



Branding
Labeling
Intelligence



**2nd International Colloquium on Brand, Label, and Product Intelligence
24 & 25 June 2021
Centre International Universitaire pour la Recherche, Orléans, France
Address : 1 Rue Dupanloup, 45000 Orléans**

Thursday 24th June 2021

09:30-10:00	Registration and welcome coffee	
10:00-10:15	<p align="center">Welcome and introduction</p> <p align="center">Link for Teams related to introduction and plenary session « Distribution, brands and consumers » :</p> <p align="center">https://teams.microsoft.com/l/meetup-join/19%3ameeting_NjQwMjBjNmItOTM4NC00Njc0LTk2YWU0ZmY1YTlmYTMyZDRj%40thread.v2/0?context=%7b%22Tid%22%3a%22967236d1-9003-4f1a-9556-8afe047945f1%22%2c%22Oid%22%3a%229c6aa3a4-bd6d-49ae-8441-4eb2038c95b3%22%7d</p>	
10:15-12:15	Plenary session : Distribution, brands and consumers	
10:15-10:45	<p align="center">ETHNOCENTRISM CONSUMER RESEARCH: A BIBLIOMETRIC ANALYSIS OVERVIEW OVER 1984-2016</p> <p align="center">Sara TAHALI, Helene YILDIZ, Joseph KASWENGI</p>	
10:45-11:15	<p align="center">COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR ET TYPE DE DISTRIBUTION AU MALI</p> <p align="center">Sekou Boukadary COULIBALY, Adama DIABATE</p>	
11:15-11:45	<p align="center">EXPLORATION DES EFFETS DE LA MUSIQUE D'AMBIANCE D'UN LIEU DE VENTE SUR LA PERCEPTION ET LE COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR MAROCAIN</p> <p align="center">Abdelaziz BAHOUSSA, Imane SBAI, Gerard CHANDES</p>	
11:45-12:15	<p align="center">LE CHOIX DES MARQUES DE PRODUITS ALIMENTAIRES EN PERIODE DE CRISE COVID19 AU MALI</p> <p align="center">Adama DIABATE, Sekou Boukadary COULIBALY</p>	
12:15-12:45	<p align="center">MARQUES ET COVID</p> <p align="center">Romuald GROUILLE</p>	
12:45-14:15	Lunch	
14:15-14:55	<p align="center">Plenary session : Panel discussion</p> <p align="center">Chair : Aurore INGARAO</p> <p align="center">Participants : Corinne AJINCA, Pure&Simple byACE / Guillaume JARRY, La Pucelle d'Orléans</p> <p align="center">Link for Teams :</p> <p align="center">https://teams.microsoft.com/l/meetup-join/19%3ameeting_NzA0ZGI3OTgtNzVhYy00NGNhLTkxMwItMDM4MjEwNzZmZDhl%40thread.v2/0?context=%7b%22Tid%22%3a%22967236d1-9003-4f1a-9556-8afe047945f1%22%2c%22Oid%22%3a%22fcbdbbee6-3892-4da5-a4c8-e6eabca18ebc%22%7d</p>	
15:00-16:30	Parallel sessions : Around the territory	
	<p align="center">Session 1 : Territory & Tourism</p> <p align="center">Link for Teams :</p> <p align="center">https://teams.microsoft.com/l/meetup-join/19%3ameeting_Yjk1ZGNjMGQ0YWI2Yi00NmRILWEzMmQtOTRjNmY4MjY0ODJj%40thread.v2/0?context=%7b%22Tid%22%3a%22967236d1-9003-4f1a-9556-8afe047945f1%22%2c%22Oid%22%3a%22fcbdbbee6-3892-4da5-a4c8-e6eabca18ebc%22%7d</p>	<p align="center">Session 2 : Local Products</p> <p align="center">Link for Teams :</p> <p align="center">https://teams.microsoft.com/l/team/19%3abBQsdwGMKp0-P7oP5nFiGrUTaTUgO_nfZBF2Hnt4yq41%40thread.tacv2/conversations?groupId=83af7e6e-cea3-4283-8274-d80300e8bd28&tenantId=967236d1-9003-4f1a-9556-8afe047945f1</p>
15:00-15:30	<p align="center">ETUDE DU COMPORTEMENT POST COVID DU TOURISTE MAROCAIN : VERS UNE INNOVATION DE L'OFFRE TOURISTIQUE</p> <p align="center">Fadoua CHAKIR, Abdelaziz BAHOUSSA</p>	<p align="center">GEOMARKETING PERFORMATIF : QUEL DEGRE DE TERRITORIALITE POUR JUSTIFIER UNE MARQUE LOCALE ?</p> <p align="center">LE CAS DE LA CRAFT BRASSERIE FRANÇAISE</p> <p align="center">Antoine DABAN</p>

15:00-16:30	Parallel sessions : Around the territory (continued...)	
15:30-16:00	<p>POUR UN TOURISME DURABLE EN TUNISIE : ROLE DU CLASSEMENT DU SAVOIR-FAIRE FEMININ AUTOUR DE LA POTERIE DE SEJNANE DANS LE PATRIMOINE IMMATERIEL DE L'UNESCO Hanene OUESLATI, Imen BEN SLIMENE</p>	<p>LES DEMARCHES QUALITE A L'EPREUVE DU LOCAL : ENTRE ARBITRAGES ET REMISES EN CAUSES PAR LES ACTEURS. ANALYSE A PARTIR DE PRODUCTIONS FROMAGERES EN OCCITANIE Julien FRAYSSIGNES, Anne-Emmanuelle FIAMOR, Michaël POUZENC, Valérie Olivier SALVAGNAC</p>
16:00-16:30	<p>DU CAPITAL MARQUE CHAMBORD À LA CONSTRUCTION D'UNE IMAGE DE LA DESTINATION TOURISTIQUE : UNE DEMARCHE MARKETING REDUCTRICE ? Koffi Selom AGBOKANZO, Philippe TANCHOUX</p>	<p>LE PHENOMENE DE MARQUAGE DES PRODUITS LOCAUX ET SA PERTINENCE MANAGERIALE, UNE APPLICATION A L'EAU ENSACHEE AU MALI Adama DIABATE, Sekou Boukadary COULIBALY</p>
<p>19:00 – 23:00 H. GALA DINNER AT THE « GARDEN ICE CAFE » 1 PLACE DE LA LOIRE 45000 ORLEANS</p>		





Branding
Labeling
Intelligence



2nd International Colloquium on Brand, Label, and Product Intelligence
24 & 25 June 2021
Centre International Universitaire pour la Recherche, Orléans, France
Address : 1 Rue Dupanloup, 45000 Orléans

Friday 25th June 2021

09:00 - 09:30	Welcome coffee
09:30 - 12:15	Plenary session : digital Link for Teams : https://teams.microsoft.com/l/meetup-join/19%3ameeting_MGQwY2Q0NTEtZWlYNC00ZmFiLk30TAtZjI0NzMyZjUxYjFi%40thread.v2/0?context=%7b%22Tid%22%3a%22967236d1-9003-4f1a-9556-8afe047945f1%22%2c%22Oid%22%3a%229c6aa3a4-bd6d-49ae-8441-4eb2038c95b3%22%7d
09:30 - 10:00	PERSONAL BRANDING OF PROFESSORS IN SOCIAL MEDIA A CHOICE OR A NECESSITY IN OUR DAY? Irma SHYLE
10:00 - 10:30	DESIGNING PUBLICATIONS IN FACEBOOK FOCUSED ON HOTEL CUSTOMER EXPERIENCE: HOW TO IMPROVE BRAND ATTITUDE AND BOOKING INTENTION Mónica GOMEZ-SUAREZ, Mónica VELOSO
10:30 - 11:00	LA REACTIVITE DANS LA PRISE EN CHARGE DU CLIENT RECLAMANT Helene YILDIZ, Sara TAHALI
11:00 - 11:30	THE IMPACT OF MOBILE PHONE BRAND PERSONALITY ON BRAND EQUITY TO ALBANIAN CONSUMERS Irma SHYLE
11:30 - 12:00	End of the colloquium
12:00 - 14:00	Lunch

