

5èmes Journées Internationales
Sur la Communication Marketing

5th International Research Days
On Marketing Communications

Colloque Hors Média 2010

Conference on Below the Line Communications 2010

2 5 E T 2 6 M A R S 2 0 1 0
M A R C H 2 5 - 2 6 , 2 0 1 0

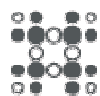
Organisé par | Organized by



&



En partenariat avec | In partnership with



Aarhus School of Business
University of Aarhus

ASBccc

Nancy-Université

Institut
d'Administration
des Entreprises



association
française
du marketing



lorraine
conseil régional

POLE LORRAIN DE GESTION, 3EME ETAGE / 3RD FLOOR, 13 RUE MICHEL NEY, 54000 NANCY, FRANCE

colloque-communication@icn-groupe.fr

Colloque Hors Média 2010

PROGRAMME PREVISIONNEL | PRELIMINARY PROGRAM*

JEUDI 25 MARS | LIEU : POLE LORRAIN DE GESTION | 3EME ETAGE

THURSDAY, MARCH 25 | PLACE: POLE LORRAIN DE GESTION | 3RD FLOOR

09h15	Café de bienvenue / Welcome Coffee – Room 308
Session 1 09h45-12h15	“Séance d'ouverture” “Opening Session” Amphi 301 / Lecture hall 301 SNVB
09h45	Ouverture du Colloque par / Opening of the Conference by D. Caumont, ICN Business School, France & B. Walliser, Université de Nancy, France
10h00	Determining Correct Sponsor Identification for Children R. Grohs, University of Innsbruck, Austria/Autriche U. Wagner & R. Steiner, University of Vienna, Austria/Autriche
10h45	Editorial Support for Ads: Synergy or “Unfortunate Alliance”? An Experimental Analysis under Quasi-Biotic Exposure Conditions C. C. Germelmann & A. Groeppel-Klein, Saarland University, Germany/Allemagne
11h30	“Let’s see what epinions.com® says” – Consumers’ Perceived Impact of eWoM on Buying Decisions A. Töllner, V. Haselhoff & M. Blut, TU Dortmund University, Germany/Allemagne
12h15	Déjeuner / Lunch – Room 308
Session 2 14h00-16h00	“Sponsorship” Amphi 301 / Lecture hall 301 SNVB
14h00	Cross-National Differences in Sponsorship Effects on Brand Image: An Empirical Assessment C. Lucas, D. M. Woisetschläger & A. Eiting, TU Dortmund University, Germany/Allemagne
15h00	New Perspectives of Sponsorship Research: the Role of Emotions and the CSR Profile of the Sponsor P. Quester, The University of Adelaide, Australia/Australie
15h30	Pause café / Coffee Break – Room 308
Session 3 16h00-17h30	Table ronde “Quel marketing face aux usages du web 2.0 ? Les apports des approches sociologiques et économiques” Amphi 301 / Lecture hall 301 SNVB
16h00	Modérateur : R. Garcia-Bardidia, Université de Nancy, France Les usages des consommateurs producteurs du web 2.0 D. Cardon, sociologue au SENSE à Orange Labs, chercheur associé au CEMS (EHES) L'économie de l'attention K. Mellet, économiste au SENSE à Orange Labs, chercheur associé au ECONOMIX Paris L'économie de la viralité R. Douine, fondateur de The Metrics Factory
19h00	Dîner de gala dans les Salons du Grand Hôtel de la Reine, Place Stanislas, Nancy / Gala Dinner at the Lounge of the Grand Hôtel de la Reine, Stanislas Square, Nancy

(*) Les présentations sont susceptibles d'être réalisées dans la langue de l'intitulé figurant dans le programme.
Presentations can be expected to be made in the language of the title featuring in the program.

VENDREDI 26 MARS | LIEU : POLE LORRAIN DE GESTION | 3EME ETAGE

FRIDAY, MARCH 26 | PLACE: POLE LORRAIN DE GESTION | 3RD FLOOR

Session 4	
“Des produits annexes, vecteurs de communication”	
09h00-10h30 Amphi 301 / Lecture hall 301 SNVB	
09h00	Le modèle de Carroll à l'épreuve des Rapports de Développement Durable N. Aubourg, B. Canel-Depitre & C. Renault-Tesson, Université du Havre, France
09h45	Are Gifts Always Free? A Multidisciplinary Investigation on the Roles of Gifts in Commercial Relations D. Assadi, ESC Dijon, France
10h30	Pause café / Coffee Break – Room 308
Session 5	
“Parrainage, mécénat”	
11h00-12h30 Amphi 301 / Lecture hall 301 SNVB	
11h00	L'intérêt des méthodes implicites comme outil de contrôle complémentaire d'une action de parrainage sportif F. Escoubes, Université de Toulouse, France
11h45	Mécénat : comment valoriser cette technique de communication ? P. Boistel, Université de Rouen, France
12h30	Déjeuner / Lunch – Room 308
Session 6	
“Retours d'expérience”	
14h00-15h30 Amphi 301 / Lecture hall 301 SNVB	
14h00	Une exploration des usages de Facebook chez les jeunes : effets d'apprentissage et carrières d'utilisateurs R. Garcia-Bardidia, Université de Nancy, France & les étudiants du Master 1 en Marketing
14h45	Les règles de la coproduction des témoignages extimes de consommateurs ordinaires : le cas de l'opération Ford S-Max Experience E. Sevin & O. Brodin, IAE Lille, France
15h30	Synthèse et perspectives / Conclusion and Outlook

(*) Les présentations sont susceptibles d'être réalisées dans la langue de l'intitulé figurant dans le programme.
Presentations can be expected to be made in the language of the title featuring in the program.

COMITE SCIENTIFIQUE | SCIENTIFIC COMMITTEE

Christian Derbaix, FUCAM - Mons

Daniel Caumont, ICN Business School

Jean-Marc Décaudin, IAE University of Toulouse 1 - ESC Toulouse

Christian Dianoux, University of Metz

Finn Frandsen, Aarhus School of Business, Aarhus University

Stephan Fuchs, University of Lyon 1

Renaud Garcia-Bardidia, University of Nancy 2

Jean-Luc Herrmann, University of Metz

Marie-Laure Gavard-Perret, IAE – University of Grenoble 2

Winni Johansen, Aarhus School of Business, Aarhus University

Pascale Quester, The University of Adelaide

Björn Walliser, University of Nancy

David Woisetschläger, University of Dortmund

CO-PRESIDENTS DU CHM 2010 | CO-CHAIRS OF CHM 2010

Daniel Caumont, ICN Business School

Björn Walliser, University of Nancy

Contact: colloque-communication@icn-groupe.fr / Fax: 03.83.37.40.97

NOM – NAME _____ PRÉNOM - FIRST NAME _____

INSTITUTION _____

FONCTION _____

UNIVERSITE/ENTREPRISE _____

OBLIGATOIRE:

INSCRIPTION AUX FRAIS DE L'ETABLISSEMENT, N° SIRET : | _ _ _ | _ _ _ | _ _ _ | _ _ _ _ _ |

INSCRIPTION PERSONNELLE, N° DE SECURITE SOCIALE : | _ _ | _ _ | _ _ | _ _ _ _ _ |

LABORATOIRE/DEPARTEMENT : _____

ADRESSE PROFESSIONNELLE – PROFESSIONAL ADDRESS _____

CODE POSTAL - ZIP _____ VILLE - CITY _____

PAYS - COUNTRY _____

TELEPHONE - PHONE _____ FAX _____

EMAIL _____ @ _____

TARIFS CONFERENCE / CONFERENCE FEES

TARIFS / FEES (*Cocher ci-dessous la case de votre choix / please choose below)

Enseignants-chercheurs et professionnel
/ Researchers and entrepreneurs [] avant le 18 mars 2010 : **190 €** [] après le 18 mars 2010 : **210 €**

Doctorants / Doctoral student fee [] avant le 18 mars 2010 : **120 €** [] après le 18 mars 2010 : **140 €**

Ces tarifs comprennent la participation au colloque les 25 et 26 mars 2010, les pauses café, les e-actes du colloque, le dîner du 25 mars, les déjeuners des 25 et 26 mars.

L'ensemble de la manifestation se déroulera à Nancy.

Remarque : aucune annulation ne pourra être acceptée après le 18 mars 2010.

These fees include participation at the Conference, coffee breaks, e-proceedings, the gala dinner of 25. March, the lunches of 25-26 March 2010.

The Conference will take place in Nancy, France.

Comment: cancellations after 18 March 2010 will not be possible.

[] Personne supplémentaire pour le dîner de gala/ additional person for the gala dinner: **60 euros**

Nom de cette personne/ Name of this person: _____

Paiement à l'ordre de / Payment to: "ICN Business School"

[] Par chèque / By check to **ICN BUSINESS SCHOOL - Service Comptabilité**
122 Quai Claude le Lorrain - F-54000 Nancy

[] Par bon de commande de votre université (à joindre) / By order form from your University (to be attached)

[] Par virement bancaire sur le compte / By bank transfer on the account of ICN Business School, Banque SNVB :

Code banque	Code guichet	No compte	Clé RIB
30087	33680	00013437201	60

Identifiant international de compte bancaire - **IBAN**

FR76	3008	7336	8000	0134	3720	160
------	------	------	------	------	------	-----

Code Identification Banque (BIC) : CMCIFRPP

Le/Date:
Fait à/Place:

Signature