

6^{ÈME} JOURNÉE INTERDISCIPLINAIRE DE RECHERCHE SUR LES DÉCISIONS DES CONSOMMATEURS (JIRDC)

- LE 29 FEVRIER 2024 -

THEME : LE NOUVEAU CONSOMMATEUR

Accueil des participants entre 8h45 et 9h

9h-10h20 – Session 1

Session introductive :

- ✓ **Gaëlle Pantin-Sohier et Nathalie Guichard**, « *Des adultes aux enfants : perception et acceptation d'une nouvelle pratique de consommation durable – Le cas de l'entomophagie* »

10h20-10h45 – Pause-café

10h45-12h15 – Session 2

Session 2 : **Marketing algorithmique et vulnérabilité du consommateur**

- ✓ **Benoit Petitpretre et Alice Mouldaïa**, « *Perception des recommandations algorithmiques : le cas des plateformes de streaming musical* »
- ✓ **Regis Chenavaz, Domenico De Giovanni, et Pietro De Giovanni**, “*Dynamic Pricing, Objective and Subjective Quality, and the Price-Quality Relationship*”
- ✓ **Maria-Christiana Munthiu, Nawel Ayadi**, « *Tarifcation dynamique en ligne et vulnérabilité du consommateur : Une étude qualitative* »

12h15-13h30 – Pause-déjeuner

13h30-15h30 – Session 3

Session 3 : **La santé numérique**

- ✓ **Marcela Szopos**, « *La santé numérique* »
- ✓ **Stephane Lautissier et Sarah Benmoyal**, « *Le recours à l'expérience client pour atténuer les effets négatifs d'un événement de vie majeur de consommateurs en situation de vulnérabilité : application au domaine de la santé* »
- ✓ **Amélie Lorient, Fabrice Larceneux et Valérie Guillard**, « *Une 'fast-foodisation' du soin par la téléconsultation ? Étude exploratoire des perspectives des patients et professionnels de santé* »
- ✓ **Aurore Bardey**, « *Vers une nouvelle consommation de la mode : Impact de la crise COVID sur l'effet rouge à lèvres* »

15h30-15h45 – Pause-café

15h45-16h45 – Session 4

Session 4 : **Impact des changements sociétaux sur le comportement des consommateurs**

- ✓ **Felicia Soulikhan, Sabine Emad et Isabelle Prim-Allaz**, « *L'engagement des membres dans les communautés en ligne d'organisations à but non lucratif : une étude exploratoire* »
- ✓ **Aurore Bardey**, « *Les nouveaux consommateurs de mode unisexe : explorer les facteurs impliqués dans le comportement d'achat de vêtements crosssexuel chez des femmes cisgendres* »