

UNIVERSITÉ ÉVRY PARIS-SACLAY · ITEM · Institut Mines-Télécom Business School · LAREQUOI Research Center of ISM-IAE Graduate School of Management · UVSQ Université Paris-Saclay · RITM · université PARIS-SACLAY GRADUATE SCHOOL Economics & Management

Programme

Jeudi 26 novembre 2026 · Faculté Jean Monnet, Sceaux

9h00–9h20	**Accueil des participants et mot de bienvenue**
9h20–11h00	CONFERENCE INVITEE **Michelle Bergadaà** Professeure émérite, Université de Genève **Intelligence artificielle et intégrité académique** Conférence suivie d'une séance de questions-réponses *Modérateur : **Yohan GICQUEL***
11h00–11h15	**Pause-café**
11h15–12h45	SESSION 1 **Transformations technologiques et nouvelles relations marchandes** *Présidence de session : **Ghofrane GHARIANI-GAILLARD***
12h45–13h45	**Déjeuner**

Anticipatory Personalization in Luxury Hospitality at the Digital Era
Ossama LHACHIMI

De l'objet au compagnon : les effets de l'humanisation des produits connectés par l'IA sur l'intention d'achat des consommateurs
Salma ELOUADILI et Youssef ELHASSANI

Corporate Brand Architecture as a Social Media Signal: Voice, Narrativity, and Evidence in Receiver Engagement on LinkedIn
Zahra AMINI, Éric PEZET et Fanny POUJOL

Programme de l'après-midi

13h45–15h45 · Sessions parallèles

SESSION 2

Transformations des comportements et des pratiques de consommation

*Présidence de session : **Mourad ATTARCA***

Au-delà de la transmission : reproduction et transformation intergénérationnelles des pratiques alimentaires responsables. Une lecture interculturelle par les théories des pratiques
Fella DADA

Les déterminants de la résistance à la transition automobile : entre conscience écologique et attachement à la voiture thermique
Manal JDID et Youssef EL HASSANI

From Emotional Release to Self-Acceptance: The Transformative Role of Alternative Music Consumption in Young Consumers' Well-Being
Eya BOUKHTIOUA et Fatma SMAOUI

La fidélité résignée : conceptualisation et modèle théorique dans les modèles d'affaires par abonnement
Éric JULIENNE

SESSION 3

Transformations des marchés, des organisations et des stratégies

*Présidence de session : **Sophie de VILLARTAY***

Future-Proofing Loyalty: Applying Strategic Foresight to Customer Retention in Retail
Adelina EMINI

Fabriquer un marché pour un problème public : enquête pragmatiste sur une médiation algorithmique de l'accès aux financements européens
Jean-Luc MORICEAU, Géraldine GUERILLOT et Isabela DOS SANTOS PAES

Comment l'empowerment des petits commerçants favorise-t-il l'entrepreneuriat et la croissance économique au Cameroun ?
Hortense Noël TASSI NANGA et Alphonse MEFOUTE BADIANG

15h45–16h00 — **Pause-café**

16h00–17h30

TABLE RONDE

Transparence, information et régulation : quels effets sur les comportements des consommateurs et des entreprises ?

Anthony Beudaert — MCF HDR, Université Toulouse Jean Jaurès
Manel Laroum — MCF, Université Gustave Eiffel
Lydiane Nabec — Professeure des universités, Université Paris-Saclay

*Modération : **Annie BANIKEMA-SOW et Chaïma SIALA***

17h30–17h45 — **Conclusion et clôture de la journée**

Programme

Présentation

La 2e Conférence de la recherche en marketing du Grand Paris (ReMARK 2026) se tiendra le 26 novembre 2026 à la Faculté Jean Monnet, à Sceaux.

Placée sous le thème « Penser la recherche en marketing à l'ère de l'IA et des mutations sociales », cette édition réunit des chercheuses et chercheurs autour des transformations des relations marchandes, des comportements de consommation, des marchés et des organisations.

La journée comprend trois sessions de communications scientifiques, dont les sessions 2 et 3 se dérouleront en parallèle, une conférence invitée de Michelle Bergadaà consacrée à l'intelligence artificielle et à l'intégrité académique, ainsi qu'une table ronde consacrée aux effets de la transparence, de l'information et de la régulation sur les comportements des consommateurs et des entreprises.

Organisation

Une conférence coorganisée par les laboratoires LITEM, LAREQUOI et RITM.

Journée thématique labellisée par l'Association française du marketing (AFM).

Informations pratiques

Date	Jeudi 26 novembre 2026 · 9h00–17h30
Lieu	Faculté Jean Monnet · 54 boulevard Desgranges · 92331 Sceaux
Inscription	remark.sciencesconf.org

Inscription gratuite et obligatoire, avant le 15 novembre