



7^{ème} Journée Internationale du Marketing Santé (JIMS 7) *7th Health Marketing International Day*

Mercredi 29 Juin, Paris

ISTEC Paris

128 Quai de Jemmapes, 75010 Paris



sous le patronage de :



association
française
du marketing



<http://jims2022.iaelille.fr>



Partenaires :



PROGRAMME

- 8h30-9h00** Café d'accueil / Welcome coffee
- 9h00-9h15** Discours d'introduction / Keynote speech **(Amphi JR12)**
Laurent Ploquin, Dir. Général ISTECH Paris et Dr Christelle Quero (IAE Lille, Lumen ULR 4999)
Pr. Karine Gallopel-Morvan (EHESP, ARENE UMR 6051 / INSERM U1309) et
Pr. Dominique Crié (IAE Lille, Lumen ULR 4999)
- 9h15-10h30** Séance plénière/ Plenary session **(Amphi JR12)**
Modérateurs : Pr. Karine Gallopel-Morvan et Pr. Dominique Crié
Hyperconsommation : le marketing des multinationales contre la planète
Pr. Gerard Hastings, Professeur Emérite, Université de Stirling
La mobilisation du Nudge en santé
Beltrande Bakoula, Associate Director, BVA

10h45-11h00: Pause-café, Coffee break

11h00-12h30 Ateliers 1, 2 et 3 / workshops 1, 2 and 3

✓ Atelier / workshop 1 : Covid-19, évolution ou révolution?

✓ Atelier / workshop 2 : Marketing social et nutrition

✓ Atelier / workshop 3 : Marketing social critique

Atelier / workshop 1 : Covid-19, évolution ou révolution ? **(salle JE 1)**

- 1) « *L'impact de la peur du Covid-19 sur le souci de soi et l'engagement dans l'utilisation des objets connectés pour la santé* », K. Samhale - Université Hassan Premier de Settat, Maroc.
- 2) « *Covid Lockdown, Behaviour Changes and Speculations in India* », P. Kumar¹ et R. Gaba² - ¹IAE Lille, Lumen URL 4999; ²DAV University, Jalandhar, India.
- 3) « *Analyse des effets directs et indirects de la confiance et des appels à la peur dans l'intention de vaccination contre la Covid-19* », C. Quero; D. Crié; A. Martin-Salerno - IAE Lille, Lumen URL 4999.
- 4) « *Covid-19 : Enseignements du premier confinement pour la communication publique* », par ME. Laporte et F. Berger-Remy - IAE Paris 1 Panthéon-Sorbonne.

Atelier / workshop 2 : Marketing social et nutrition **(salle JE 16)**

- 1) « *Social Food'video techniques: Their ambiguous role in making healthy food attractive* », par Z. Obaidalaha et N. Steils - IAE Lille, Lumen URL 4999.
- 2) « *Promouvoir une alimentation saine sur les lieux d'achat des produits alimentaires ? Le recours aux nudges* », par C. Dianoux¹, B. Siadou-Martin², S. Heitz-Spahn¹ et G. Thévenot¹ - ¹Université de Lorraine, CEREFIGE; ²Université de Montpellier, MRM.
- 3) « *Les effets de la légitimité perçue des logos nutritionnels sur le comportement des consommateurs en Espagne* » par M. Fialon¹, L. Nabec² et C. Julia¹ - ¹Université Sorbonne Paris Nord, EREN; ²Université Paris-Saclay, RITM.
- 4) « *Les effets du Nutriscore sur les réponses des consommateurs : Un état de l'art* » par S. Boubacar, M. Kacha et J.L. Herrmann - Université de Lorraine, CEREFIGE.

Atelier / workshop 3 : Marketing social critique

(salle JE 3)

- 1) « **Marketing de l'alcool : Mieux appliquer la loi Evin sur les réseaux sociaux** », par F. Lecas et M. Savy, - Association Addictions France.
- 2) « **Campagne digitale de prévention des dommages liés à la consommation du cannabis – Quels enjeux ? quels résultats ?** », par V. Bresson, E. Lahaie, G. Quatremère, J. Davies, O. Smadja et V.N. Thanh - Santé publique France.
- 3) « **Hausse des taxes sur le tabac : analyse des discours des parties prenantes concernées dans la presse généraliste française** », par D. Geindreau – EHESP, ARENE UMR 6051 / INSERM U1309.
- 4) « **Étude expérimentale des effets du recours à des contextes festifs ou sportifs dans les publicités pour des boissons alcoolisées sur de jeunes adultes** », par M. Kacha¹, J.L. Herrmann¹ et K. Gallopel-Morvan² – ¹Université de Lorraine, CEREFIGE ; ²EHESP, ARENE UMR 6051 / INSERM U1309.
- 5) « **Les nouveaux produits du tabac et de la nicotine, atouts de communication pour l'industrie du tabac** », par A. Eschenbrenner - Comité National contre le Tabagisme

12h30-14h00: Déjeuner

14h00-14h30 Séance plénière/ Plenary session (Amphi JR12)

« **Les comportements de prévention face aux risques infectieux : adaptation ou accoutumance au risque ?** »

Jocelyn Raude, Maître de conférence, EHESP, ARENE UMR 6051 / INSERM U1309

« **Vouloir maîtriser ou piloter une crise : entre complexe et compliqué, une approche cindynique** »

Jan-Cédric Hansen, CIO StratAdviser

14h30-16h15 Ateliers 4, 5 et 6 / workshops 4, 5 and 6

✓ Atelier / workshop 4 : Marketing social opérationnel

✓ Atelier / workshop 5 : Silver Marketing

✓ Atelier / workshop 6 : Marketing social et tabac

Atelier / workshop 4 : Marketing social opérationnel

(salle JE 1)

- 1) « **Un regard sur l'organisation des soins de médecine générale dans un territoire du Gard en période de Covid-19** », par C. Francesconi et M. Spach - CPAM du Gard.
- 2) « **Effects of Participation in Online Health Communities on patient-perceived control, social support and satisfaction: A field study** », par A-F. Audrain-Pontevia¹, L. Menvielle² - ¹Université du Québec à Montréal, ²EDHEC Business School.
- 3) « **Contributions of social marketing models for driving sustainable ecological behavior changes** », par C. Nguyen¹, D. Crié¹, N. Steils¹ et B. Lowe² - ¹IAE Lille, Lumen URL 4999; ²Kent University.
- 4) « **SERP and healthcare** », par P. Kumar, D. Crié et A. Martin Salerno - IAE Lille, Lumen URL 4999.
- 5) « **Analyse des émotions collectives selon les phases de participation dans un mouvement social : Le cas du challenge #Movember2020** », par A Berriche¹, M. Calciu¹, D. Crié et C. Bénavent² - ¹IAE Lille, Lumen URL 4999, ²Université Paris Dauphine, DRM – UMR CNRS 7088

Atelier / workshop 5 : Silver marketing

(salle JE 16)

- 1) « **Dans quelle mesure les enquêtes classiques de mesure de la satisfaction en EHPAD sont-elles pertinentes ?** », par N. Bezaz, C. Dianoux, G. Thévenot - Université de Lorraine, CEREFIGE.
- 2) « **Perceptions et usages des nouvelles technologies pour un bien-être maintenu chez les seniors** », par A. Lao, D. Crié, S. Lacoste-Badie - IAE Lille, Lumen URL 4999.

- 3) « **Rôle des aidants dans le processus de demande d'aide de services des personnes âgées en perte d'autonomie** », par A. Salerno, C. Quero, A. Lao, L. Carpentier - IAE Lille, Lumen URL 4999.
- 4) « **Patient Experience: A Literature Review** », par S. Mohammadi, D. Crié, P. Mougin - IAE Lille, Lumen URL 4999.
- 5) « **Stratégie marketing de promotion de Lordoadom, un partenariat pharmacies - écoles de conduite, pour lutter contre le renoncement aux soins** », par J-C Hansen¹ et J-M Carrara² - ¹StratAdviser, ²IUT Lille, Lumen URL 4999.

Atelier / workshop 6 : Marketing social et tabac

(salle JE 3)

- 1) « **Les enjeux éthiques dans le cadre d'un dispositif de marketing social : l'exemple de Mois sans tabac** », par V.N. Thanh, J. Avenel, F. David, O. Smadja, J. Davies, L. Luan, A. Pasquereau, R. Guignard, F. Beck, P. Arwidson - Santé publique France.
- 2) « **Processus de mise en œuvre des campus universitaires sans tabac : recommandations à partir de la littérature grise** », par AL. Villemur et EM. Gnonlonfin – EHESP, ARENE UMR 6051 / INSERM U1309.
- 3) « **Mois sans tabac 2022, ou comment susciter à nouveau l'intérêt pour le sevrage tabagique après 6 années d'existence du dispositif** », par J. Avenel, G. Quatremere, A. Pasquereau et V. Nguyen Thanh - Santé publique France.
- 4) « **L'adaptation d'une opération de marketing social à une pandémie : Mois sans tabac au temps du Covid-19** », par J. Avenel, G. Quatremere, A. Pasquereau et V. Nguyen Thanh - Santé publique France.

16h15-16h30: Pause, Coffee break

16h30-17h30 Ateliers 7 et 8 / workshops 7 et 8

✓ Atelier / workshop 7 : Work in progress 1

✓ Atelier / workshop 8 : Work in progress 2

Atelier / workshop 7 : Work in progress 1

(salle JE 1)

- 1) « **Vers le développement d'un programme de prévention du diabète auprès des populations précaires** », par L. Abou Jaoude¹, A. Gasch-Illescas², C. Berthier², M. Vandesquille³, P. Froguel^{3,4,5}, JM. Lecerf² et H. Gorge¹ - ¹Université de Lille, LUMEN URL 4999, ²Institut Pasteur de Lille, ³Inserm UMR1283, CNRS UMR8199, ⁴Université de Lille, CHU de Lille, ⁵Department of Metabolism, Imperial College London
- 2) « **Présence de l'alcool sur Tik Tok : analyse des comptes des « bartenders » les plus influents** », par E. Guégan¹, M. Zenone², K. Gallopel-Morvan¹, M. Mialon³ - ¹EHESP, ARENE UMR 6051 / INSERM U1309; London School of Hygiene & Tropical Medicine, ³Trinity College Dublin
- 3) « **Les évolutions des préférences des pharmaciens pour la vaccination** », par Louchez¹ A., Le Clainche¹ C., Morgenroth² T., Crié³ D., Dervaux B. - ¹Université de Lille, FASEST, LEM UMR CNRS 9221, ²Faculté de Pharmacie, CRDP – ULR 4487, ³IAE Lille, Lumen URL 4999, ⁴Université de Lille, CHU de Lille

Atelier / workshop 8 : Work in progress 2

(salle JE 16)

- 1) « **Perceptions des décideurs politiques français sur le lobbying de l'industrie de l'alcool et du tabac : étude qualitative exploratoire** », par la F. Topart et A. Millot – EHESP, ARENE UMR 6051 / INSERM U1309
- 2) « **Pandémie et infodémie : Le cas de la vaccination des professionnels de santé** », par J. Chaari – ISTECC Paris

Si votre recherche, fondamentale ou appliquée, présente une contribution académique significative, soumettez-la sans plus attendre à l'une des deux revues scientifiques de l'afm (www.afm-marketing.org)

