



# 38<sup>e</sup> Congrès International De L'Association Française Du Marketing

TUNIS | 18 - 20 Mai 2022

Marketing et Hospitalité : Entre authenticité et exigences de durabilité



#AFMTunis2022

<https://afm2022.sciencesconf.org/>

Crédit photo : Sam Zak

# REMERCIEMENTS AUX RELECTEURS

Abbes Intissar, Ackermann Claire-Lise, Agbokanzo Koffi Selom, Agrebi Meriem, Agrebi Sinda, Ambroise Laure, Amine Abdelmajid, Antéblan Blandine, Askegaard Søren, Aurier Philippe, Ayadi Nawel, Bahha Nawfal, Balbo Laurie, Baray Jérôme, Barth Isabelle, Bataoui Soffien, Beal Mathieu, Beaudouin Vanessa, Beck Marie, Béji-Bécheur Amina, Belaid Samy, Belboula Imène, Belvaux Bertrand, Ben Dahmane Mouelhi Norchène, Ben Rached Saïed Kaouther, Ben Mechedal Ahmed, Ben Moyal Sarah, Benoit-Moreau Florence, Bernard Yohan, Berriche Amira, Bertrandias Laurent, Besson Madeleine, Beudaert Anthony, Boch Emmanuelle, Boeuf Benjamin, Boeuf Melissa, Bonnemaizon Audrey, Bonnin Gaël, Borau Sylvie, Bourcier Béquaert Bénédicte, Bourgeon-Renault Dominique, Bourliataux-Lajoinie Stéphane, Bouslama Néji, Brée Joël, Bressolles Gregory, Bui Nguyen Thao, Busca Laurent, Cambier Fanny, Camus Sandra, Capelli Sonia, Casenave Eric, Cases Anne-Sophie, Casteran Gauthier, Celhay Franck, Cerio Eva, Chamard Camille, Chamaret Cecile, Chaney Damien, Changeur Sophie, Chapel Blandine, Chautard Dardé Tiphaine, Cherif Emna, Cherif Hela, Chouk Ines, Clauzel Amelie, Cléret Baptiste, Cloarec Julien, Collin-Lachaud Isabelle, Comino Loïc, Cornudet Camille, Costa Sandrine, Cottet Patrice, Coulibaly Daouda, Courvoisier François, Coutelle Patricia, Crépin Alice, Crié Dominique, Cuny Caroline, Dabadie Isabelle, Damak Leïla, Damay Coralie, Damperat Maud, Daniel Maud, De Lassus Christel, De Pechpeyrou Pauline, Debenedetti Alain, Decrop Alain, Dekerviler Gwarlann, Dekhil Fawzi, Dekhili Sihem, Delacroix Eva, Delannoy Arnaud, Demoulin Nathalie, Derbaix Maud, Des Garets Veronique, Deslee Alex, Diallo Mbaye Fall, Dianoux Christian, Diawara Tiéféng, Didi Alaoui Mohamed, Diop Fatou, Dossou Gloria, Dufeu Ivan, Dunes Mathieu, Dyen Margot, Elgaaied-Gambier Leila, Euzéby Florence, Ezan Pascale, Fadaïro Muriel, Falchi Alice, Faure-Ferlet Axelle, Favier Roxane, Ferchakhi Widiane, Ferrandi Jean-Marc, Flacandji Michaël, Fleck Nathalie, Folcher Pauline, Fort Fatiha, Fosse-Gomez Marie-Helene, Fournier Christophe, Francois-Lecompte Agnes, Gabriel Patrick, Galan Jean-Philippe, Gallen Céline, Gallouj Camal, Galluzzo Anthony, Garcia Karine, Garcia-Bardidia Renaud, Garnier Marion, Gatfaoui Shérazade, Gavard-Perret Marie-Laure, Geerts Angy, Gentric Michel, Gerard Jessica, Giannelloni Jean-Luc, Giraud Magali, Godefroit-Winkel Delphine, Gollety Mathilde, Goncalves Olga, Gonzalez-Hemon Georgina, Gorge Hélène, Gotteland David, Goudey Alain, Gourmelen Andréa, Grobert Julien, Guichard Nathalie, Guillard Valerie, Guillemot Samuel, Guintcheva Guergana, Guiot Denis, Gurviez Patricia, Hallem Youssa, Hamdi-Kidar Linda, Heitz-Spahn Sandrine, Helme-Guizon Agnes, Hemar-Nicolas Valérie, Hemonnet-Goujot Aurélie, Herbert Maud, Herrmann Jean-Luc, Huaman-Ramirez Richard, Innocent Morgane, Jazi Salima, Josion-Portail Margaret, Joud Erwan, Jounaid Anis, Juge Elodie, Julienne Eric, Kacha Mathieu, Kaswengi Joseph, Kessous Aurélie, Korchia Michael, Kreziak Dominique, Kurtaliqi Fidan, laassiri said, Lacan Camille, Lacoeuilhe Jerome, Ladwein Richard, Lajante Mathieu, Lallement Jeanne, Lambey-Checchin Christine, Lancelot Miltgen Caroline, Lao Aurély, Laporte Marie-Eve, Lasri Sarah, Lavorata Laure, Le Borgne Guillaume, Le Gall Ely Marine, Le Nagard Emmanuelle, Le Roux André, Leclercq Thomas, Lemoine Jean François, Leroy Julie, Lichtle Marie-Christine, Llosa Sylvie, Lombardot Eric, Lombart Cindy, Longo Cristina, Loussaïef Leila, Luffarelli Jonathan, Lunardo Renaud Magnoni Fanny, Malas Ziad, Mallet Stephane, Martin Emeline, Masson Josselin, Maubisson Laurent, Maumon Nathalie, Mejia Victor, Mencarelli Remi, Mercanti-Guerin Maria, Merle Aurelie, Meyer Waarden Lars, Korchia, Michaël, Michaud-Trévinat Aurélie, Michel Géraldine, Mifsud Matthieu, Mimouni Chaabane Aida, Monnot Elisa, Moulins Jean-Louis, Mourre Marie-Laure, Mugel Ophelie, Munzel Andreas, Mussol Sarah, Mzoughi Manel, N'Goala Gilles, N'Guyen Arthur, Nabec Lydiane, Nau Jean-Philippe, Ndione Louis, Nicolas Olivier, Notebaert Jean-François, Ochs Adeline, Odou Philippe, Oueslati Hanene, Ozcaglar-Toulouse Nil, Pallud Jessie, Pantin-Sohier Gaëlle, Pardo Catherine ; Pavone Giulia, Pecheux Claude, Pelet Jean-Eric, Perrigot Rozenn, Perron Frédérique, Petr Christine, Pez Virginie, Pfiffelmann Jean, Picot-Coupey Karine, Pinson Christian, Piris Yolande, Plichon Véronique, Poncin Ingrid, Portes Audrey, Prim-Allaz Isabelle, Pulh Mathilde, Racat Margot, Raies Karine, Rasolofoarison Dina, Regany Fatima, Remy Eric, Renaudin Valerie, Renaudin Valérie, Reniou Fanny, Riché Caroline, Rieunier Sophie, Riviere Arnaud, Robert Isabelle, Robinot Elisabeth, Rodhain Angélique, Rodriguez Virginie, Roederer Claire, Rouen-Mallet Caroline, Roux Dominique, Ruspil Thomas, Sabadie William, Sabri Ouidade, Salerno Annabel, Salgado Stéphane, Sangle-Ferriere Marion, Saucède Florent, Schill Marie, Schmitt Julien, Sebbane Maxime, Seck Anne Marianne, Sere De Lanauze Gilles, Siadou-Martin Béatrice, Siala Chaïma, Simon Françoise, Sirieix Lucie, Sitz Lionel, Skandrani Hamida, Smaoui Fatma, Sohier Alice, Sohier Romain, Sommier Béatrice, Soulez Sébastien, Steils Nadia, Stenger Thomas, Sugier Laure, Tamaro Annick, Tesio Pauline, Thevenot Géraldine, Thomas Fanny, Tiercelin Alexandre, Toti Jean-François, Touzani Mourad, Trabelsi Trigui Imene, Trelohan Magali, Trespeuch Leo, Trinquecoste Jean-François, Trizzulla Caterina, Untilov Olga, Urien Bertrand, Valette Florence, Vanheems Régine, Veg-Sala Nathalie, Verfay Stéphanie, Vidal David, Viot Catherine, Vyt Dany, Werlé Carolina, Wiart Lucie, Zeitoun Valerie, Zia Pietro, Zidda Pietro, Zumbo-Lebrument Cédrine

# MEMBRES

## LE COMITÉ SCIENTIFIQUE

### CO-PRÉSIDENTES

Souad DJELASSI  
Christine GONZALEZ

### COMITÉ SCIENTIFIQUE RESTREINT

Nawel AYADI  
Bertrand BELVAUX  
Norchène BEN DAHMANE MOUELHI  
Mbaye Fall DIALLO  
Mathilde GOLLETY  
Hamida SKANDRANI  
Sondes ZOUAGHI

### COMITÉ SCIENTIFIQUE ÉLARGI

Neji BOUSLAMA  
Muriel FADAIRO  
Jean Luc GIANNELLONI  
Maud HERBERT  
Zied MANI  
Remi MENCARELLI  
Aida MIMOUNI CHAABANE  
Gilles N'GOALA  
Philippe ODOU  
Rozenn PERRIGOT  
Kaouther SAID BEN RACHED  
Beatrice SIADOU MARTIN  
Imène TRABELSI TRIGUI  
Pietro ZIDDA

## LE COMITÉ D'ORGANISATION

### CO-PRÉSIDENTS

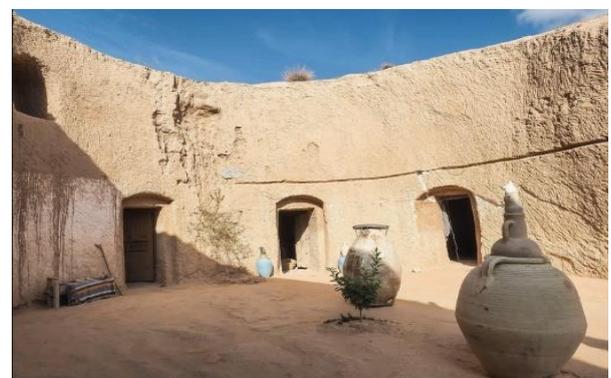
Tunisie : Norchène BEN DAHMANE  
MOUELHI  
Hamida SKANDRANI

France : Zied MANI

### ÉQUIPE

Tunisie : Imène BEN YAHIA  
Sana EL MOULDI  
Cherifa LAKHOUA  
Azza TEMESSEK  
Nesrine TMIMI

France : Hafida BOUDKOUSS  
Marine BOYAVAL  
Eva CERIO  
Inès CHOUK  
Chaïma SIALA



# Mercredi 18 MAI

## 11h00 - 13h30 : ACCUEIL DES PARTICIPANTS

(Hall d'accueil - Hôtel El Mouradi - Gammarth)

## 13H30 - 14H15 : OUVERTURE DU CONGRES

Souad Djelassi, Christine Gonzalez, Norchene Ben Dahmane Mouelhi, Hamida Skandrani, Zied Mani, Alain Decrop  
- Mot de bienvenue par Joughaina Ben Boubaker Gherib, Présidente de l'Université de la Manouba

SALLE  
GLAÏEUL

## 14H15 - 15H00 : CONFÉRENCE PLÉNIÈRE

- Conférencier invité : Prof. Eric Arnould (Aalto University, Finlande)  
« *Vers un paradigme de marketing biosocial : un programme de recherche néo-animiste* » (*Steps towards a biosocial marketing paradigm: a neo animist research agenda*)

## PAUSE : 15H – 15H15

### SESSIONS PARALLÈLES

## 15H15 - 16H30

### SESSION 1

SALLE  
TULIPE 1

#### TOURISME ET HOSPITALITE

Présidente : Hamida SKANDRANI

Analyse de l'expérience de la destination à travers les avis en ligne sur tripadvisor : une application à la Tunisie

Leila SETHOM,  
Nathalie FLECK,  
Alice CREPIN

Patrimoine immatériel UNESCO et tourisme durable : les savoir-faire liés à la poterie des femmes de sejnane en Tunisie

Hanene OUESLATI,  
Imen BEN SLIMENE

Le rôle des dimensions de l'expérience dans la satisfaction client : une application au cas de l'industrie hôtelière en Polynésie française

Sophie BALECH,  
Christophe BENAVENT

### SESSION 2 – SESSION SPECIALE

SALLE MIMOSA

#### LA DURABILITE COMME UN MOTEUR DE TRANSFORMATION : EVOLUTION DE LA FONCTION MARKETING ET DES MARCHES

Présidente : Sihem DEKHILI

Comment faire durer une orientation vers un marketing durable ?

Julien SCHMITT,  
Greg MARSHALL,  
Matti JAAKKOLA

Les enjeux de la durabilité pour l'aéroport : de la mise en avant d'actions durables vers le développement d'une marque de destination

Mantiaba COULIBALY-BALLET,  
Catherine AUSSILHOU,  
Djamila ELIDRISSI

Les aliments transformés peuvent-ils être réellement bio ? Le point de vue des consommateurs diffère de celui des scientifiques

Ida FARTSI,  
Ivan DUFEU,  
Gwenaëlle BRIAND-DECRE,  
Jean-Marc FERRANDI,  
Gilda APPERE,  
Muriel TRAVERS,  
Rodolphe VIDAL

### SESSION 3

SALLE  
TULIPE 2

#### COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES (1)

Présidente : Elisa MONNOT

The effects of plant-based products with meat appearance: the mediating role of perceived congruence and moderating role of vegan label

Jean PFIFFELMANN,  
Pauline GIRAUDEAU

Real men eat meat: testing the vegan = less masculine lay belief among omnivorous consumers

Laurie BALBO,  
Sumayya SHAIKH,  
Shiva VAZIRI

Vegans and non-vegans influences: a social identity approach to vegan outcomes

Erick SUAREZ DOMINGUEZ,  
Gilles SERE DE LANAUZE,  
Lucie SIRIEIX

### SESSION 4

SALLE  
TULIPE 3

#### MARKETING SOCIAL ET SMART APPS

Présidente : Yolande PIRIS

Contributions de l'application nutritionnelle yuka à la littérature alimentaire des étudiants

Pascale EZAN,  
Marina FERREIRA DA SILVA,  
Emilie HOELLARD,  
Stéphane MALLET,  
Caroline ROUEN-MALLET,  
Maxime DAVID

Effets des applications de recommandation nutritionnelle sur les choix alimentaires des consommateurs

Camille CORNUDET,  
Marie-Eve LAPORTE,  
Fabienne BERGER REMY

Une application mobile pour être plus écolo ? Oui, mais... : mise en évidence de la distance psychologique sur l'intention d'utilisation d'une application de mesure du co<sup>2</sup>.

Ulysse SOULAT,  
Jeanne LALLEMENT

**SESSION 5**SALLE  
ORCHIDÉE 1**MARKETING DE LA SANTÉ****Président : Abdelmajid AMINE**

Regard marketing sur l'expérience patient : approche expérientielle et valorisation de l'expérience patient

**Stéphanie VERFAY**

« Au début, je le prenais & la légère mais avec le temps la peur est venue... » l'évolution des émotions aux différents stades de la crise sanitaire et rôle de la littérature des médias : éclairages par le mur d'images en ligne (miel)

**Oula BAYARASSOU,**  
**Hajer BACHOUCHE,**  
**Emna CHERIF,**  
**Gaelle POTHIN**

« Protégez-vous, gardez vos distances ! » : l'efficacité des annonces publicitaires persuasives incitant à la distanciation sociale.

**Mohamed HATEM**  
**BELHADJ YOUSSEF,**  
**Alia BESBES SAHLI**

**SESSION 6**SALLE  
ORCHIDÉE 2**VENTE ET PROMOTION****Président : Soffien BATAOUI**

L'assortiment du distributeur influence-t-il l'anticipation de promotions du consommateur ?

**Mohamed DIDI ALAOUI,**  
**Victor MEJIA**

Compétences relationnelles des vendeurs : clarification conceptuelle et mesure.

**Eric JULIENNE**

Il est temps de s'adapter : comment la perspective temporelle des commerciaux modifie leurs comportements adaptatifs

**Laurianne SCHMITT****SESSION 7**SALLE  
ORCHIDÉE 4**FRUGALITE ET COMPORTEMENT POST USAGE****Présidente : Gaëlle PANTIN SOHIER**

Du gaspillage au réemploi : processus de (re)création de valeur des objets dans les pratiques de don et vente

**Eva CERIO**

Mieux comprendre les comportements post-usage des consommateurs au travers d'une approche combinée de la valeur résiduelle perçue du produit et de la valeur perçue de la pratique

**Camille LEBOSSÉ,**  
**Laurent MAUBISSON,**  
**Arnaud RIVIERE**

**PAUSE : 16H30 - 16H45****SESSIONS PARALLÈLES****16H45 - 18H15****SESSION 8**SALLE  
TULIPE 1**SESSION LE SPHINX****Animation : Younès BOUGHZALA**

L'alliance de la statistique, de l'adt et de la datavisualisation

**SESSION 9 – SESSION SPECIALE**SALLE  
MIMOSA**MANGER DES INSECTES : INFORMER ET COMMUNIQUER POUR FAIRE MOUCHE AUPRES DES JEUNES CONSOMMATEURS**

**Président.e.s : Gaëlle PANTIN-SOHIER, Joël BREE, Céline GALLEN**

Des dessins aux packagings : identification des leviers de communication pour sensibiliser les enfants à la consommation d'insectes

**Joël BREE,**  
**Coralie DAMAY,**  
**Mathilde GOLLETY,**  
**Nathalie GUICHARD,**  
**Khaoula JELLOULI**

Askip ça se mange les insectes ? Représentations et niveau d'acceptation de l'entomophage chez les adolescents

**Céline GALLEN,**  
**Nathalie GUICHARD,**  
**Gaëlle PANTIN-SOHIER,**  
**Mathilde GOLLETY,**  
**Elodie GENTINA,**  
**Coralie DAMAY**

Elles sont « fun » et bonnes pour la santé mes chips aux insectes ? Influence du packaging fantaisiste et des signaux informationnels sur la perception des consommateurs

**Didier MARQUIS,**  
**Denize OLIVEIRA,**  
**Gaëlle PANTIN-SOHIER,**  
**Felipe REINOSO CARVALHO,**  
**Rosires DELIZA,**  
**Céline GALLEN**

**SESSION 10**SALLE  
TULIPE 2**Présidente : Aïda MIMOUNI CHAABANE****PRATIQUES PUBLICITAIRES**

Le shockvertising : concepts-clés et trajectoire d'une technique publicitaire

**Thao BUI-NGUYEN,**  
**Roland CANU**

Ne touche pas à ma vie : adolescents et publicité personnalisée

**Wafa NAAT,**  
**Faten MALEK,**  
**Sedki KAROUI**

« ok Google, dis-moi comment me sentir chez-moi » : étude des représentations du « chez-soi connecté » dans la publicité.

**Pauline FOLCHER,**  
**Sarah MUSSOL**

L'influence de l'emplacement des bandeaux de confidentialité en ligne sur l'attention visuelle et le consentement des internautes

**Mehdi EL ABED,**  
**Emna CHERIF**

**SESSION 11**SALLE  
TULIPE 3**COMMUNAUTÉS EN LIGNE**

Président : Jean François Lemoine

Intensity of practices in brand communities: the case of crossfit

Laurence DESSART,  
Gregory BRESSOLLES

Délégation de la gestion de la relation client aux communautés de marque en ligne : formes et mécanismes de contrôle mobilisés par la marque

Hamidou SAWADOGO,  
Abdelmajid AMINE,  
Pauline DE PECHPEYROU

Comment les fans dans une communauté de marque peuvent devenir des ambassadeurs, des leaders d'opinion ?

Hela CHERIF

La contagion émotionnelle dans les communautés virtuelles : examen du rôle modérateur de la propension à la nostalgie

Malek MARZOUKI,  
Houda ZARRAD**SESSION 12**SALLE  
ORCHIDÉE 1**DIGITAL ET VIE PRIVÉE**

Président : Alex DESLEE

La gestion du stress numérique : une variable clé pour les consommateurs dans les relations commerciales digitalisées

Pauline ROQUES,  
David VIDAL,  
Anne-Sophie CASES

Now, take your hands from the steering wheel! How trust, well-being and privacy concerns influence intention to use semi- and fully autonomous cars

Giulia PAVONE,  
Julien CLOAREC,  
Marc KUHN,  
Lars MEYERS-WAARDEN,  
Andreas MUNZEL

Ça ne vous regarde pas ! Mieux comprendre la décision de partage et de non-partage d'informations personnelles des consommateurs avec leurs commerçants

Monica GROSSO,  
Karine RAIES

More control of screen time, less stress: the effects of using parental control applications on parents' well-being

Laurent BERTRANDIAS,  
Yohan BERNARD,  
Leila ELGAAIED-GAMBIER**SESSION 13**SALLE  
ORCHIDÉE 2**LUXE ET DURABILITÉ**Président : Mohamed Hatem BELHADJ  
YOUSSEF

La revente de produits de luxe sur le marché de seconde-main : détachement émotionnel et professionnalisation du consommateur

Camille BARDIN,  
Aurélié KESSOUS

Prestigieux et engagés : la double casquette des célébrités sur le visage du luxe durable

Oxana LAHBIB  
Aurélié KESSOUS,  
Pierre VALETTE-FLORENCE

Communiquer sur l'éthique au sein du marché des vêtements : résultats d'une étude exploratoire sur la communication corporate et sur la communication sur les réseaux sociaux d'acteurs de la fast fashion de la mode éthique

Stéphanie MONTMASSON,  
Sandrine HOLLET HAUBEERT,  
Brigitte MULLER

Le rapport au temps, une nouvelle variable de segmentation des attentes dans l'univers du tourisme de grand luxe.

Philippe JOURDAN,  
Jean-Claude PACITTO,  
Kokou Jérôme AFANGNIBO**SESSION 14**SALLE  
ORCHIDÉE 4**TRANSFORMATION NUMÉRIQUE (1)**

Président : Gilles N'GOALA

How augmented reality can enhance the customer experience through the customer journey

Liling SUN

Comment l'intelligence artificielle permet de rebondir après un échec commercial

Eric CASENAVE,  
Jessie PALLUD,  
Laurianne SCHMITT

Filtres de la réalité augmentée et crédibilité de l'influenceur : quels enjeux pour les marques ?

Sahar DRIDI,  
Intissar ABBES

Valeur perçue de l'expérience de réalité augmentée en contexte industriel : une approche stakeholder

Elodie MASSA,  
Riadh LADHARI**18h45****COCKTAIL DE BIENVENUE  
SIDI BOU SAID**

JEUDI  
19 MAI

**10H30 - 12H30 : ASSEMBLÉE GÉNÉRALE**

**14H00 - 15H30 : TABLE RONDE**

**8H00 – 8H30**

**ACCUEIL DES PARTICIPANTS**

**SESSIONS PARALLÈLES**

**08H30 – 10H00**

**SESSION 15**

SALLE  
TULIPE 1

**DEVELOPPEMENT DURABLE**

**Présidente : Nil ÖZÇAGLAR-TOULOUSE**

« Emballé par mon #bocal ? » : quand l'emballage disparaît, comment les consommateurs de vrac repensent-ils ses fonctions ?

**Fanny RENIOU,**  
**Elisa MONNOT,**  
**Sarah LASRI**

Comment redonner de la valeur aux fruits et légumes altérés ? Une étude sur les stratégies de déculpabilisation du gaspilleur.

**Charlotte VERON,**  
**Morgane INNOCENT,**  
**Bertrand URIEN**

Vue, pas vue, ancienne ou nouvelle : l'étiquette énergie et ses effets sur l'attitude du consommateur.

**Marie BECK,**  
**Nil ÖZÇAGLAR -TOULOUSE**

Le marquage laser comme nouvelle technologie d'étiquetage bio : l'effet des perceptions des consommateurs sur le bien-être espéré

**Olga UNTILOV,**  
**Jean PFIFFELMANN**

**SESSION 16**

SALLE  
TULIPE 2

**MARKETING DE L'INFLUENCE**

**Présidente : Virginie PEZ**

La construction sociale d'une expertise en matière nutritionnelle : le cas des influenceuses fit girls sur instagram

**Pascale EZAN,**  
**Stéphane MALLET,**  
**Caroline ROUEN-MALLET,**  
**Maxime DAVID,**  
**Marine DA SILVA,**  
**Emilie HOELLARD**

Des recettes pour un "instaplacement" réussi

**Amal TRIKI,**  
**Aicha KALLEL**

Arrêter de fumer avec l'aide des communautés virtuelles : apports de la co-création au bien-être des patients-fumeurs

**Sihem DEKHILI,**  
**Ameni BEN JEBRIL,**  
**Yousra HALLEM**

**SESSION 17**

SALLE  
TULIPE 3

**TRANSFORMATION NUMERIQUE**

**(2)**

**Présidente : Inès CHOUK**

Revue systématique de l'utilisation de la réalité augmentée en marketing

**Elodie MASSA,**  
**Riadh LADHARI**

Les déterminants de l'adoption du live shopping : l'expertise de l'animateur et l'expérience de flow

**Jean-Éric PELET,**  
**Basma TAIEB**

Robots as companions: how social robots can tackle social and emotional loneliness

**Ngoc BICH DANG,**  
**Laurent BERTRANDIAS**

**SESSION 18 – SESSION SPECIALE**

SALLE  
MIMOSA

**PERSPECTIVES SUR LA SCENE EN  
MARKETING CULTUREL :  
ECLAIRAGES THEORIQUES ET  
EMPIRIQUES A PARTIR DES  
SCENES MUSICALES**

**Président : Renaud GARCIA-  
BARDIDIA**

Les scènes, entre lieux et espaces sociaux : apports des popular music studies en marketing

**Renaud GARCIA-BARDIDIA,**  
**Elodie JARRIER,**  
**Boris COLLET**

La scène, un monde émotionnel : comprendre l'expérience émotionnelle collective des consommateurs

**Nico DIDRY,**  
**Renaud GARCIA-BARDIDIA**

La scène comme outil d'analyse des dynamiques de marche : éclairages à partir du cas des musiques indépendantes

**Boris COLLET**

**SESSION 19**

SALLE  
ORCHIDÉE 1

**COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES  
(2)**

**Présidente : Andréa GOURMELEN**

'An authentic taste of greenland': the globalization of a culinary taste regime

**Søren ASKEGAARD,**  
**Dannie KJELDGAARD,**  
**Eric ARNOULD**

## SESSIONS PARALLÈLES

14H00 – 15H30

## SESSION 21

SALLE  
TULIPE 1

## RESISTANCE ET ACTIVISME

Président : Thomas STENGER

Lay beliefs about the impact of brand activist campaigns on consumer moral self

**Souha ITANI,**  
**Sylvie BORAU**

Comment l'activisme de marque est appréhendé par les internautes et les bénéficiaires de la cause : le cas de publications de marques en faveur des lgbt

**Alexandre NASSAR,**  
**Valérie ZEITOUN,**  
**Géraldine MICHEL**

Pas de livraison pour nous, on s'appuie sur notre réseau. Le refus d'intégration des ressources de l'entreprise : une perspective communautaire

**Monica C. SCARANO**

Développement d'une échelle de mesure de maintien des citoyens application du paradigme de churchill

**Ramla MEZGHENNI DHOUIB,**  
**Abrar BEN HASSINE**

## SESSION 22

SALLE  
TULIPE 2

## VULNERABILITE (1)

Présidente : Sarah MUSSOL

Supériorité d'un message narratif de déstigmatisation de la schizophrénie : explication par l'imagerie mentale et la transportation

**Marie-Claire WILHELM,**  
**Marie-Laure GAVARD-PERRET**

Je ne sais plus reconnaître une information de qualité ! Multiplication des influenceurs et production culturelle de l'ignorance

**Ibtissame ABAIDI,**  
**Imed BEN NASR**

« Savoir pour concevoir » : l'expertise d'usage des consommateurs en situation de handicap

**Estelle PEYRARD,**  
**Cécile CHAMARET,**  
**Jean-Philippe NAU**

Les représentations sociales de la consommation des produits alimentaires : une clarification sémantique des produits « sains » et/ou « bons »  
**Codjovi RODRIGUE DOGBLE**

The 'vegetarian protein = less nourishing' intuition: when the choice of vegetarian protein Increases Calorie Consumption

**Sumayya SHAIKH,**  
**Amanda PRUSKI YAMIM,**  
**Carolina WERLE**

Le manger sain sur YouTube ou les mises en scène d'un art de vivre

**Maxime DAVID,**  
**Margot DYEN,**  
**Pascale EZAN**

## SESSION 20

SALLE  
ORCHIDÉE 2INNOVATION ET CAS  
PEDAGOGIQUES

Présidente : Leila EL GAAIED GAMBIER

Scrums : améliorer la qualité des projets au travers du développement personnel

**Matthieu HAWKINS**

Jouer cartes sur table avec « Jeuxdenjeux » : mise en œuvre d'un dispositif ludo-pédagogique coopératif dans un cours de marketing

**Sabine RUAUD,**  
**Catherine CHAMPEYROL**

En quête de ressources

**Audrey BEAUFORT,**  
**Nathalie BONHOMME,**  
**Salwa HANINE,**  
**Laure LABETAA,**  
**Philippine LOUPIAC,**  
**Fabien PECOT,**  
**Dorothée THIBAUT,**  
**Karine VILLENEUVE**

Auchan : Comment concilier rentabilité et écologie – Le cas d'Auchan Pérols à 10kms de Montpellier

**Agnès LE BALLAC**  
**Laurie BALBO**

OR BRUN, « l'authentique fertilisant » : revitalisation d'une marque

**Anne-Céline GINOUX**  
**Florence GERVAIS**

PAUSE : 10H00 – 10H30

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE  
AFM : 10H30 – 12H30

SALLE  
GLAÏEUL

PAUSE DEJEUNER :  
12H30 – 14H00

## SESSION 23 – TABLE RONDE

SALLE  
MIMOSACOCONSTRUIRE DES VALEURS AVEC  
LES PARTIES PRENANTES DU  
TERRITOIRE – AUTHENTICITE ET  
HOSPITALITE

Animation : Alain DECROP

Organisation : Amina BEJI-BECHEUR

Quand la raison d'être ou créer de la valeur authentique devient central pour les entreprises et les marques

**Pierre GOMY (Dir Marketing Kantar)**

Comment Accor déploie sa stratégie en Tunisie

**Nicolas PEZOUT (Dir de l'hôtel Mövenpick du Lac – groupe Accor Tunisie)**

Parlons d'hospitalité - Coproduction culturelle dans une démarche d'inclusion dans les villes

**Aida ROBBANA (Chef de l'Un Habitat Tunisie)**

Valorisation des patrimoines de la Médina de Tunis par un renouvellement de l'offre touristique

**Leila BEN GACEM (Cheffe d'entreprise et a contribué à la création de Mdinti)**

Redonner de la valeur aux savoir-faire artisanaux du sud tunisien

**Medhi BACCOUCHE (Fondateur de Mensei, Shanti)**

## SESSION 24

SALLE  
TULIPE 3

## PATRIMOINE CULTUREL

Présidente : Fatma SMAOUI

Le rôle des applications mobiles dans la valorisation du tourisme du patrimoine culturel en Tunisie : effets de l'expérience immersive sur la satisfaction

**Houda ZARRAD,**  
**Imen HAMED**

Quelle portée de l'attrait visuel et de la résonance du récit dans les supports audiovisuels ? Cas des visites muséales

**Hager TURKI,**  
**Asma CHAABI**

Etude des tensions générées par l'implantation d'une offre muséale dans une zone postindustrielle : le cas du musée du Louvre Lens

**Melvin GREFILS,  
Hélène GORGE,  
Nil ÖZÇAGLAR -TOULOUSE**

How do consumers perceive artistic innovation ? Scale development and validation

**Aranzazu GAZTELUMENDI,  
Richard HUAMAN-RAMIREZ,  
Dominique BOURGEON-RENAULT**

## SESSION 25

SALLE  
ORCHIDÉE 1

### MARKETING DIGITAL (1)

Présidente : Isabelle COLLIN LACHAUD

Influence de la voix d'un assistant vocal sur les réactions des utilisateurs

**Nicolas KUSZ,  
Jean-François LEMOINE**

Tutoiement et convergence de style dans un post de marque et dans les réponses aux internautes sur Facebook : le rôle de la sincérité perçue

**Catherine AUSSILHOU**

L'analyse des avis en ligne sur tripadvisor : les facteurs de recommandation de l'établissement hôtelier – cas de Tunis

**Khalid SAMHALE,  
Maali BENHISSI,  
Faycel KADA**

Vrais ou faux avis ? Effets sur les attitudes et intentions : résultats d'une première étude expérimentale

**Gautier LOMBARD,  
Mathieu KACHA,  
Daria PLOTKINA,  
Jean-Luc HERRMANN**

## SESSION 26

SALLE  
ORCHIDÉE 2

### TRANSFORMATION NUMERIQUE (3)

Président : Mbaye Fall DIALLO

L'effet des technologies interactives permettant l'intégration des canaux tout en donnant accès à un assortiment plus large en ligne sur les perceptions et le comportement du client en magasin

**Nathalie DEMOULIN,  
Gwarlann DE KERVILER**

Les objets connectés : du soi quantifié au soi déterminé

**Yosra OUESLATI,  
Leila EL KAMEL**

Intégrer les essais virtuels dans les processus d'achat de produits physiques : quelle perception par les consommateurs ?

**Philippine Loupiac,  
Emmanuelle LE NAGARD**

Le rôle de l'incarnation et de la position du corps lors de l'expérience touristiques en réalité virtuelle sur le comportement du consommateur

**Pierre-Henry LEVEAU,  
Sandra CAMUS,  
Paul RICHARD**

## SESSION 27

SALLE  
ORCHIDÉE 4

### TOURISME ET DIGITAL

Présidente : Sondes ZOUAGHI

Personnalisation de l'expérience client en hôtellerie : perspectives d'experts sur les effets de la digitalisation de l'offre

**Alexandra YOUSSEFI,  
Maud DAMPERAT,  
Florence JEANNOT,  
Eline JONGMANS**

Let the instaplushies tell the story": the toy influencers as a tool to promote tourist destination

**Manel Masmoudi,  
Imen CHARFI BEN HMIDA**

Influence of virtual hospitality on online purchase intention: the mediating role of well-being and trust

**Soffien BATAOUI,  
Jean-Luc GIANNELLONI,  
Agnès HELME-GUIZON**

Stimuli virtuels et comportement du touriste dans un contexte pandémique Tunisien

**Oumayma GAIEB,  
Yasmine GAIEB,  
Ibtissem Mustapha HARZALLAH**

PAUSE : 15H30 – 16H00

## SESSIONS PARALLÈLES

16H00 – 17H30

## SESSION 28

SALLE  
TULIPE 1

### CO-CREATION ET EMPOWERMENT

Présidente : Hager BACHOUCHE

Participation in green co-creation challenges increases likelihood of adopting pro-environmental choices

**Linda HAMDY-KIDAR,  
Leila ELGAAIED-GAMBIER,  
Arnaud BANOUN,  
Stéphane SALGADO**

Quand les consommateurs entreprennent dans la production d'énergie renouvelable : l'empowerment collectif en question

**Gilbert KIENTEGA  
Amina BEJI-BECHEUR  
Audrey BONNEMAISON**

Consumer purchase intention toward a co-designed product: mediating role of consumer engagement and innovativeness

**Olfa AMMAR,  
Imen TRABELSI TRIGUI**

Effet de la perte d'une campagne de crowdsourcing gamifiée sur l'engagement des participants envers la plateforme : une étude expérimentale

**Chaïma SIALA,  
Abdelmajid AMINE**

## SESSION 29 – OUVRAGE WIKI AFM et ETUDE KANTAR

SALLE  
TULIPE 2

### MARKETING POUR UNE SOCIÉTÉ RESPONSABLE

Animation : Fanny RENIOU et Amina BEJI-BECHEUR

## SESSION 30 – SESSION SPÉCIALE

SALLE  
MIMOSA

### CONSUMER ONLINE PRIVACY: NEW CHALLENGES FOR MARKETING

Président: Julien CLOAREC

Marketing research on consumer privacy: towards new challenges

**Alex DESLEE,  
Caroline LANCELOT-MILTGEN,  
Isabelle COLLIN-LACHAUD,  
Mbaye Fall DIALLO**

Influence of individual cultural orientations on online privacy-protective responses: the mediating role of concern for privacy breaches

**Christelle AUBERT-HASSOUNI,  
Béatrice PARGUEL,  
Sandrine MACE**

How online privacy transgression undermines consumer moral intuitions

**Nawel FELLAH-DEHIRI,  
Nour ALRABIE,  
Julien CLOAREC**

## SESSION 31

SALLE  
TULIPE 3

### VULNERABILITE (2)

**Présidente : Audrey BONNEMAIZON**

L'épargne à l'époque du matérialisme ordinaire : les pratiques d'épargne expliquées par l'implication envers la gestion de ses finances personnelles et le non-matérialisme

**Olivier NICOLAS,  
Richard LADWEIN**

L'inclusion financière par le mobile money au Cameroun : une analyse des facteurs d'adoption pour le paiement mobile

**Pius Michel MINDJA,  
Viviane ONDOUA BIWOLE,  
Martine SPENCE**

Les réfugiés, des immigrés comme les autres ?

**Marie Hélène FOSSE-GOMEZ,  
Roua ALHANOUTI**

Les files d'attente des organismes d'aide alimentaire : un espace révélateur de tensions identitaires pour les usagers ?

**Anis JOUNAID,  
Abdelmajid AMINE**

## SESSION 32

SALLE  
ORCHIDÉE 1

### FAMILLE ET TRANSMISSION

**Présidente : Mathilde GOLLETY**

La transition vers la parentalité : les facteurs favorisant la formation de nouvelles habitudes alimentaires chez les parents

**Sanaa OUADE,  
Patrick GABRIEL,  
Yolande PIRIS**

« Qui sommes-nous en tant que couple » : comment les couples négocient leurs identités à travers les pratiques de consommation du quotidien

**Mathilde LAPOSTOLLE,  
Julien SCHMITT**

La redéfinition de la générativité de l'achat immobilier par le mouvement des coopératives d'habitants

**Ons BELAID,  
Sonia CAPELLI,  
William SABADIE**

## SESSION 33

SALLE  
ORCHIDÉE 2

### PRATIQUES DES ENSEIGNES ET COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR

**Présidente : Magali TRELOHAN**

« Nos clients ont le don d'en faire un » : quel rôle la proximité enseigne-client joue-t-elle dans la décision de faire un don en caisse ?

**Elodie MANTHE**

Impact des stratégies de (multi-) labellisation sur les perceptions des marques de distributeurs et sur le consentement à payer : étude du rôle modérateur de la compréhension des labels

**Thomas RUSPIL,  
Gauthier CASTERAN**

Motivations et freins à la fréquentation des magasins d'une enseigne de déstockage : une analyse des antécédents et des conséquences de la congruence d'image, de la valeur perçue et de la honte

**Tiéfing DIAWARA**

Perceptions du vintage par le consommateur : analyse par la méthode du carré sémiotique « distance"/"proximité »

**Pauline TESIO,  
Aurélien KESSOUS**

## SESSION 34

SALLE  
ORCHIDÉE 4

### PROCESSUS DE DECISION (1)

**Président : Gilles LAURENT**

Sentiments des consommateurs et rendements boursiers idiosyncratiques de l'entreprise : le rôle modérateur de la baisse de la capacité économique

**Kpinsaga Bahama BAKO LIBA,  
Joseph KASWENGI**

Package size and over-the-counter drug consumption

**Benjamin BŒUF,  
François DURIVAGE**

Does customers' prior product knowledge affect perceived providers' connection to their bundle of needs, goals and preferences?

**Olivier MESLY**

Impact des médias sociaux sur l'engagement des voyageurs et l'intention de voyager : rôle modérateur du risque perçu

**Nozha ERRAGCHA,  
Babay HANENE**

17H30 – 20H00

SORTIE DECOUVERTE  
CARTHAGE



20H30

SALLE  
GLAÏTEUL

DINER GALA

# VENDREDI 20 MAI

## 10H30 – 12H00 : PRIX DE THESE

SALLE  
GLAÏEUL

## 12H00 – 12H30 : LE MOT DE CONCLUSION

Souad Djelassi, Christine Gonzalez, Norchene BEN Dahmane Mouelhi, Hamida Skandrani, Zied Mani, Amina Béji-Bécheur, Alain Decrop

## 14H – 17H : SORTIE DECOUVERTE : LES PALAIS DE LA MANOUBA

### 08H00 – 08H30

#### ACCUEIL DES PARTICIPANTS

#### SESSIONS PARALLÈLES

### 08H30 – 10H00

#### SESSION 35

SALLE  
TULIPE 1

##### RELATION A LA MARQUE (1)

Présidente : Kaouther BEN RACHED

« Qui se ressemble s'assemble : vers une meilleure prise en compte du transfert affectif de l'enseigne vers la marque d'enseigne »

Léa PECJAK,  
Sophie CHANGEUR

Les déterminants de la confiance du consommateur lors d'une substitution d'enseignes : le rôle modérateur de l'image du pays cas « tunisiana-ooredoo »

Ahmed KANNOU,  
Kaouther BEN RACHED

Negative brand mention in rap music: when criticizing benefits the brand.

Ghizlane KASMI,  
Géraldine MICHEL,  
Valérie ZEITOUN

#### SESSION 36 – SESSION SPECIALE

SALLE  
MIMOSA

##### ROLES ET EFFETS DU GENRE DANS LA CONSOMMATION ET LES PRATIQUES DU MARKETING

Présidente : Eva DELACROIX

@Pepitesexiste : quand les consommatrices et consommateurs dénoncent le marketing genré

Eva DELACROIX,  
Sarah LASRI

Le langage non sexiste dans les messages de marque sur les réseaux sociaux : quels effets sur l'attitude et l'engagement ?

Magali TRELOHAN,  
Abdul ZAHID

Les coûts variables de la consommation masculine

Coralie LALLEMAND

#### SESSION 37

SALLE  
TULIPE 2

##### INFLUENCE ET COMPORTEMENTS SOCIAUX (1)

Président : Julien SCHMITT

Qui se ressemble s'assemble : l'importance de la congruence pour faire adopter les advergames aux consommateurs

Amélie JOASSARD,  
Sonia CAPELLI

Effet de l'intensité des indices sociaux fournis dans l'annonce d'une plateforme de partage CtoC sur les intentions comportementales

Soffien BATAOUI,  
Jessica GERARD,  
Marie-Laure GAVARD-PERRET,  
Emmanuelle BOCH

« Ce n'est pas qu'a moi... C'est à nous ! » : le sentiment de propriété psychologique au sein d'une coopérative d'habitants

Ons BELAID,  
Sonia CAPELLI,  
William SABADIE

Organismes caritatifs et incitation à l'acte de don : rôle des photos socialement riches présentes sur les sites internet d'associations

Soffien BATAOUI,  
Emmanuelle BOCH

#### SESSION 38

SALLE  
TULIPE 3

##### PROCESSUS DE DECISION (2)

Présidente : Marine Le Gall Ely

How to win back customers who have left after a service failure

Anthony CHUNG CHAI MAN,  
William SABADIE

Comment les consommateurs évaluent-ils l'écart entre deux prix ?

Gilles LAURENT,  
Marc VANHUELE,  
Madhav ARORA

Which customer characteristics influence their price acceptance? An empirical study in the airline industry.

Hang THI MINH VU,  
Sylvie LLOSA,  
Lionel NICOD

Audio branding non-musical : l'impact des sons non-musicaux liés à une marque sur les jugements

Imène GABTNI,  
Kaouther SAIED BENRACHED

#### SESSION 39

SALLE  
ORCHIDÉE 1

##### TRANSFORMATION DIGITALE DES LOISIRS

Présidente : Azza TEMESSEK

Comparing online user experience across channels and touchpoints when booking vacations

Saïd ETTIS,  
Jean-Eric PELET,  
Judy ZAICHKOWSKY

La quantification de soi via les applications de marque : une solution prometteuse pour une relation pérenne ?

**Meriem AGREBI,**  
**Sinda AGREBI**

En quoi la digitalisation des enceintes sportives peut-elle changer l'expérience du spectateur ?

**Agathe VIVARELLI,**  
**Nathalie FLECK,**  
**Martine FOURNIER**

L'expérience touristique mémorable : comment se construit-elle dans le cas de la consommation d'un produit alimentaire local ?

**Alexandre DARGOS LE GOASCOZ,**  
**Agnès FRANCOIS-LECOMPTE,**  
**Marine LE GALL-ELY**

## SESSION 40

SALLE  
ORCHIDÉE 2

### INFLUENCE ET COMPORTEMENTS SOCIAUX (2)

Présidente : **Nathalie DEMOULIN**

La proximité perçue à partir des médias sociaux : quel rôle et impact(s) pour les marketing managers ?

**Mathieu DUNES,**  
**Meriem EL BOUHALI**

Les motivations de co-création de valeur dans les communautés virtuelles de marques intégrées dans les médias sociaux

**Manel AZZABI**  
**Hager BELLALOUNA**

The effects of video storytelling content on consumers' online reactions in a social media environment: a cross cultural study

**Rym BOUZAABIA,**  
**Abir BEN AICHA,**  
**Alexandru CAPATINA**

Être utile ou ne pas être oublié ? Le rôle des motivations génératives dans la transmission de son héritage numérique sur Facebook

**Andréa GOURMELEN,**  
**David VIDAL,**  
**Mathieu MIFSUD,**  
**Mathieu MOLINES**

## SESSION 41

SALLE  
ORCHIDÉE 4

### NOUVEAUX CONCEPTS, NOUVELLES METHODES

Président : **Richard HUAMAN RAMIREZ**

Pourquoi la transgression en marketing est-elle sous (et mal) exploitée ? Revue intégrative et proposition d'un agenda de recherche

**Alicia LEFRANCOIS,**  
**Sophie CHANGEUR,**  
**Sophie BALECH**

Penser le silence en marketing : revue de littérature multidisciplinaire, typologie des silences et agenda de recherche

**Noémie DEHLING**

Vers une nouvelle approche conceptuelle du flow en réalité virtuelle

**Anne DASTUGUE**  
**Virginie PEZ**  
**Mathilde GOLLETY**

Développement d'une échelle de la nouveauté perçue

**Claire-Lise ACKERMANN,**  
**Blandine HETET,**

## PAUSE : 10H00 – 10H30

## SESSIONS PARALLÈLES

### 10H30 – 12H00

## SESSION 42

SALLE  
TULIPE 1

### MARKETING DIGITAL (2)

Présidente : **Karine RAIES**

Les effets de l'espacement interligne des sites web marchands sur la qualité perçue des produits : le rôle de la qualité perçue de l'information et du besoin de cognition

**Jean-François LEMOINE,**  
**Raouf ZAFRI**

L'affichage dynamique : générateur d'attitudes et d'intentions comportementales

**Manel BOUCHNAK,**  
**Azza FRIKHA**

Le placement de produit sur YouTube : spécificités et influence sur les réactions des internautes

**Simon REGNIER,**  
**Jean-François LEMOINE**

L'habit ne fait pas le moine, mais qu'en est-il de la figure d'autorité ?

**Antonin WOIMANT,**  
**Léa PECJAK**

## SESSION 43

SALLE  
TULIPE 2

### PRIX DE THESE

Présidente : **Béatrice PARGUEL**

**Eva CERIO**, « donner ou vendre ses objets : vers une meilleure compréhension de la dépossession par le réemploi » (Université Gustave Eiffel, sous la direction de Sophie Rieunier et Alain Debenedetti)

**Avréliane KULLAK**, « further engaging consumers in healthy behaviors with mobile applications - essays on supporting and hindering processes » (Université Catholique De Louvain, sous la direction de Karine CHARRY et Ingrid PONCIN)

**Giulia PAVONE**, « utiliser et interagir avec les technologies intelligentes : applications pratiques sur les voitures autonomes et les chatbots » (Toulouse School of Management, sous la direction de Lars MEYER-WAARDEN et Andreas MUNZEL)

## SESSION 44

SALLE  
MIMOSA

### RENCONTRE AVEC LES REDACTEURS EN CHEF DE RAM ET DM

**Laurent BERTRANDIAS** (Rédacteur en Chef – Recherche et Applications en Marketing)

**Isabelle COLLIN-LACHAUD** (Co-Rédactrice en Chef - Décisions Marketing)

**Gilles N'GOALA** (Co-Rédacteur en Chef - Décisions Marketing)

## SESSION 45

SALLE  
TULIPE 3

### COMPORTEMENTS DURABLES

Présidente : **Agnès FRANCOIS-LECOMPTE**

Unethical because obese: employee bodyweight and ethical perceptions

**Benjamin BOEUF,**  
**François DURIVAGE**

Consumers' reactions to environmental-friendly products and the impact of their green values

**Yen LE,**  
**Nathalie FLECK**

Proposition d'une typologie des plaisanciers adoptant un comportement irresponsable

**Christelle LAVAUD,**  
**Patrick GABRIEL,**  
**Bertrand URIEN**

Les chefs passent au grill. Comment les chefs cuisiniers se représentent la viande face aux enjeux de durabilité alimentaire ?

**Arnaud LAMY**  
**Sandrine COSTA,**  
**Lucie SIRIEIX,**  
**Maxime MICHAUD**

## SESSION 46

SALLE  
ORCHIDÉE 1

### RELATION A LA MARQUE (2)

Président : **Joël BREE**

Perceived authenticity, umbrella destination brand, and daughter destination brand: an exploratory study of lubéron perceived authenticity

**Sabine REYDET,**  
**Julien COUDER,**  
**Blandine AGERON,**  
**Gildas BARBOT**

The effects of brand heritage on brand trust and loyalty: evidence of the mediating roles of brand quality and brand identification in industrial markets

**Richard HUAMAN-RAMIREZ,**  
**Jean PFIFFELMANN**

Wine destination brand experience as a second-order factor: measurement and impact on behavioral intentions

**Cam TRUC LUU,**  
**Jean-Philippe GALAN**

La relation ambivalente des collaborateurs à la marque

**Sylvain DELMAS,**  
**Fabienne BERGER-REMY**

## SESSION 47 – SESSION SPECIALE

SALLE ORCHIDÉE 2

### CRISE DE LA COVID 19, ENTRE RESISTANCE ET RESILIENCE : REGARDS CROISES DES ENTREPRISES ET DES CONSOMMATEURS

Présidente : **Widiane FERCHAKHI**

L'après Covid 19 : Résilience ou comment préparer la prochaine crise ?

« C'est trop injuste! » : Justice sociale perçue et mouvement anti-Amazon pendant la 2ème vague de la Covid 19.

« 1, 2, 3, confinements ! » : Les pratiques alimentaires à l'ère de la Covid 19 : vers une meilleure compréhension de la résilience alimentaire par le biais de la théorie des pratiques sociales

**Widiane FERCHAKHI,** **Hanene QUESLATI,** **Imen BEN SLIMENE**

## SESSION 48

SALLE  
ORCHIDÉE 4

### TOURISME ET LOISIRS

Président : **William SABADIE**

La méthode de l'essai photographique collectif - cas de l'expérience de visite dans un parc à thème

**Thomas STENGER,**  
**Anne KRUPICKA,**  
**Aurélia MICHAUD-TREVINAL**

L'échange de maisons comme une nouvelle manière de voyager ? Étude de la perception des hébergements collaboratifs pendant la période de crise sanitaire

**Quynh LIEN DUONG**

Promotion du tourisme domestique en période de covid 19 : quelle contribution de l'attractivité territoriale résidentielle pour quelle résilience ?

**Boubacar BASSE**

La déclinaison du marketing géolocalisé selon différentes réalités : quel effet sur l'intention de jouer et d'acheter au sein du lieu promu ?

**Allan LUBART,**  
**Sonia CAPELLI**

## SESSION 49

SALLE  
ORCHIDÉE 5

### VULNERABILITE (3)

Présidente : **Norchene BEN DAHMANE MOUELHI**

Prévenir la malnutrition des personnes âgées par la compréhension des effets du vieillissement sur les pratiques alimentaires : une typologie en trois profils

**Samuel GUILLEMOT,**  
**Andréa GOURMELEN,**  
**Ziad MALAS**

L'hôpital comme espace liminal d'expériences de service de soins pour les patients âgés

**Abdelmajid AMINE**  
**Audrey BONNEMAIZON,**  
**Margaret JOSION-PORTAIL**

Les consommateurs en précarité numérique face à la digitalisation des services publics. Le rôle des stratégies de coping

**Kamilia AOUAA,**  
**Abdelmajid AMINE**

12H00 – 12H30

SALLE  
GLAÏEUL

### LE MOT DE CONCLUSION

PAUSE DEJEUNER :  
12H30 – 13H30

14H00 – 17H00

### SORTIE DECOUVERTE : LES PALAIS DE LA MANOUBA



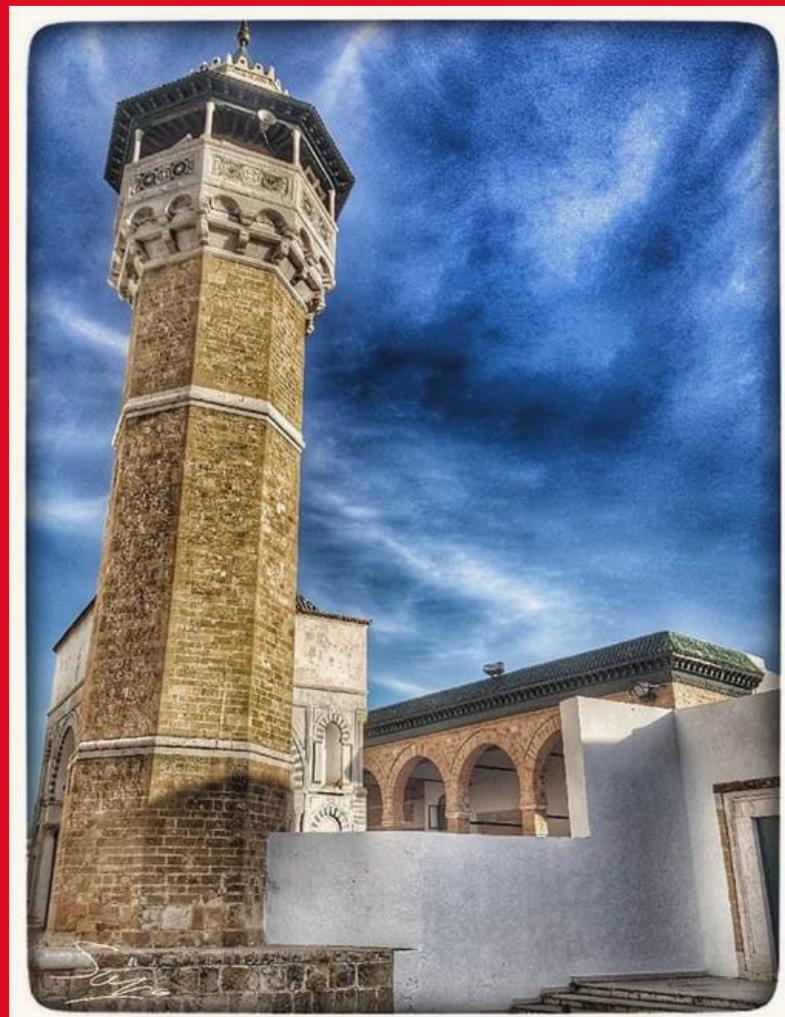
# REMERCIEMENTS AUX PARTENAIRES



38<sup>ÈME</sup>

# CONGRÈS INTERNATIONAL DE L'ASSOCIATION FRANÇAISE DE MARKETING

MARKETING ET HOSPITALITE :  
ENTRE AUTHENTICITE ET  
EXIGENCE DE DURABILITE



2022