

P R O G R A M M E
 Jeudi 17 mars 2011
 I A E de R O U E N



10h30
 12h30

Ouverture : **APPROCHES SOCIO-ANTHROPOLOGIQUES DE LA CONSOMMATION**

Film : **REGARD ANTHROPOLOGIQUE SUR LA CONSOMMATION AU BRÉSIL :**

Rio de Janeiro 2006-2008

Soren ASKEGAARD (University of Southern Denmark)

Dominique DESJEUX (CERLIS – Université Paris ?)

REPAS

Atelier : Casimir enseignant chercheur

1. *Les représentations enfantines de l'entreprise : une approche par le dessin*
M. Schill (Reims Management School) & M-H. Fosse-Gomez (LSMRC – Univ. Lille Nord de France)

2. *C'est l'heure du goûter ! Les représentations par les 7-11 ans d'un repas dédié à l'enfance*
C. Damay (Rouen Business School), & V. Nicolas-Hemar (Institut Supérieur de Gestion), P. Ezan (IAE Rouen NIMEC Rouen Business School) & M. Gollety (Université d'Evry Val Essonne)

3. *Etude des différences individuelles dans l'usage des stratégies de coping des adolescents consommateurs : le cas de la critique des pairs sur un choix de marque.*
S. Benmoyal & D. Guiot (DRM – Univ. Paris Dauphine)

4. *Les adolescents et les marques : entre besoin nostalgique, besoin hédonique et besoin d'appartenance.*
B. M'Saad & R. Bouzaabia Hizem (IHEC Sousse)

14h
 16h15

Atelier : Voyage et dépaysement

1. *Tradition et comportement de consommation au Sénégal : le cas du vêtement*
F. Diop (Ecole Supérieure Polytechnique de Dakar)

2. *L'acquisition de la culture globale de consommation par les femmes marocaines*
D. Godefroit-Winkel & M-H. Fosse-Gomez (LSMRC – Univ. Lille Nord de France)

3. *Retours temporaires et identité du consommateur émigré : approche exploratoire*
C. Ndione (NIMEC – Université de Rouen)

4. *Religion musulmane et comportement du consommateur : le cas du Sénégal*
F. Diop (Ecole Supérieure Polytechnique de Dakar)

Pause

Atelier : Echelle et pinceau

1. *Proposition d'une Echelle de mesure du Comportement de Consommation Responsable à partir du Comportement d'Achat Responsable et du Comportement d'Usage Responsable*
L. Hnana & F. Akrouf (Faculté des Sciences Economiques et de Gestion, Sfax)

2. *Les particules élémentaires de la modélisation du comportement du consommateur*
J-P. Galan (CRM– IAE Toulouse)

16h45
 18h

Atelier : Distrib'n Co

1. *La mise en scène des produits en magasin : un élément incontournable pour communiquer auprès des jeunes adultes : Application au secteur de l'habillement*
E. Hoëllard (NIMEC – IAE de Caen)

2. *Acheter en dépit d'une incertitude insoluble : quel rôle joue la confiance du consommateur dans l'enseigne ?*
S. Ducroux (CERMAT & ESCEM)

P R O G R A M M E
 Vendredi 18 mars 2011
IAE de ROUEN



Atelier : Kiffe de Djeun's !

9h
10h30

1. *La consommation de Facebook par les jeunes : usages et carrières*
J.P. Nau & R. Garcia-Bardidia (CERFIGE - Université Nancy 2)

2. *La consommation des jeux vidéo chez les jeunes femmes : le cas des gamehers*
A.Tiercelin (NIMEC- Université de Rouen)

3. *Je blogue donc je suis : les stratégies de mise en scène de soi des adolescents*
P. Ezan (NIMEC-Université de Rouen & Rouen Business School), **S. Mallet** (LARGEPA, Université Paris II) & **C. Rouen-Mallet** (NIMEC - Université de Rouen)

Atelier : Vies de vieux ou Fin de cycle

1. *Transition de vie et symbolique de consommation. Application au deuil du conjoint chez la femme senior.*
C. Arnould-Plaud (ICI - IAE Bretagne Occidentale)

2. *Les émotions chez les personnes âgées : entre pression temporelle et effet d'expérience*
B. Bourcier-Béquaert & V. de Barnier (CERGAM - IAE d'Aix)

3. *Le cimetière du Père-Lachaise : entre expérience nécrotouristique et consommation hétérotopique*
S. Toussaint & A. Decrop (CCMS, Louvain School of management)

Pause

Objets, marques, expériences : miroirs de l'âme

11h
12h30

1. *« Au secours, mes objets m'envahissent ! » : Comment les objets en chaos peuvent-ils envahir les individus ?*
V. Guillard (DRM, Univ. Paris Dauphine), **D. Dion** (GREGOR, IAE de Paris) & **S. Ouidade** (GREGOR, IAE de Paris)

2. *« Décris-moi tes rencontres avec les marques et je te dirai qui tu es... ». Une approche interprétative des premières rencontres marque-consommateur*
F. Benoit-Moreau (DRM, Univ. Paris Dauphine)

3. *Comment appréhender les expériences vécues par une approche auto-ethnographique : le cas du site de Bibracte*
L. Graillet, R. Mencarelli, D. Bourgeon-Renault, S. Marteaux, J-F. Notebaert & M. Puhl (CERMAB- Université de Bourgogne)

REPAS