

Jeudi 22 Septembre 2011

08:30 – 09:00	Accueil des participants – Petit déjeuner			
09:00 - 10:30	Session 1 Histoire du commerce et société(1)	Session 2 Problématiques juridiques de la distribution	Session 3 Perception des canaux de vente	
10:30 – 10:45	Mots de bienvenue Françoise Bosman , Directrice des Archives Nationale du Monde du Travail Enrico Colla , Président du Comité Scientifique, Professeur à Négocia			
10:45 – 12:10	Table Ronde « <i>Le défi de la concurrence et de la réglementation. Prix et pouvoir d'achat</i> », animée par Enrico Colla . Avec la participation d' Alexandra Bouthelier (Secrétaire Générale – Fédération du Commerce Associé), Pascal Madry (Directeur de l'Institut pour la ville et le Commerce) et Georges Ferronnière (Directeur Marketing International – Nielsen)			
12 :10 – 12 :15	Présentation pratique et information générale (Comité d'organisation)			
12:15 – 13:45	Déjeuner			
14:00 – 15:30	Session 4 Histoire du commerce	Session 5 RID (Réseau interdisciplinaire de la distribution)	Session 6 Relations Fournisseurs - Distributeurs	Session 7 Multicanal et consommateurs (1)
15:30 – 15:50	Pause			
15:50 – 17:00	Table Ronde « <i>Les défis du e-commerce, le multicanal et le commerce ubiquitaire</i> », animée par Cristina Ziliani (Professeure, Université de Parme) et Pierre Volle (Professeur, Université Paris – Dauphine) Avec la participation de Cédric Ducrocq (Directeur Général DiaMart).			
17:00 – 17:20	Remise de prix Etienne-Thil-DiaMart de la meilleure communication par Madame Thil et Cedric Ducrocq			
17:20 – 18:20	Débat « <i>La crise de la distribution : quelle crise ?</i> » Jean-Claude Daumas (Professeur d'Histoire économique - Université de Franche-Comté) et Philippe Moati (Université Paris 7 Diderot). Animée par François Bobrie (Président de l'association Etienne Thil)			
18:20 – 18:30	Présentation du Programme « <i>Mémoire vivante du Commerce et des Cultures de Consommation</i> » par François Bobrie			
18 :30 – 19 :15	Visite guidée de l'exposition temporaire « <i>François-Charles Bransiaux, Négociant et banquier lillois, de la Révolution à l'Empire</i> »			
20 :15 – 20 :45	Cocktail de Bienvenue Interventions de Philippe Rollet , Président de l'Université de Lille1 et Vice-Président du Picom ; Patrick Brunier , Délégué Général du pôle des Industries du Commerce – PICOM ; Francis Guilbert , Professeur des Universités, Président du comité de pilotage, sur les initiatives de partenariat Université-entreprises dans la recherche et l'enseignement en distribution et les perspectives			
20 :45 -	Dîner de gala			

PROGRAMME

Vendredi 23 Septembre 2011

08:00 – 08:30	Accueil des participants - Petit déjeuner			
08:30 - 10:00	Session 8 Histoire du commerce - les témoignages des grands acteurs	Session 9 Histoire du commerce et société (2)	Session 10 Drive et commerce en ligne	Session 11 Multicanalité et rôle du vendeur
10:00 – 10:30	Pause			
10:30 – 11:40	Table Ronde <i>« Innovations de format, commerce de flux et reconquête de la proximité »,</i> animée par Olivier Badot (Professeur à l'ESCP-EAP) avec la participation de Jean-François Lemoine (Professeur à Paris 1 Sorbonne), Gérard Gallo (Consultant), Jean-Marc Rihouey (Carrefour) et Nathalie Lemarchand (Professeure à l'Université Paris 8)			
11:40 – 13:00	Table Ronde <i>« Le défi de l'international pour la grande distribution : optimisation des pays et des formats et risques d'échec »</i> Animée par les professeurs Bernard Swoboda (Université de Trier -Allemagne) et Steve Burt (Université de Stirling - Ecosse). Avec la participation d' Alain Thieffry (Consultant – ancien Directeur Marketing et Communication Europe du groupe Carrefour) et de Jean Cauchefert (Carrefour).			
13:00 – 14:30	Déjeuner			
14:30 – 16:30	Session 12 Fidélisation, clients et image	Session 13 Points de vente et multicanalité	Session 14 Multicanalité et consommateurs (2)	Session 15 Dimensions culturelles et institutionnelles du commerce

LE PROGRAMME DES SESSIONS

Jeudi 22 Septembre

09 :00 – 10 :30 Sessions 1 à 3

Session 1 : Histoire du commerce et société (1)

« Culture de consommation et distribution à Paris au XVIII^e siècle »

Natacha COQUERY, Université de Lyon 2

« Normes et pratiques marchandes dans le commerce alimentaire : l'exemple de Tours au 18^e siècle »

Maude VILLERET, Université de Nantes

« Le management de la corvéabilité éduquée dans la grande distribution »

HOCQUELET Mathieu, Université d'Evry

Session 2 : Problématiques juridiques de la distribution

« L'exposition de la Grande Distribution au risque juridique : comment construire et mettre en œuvre une cartographie ? »

Christophe COLLARD, EDHEC

Christophe ROQUILLY, EDHEC

« Franchise et E-commerce : Une approche Droit - Marketing des problématiques liées à l'exclusivité territoriale »

Gurvan BRANELLEC, Université de Brest

Rozenn PERRIGOT, Université de Rennes

« La mutualisation logistique dans le canal de distribution : une stratégie de contournement de la loi de modernisation de l'économie »

Christelle CAMMAN, Université Aix-Marseille II

Laurent LIVOLSI, Université Aix-Marseille II

Session 3 : Perception des canaux de vente

« L'intégration perçue des canaux de distribution : Du concept à l'échelle de mesure »

Hanene OUESLATI, Université Montpellier II

« Les représentations sociales comme outil de compréhension de l'élaboration d'un format de vente. Le cas des enseignes de proximité de la grande distribution alimentaire ».

Maryline SCHULTZ, IAE Dijon

« Les antécédents expérimentiels de la valeur perçue d'un canal de distribution : une approche exploratoire de l'attrait d'une grande surface de vente »

Nawel HABIB, Université Lyon III

Yves NEGRO, Université Lyon III

14:00 – 15:30 Sessions 4 à 7

Session 4: Histoire du commerce

« *Aux origines du Mouvement E. Leclerc* »

Anaïs LEGENDRE, Université Paris IV

« *L'installation de la grande distribution en province : le cas du Limousin (1970-1990)* »

Clotilde DRUELLE-KORN, Université de Limoges

« *Les enjeux industriels et commerciaux d'une participation financière : Devanlay et Recoing, actionnaire de la grande distribution, 1945-1980* »

Patrice BAUBEAU, Université Paris Ouest Nanterre

Session 5 : RID (Réseau interdisciplinaire de la distribution)

« *Les enjeux de management associés par la montée en compétence marketing des distributeurs* »

Pierre VOLLE, Université Paris Dauphine

Philippe MOATI, Université Paris 7 – Diderot

« *Réflexions sur les multiples dimensions de la performance dans le commerce et la distribution* »

Camal GALLOUJ, Université de Brest

VIGLIANO Marie-Hélène, Université Paris XIII

« *Evolutions des pratiques de mobilités résidentielles et de consommation (1970-2010) et impacts sur les localisations et les formats marchands* »

Nicolas LEBRUN, Université d'Artois

Session 6 : Relations Fournisseurs - Distributeurs

« *Les relations coopératives dans les canaux marketing : proposition d'un modèle pour le Vietnam* »

Van My DANG, Université de Rennes 1

Gérard CLIQUET, Université de Rennes 1

« *La création de la valeur perçue par le grand distributeur dans la relation avec leurs fournisseurs, cas d'une distribution émergente* »

Rym ELAMRI TRABELSI, Faculté des Sciences Economiques et de Gestion de Tunis

Kaouther SAIED BEN RACHED, Faculté des Sciences Economiques et de Gestion de Tunis

« *E-supply chain et productivité : le cas de la grande distribution* »

Elodie HURE, Université de Rennes I

Thi Le Hoa VO, Université de Rennes I

Gérard CLIQUET, Université de Rennes I

Bruno DURAND, Université de Nantes

Session 7 : Multicanal et consommateurs (1)

« *Cross-channel consumer behavior – a comparison between French, German, Italian and British consumers* »

Sebastian RITTINGER, Universität des Saarlandes
Joachim ZENTES, Universität des Saarlandes

« *Du multicanal au transcanal : le point de vue du consommateur* »

Elodie HURE, Université de Rennes I
Gérard CLIQUET, Université de Rennes I

« *Comment le parcours cross-canal du consommateur transforme son expérience de shopping ?* »

Isabelle COLLIN-LACHAUD, Université Lille2
Régine VANHEEMS, Université Paris I

Vendredi 23 Septembre

08 :30 – 10 :00 Sessions 8 à 11

Session 8 : Histoire du commerce - les témoignages des grands acteurs

Président de Séance : Thierry MAILLET

« *Histoire du Marketing face aux évolutions commerciales* »

MAILLET Thierry, ADETEM

« *La grande histoire des regroupements dans la distribution* »

Claude SORDET, expert comptable, ancien journaliste
Claude BROSSELIN, Président de l'Association pour l'Histoire du Commerce

« *Commerce et Distribution, différentes facettes du capitalisme familial* »

DIOUX Jacques, Vice-Président Groupe professionnel HEC Grande Consommation

Session 9 : Histoire du commerce et société (2)

« *Comment exploiter ses ressources stratégiques? L'histoire de la CAMIF de 1947 à 1957* »

Benoît DEMIL, Professeur des Universités, Directeur du LEM, IAE Lille
Xavier WEPPE, Maître de conférences, IAE Lille

« *Les leçons du passé : Géographie historique des marchés de Stockholm 1540 – 1918* »

Christina NORDIN, Docteur en géographie, consultante UE

« *Facteurs explicatifs du comportement d'achat envers les marques de distributeur dans un pays émergent : Application au marché brésilien* »

Mbaye Fall DIALLO, Université Paul Cézanne

Session 10 : Drive et commerce en ligne

« Grande distribution alimentaire et « drive » : une solution à la mobilité des consommateurs ? »

Michele HEITZ, Université de Metz

Jean-Pierre DOUARD, Université de Metz

Gérard CLIQUET, Université de Rennes 1

« L'essor du 'drive' en France : des synergies à développer et des avantages compétitifs à créer »

Enrico COLLA, Président du Comité Scientifique, Professeur à Négocia

Paul LAPOULE, Advancia-Négocia

« Des crédits Facebook aux « remises sociales » : quel(s) pouvoir(s) de persuasion pour le commerce social ? »

Maria MERCANTI-GUERIN, CNAM

Session 11 : Multicanalité et rôle du vendeur

« Imbrication entre espace virtuel et espace physique: quand les vendeurs s'en mêlent... »

Régine VANHEEMS, Université Paris I

« Coexistence et complémentarité entre vendeur virtuel ubiquitaire et vendeurs réels »

Ingrid PONCIN, SKEMA

Mohammed Slim BEN MIMOUN, SKEMA

« Gérer l'adhésion du personnel au système de distribution multicanal »

Sophie JEANPERT, IAE Lille

14:30 – 16:30 Sessions 12 à 15

Session 12: Fidélisation, clients et image

« Take 1, get 5 ! : la fidélisation communautaire des adolescentes dans les enseignes de prêt-à-porter »

Isabelle COLLIN-LACHAUD, Université Lille2

Elodie GENTINA, SKEMA

Marie-Hélène FOSSE-GOMEZ, Université Lille2

« Le localisme est-il un argument de fidélisation pertinent ? Le cas des programmes de fidélité communautaires »

Jean FRISOU, INSEEC

« Quelle relation client dans les hypermarchés ? »

Magali BOESPFLUG, Université de Limoges

« L'expérience éducative au point de vente : le rôle des interactions client-personnel sur la fidélisation à l'enseigne selon une orientation relationnelle »

Florence FEENSTRA, ESSCA Ecole de management

Session 13 : Points de vente et multicanalité

« L'architecture hyper théâtralisée des centres de magasins d'usine : Quelle perception par les magasiniers ? »

Patrice COTTET, Université de Reims

Karine DEPARDON, Université de Reims

« *Design d'espace : la nécessaire intégration de l'ergonomie* »

Gaël BONNIN, EDHEC

Alain GOUDET, Reims Management School

« *Commerce en ligne : quelle appropriation de l'espace marchand ? Le rôle de l'expérience vécue par les*

consommateurs »

Aurélia MICHAUD-TREVINAL, Université de La Rochelle

Session 14 : Multicanalité et consommateurs (2)

« *Analyse du comportement multi canal du client en termes de satisfaction : quels sont les facteurs influençant sa satisfaction globale ?* »

Anne Marianne SECK, Université Paul Cézanne, Aix Marseille 3

Mbaye Fall DIALLO, Université Paul Cézanne, Aix Marseille 3

« *Une comparaison empirique du profil des acheteurs monocanal et multicanaux* »

Christophe BEZES, Clickmbrick

« *Client « ouvrier », « auxiliaire », « associé » ou « consultant » : quel rôle veulent nous faire endosser les enseignes ?* »

Audrey BONNEMAIZON, Université Paris XII

Florence BENOIT MOREAU, Université Paris Dauphine

Sandrine CADENAT, Université Paris XII

Valérie RENAUDIN, Université Paris Dauphine

« *Relation entre la connaissance du consommateur et le comportement du butinage* »

Rym BOUZAABIA HIZEM, IHEC Sousse

Imène SALEM, ESC Tunis

Session 15 : Dimensions culturelles et institutionnelles du commerce

« *Le partage des connaissances au sein du distributeur international* »

Lanlan CAO, Rouen Business School

Marc DUPUIS, ESCP-EAP

Jean FOURNIOUX, Rouen Business School

« *La distribution de produits monastiques par internet : la nature des dimensions innovantes des sites marchands est-elle contingente de l'ancrage religieux ou laïc des sites ?* »

Marie-Catherine HUSSON-PAQUIER, Advancia-Négocia

Sophie MORIN-DELERM, CNAM

« *Le libre-accès en pharmacie : une petite révolution dans la distribution ?* »

Déborah WALLET-WODKA, Université Pierre et Marie Curie

« *L'environnement institutionnel comme facteur explicatif du développement de la franchise : comparaison entre le Maroc et l'Algérie* »

Odile CHANUT, Université Aix-Marseille II

Nadjoua GHARBI, Université Aix-Marseille II