

Liste des Posters ATM 2006	
Fatma Ezzahra BAKINI DRISS Hajer Bellalouna Hafsia Bellalouna.Hajer@supcom.rnu.tn Mustapha Zghal atmarketing@planet.tn	« L'influence de l'atmosphère sur le comportement du consommateur : cas de l'éclairage additionnel »
Margaret BRUCE margaret.bruce@mbs.ac.uk Christine KRATZ Christine.kratz@univ-nancy2.fr	« Innovation et tradition : une relation symbiotique pour les marques de luxe. Un focus sur le marketing expérientiel »
BEN RACHED Kaouther kaoutharsaied@fsegt.rnu.tn EL GHALI Myriam elghalimyriam@yahoo.fr	« L'influence de la couleur et des personnages sur la mémorisation du packaging par les enfants Cas des petits gâteaux et des macaronis »
ZORGATI Hajer zhajer3000@yahoo.fr	« Degré d'importance des actions de fidélisation - clients des grandes et moyennes Surfaces »
Hamdi ben Osmen hamdi.benosman@gmail.com	« Les caractéristiques de l'expérience virtuelle comme une création de présence »
Zghal Mustapha atmarketing@planet.tn Daldoul Mariem mayatn@yahoo.fr Askri Jendoubi Soumaya Suemaya@yahoo.fr	« L'ANXIETE DES VOYAGEURS FACE AU CHOIX DES COMPAGNIES AERIENNES »
Nadia Montacer Epouse Dimassi Nadiamontacer@yahoo.fr Néji Bouslama neji.bouslama@fsegt.rnu.tn	« Etude conceptuelle de la relation : Personnalité de la marque, Implication du consommateur et engagement à la marque »
Samira Brahim samira.brahim@u-bourgogne.fr	« Au-delà de la complexité sectorielle du tourisme : Une approche par la théorie institutionnelle »
Sihem DEKHILI dekhili@ensam.inra.fr François D'HAUTEVILLE hautevil@ensam.inra.fr	« Image d'origine: différences interculturelles dans les perceptions des consommateurs et des experts, cas de l'huile d'olive »
Charbti sondes Charbtisondes@yahoo.fr Ayari Haythem hadoprince@yahoo.fr Bourogaa Med Khalil bourogaa@yahoo.fr	« Impact de l'humour en publicité télévisuelle sur les réactions de l'audience »
Senda Baghdadi sendabaghdadi@yahoo.fr Mustapha a Zghal atmarketing@planet.tn	« Les déterminants de la réaction marketing post entrée »
Mustapha Zghal atmarketing@planet.tn Rim Boudali Methamem Boudali.hatem@acti.com.tn	« La perception par les consommateurs des effets du mix d'alliance sur les marques partenaires : proposition d'une échelle de mesure »
Souad DJELASSI	« temps d'achat : perception et facteurs »

Souad DJELASSI sdjelassi@iutc-mailtc.univ-lille2.fr Sandra CAMUS sandra.camus@univ-rouen.fr Philippe ODOU philippe.odou@univ-lille2.fr	« temps d'achat : perception et facteurs d'influence »
Elamri rim elamri_rim@yahoo.fr	« La négociation coopérative entre producteurs et distributeurs : principale dimension du trade marketing »
HAMZI SOUHEIL hamzi_souheil@yahoo.ca	« L'intangibilité et les stratégies de tangibilisation des services: Revue de littérature »
Jihène BEN HASSINE jihenebenhassine@yahoo.fr Wafa CHEHIDI wafa_chehidi@yahoo.com	« Impact de la présence d'un model décoratif sur l'efficacité d'une insertion publicitaire »
Mariem Ben Memi Mariem.BenMemi@isg.rnu.tn	« Une Etude de l'impact de l'encombrement perçu sur les réactions des clientes d'un magasin de produits cosmétiques »
M'HENNA Mohamed Amine mmhenna1@yahoo.ca ABDENNADHER Raef abdennadherraef@yahoo.fr	« La valeur perçue : place et rôle dans la dynamique attitudinale : une nouvelle conception de la satisfaction anticipée »
Souad Elmanssouri elmanssouri@hotmail.com souad.elmanssouri@unicaen.fr	« Les agents de socialisation : sources complémentaires du catalogue de jouets »
Etienne Bosia	Adolescence et Marketing : de la littérature à l'exemple français
Najla Zendah Sfar najlazendahsfar@yahoo.fr Sana Ben Thabet	L'analyse de l'influence d'un lieu de représentation sur l'attitude et le comportement du consommateur