



Ipek-Nur NIBAT-CAYROL (GEM, USMB, IREGE),

Trois essais sur la façon dont l'animosité et la désinformation des consommateurs biaisent leurs jugements sur la marque

Les consommateurs peuvent réagir négativement à des produits et à des marques, non seulement parce qu'ils en ont fait l'expérience personnelle (par exemple, échec du produit ou du service), mais aussi parce qu'ils ont été influencés par des informations externes les concernant (par exemple, pays d'origine, informations erronées). À l'ère numérique, ces informations se propagent rapidement, ce qui représente un risque croissant pour les spécialistes du marketing. Cette thèse étudie comment les consommateurs forment des jugements biaisés sur la base de ces informations externes et comment ces jugements affectent négativement les entreprises aux niveaux macro et micro. Le premier chapitre utilise une approche au niveau macro et étudie via une méta-analyse l'impact de l'hostilité des consommateurs envers certains pays cibles sur leurs jugements des produits originaires de ces pays. Les chapitres 2 et 3, fondés sur plusieurs études expérimentales, se concentrent sur une étude microéconomique d'un contexte spécifique à une marque, à savoir les jugements biaisés des consommateurs sur la désinformation des entreprises et les implications de ces jugements erronés pour les entreprises. Dans l'ensemble, cette thèse enrichit les connaissances actuelles sur les réponses négatives et biaisées des consommateurs. Elle propose des solutions potentiellement pertinentes pour les gestionnaires de marques, les entreprises internationales et les décideurs politiques qui souhaitent développer des stratégies de communication efficaces pour répondre aux réactions négatives des consommateurs.

❖ 13h30 — Salle 103 (IAE SMB Annecy)

<https://zoom.us/j/93523042190>

❖ Composition du jury

Laurent BERTRANDIAS, Toulouse Business School,

Rapporteur

Marie-Laure GAVARD-PERRET, Université Grenoble Alpes,

Examinatrice

Caroline MORRONGIELLO, Université Savoie Mont-Blanc,

Examinatrice

Andreas MUNZEL, Université Toulouse I Capitole,

Rapporteur

Carolina WERLE, Grenoble Ecole de Management &

Université Savoie Mont Blanc, Directrice de thèse