



**17<sup>ème</sup> COLLOQUE INTERNATIONAL  
ETIENNE THIL  
15-16-17- Octobre 2014  
A PARIS-IX-Dauphine**

**APPEL A COMMUNICATIONS**

**Atelier Doctoral le 17 Octobre après-midi**

**Visite de concepts commerciaux innovants le 15 Octobre**

Crée en 1998 par l'Association « Rencontres Université-Commerce », ce colloque met l'accent sur la transdisciplinarité et la communication entre le monde de l'entreprise et le monde académique. La richesse des échanges provient du dialogue entre les universitaires, qu'ils soient gestionnaires, économistes, sociologues, géographes, historiens ou juristes, et les managers, qui chaque jour imaginent et construisent le commerce de demain.

Le Comité d'organisation regroupe autour de l'association Etienne Thil et du PICOM des établissements reconnus pour leur activité dans le domaine de la distribution, tant en formation qu'en recherche :

- L'Ecole de Management Sorbonne et le Laboratoire de recherche PRISM -Sorbonne (Pôle de Recherche Interdisciplinaire en Sciences du Management),
- L'université PARIS-IX-Dauphine et le laboratoire de recherche DRM (Dauphine Recherches en Management)

Parallèlement, afin de contribuer à la production mais également à la visibilité de la recherche doctorale en distribution, un **atelier doctoral** sera organisé le **vendredi 17 Octobre après-midi**.

Un « **Eiffel Tour** » le mercredi 15 fera découvrir à ses participants quelques uns des **concepts commerciaux les plus innovants de la région parisienne**.

## **Thèmes des communications souhaitées**

Les communications privilégient une vision prospective du commerce et de la distribution et une analyse des tendances d'évolution récentes (nouveaux usages des technologies, stratégies client, design des espaces physique et numérique, design des zones commerciales, formats, canaux, nouvelles logiques des commerces de centre ville, nouveaux rôles des vendeurs, consommations émergentes...). La dimension internationale et interculturelle du commerce et de la distribution sera également privilégiée pour cette édition 2014.

Nous vous invitons à développer des perspectives originales et multidisciplinaires sur les thèmes suivants (liste non exhaustive):

### **Nouvelles technologies et innovation**

- Quelles innovations dans la distribution ?
- Les dispositifs du commerce ubiquitaire
- Digitalisation du point de vente et technologie en magasin (mur digital, table digitale, borne interactive, cabine virtuelle...)
- Quelle place pour les réseaux sociaux dans le commerce ? (...)

### **Expérience et comportement des clients et des chaland**

- Les expériences et comportements des consommateurs dans l'espace physique et numérique
- Perception, appropriation et utilisation des nouvelles technologies au sein de l'espace de vente réel et virtuel
- Pratiques de « *showrooming* »
- Comprendre les trajectoires d'achat du client dans le cadre d'un dispositif omni-canal
- Les nouveaux modèles collaboratifs (...)

### **Vendeur et management de la force de vente**

- Comprendre les motivations et les contraintes des vendeurs aujourd'hui.
- Quel rôle des vendeurs face aux nouvelles logiques des clients ?
- Les nouveaux leviers du management de la force de vente dans une logique ubiquitaire (...)

### **Stratégie, marketing et design des enseignes**

- Quel rôle du magasin et quel design dans une logique omni-canal ?
- Design des interfaces numériques
- Stratégie de développement des marques de distributeur
- Stratégie des commerces de centre-ville
- Le lien social au cœur de la stratégie des enseignes ?
- Rôle des data (big data) pour les distributeurs
- Quelle innovation pour un « service sans-couture » dans une trajectoire cross-canal ? (...)

### **Stratégie de filière, d'approvisionnement et évolution de la logistique**

- Emergence et gestion de la filière
- Pouvoir et conflit entre acteurs d'une filière
- Logistique urbaine, logistique internationale
- Sourcing et contrôle des variables non-économiques de l'approvisionnement (RSE, développement durable, normes, contrefaçons,...)

### **Evolution domestique et internationale des concepts de commerce et de distribution**

- Quelles évolutions de l'hypermarché, du hard-discount, des grands magasins, des points de vente de proximité ... ?
- Quelles évolutions des réseaux d'enseigne ? (succursalisme, commerce associé, franchise) ?
- Internationalisation des formats
- Internationalisation des réseaux d'enseignes

### **Commerce et sciences sociales**

- Commerce et histoire
- Commerce et sociologie de la consommation
- Commerce et géographie humaine
- Commerce et système d'information - communication

### **Prix et valorisation des communications :**

Comme chaque année, des prix seront remis aux meilleures communications :

- Prix ETIENNE THIL de la meilleure communication jeune chercheur (chercheur de moins de 30 ans et/ou ayant soutenu une thèse au cours de l'année précédente)
- Prix de la communication ayant le plus grand intérêt managérial pour les entreprises.
- Prix PICOM de la meilleure communication prospective.

## Procédure de soumission et calendrier

Afin de favoriser les échanges disciplinaires, on distinguera cette année la procédure générale et une procédure ad-hoc pour les communications d'histoire.

### 1. PROCEDURE GENERALE

Dépôt d'une **communication courte**<sup>1</sup> relative à une **recherche aboutie** présentant clairement la problématique, l'éclairage théorique mobilisé, la méthodologie de la recherche ainsi que les principaux résultats obtenus et les implications opérationnelles qui en découlent, avant le **22 avril 2014 sur la plateforme** <http://thil2014.sciencesconf.org>. Le document ne doit **pas excéder 7 pages** (y compris figures et tableaux éventuels, hors première page de titre, résumé managérial et références bibliographiques).

Une feuille de style disponible sur le site internet du colloque vous permettra de présenter votre communication courte conformément aux normes du colloque. La première page de titre ne doit pas comporter le nom de l'auteur ou des auteurs.

- Pour toute demande de renseignements, vous pouvez envoyer un mail à :

Regine Vanheems : [regine.vanheems-lelart@univ-paris1.fr](mailto:regine.vanheems-lelart@univ-paris1.fr)

Sylvain Willart : [sylvain.willart@univ-lille1.fr](mailto:sylvain.willart@univ-lille1.fr) et/ou Mbaye Diallo [mbayefall.diallo@univ-lille2.fr](mailto:mbayefall.diallo@univ-lille2.fr)

- Retour aux auteurs avec les avis du comité scientifique au plus tard le **20 juin 2014**
- Envoi des communications définitives, qui avaient été acceptées sous réserve de modifications mineures, avant le **10 juillet 2014**.
- Les communications retenues, publiées dans les actes du colloque, peuvent être rédigées en français ou en anglais. Les auteurs doivent se conformer aux instructions de la feuille de style disponible sur le site.
- Nous attirons l'attention des auteurs sur la nécessité de développer particulièrement les résultats et les implications opérationnelles de leur recherche, le colloque ayant pour vocation d'intéresser également des professionnels du secteur (managers, professionnels du conseil et des études marketing, etc.). Dans cet objectif, les auteurs ajouteront à leur soumission un résumé managérial d'une page en prenant exemple sur les résumés du *Journal of Retailing*.

## Comité scientifique

Sous la présidence de **Régine VANHEEMS, Université Paris I - Sorbonne**, le Comité scientifique est composé par les précédents présidents du Colloque Etienne Thil et les fondateurs :

**Olivier BADOT** – ESCP-Europe, **François BOBRIE** – MSHS, Université de Poitiers, **Sandrine CADENAT** – UPEC, **Gérard CLIQUET** – Université de Rennes I, **Enrico COLLA** – Novancia,, **Isabelle COLLIN-LACHAUD-IMMD**, Université de Lille 2, **Véronique des GARETS** – Université de Tours, **Jean-Yves DUYCK** – Université de La Rochelle,

<sup>1</sup> Communément dénommée « short paper ».

**André FADY**, Université de Rennes I, **Marc FILSER** – IAE Université de Dijon, **Francis GUILBERT** – IAE Université de Lille I, **Marie-Louise HELIES-HASSID** – Université Paris-Dauphine, **Patrick NICHOLSON** – Université Lille 2, **Gilles PACHE** – Université de Montpellier I, **Suzanne PONTIER** – UPEC, **Valérie RENAUDIN** – Université Paris-Dauphine, **Pierre VOLLE** – Université Paris-Dauphine.

Et par tous les membres cooptés par les présidents, qui chaque année, par leurs relectures, contribuent à la qualité des travaux du colloque.

Et pour l'Histoire et les Sciences Sociales, par: **Jean Claude DAUMAS**-Université de Franche Comté, **Franck COCHOY**, Université de Toulouse 2, **Nathalie LEMARCHAND**, Université de Paris 8, **Philippe MOATI**, Université de Paris Diderot.

**Information générale sur l'Association Etienne Thil** : sur le site <http://ethil.org>

