

WOREMAC



19 Déc 2025

13h30

COLMAR

UHA - Business School

Bat A | Salle CREGO 324

**Événement Scientifique Hybride
SUR INVITATION**

WORKSHOP

De la Relation à la Marque dans un Monde Connecté

Les influenceurs dans tous leurs états :
nouvelle donne relationnelle pour les marques

LE WOREMAC EN BREF ...

Dans le cadre des animations scientifiques proposées par le **Groupe d'Intérêt Thématique « Expérience Client » (GIT-XP)**, soutenu par l'**AFM**, le **laboratoire de sciences de gestion CREGO (UR 7317)** de l'université de Haute-Alsace organise le **19 décembre 2025** le *Workshop de la relation à la marque dans un monde connecté (WOREMAC)*.

Cet événement porte sur le marketing de la relation marque-consommateur, à la lumière des travaux pionniers de **Susan Fournier** (1997). Les marques sont abordées sous l'angle de leur capacité à développer un univers symbolique qui leur est propre et à maintenir une relation profitable dans le contexte actuel de transformation numérique.

Deux types de contenu sont privilégiés pour les conférences invitées. D'une part, des communications qui dressent un état de l'art et approfondissent les cadres théoriques autour de la réception de la communication et de l'émergence des diverses formes relationnelles qui lient les marques aux consommateurs. D'autre part, des travaux empiriques révèlent de nouvelles facettes de la relation marque-consommateur ou de ses leviers, notamment communicationnels.

Pour l'**édition 2025**, le *Workshop de la relation à la marque dans un monde connecté* s'intéresse aux influenceurs et à leur rapport aux marques et aux consommateurs. Il permettra de mieux comprendre les spécificités de ce type d'endosseur pour les marques et d'explorer le phénomène émergent des influenceurs virtuels. Il apportera également un éclairage juridique sur les enjeux de transparence numérique associés aux influenceurs.

PROGRAMME

Vendredi 19 décembre 2025

Batiment A | Salle CREGO 324
(3ème étage)
32 rue du Grillenbreit – COLMAR



COMITÉ SCIENTIFIQUE

Le comité scientifique du workshop est placé sous la responsabilité de **Françoise Simon**, professeur de marketing de l'Université de Haute-Alsace.

Michaël Flacandji, IAE Bordeaux
Claire Roederer, EM Strasbourg Business School
Tony Valentini, EM Strasbourg Business School

COMITÉ D'ORGANISATION

Victoire Noë Vigo, Université de Haute-Alsace
Joël Sangwa, Université de Haute-Alsace
Antoine Tournier, Université de Haute-Alsace

PROGRAMME

13H30 - 14H30

SESSION 1 : RECHERCHE MARKETING SUR LES INFLUENCEURS

L'influence marketing comme objet et levier : état de l'art et stratégie de financement

Florence Euzeby, La Rochelle Université

14H30 - 15H00

Endossement publicitaire : une approche lexicométrique du match Célébrités-Influenceurs.

Françoise Simon, Université de Haute-Alsace
et **Marine Cambefort**, EM Strasbourg Business School

15H00 - 15H30

Lil Miquela, Shudu Gram & co : quand les marques prennent la parole via des influenceurs virtuels

Elodie Jouny-Rivier, ESSCA School of Management

15H30 - 15H45

PAUSE

15H45 - 16H15

SESSION 2 : OUVERTURE SUR LE CHAMP JURIDIQUE

Existe-t-il un cadre juridique pertinent pour l'influence commerciale ?

Karine Favro, Université de Haute-Alsace
et **Soukaina COHEN**, Université de Haute-Alsace

16H15

CLÔTURE DU WORKSHOP