



Sustainability, Organisations
and Institutions
GRADUATE SCHOOL



IUT de Paris - Rives de Seine
Université Paris Cité

LIRAES
Economie de la Santé



Appel à communications

6^{ème} Journée Interdisciplinaire de Recherche sur les Décisions des Consommateurs (JIRDC)

THEME : LE NOUVEAU CONSOMMATEUR

- JEUDI 29 FEVRIER 2024 -

PARTENAIRES DE LA JOURNÉE :

UNIVERSITÉ PARIS CITÉ

IUT DE PARIS-RIVES DE SEINE

EUR SUSTAINABILITY, ORGANISATIONS AND INSTITUTIONS

LIRAES

Colloque organisé par

Sarah Benmoyal, Maître de Conférences HDR, Université Paris Cité

Corina Paraschiv, Professeur, Université Paris Cité

L'objectif de la 6^{ème} Journée Interdisciplinaire de Recherche sur les Décisions des Consommateurs (JIRDC) sur "le nouveau consommateur" est de favoriser des échanges interdisciplinaires autour de cette thématique. Cette journée aura lieu le jeudi 29 février 2024 à l'Université Paris Cité.

L'accès facilité à l'information en continu, la multiplication des canaux de distribution, l'hyperconnexion, le partage de la vie privée sur les réseaux sociaux, le développement exponentiel de l'IA, les périodes de confinement, le développement du télétravail, le changement climatique, la crise énergétique, les crises internationales, la baisse du pouvoir d'achat... sont autant de raisons différentes qui ont engendré des modifications déjà bien amorcées ou à venir dans les besoins, les prises de décision, les attitudes et/ou les comportements des consommateurs. L'objectif de ce colloque est de mettre en avant des réflexions sur des sujets relatifs aux « nouveaux consommateurs » par le biais de perspectives disciplinaires variées.

Ce colloque se propose de regrouper des chercheurs de différentes disciplines (économie, gestion, marketing, psychologie, sociologie, logistique, systèmes d'information, information communication, histoire, droit, littérature, informatique, médecine, philosophie...) afin de mettre en évidence les évolutions multifacettes des « nouveaux consommateurs ». Voici quelques exemples de thématiques qui pourraient être abordées (liste non exhaustive) :

- Les sources et enjeux des nouveaux comportements endossés par les consommateurs
- La place de la quête de bien-être dans la consommation des individus
- Les comportements ambivalents des consommateurs (par exemple, quête de naturalité et recherche de produits de luxe ; attente de rapidité de livraison et souhait de livraison écologique...)
- L'impact du climat sur les comportements du consommateur
- Les rôles du digital (multiplication des *devices*, développement de l'IA générative...) dans le quotidien des consommateurs
- La recherche de sobriété chez les individus
- Les enjeux sociétaux, éthiques, économiques, politiques... face aux nouvelles attentes et comportements des individus
- L'hyper-consommation et la déconsommation : où en est-on ?
- Les stratégies mises en place par les consommateurs face à la baisse pouvoir d'achat
- L'impact de l'évolution des modes de livraison et des modes de recherche d'informations sur les comportements des individus
- L'adaptation des stratégies de distribution et de l'environnement des points de vente face aux nouveaux comportements
- L'impact des politiques publiques récentes dans le domaine de la consommation et du digital sur les comportements des individus
- L'évolution du droit face à l'IA générative et aux enjeux écologiques et climatiques
- Les préoccupations environnementales et l'impact sur les décisions et les comportements des consommateurs
- La vulnérabilité des consommateurs et son impact sur leur bien-être
- Les liens entre bien-être, santé et prévention
- Les nouveaux comportements des consommateurs dans le domaine de la culture
- L'impact des réseaux sociaux sur les individus
- L'évolution du rapport au temps et son impact sur les décisions et les comportements
- L'évolution des comportements : de l'individuel au collectif
- La quête de bien-être (au sein de la famille, dans le couple, des enfants, des adolescents)
- Les différences générationnelles et interculturelles en matière de comportements...

Les travaux soumis pourront être aussi bien théoriques qu'empiriques. Les méthodologies d'études pourront être diverses : qualitatives, quantitatives, critiques, basées sur des études de cas, des études de terrain, des études expérimentales, des simulations.... Les travaux de recherche en cours en phase avec la thématique de la journée seront également les bienvenus.

Informations concernant la soumission

La date de soumission des papiers est fixée **au plus tard le 20 décembre 2023**.

Format à respecter :

- 5 pages maximum, times 12, interligne simple, marges 2,5 hors page de titre, tableaux, figures, références bibliographiques et annexes
- Première page avec le titre, les coordonnées des auteurs, le résumé avec 5 mots clés en français et en anglais
- Tableaux et Figures placés dans le texte aux bons endroits
- Bibliographie (organisée par ordre alphabétique des auteurs) est à placer à la fin du papier
- Notes de bas de page à favoriser par rapport aux notes de fin de document à éviter
- Propositions de communication à envoyer en format **word et pdf**

Les propositions de communication (en format word et pdf) sont à envoyer à Sarah Benmoyal (sarah.benmoyal@u-paris.fr / sarah.benmoyal@gmail.com) et Corina Paraschiv (corina.paraschiv@u-paris.fr / corina.paraschiv@gmail.com).

Calendrier :

Date de soumission des papiers courts : 20 décembre 2023

Date de notification des décisions d'acceptation des propositions : 10 janvier 2024

Date de soumission de la V2 des papiers acceptés : 10 février 2024

Date de tenue de la conférence : 29 février 2024