

Programme du 21ème Colloque sur le Marketing Digital



8 et 9 septembre 2022

UNIVERSITE PARIS 1
PANTHEON SORBONNE

Jeudi 08 septembre 2022

8h45-9h30 : Accueil des participants / Pause café

Appartement décanal (salon jaune), Site Panthéon, 12 place du Panthéon, 75005 Paris.

9h30-10h00 : Ouverture du colloque

Amphithéâtre Bachelard, Site Sorbonne, 54 rue Saint Jacques, 75005 Paris.

10h00-11h30 : Communication digitale et comportement de l'internaute

- **Ludivine DESTOUMIEUX** (Toulouse School of Management) : Digital natives women, a new target for provocative advertising ?
- **Marion SANGLE-FERRIERE** (CY Cergy Paris Université) et **Virginie RODRIGUEZ** (Université d'Orléans) : *Emails relationnels des enseignes de la grande distribution : Quels effets sur la valeur perçue par les consommateurs ?*
- **Olga GONCALVES** (IAE Perpignan) et **Camille LACAN** (IAE Perpignan) : *Sadness or Happiness ? Réponse des internautes aux stratégies émotionnelles des marketers sur les plateformes P2P.*

11h30-12h00 : Réseaux sociaux et comportement de l'internaute (1ère partie)

- **Adrien RAYMOND** (Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne) et **Alexandre STEYER** (Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne) : La popularité sur les réseaux sociaux. Déclaration d'affection ou simple effet d'exposition ?

12h00-14h00 : Déjeuner

Les Patios, 5, place de la Sorbonne, 75005 Paris.

14h00-14h30 : Réseaux sociaux et comportement de l'internaute (seconde partie)

- **Damien CHANEY** (EM Normandie) et **Pascal BRASSIER** (IAE Clermont Auvergne) : Notre-Dame is on fire! Understanding the public's online reaction to the destruction of a world heritage site.



14h30-16h30 : Gestion des données personnelles et comportement de l'internaute (1ère partie)

- **Laure PERRAUD** (UPEC-IUT Sénart Fontainebleau) : L'intrusion publicitaire perçue sur Internet : synthèse des avancées de la recherche.
- **Pauline ROQUES** (Université de Montpellier), **David VIDAL** (Université de Montpellier) et **Anne Sophie CASES** (Université de Montpellier) : Intrusion numérique et gestion des données personnelles : processus cognitifs, dynamiques et évolutions dans le temps.
- **David VIDAL** (Université de Montpellier), **Josselin MASSON** (Université de Montpellier), **Audrey PORTES** (Montpellier Business School) et **Anne Sophie CASES** (Université de Montpellier) : *Dis Siri, Dis Xiao*, que faites-vous de mes données personnelles ? Influence d'un *privacy score* sur l'intention d'achat d'un objet connecté : le cas des enceintes connectées.

16h30-17h00 : Pause

Appartement décanal (salon jaune), Site Panthéon, 12 place du Panthéon, 75005 Paris.

17h00-18h00 : Hot Topics en marketing digital

Animation : **Jean-François LEMOINE**

Participant(e)s :

- **Maria MERCANTI-GUERRIN** (IAE Paris) : Le marketing digital peut-il disparaître ?
- **Claire ROEDERER** (EM-Strasbourg) : Expériences et *customer journey* : Comment l'entreprise prend-elle en compte l'expérience dans son organisation ?

18h00-18h15 : Synthèse première journée

20h00 : Dîner

Le Polidor, 41 rue Monsieur le Prince, 75006 Paris.



Vendredi 09 septembre 2022

9h00-9h30 : Accueil des participants / Pause café

Hall Saint Jacques, Site Panthéon.

9h30-10h00 : Gestion des données personnelles et comportement de l'internaute (seconde partie)

- **Christelle AUBERT-HASSOUNI** (ESCP Business School), **Béatrice PARGUEL** (Université Paris Dauphine-PSL, CNRS) et **Sandrine Macé** (ESCP Business School) : Influence of individual cultural orientations on privacy-protective responses: the mediating role of concern for privacy breaches.

10h00-12h00 : Expériences digitales (1ère partie)

- **Anne DASTUGUE** (Université Paris-Panthéon-Assas), **Mathilde GOLLETY** (Université Paris-Panthéon-Assas) et **Virginie PEZ** (Université Paris-Panthéon Assas) : L'illusion ubiquitaire artefactuelle : une nouvelle dimension caractérisant l'état de « *flow* » VR.
- **Laurent MAUBISSON** (IAE Tours), **Patricia COUTELLE** (IAE Tours) et **Caroline BONNETIER** (IAE Tours) : L'état de *flow* dans une expérience digitale appréhendé par l'approche du *Four-Channels Flow Model*.
- **Pierre-Henry LEVEAU** (Université d'Angers) : Le rôle de la proprioception et de la ludicisation lors d'expériences en réalité virtuelle sur l'incarnation et le comportement du consommateur.

12h00-14h00 : Déjeuner

Les Patios, 5, place de la Sorbonne, 75005 Paris.

14h00-14h30 : Expériences digitales (seconde partie)

- **Agathe VIVARELLI** (Le Mans Université) et **Nathalie FLECK** (Université Paris Dauphine-PSL) : Incidence de la crise sanitaire sur la consommation du spectacle sportif : Regarder le match à domicile ou le vivre dans les enceintes sportives.



14h30-15h30 : Objets intelligents et comportement de l'internaute

- **Aurélie VACHAUDEZ** (Université de Mons) et **Angy GEERTS** (Université de Mons) : Évaluer l'adoption du commerce conversationnel chez les jeunes consommateurs de luxe : une approche basée sur les dimensions du risque perçu.

- **Virginie SCHWEITZER** (Université de Haute Alsace) et **Françoise SIMON** (Université de Haute Alsace) : L'engagement du consommateur vis-à-vis des objets intelligents proposant du *feedback* : proposition d'un modèle conceptuel mobilisant l'*empowerment* psychologique.

15h30-15h45 : Proclamation du meilleur papier du colloque 2022

15h45-16h00 : Synthèse et clôture du colloque

