Compte Rendu de la Journée Labellisée

Appellation de la journée labellisée : Journée Interdisciplinaire de Recherche sur les Décisions des Consommateurs (JIRDC)

Date de l'évènement : Mardi 22 novembre 2022

Lieu de l'évènement : Université Paris Cité (143 av de Versailles 75016 Paris)

Thème de l'évènement : Bien-être

Nombre de papiers soumis à la journée labellisée : 20

Nombre de papiers retenus à la journée : 12 + 3 professeurs invités pour la séance introductive

Nombre de participants à la journée : Une soixantaine de personnes présentes (speakers & public)

Date et lieu de la prochaine édition : Date non encore fixée - Université Paris Cité – prochain thème : « La Responsabilité »

Contact email : *sarah.benmoyal@u-paris.fr ; corina.paraschiv@u-paris.fr*

Compte-rendu détaillé de la 5ème JIRDC

La 5eme Journée Interdisciplinaire de Recherche sur les Décisions des Consommateurs s'est tenue le mardi 22 novembre 2022 à l'Université Paris Cité. Le thème du colloque portait sur le bien-être. L'objectif de la journée de recherche JIRDC était de favoriser des échanges transversaux autour de cette thématique et son impact sur les décisions du consommateur. Elle a réuni des chercheurs de différentes disciplines telles que l'anthropologie, le marketing, le comportement du consommateur, l'économie, la psychologie ou le droit. Les Professeurs Pascale Ezan (Université Le Havre Normandie), Laurent Bertrandias (TBS Toulouse Business School) et Dominique Desjeux (Université Paris Cité) ont été invités à animer la session plénière. Pascale Ezan a abordé le bien-être alimentaire vu par les enfants. Laurent Bertrandias a présenté une recherche sur le lien entre le bien-être parental et le recours à un logiciel de contrôle des appareils digitaux utilisés par les enfants. Il a également présenté la revue *Recherche et Applications en Marketing*. Dominique Desjeux a quant à lui illustré comment le monothéisme menace et s'inspire tour à tour du bien-être et de la sécurité instaurée par le polythéisme entre -1000 et +400 de notre ère.

La journée a été organisée en présentiel. Le nombre de présentations s'est élevé à 16. La journée a ainsi été structurée autour de 7 sessions : (1) Bien-être, marketing et religion (Session introductive) (2) Bien-être des jeunes au sein de l'école et de la famille ; (2) Risque humain et harcèlement ; (3) Aide à la publication dans RAM ; (4) Bien-être et préoccupations environnementales ; (5) Bien-être, santé et action publique ; (6) Bien-être dans le monde de l'entreprise et (7) Bien-être du consommateur.

Parmi les communications en marketing, le Prix de la meilleure communication a été remis à Lisa d'Argenlieu et Valérie Guillard pour leur communication intitulée *« Le marketing scolaire : Quel impact sur le bien-être des élèves »*.