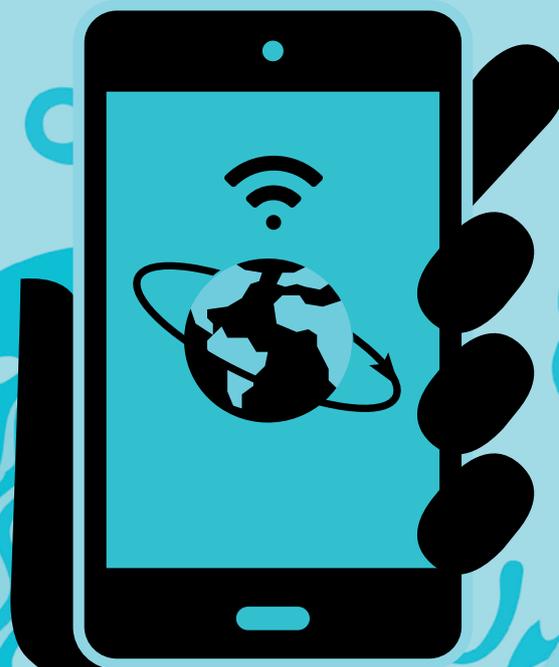


**10 décembre 2021
à EM Strasbourg**



**JOURNÉE
DE LA RELATION À LA MARQUE
DANS UN MONDE CONNECTÉ**



COMITE SCIENTIFIQUE

Le comité scientifique est placé sous la responsabilité de **Françoise SIMON**, professeur des universités à l'Université de Haute-Alsace.

Bertrand BELVAUX (Université de Bourgogne)
Yohan BERNARD (Université de Franche-Comté)
Dominique BOURGEON-RENAULT (Université de Bourgogne)
Marine CAMBEFORT (Université de Strasbourg)
Sonia CAPELLI (IAE Lyon)
Thierry DELECOLLE (ISC Paris School of Management)
Nathalie FLECK (Université du Maine)
Marc FILSER (Université de Bourgogne)
Kiane GOUDARZI (Université Lyon 3)
Agnès HELME-GUIZON (IAE Grenoble)
Richard HUAMAN-RAMIREZ (EM Strasbourg)
Florence JACOB (Université de Nantes)
Eric JULIENNE (Université d'Evry)
Jean-François LEMOINE (Université de Paris 1 Panthéon-Sorbonne)
Sylvie LLOSA (IAE d'Aix en Provence)
Charlotte MASSA (EM Strasbourg)
Lars MEYER-WAARDEN (Université de Toulouse Capitole)
Rémi MENCARELLI (IAE Savoie Mont Blanc)
Aïda MIMOUNI (Université de Cergy)
Andreas MUNZEL (Université de Montpellier)
Gilles NGOALA (Université de Montpellier)
Lionel NICOD (Université de Aix-Marseille)
Virginie PEZ (Université Paris II Panthéon-Assas)
Isabelle PRIM-ALLAZ (Université de Lyon 2)
Valérie RENAUDIN (Université Paris Dauphine)
Claire ROEDERER (EM Strasbourg)
Dominique ROUX (Université de Reims Champagne Ardenne)
William SABADIE (IAE Lyon)
Maggie SCORDEL (Université de Haute-Alsace)
Françoise SIMON (Université de Haute-Alsace)
Eric STEVENS (ESSCA Ecole de Management)
Pierre VOLLE (Université Paris Dauphine)
Hélène YILDIZ (Université de Lorraine)

COMITE D'ORGANISATION

Claire ROEDERER (EM Strasbourg)
Virginie SCHWEITZER (Université de Haute-Alsace)
Françoise SIMON (Université de Haute-Alsace)
Tony VALENTINI (EM Strasbourg)

8h30-9h00 : Café de bienvenue

9h00-9h15 : Ouverture du colloque

Françoise **SIMON**, Université de Haute-Alsace

9h15-11h15 : Création et destruction du capital de marque

L'impact du co-branding sur la valeur perçue des séjours de tourisme sportif

Léo **BERTRAND**, SAS Captain Wild

Tony **VALENTINI**, EM Strasbourg

Expression des boycotts problématiques sur Internet : le cas du #boycottdecathlon

Marine **CAMBEFORT**, Université de Strasbourg

La relation à la marque du Z consommateur : une étude exploratoire des causes de détachement

Anne **BONTOUR**, Université de Haute-Alsace

Nathalie **GUICHARD**, Université Paris-Saclay

11h15-11h45 : Pause-café

11h45-12h45 : Communication relationnelle des marques d'enseigne

Quel contenu à valeur ajoutée les enseignes de la grande distribution peuvent-elles proposer dans leurs emails traditionnels ?

Virginie **RODRIGUEZ**, Université Paris 2-Panthéon Assas

Marion **SANGLÉ-FERRIÈRE**, Cergy Paris Université

« 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 **MANTHÉ**, Université de Savoie Mont Blanc

12h45-14h00 : Déjeuner

14h00-14h30: Conférence invitée

De l'expérience client au customer journey : évolution d'un objet de recherche
Claire ROEDERER, EM Strasbourg

14h30-16h00 : Design et événement, sources de l'expérience client

La présentation des produits en ligne : l'impact de la mise en page sur les réactions des internautes

Jean-François LEMOINE, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

Raouf ZAFRI, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

L'appropriation des objets connectés : une nouvelle conceptualisation du système expérientiel

Marion ROIG, Université de Bourgogne

De la pratique événementielle à la poursuite de l'utilisation d'un objet connecté : le cas Marchons Solidaires de la communauté des sociétaires du Crédit Agricole Alpes-Provence

Claire SPALETTA, IAE Paris 1 Sorbonne Business-School

16h00 : Proclamation de la meilleure communication de la JR2MC 2021 et clôture du colloque

16h30-17h30 : Réunion du comité de pilotage du GIT AFM Expérience Client

