

Présentation du projet et de la journée

Le projet ETIC (EffeTs des Images digitales sur les Consommateurs) étudie les influences négatives sur les individus des images publicitaires et promotionnelles digitales. Les individus sont analysés dans leur double hypostase, celle de consommateurs d'images sur écrans et celle de diffuseurs d'images sur les réseaux sociaux. L'objectif est d'analyser les conséquences des stratégies marketing (pouvoir attractif et distrayant des images, personnification, expositions répétées) sur les coûts cognitifs et mécanismes de défense psychologique, les comportements problématiques, les émotions à valence négative et autres troubles psychologiques. L'originalité du projet repose notamment sur l'analyse des correspondances et divergences de stratégies entre les professionnels du marketing et les internautes adeptes de l'auto-promotion sur les réseaux sociaux. Le projet a pour finalité de définir des préconisations pour réduire ces effets négatifs en particulier, en passant notamment par des actions de sensibilisation.

Cette journée d'étude, qui s'inscrit dans le cadre du projet, traite de deux aspects : les impacts sur les consommateurs des expositions multiples aux images publicitaires, et les impacts sur les consommateurs des expositions aux images auto-promotionnelles diffusées sur les réseaux sociaux.

Comité d'organisation

Laurie BALBO, Professeure associée de marketing, GEM Alpine Business School.

Sandra CAMUS, Professeure de sciences de gestion et du management, Université d'Angers.

Maud DERBAIX, Professeure associée de marketing, Kedge Business School.

Angy GEERTS, Professeure de marketing, Université de Mons (Belgique).

Wafa HAMMEDI, Professeure associée de marketing, Université de Namur (Belgique).

Aurély LAO, Maître de conférences HDR de sciences de gestion et du management, Université de Lille.

Alexandra MASCIANTONIO, Postdoctorante en psychologie sociale, Universiteit Utrecht (Pays-Bas).

Florence NIZETTE, Doctorante en management et marketing, Université de Namur (Belgique).

Ingrid PONCIN, Professeure de marketing, UCLouvain (Belgique).

Comité scientifique

Laurie BALBO, Professeure associée de marketing, GEM Alpine Business School.

Sandra CAMUS, Professeure de sciences de gestion et du management, Université d'Angers.

Maud DERBAIX, Professeure associée de marketing, Kedge Business School.

Angy GEERTS, Professeure de marketing, Université de Mons (Belgique).

Wafa HAMMEDI, Professeure associée de marketing, Université de Namur (Belgique).

Aurély LAO, Maître de conférences HDR de sciences de gestion et du management, Université de Lille.

Ingrid PONCIN, Professeure de marketing, UCLouvain (Belgique).

Dates clés

Date d'ouverture des soumissions par mail : **1er mars 2026**.

Date limite des soumissions (par courrier électronique) : **31 mai 2026**.

Date de notification des décisions aux auteurs et des modifications à effectuer : **10 juin 2026**.

Date limite de réception des communications finales (par courrier électronique) : **1er septembre 2026**.

Instructions aux auteurs

Les communications devront respecter les normes de présentation et bibliographiques, qui sont celles de la revue *Recherche et Application en Marketing* :

- Police Times 12.
- Interligne simple.
- Marges 2,5 cm, à l'exception de la page initiale, des références bibliographiques et des annexes.
- La page initiale contient le titre, le résumé, les mots clés en français et en anglais, ainsi que les coordonnées de l'auteur.
- Longueur d'une page pour les communications *work in progress* et de trois à cinq pages pour les communications abouties.

Les papiers devront être envoyés pour soumission, aux dates indiquées précédemment, **exclusivement par courrier électronique**, à l'adresse suivante : etic@listes.univ-angers.fr. L'objet du mail devra contenir la mention suivante : "Projet ANR ETIC : Communication journée d'étude 25/09/2026." Chaque papier fera l'objet d'une évaluation anonyme par deux lectrices du comité de lecture.

Modalités d'inscription

L'inscription à l'événement s'effectue en ligne, à l'adresse qui sera prochainement indiquée sur le site du projet : <https://etic.hypotheses.org>.

La participation à cette journée d'étude est soumise à des frais d'inscription :

- 50€ pour les personnes ayant soumis des communication et les doctorants.
- 80€ pour les académiques et professionnels.

Modalités de paiement :

- Paiement en ligne.
- Par virement bancaire/ bon de commande.

Date limite d'inscription : **11 septembre 2026**.

Bourses doctorales

Dans le cadre de cette journée de recherche, nous cherchons à apporter du soutien aux doctorants pouvant rencontrer des difficultés de financement dans leurs institutions et souhaitant participer à l'événement. À cet effet, nous proposons deux bourses doctorales de 500 euros afin de faciliter leurs déplacements et leur séjour. Ces fonds visent à encourager la participation des doctorants, à entretenir un environnement dynamique de recherche et à favoriser les échanges académiques.

Si vous souhaitez candidater à cette bourse, merci d'envoyer votre candidature à l'adresse suivante : etic@listes.univ-angers.fr.

Date limite d'inscription : **31 mai 2026**.