

French-Austrian-German Workshop 2012

Du 29 novembre au 1er décembre 2012 - Innsbruck, Autriche

Cyrielle VELLERA

Doctorante et A.T.E.R. en Sciences de Gestion – Spécialité Marketing
Université de Grenoble (France)
Cyrielle.vellera@upmf-grenoble.fr

Tout naturellement, je tiens à adresser mes profonds remerciements aux organisateurs du congrès Franco-Autrichien-Allemand, à savoir : Hans Mühlbacher, Andrea Gröppel-Klein, Patricia Gurviez ainsi qu'Abdelmajid Amine pour avoir donné de leur temps et de leur attention dans l'organisation de ce colloque, dans la sélection des papiers ainsi que pour leurs précieux conseils, discussions et suggestions. Mes remerciements se tournent également vers le Pôle Interdisciplinaire d'Etudes Françaises de l'Université d'Innsbruck pour ses subventions apportées (frais d'hébergements et de voyage) ainsi que pour la valorisation des échanges scientifiques qu'il promeut entre la France et l'Autriche.

I. Présentation générale du colloque :

Ce colloque transfrontalier réunit les chercheurs francophones et germanophones en comportement du consommateur. Ce colloque constitue une plateforme scientifique d'échanges et de collaborations entre la France, l'Allemagne et l'Autriche. Il aborde tous les aspects du comportement du consommateur et s'ouvre aussi bien aux travaux théoriques, empiriques que méthodologiques. La langue dominante du colloque est l'anglais. Le colloque réunit environ une cinquantaine de participants. Durant deux jours, des thématiques nouvelles, originales et d'actualité, à fort intérêt académique et managérial sont abordées.



II. Le colloque 2012 :

Cette année, le colloque s'est invité à l'Université d'Innsbruck située au cœur des Alpes, dans l'enceinte du département Management stratégique, Marketing et Tourisme. Il fut coordonné par Hans Mühlbacher, Andrea Gröppel-Klein, Patricia Gurviez et Abdelmajid Amine. Au total, douze présentations ont offert un tour d'horizon dans le domaine du comportement du consommateur (quelques exemples de thématiques abordées : le marketing expérientiel, la nostalgie, la confusion dans le point de vente, les programmes de fidélité, le placement de produit, la créativité des consommateurs, les médias sociaux, *etc.*).

Après soumission par les auteurs, les papiers ont été discutés et arbitrés par un comité de lecture selon les standards et critères scientifiques.

Les sessions sont organisées sur un rythme de 45 minutes pour chaque papier (20 minutes de présentation et 25 minutes de discussion).

III. Ma présentation au colloque

Ma présentation, co-écrite avec le Professeur Marie-Laure Gavard-Perret (Université de Grenoble), portait sur l'identification des consommateurs créatifs par le biais de leurs capacités d'imagerie mentale. Plus spécifiquement, nous sommes parties du constat selon lequel l'implication d'individus créatifs dans les processus d'innovation est un enjeu majeur. Cependant, leur repérage est particulièrement difficile. Or, l'imagerie mentale a souvent été soulignée en psychologie pour son implication dans les processus créatifs. Cette présentation a permis d'examiner la relation entre la capacité d'imagerie mentale des individus et leur capacité créative. Dans une première étude, nous avons distingué deux catégories de sujets : les créatifs (artistes et inventeurs) et ceux sans capacité créative particulière (individus « ordinaires »), les premiers étant supposés être meilleurs imageants que les seconds. Les résultats ont confirmé ces différences. Dans une seconde étude, nous avons mis en évidence que plus des individus disposent d'une capacité d'imagerie élevée, plus ils produisent des *outputs* créatifs. Ainsi, au travers de cette présentation, nous avons démontré que la capacité d'imagerie constitue un élément d'identification possible des individus créatifs.

Ma présentation a duré une vingtaine de minutes suivies d'une trentaine de minutes d'échanges, de discussion, de réflexion commune, de partage d'expertise et de dialogue. Cet examen critique de ma présentation fut très riche. Les retours obtenus seront pris en considération et valorisés lors de l'écriture d'un article scientifique dans un futur proche.



Ce colloque constitue un excellent moyen de stimulation d'échanges, de partage de connaissances et d'expériences. Il favorise la synergie entre les membres de la communauté. Il m'a permis, sous les conseils des membres, de développer de nouvelles réflexions et des pistes de recherche vivement intéressantes. Il permet, par ailleurs, un rapprochement privilégié avec des collègues étrangers ainsi que la découverte de la sublime ville d'Innsbruck.

