



PROGRAMME

4^{ème} Journée du Marketing & Développement Durable (JMDD)



Vendredi 3 février 2023

**Université Paris Dauphine
-Amphi 5-**

8h30	Accueil des participants
9h00	<p><i>Introduction de la journée</i></p> <p>Sihem Dekhili, Professeure ESSCA School of management/BETA-CNRS et co-responsable du GIT-afm « Marketing et développement durable » et Pierre Volle, Professeur Université Paris Dauphine-PSL</p>
9h15-10h	<p><i>Un tour d’horizon sur les derniers ouvrages en Marketing durable</i></p> <p>Sihem Dekhili (ESSCA School of management/BETA-CNRS), Valérie Guillard (Université Paris Dauphine-PSL), et Pierre Volle (Université Paris Dauphine-PSL)</p>
10H-11h25	<p><i>Session 1 des communications</i></p> <p><i>L’offre durable : de l’engagement des consommateurs à la conception et distribution des produits</i></p> <p>Présidente de session : Elisa Monnot (CY Cergy Paris Université)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Are Youth Equipped to Engage in Sustainable Consumption? A Reading by the Theory of Market Agencing Sabine Chrétien-Ichikawa (ESSCA School of management), Thomas Amadiou (ESSCA School of management), et Amina Béji-Bécheur (Université Gustave Eiffel) ▪ Entre matérialisme et sensibilité à l'environnement, exploration des paradoxes et tensions dans la consommation identitaire des jeunes adultes Pénélope Nicolleau (Université Montpellier D) ▪ Chauffage ohmique, hautes pressions hydrostatiques ... les technologies de pointe s'invitent dans les produits biologiques : quel impact sur la valeur perçue et les intentions d'achat des consommateurs ? Ida Fartsi (Université d’Angers), Ivan Dufeu (Université d’Angers), et Gwenaelle Briand-Decré (Université de Nantes) ▪ Valorisation des produits biologiques et locaux en rayons des GSS Bio et GMS: quelle(s) PLV privilégier ? Olga Untilov (Audencia Business School), Florence Charton-Vachet (Audencia Business School), Didier Louis (Université de Nantes), et Cindy Lombart (Audencia Business School)
11h25-11h45	<i>Pause</i>
11h45-13H10	<p><i>Session 2 des communications</i></p> <p><i>Une alimentation sans viande : complexités et perspectives</i></p> <p>Présidente de session : Cindy Lombart (Audencia Business School)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Le dilemme éthique des pratiques agroécologiques : vers une meilleure compréhension de la décision de transition agroécologique Tarek Abid (UniLaSalle) et Jean-François Toti (Université de Lille)

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Coup de filet sur le bœuf ? Exploration des représentations professionnelles de chefs cuisiniers sur la cuisine de la viande et la cuisine sans viande vis à vis de leur offre Arnaud Lamy (Institut Paul Bocuse, Université de Montpellier, Institut Agro), Sandrine Costa (Université de Montpellier, Institut Agro), Lucie Sirieix (Université de Montpellier, Institut Agro), et Maxime Michaud (Institut Paul Bocuse) ▪ Understanding the role of health consciousness in the consumption of plant based-meat alternatives: a cross-sectional study in France Andrea Milena Sánchez Romero (Université Clermont Auvergne) ▪ Le mangeur de viande (vs. le non-mangeur de viande) : la preuve par l'image Isabelle Muratore (Aix Marseille Université)
13h10-14h15	<i>Déjeuner</i>
14h15-15h45	<p style="text-align: center;"><i>Table ronde avec des professionnels</i> <i>« Mode éthique : enjeux, défis et innovation durable »</i></p> <p style="text-align: center;">Animée par Sihem Dekhili (ESSCA School of management/BETA-CNRS) et Valérie Guillard (Université Paris Dauphine-PSL)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Eloïse Moigno, Fondatrice de SLOWEARE ▪ Camille Greco, Directrice Marketing & Communication, @CrushON ▪ Alix Dezaulière, Chargée de développement & partenariats, FAIRLY MADE ▪ Marine Bonneton, Fondatrice de Alma & Nino
15h45-16h	<p style="text-align: center;"><i>Remise du prix de la meilleure communication</i></p> <p style="text-align: center;">En présence de Guillaume Schier, Directeur de la Recherche, ESSCA School of management</p>
16h-16h15	<i>Pause</i>
16h15-17h30	<p style="text-align: center;"><i>Session 3 des communications</i> <i>La communication responsable : évolutions et spécificités des secteurs</i></p> <p style="text-align: center;">Président de session : Jean-François Toti (Université de Lille)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Les réactions des consommateurs face à la communication RSE : « je t'aime, moi non plus » ? Hanene Oueslati (Université de Bourgogne), Marie-Catherine Paquier (European Business School), Martine Deparis (EBS-Paris), et Saloua Bennaghmouch-Maire (Université de Haute Alsace) ▪ Empathise Fashion: Assessing the impact of empathy and framing message on sustainable fashion consumption Aurore Bardey (Burgundy School of Business), Utkarsha Mehdiratta (London College of Fashion), et Marilena Vecco (Burgundy School of Business)

	<ul style="list-style-type: none"> Les déterminants du pouvoir éducatif des influenceurs dans l'adoption d'un mode de vie écologique Intissar Abbes (HEC Carthage) et Sirine Attia (HEC Carthage)
17h30-18h	<p style="text-align: center;"><i>Discours de clôture</i></p> <p>Valérie Martin, ADEME, Cheffe du service Mobilisation Citoyenne et Médias</p>

COMITÉ D'ORGANISATION

- **Sihem Dekhili** (ESSCA School of management/BETA-CNRS)
- **Edith de Lamballerie** (Université Paris Dauphine-PSL)
- **Valérie Guillard** (Université Paris Dauphine-PSL)

ACCÈS AU LIEU DE LA 4^{EME} JMDD

Université Paris Dauphine, Place du Maréchal de Lattre de Tassigny, 75016 Paris

- Métro ligne 2, RER ligne C, bus PC1 (Arrêt « Porte Dauphine »)
- Depuis Montparnasse : 40 mn
- Depuis Gare de l'Est, Gare du Nord, Gare d'Austerlitz, Gare Saint Lazare et Gare de Lyon : 30 mn

Amphi 5, Accès par le grand escalier du hall d'entrée, 2^e étage :



CONTACT ET RENSEIGNEMENTS

jmdd.git.afm@gmail.com

