



8h15-9h00 : Accueil des participants / Pause café (Appartement décanal, Site Panthéon, 12 place du Panthéon, 75005 Paris)

9h00-9h30 : Ouverture de la journée (Amphithéâtre de Gestion, Site Sorbonne, 14 rue de Cujas, 75005 Paris)

9h30-10h30 : Mécanismes de *gamification* et comportement de l'internaute

- Thomas LECLERCQ (Université de Louvain) et Ingrid PONCIN (Université de Louvain) : Gamification in an online community. Study of the impacts of gamification on customer engagement in an online community.
- Loïc JEANNERET (HEG, Neuchâtel) : La *gamification*, un levier d'amélioration de l'efficacité des enquêtes en ligne.

10h30-11h30 : Jeux vidéo et expériences digitales

- Aina RAVONIARISON (Université de Lyon II), Virginie RODRIGUEZ (Université Paris II Panthéon Assas) et Cédric BENITO (UCT, France Groupements) : Le « jeu

dans le jeu » : analyse de la résistance des joueurs envers la nature persuasive des *In-App purchases* (IAP) dans les *Free-to-play*.

- Elodie MALLOR (Aix Marseille Université), Lionel NICOD (Aix Marseille Université) et Sylvie LLOSA (Aix Marseille Université) : L'évolution dans le temps du poids relatif des dimensions de l'expérience sur la satisfaction : le cas des jeux vidéo.

11h30-12h00 : Objets connectés et comportement du consommateur

- Pauline FOLCHER (Université de Montpellier), Sarah MUSSOL (Université de Montpellier) et Anne-Sophie CASES (Université de Montpellier) : *Loft Study* : que pensent les *Millenials* de l'appartement du futur ?

12h00-14h00 : Déjeuner (L'écritoire, 3 place de la Sorbonne, 75005 Paris)

14h00-15h00 : Table ronde : Hot Topics en Marketing Digital

- Animation : Jean-François LEMOINE
- Participants :
- Marc BIDAN (Université de Nantes)
- Jean-Marc DECAUDIN (Université de Toulouse Capitole – Toulouse Business School)
- Francis SALERNO (Université de Lille I)
- Régine VANHEEMS (Université de Lyon III)

15h00-16h30 : Expériences digitales et comportement de l'internaute

- Soffien BATAOUI (Université Grenoble-Alpes) : Concevoir les sites Internet marchands comme des espaces d'hospitalité pour générer des réactions affectives auprès des consommateurs.
- Béatrice DURAND-MEGRET (EDC Paris BS), Pascale EZAN (Université Le Havre Normandie) et Régine VANHEEMS (Université de Lyon III) : Lorsque les adolescents connectés participent au processus d'achat de la famille. Focus sur un nouveau pouvoir d'influence au travers du digital.

- Yonathan Silvain ROTEN (Université Paris I Panthéon Sorbonne) et Régine VANHEEMS (Université de Lyon III) : To share or not to share a screen ? A question of “connected atmosphere”.

16h30-17h00 : Pause

17h00-18h00 : Expériences digitales et comportement de l'internaute

- Gwenaëlle ORUEZABALA (Université de Poitiers) : Influence de la communication persuasive sur les réactions des contributeurs dans une campagne de *crowdfunding*.
- Laetitia LAMBILLOTTE (Université de Louvain) et Ingrid PONCIN (Université de Louvain) : Website personalization experience: value creation or value destruction ?

18h00-18h20 : Echanges avec les participants sur le processus de publication dans Décisions Marketing et dans Recherche et Applications en Marketing (animation : Jean-François LEMOINE et Emmanuelle LE NAGARD)

18h20-18h30 : Synthèse et clôture de la journée