans le comportement écologique de la famille : une approche par le mime M. Schill et M-H. Fosse-Gomez Université de Lille 2</p> <p>Les comportements écologiques : une approche par l'effet d'âge, de période et de cohorte S. Marde et C.Vérité-Masserot Université de Caen</p>
16h	<p>M. Alano-Frey, J. Bouillé, J-P. Croizean et P.Robert-Demontrond Université de Rennes 1</p>		