



21^{ème} Colloque International de l'Association Tunisienne de Marketing



LA TRANSFORMATION DU MARKETING PAR L'IA:
NOUVEAUX HORIZONS ET PERSPECTIVES

PROGRAMME

Vendredi
19

De 8h30 à 9h15

Accueil des participants (Centre des congrès-1^{er} étage)

De 9h15 à 10h00

Mot d'ouverture - **Salle Sindbad**

Pr. **Fawzi Dekhil**, président de l'ATM

Pr. **Azza Temessek**, présidente du comité scientifique et d'organisation de l'ATM 2024

Pr. **Nadia Mzoughi**, présidente de l'Université de CARTHAGE

Pr. **Jouhaina Ghérib**, présidente de l'Université de la MANOUBA

De 10h00 à 11h15

Session plénière: La transformation du marketing par l'IA - **Salle Sindbad**

Pr. **Luiz Moutinho**, visiting professor, Suffolk Business School, University of Suffolk, England

Future- Forward AI, science of intelligence

Pr. **Chokri El Fidha**, ESSEC Tunis, Université de Tunis, Tunisie

Le marketing à l'ère de l'IA

Pr. **Julien Cloarec**, iaelyon School of Management Université Jean Moulin Lyon 3, France

Éthique de l'utilisation de l'IA dans la recherche en marketing

De 11h15 à 11h45

Pause café

De 11h45 à 13h15

Sessions de communications

Session 1	Session 2	Session 3	Session 4
Pratiques de consommation culturelle entre le virtuel et le réel	Défis éthiques de l'IA	L'IA générative au service de l'innovation : perspectives académiques et professionnelles	Expériences virtuelles

De 13h15 à 14h45

Pause déjeuner

De 14h45 à 16h45

Master class (En parallèle)

Master Class 1- Maîtriser les méthodes
Salle Aladin

Pr. **Sonia Capelli**, iaelyon School of Management, France

Les méthodes expérimentales en marketing :

design et précautions

Pr. **Lilia Khrouf**, ESCT, Tunisie

La modélisation par les équations structurelles en marketing: PLS-SEM Vs CB-SEM

Master Class 2- Réussir à publier
Salle Ali Baba

Pr. **William Sabadie**, iaelyon School of Management, France

Publier sa recherche : les clés de la réussite

Pr. **Samy Belaid**, EM Normandie Business School, France

Publier dans Journal of Business and Emerging Markets (ABS 1*)

Pr. **Mourad Touzani**, Neoma Business School, France

Retour d'expériences sur quelques outils de l'IA : entre découvertes et déceptions

De 16h45 à 17h00

Pause café

De 17h00 à 18h30

Sessions de communications

Session 5	Session 6	Session 7	Session 8
Processus de décision	Culture et internationalisation	Réseaux virtuels et responsabilité sociale	Genre et générations dans la communication marketing

20h30
Dîner Gala

Remise du prix SPHINX de la meilleure communication

Samedi
20

De 8h30 à 10h00

Sessions de communications

Session 9	Session 10	Session 11	Session 12
L'IA et les technologies interactives dans la promotion de la santé	L'IA, les technologies conversationnelles et l'expérience client	Pratiques et consommation écologique	Commerce et services en transformation

De 9h00 à 10h00

Speed searching - Salle Zummurad

Réservé aux communications sélectionnées

De 10h00 à 10h30

Pause café

De 10h30 à 13h00

Panel de discussion - Salle Sindbad

Panel 1 - La transversalité de l'IA : opportunités et défis dans plusieurs secteurs en Tunisie

Dr. Saoussen Lakhdar, ISG Tunis, directrice des stages et des relations extérieures (modératrice)

Représentant Tunisie Télécom

M. Mokhtar Kallel, Partner Technology Consulting, EY

M. Youssef Ben Halima, Conseiller, chargé de mission au cabinet du ministère de l'Enseignement Supérieur

Dr. Riadh Chaker, Médecin spécialiste en chirurgie générale, CEO DEEPBRAIN

Panel 2 - L'IA en marketing : entre innovation et responsabilité éthique

Pr. Samy Belaid, Professeur EM Normandie Business School and Métis Lab Member (Modérateur)

M. Mohamed Ali Elloumi, CEO Agence de communication Access

Pr. Ishraf Zaoui, Directrice chaire innovation digitale et IA, MIT, Sloane School of Management

Pr. Julien Cloarec, iaelyon School of Management Université Jean Moulin Lyon 3, France

De 13h00 à 14h30

Pause déjeuner

De 14h30 à 16h00

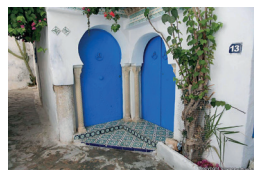
Sessions de communications

Session 13	Session 14	Session 15	Session 16
Gaming et consommation	Commerce social	Tourisme et innovations	Médias sociaux et marketing d'influence

16h00

Clôture du colloque

Visite guidée de la Médina de Hammamet offerte par Travel Academy



Vendredi
19

Sessions de communications

De 11h45 à 13h15

Session 1- Salle Aladdin : Pratiques de consommation culturelle entre le virtuel et le réel
Présidents de session : Pr. Kaouther Saied Benrached, Pr. Samy Belaid, Pr. Sonia Capelli, Pr. Mohssen Debabi

Les industries créatives et culturelles à l'ère de l'IA : proposition d'un agenda de recherche
Fatma CHOURA

De la valeur dans le virtuel : une exploration des raisons d'achat des NFTs
Yosra BRAHIMI, Intissar ABBES, Hassen MZALI

What makes tourists have a high quality of life? An empirical study on cultural heritage tourist destinations
Malek KOHLI, Ayoub NEFZI

Session 2- Salle Parizade : Défis éthiques de l'IA

Présidents de session : Pr. Fatma Bakini Driss, Pr. Hager Bellalouna, Pr. Amel Chaabouni

Ethical challenges associated with conversational IA chatbots: an exploratory qualitative study
Salma AYARI, Khouloud OUESLATI, Imène BEN YAHIA

اشكالية تصنيف القضايا الأخلاقية للذكاء الاصطناعي
Mohammed SAHNOUNI, Riad BENGHEBRID

Determinants of user's satisfaction and continuance usage of chatgpt in academia:
The moderating role of user ethical perception
Sabrina BOUALLÈGUE, Manel KHEDHER

Session 3 - Salle Ali Baba : L'IA générative au service de l'innovation : perspectives académiques et professionnelles

Présidents de session: Pr. Norchene Ben Dahmane Mouelhi, Pr. Mourad Touzani, Pr. William Sabadie

CHATGPT The genie in the bottle: an extended Technology Acceptance Model (TAM) analysis
ALIA BESBES, Raneem BENNANI

Développement de l'utilisation de l'IA générative en entreprise : identification des motivations et des freins
Ishraf ZAOU, Yosra HALLEM, Imed BEN NASR, Sonia BOUGETFA

Modèle standardisé d'évaluation des IA génératives en soutien à la recherche marketing : test de CHATGPT
Jérôme BARAY, Alain DECROP, Gérard CLIQUET

Session 4 - Salle Morjana : Expériences Virtuelles

Présidents de session : Pr. Mouna Damak, Pr. Luiz Moutinho, Pr. Imen Ben Yahia

Virtual reality in hospitality: unraveling antecedents of online hotel booking intention
Sana CHEBAH, Hajer HADJ SALEM, Amal BEN CHEIKH, Hadil KHAMMAR

L'effet de la visite immersive en réalité virtuelle sur l'imagerie mentale et l'intention de visite : le rôle modérateur de l'expérience touristique antérieure
Imed NOURI, Hajer ZORGATI, Sana IBRAHIM, Rym BOUZAABIA

Humanizing digital encounters: AVA applications remodeling hospitality conversational tools
Sihem BEN SAAD

Revolutionizing retail: unveiling the magnetic appeal of virtual try-on apps in apparel purchases
Chadha ABASSI, Olfa BOUZAABIA

De 17h00 à 18h30



Session 5 - Salle Parizade : Processus de décision

Présidents de session : Pr. Azza Frikha, Pr. Norchene Ben Dahmane Mouelhi, Pr. Lilia Khrouf

Abandon de l'intention d'achat : quand et pourquoi ? Application de la méthode d'analyse de survie
Ons BAATI, Fathi AKROUT

Beyond clicks: analyzing consumer behavior through communication styles in social shopping environments
Shuyi HAO, Yan MENG, Jie XIONG, Pradeep DIVAKARAN, Zhe YUAN

Quelle portée des contextes stressants sur les comportements de consommation ?
Leila BENMANSOUR, Hager TURKI

Market Basket Analysis: donner de la valeur à vos données de tickets de caisse
Aziza FERTANI

Session 6 - Salle Ali Baba : Culture et internationalisation

Présidents de session : Pr. Rim Methammem Boudali, Pr. Mouna Dammak, Pr. Chokri El Fidha

Réussir l'internationalisation des produits de terroir : regard sur la filière de l'huile d'olive tunisienne
Hana SIALA ABID, Romdhane KHEMAKHEM, Lamia BEN HAMIDA, Stéphanie HASLER

Ethnocentrisme du consommateur et religiosité Islamique : étude des préférences d'achat en Tunisie entre produits turcs et français
Sedki KAROUI, Belaid SAMY, Romdhane KHEMAKHEM

L'expérience culinaire au service du bien-être du consommateur : cas du gîte rural en Tunisie
Ichrak RIAHI, Khaoula OUNI, Fawzi DEKHIL

Session 7 - Salle Aladdin : Réseaux virtuels et responsabilité sociale

Présidents de session : Pr. Kaouther Saied Benrached, Pr. Intissar Abbes, Pr. Hassen Mzali, Pr. Néji Bouslama

Adoption d'un comportement éco-responsable et minorité d'influence : le rôle des communautés virtuelles de consommateurs
Fatima TOUKEBRI, Intissar ABBES

La cyberintimidation des adolescents une nouvelle préoccupation du marketing social : Influence de l'intensité de la culpabilité sur l'intention de comportement de cyberintimidation
Khouloud CHAABANE, Rym BOUZAABIA

From screen to society : unraveling the impact of youtube advertising on shaping future generations
Afef SAHLI

Session 8 - Salle Morjana : Genre et générations dans la communication marketing

Présidents de session : Pr. Hager Bellalouna, Pr. Hager Turki, Pr. Nedra Bahri, Pr. Imed Zaiem

« Insta-Genres » : comprendre les réactions générées des consommateurs dans le contexte du marketing d'influence sur Instagram
Malek BOUHLEL, Mohamed Hatem BELHADJ YOUSSEF

Quels stéréotypes du genre dans la communication publicitaire ? Analyse appliquée aux affiches publicitaires en Tunisie entre 2017 et 2021
Raja BAHRI, Fatma SMAOUI

L'impact de la publicité immersive en réalité virtuelle sur l'intention de bouche-à-oreille positif des consommateurs envers la marque : le rôle modérateur de la génération et du cybermalaise
Imed NOURI, Rym BOUZAABIA

Sessions de communications

De 8h30 à 10h00

Session 9 - Salle Aladdin : L'IA et les technologies interactives dans la promotion de la santé

Présidents de session : Pr. Fatma Smaoui, Pr. Romdhane Khemakhem, Pr. Azza Frikha, Pr. Nibrass El Aoud

Regards croisés des médecins du secteur public sur l'Intelligence Artificielle en santé
Mervet JOUINI, Sana TEBESSI, Jameleddine CHICHTI

Educative chatbot content promoting healthy eating among obese children: a qualitative study
Olfa NOUIRA, Salma AYARI

Towards promoting healthy dietary behaviors: cluster randomized trial of a gamified intervention among children

Bacem CHOUAT, Imen CHARFI BEN HMIDA

Session 10 - Salle Ali Baba : L'IA, les technologies conversationnelles et l'expérience client

Présidents de session : Pr. Chokri El Fidha, Pr. Julien Cloarec, Pr. Dorsaf Dellech Debabi

L'intelligence artificielle au cœur de l'expérience client : une Meta-analyse PRISMA
Souad MAGHRAOUI, Manel NAJAR

Investigating chatbot AI acceptance's impact on purchase intent: the moderation effect of brand innovativeness

Eya KBAIER, Fatma BAKINI ÉP DRISS, Chaima HMISSI

« Here to assist you »: chatbots in marketing communication

Sarra SGHAIER, Leila LEFI

Les chatbots à l'ère du web 4.0 : quand l'IA se met au service du marketing

Chiheb KLIBI, Lilia KHROUF

Session 11 - Salle Morjana : Pratiques et consommation écologique

Présidents de session : Pr. Samira Denguir, Pr. Hager Bellalouna, Pr. Hager Turki, Pr. Kaouthar Ben Mansour

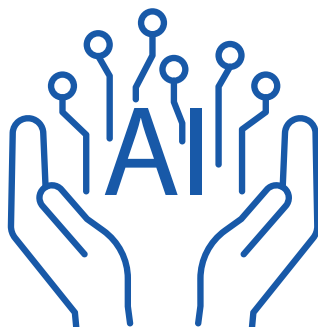
Le comportement responsable du touriste : Le rôle des facteurs individuels et environnementaux
Samar ZGOLLI, Imed ZAIEM

Les facteurs de l'intention d'utilisation des menus QR, de l'intention de visite et de l'image verte des restaurants : focus sur l'identité environnementale

Hamza MAALAOUI, Imène BEN YAHIA

From Utopia to complex reality: investigating acceptance factors of electric vehicles in emerging markets

Karam DKHIL, Sana TEBESSI



Session 12 - Salle Parizade : Commerce et services en transformation

Présidents de session : Pr. Kaouther Saied Benrached, Pr. Rim Methammem Boudali, Pr. Luiz Moutinho

The impact of escapism and retail aesthetics on consumer satisfaction and revisit intention: a study on the retail sector

Mourad TOUZANI, Shuyi HAO, Ahmed Anis CHARFI, Molka ABBES

L'interaction "Homme-machine": les déterminants de l'utilisation des services sans contact

Arij JMOUR, Kaouther CHAARI

Une approche croisée de la perception des produits et services de luxe : proposition d'une typologie

Myriam KETTOU, Slim KHALBOUS, Norchène BEN DAHMANE MOUELHI

Impact of frontline employees' emotional competence on automobile service-recovery performance: role of customer's perceived experience values

Manel BEN AYED, Kaouther CHAARI, Abir ZOUARI

De 9h à 10h Speed Searching (réservé aux communications sélectionnées) Salle Zummurad

Animatrice de la session :

Pr. Intissar Abbes

Les Coachs Speed Searching :

Pr. Hamida Skandrani

Pr. Sonia Capelli

Pr. Rym Bouzabaa

Pr. Mouna Damak

Pr. William Sabadie

Les communications sélectionnées

Screen to society : unraveling the impact of youtube advertising on shaping future generations

Afef SAHLI

Impact de l'attraction de la technologie sur le commerce social en Tunisie

Hanene BABAY, Nozha ERRAGCHA, Ameni BOUSLIMI

L'effet de la visite immersive en réalité virtuelle sur l'imagerie mentale et l'intention de visite : le rôle modérateur de l'expérience touristique antérieure

Imed NOURI, Hajer ZORGATI, Sana IBRAHIM, Rym BOUZAABIA

Revolutionizing retail : unveiling the magnetic appeal of virtual try-on apps in apparel purchases

Chadha ABASSI, Olfa BOUZAABIA

The future of influencer marketing : followers' stickiness to virtual influencers

Imen CHARFI BEN HMIDA, Samia DALHOUM, Abir ZOUARI



21^{ème} édition du colloque de l'ATM

SPEED SEARCHING

POUR LES 5 MEILLEURES communications

10 mins

RENCONTREZ UN CHERCHEUR CONFIRMÉ EN TÊTE-À-TÊTE ET POSEZ VOS QUESTIONS

QUAND LA CLOCHE RETENTIT CHANGEZ DE PLACE POUR UN AUTRE TOUR DE QUESTIONS

APRÈS 5 TOURS, CA Y EST VOUS ÊTES PRÊT POUR BOOSTER VOTRE RECHERCHE VERS LA PUBLICATION

De 14h30 à 16h00

Session 13 - Salle Ali Baba : Gaming et consommation

Présidents de session : Pr. Mouna Dammak, Pr. Imed Zaiem, Pr. Wadie Nasri, Pr. Kamilia Bahia

The role of video games in raising awareness of environmental issues: Value-Based Categorization approach

Emna GHARBI, Intissar ABBES

Facteurs clés de l'intention de jouer et d'acheter dans le contexte des jeux électroniques

Syrine JMII, Olfa BOUZAABIA, Haifa RZEM

Pixels & passions: decoding the effect of hedonic experience & game design on consumption behavior through engagement

Malek SOUSSI, Olfa BOUZAABIA, Haifa RZEM

Session 14 - Salle Parizade : Commerce social

Présidents de session : Pr. Hamida Skandrani, Pr. Hager Bellalouna, Pr. Fathi Akrouf, Pr. Samy Belaid

Impact de l'attraction de la technologie sur le commerce social en Tunisie

Hanene BABAY, Nozha ERRAGCHA, Ameni BOUSLIMI

L'adoption du CRM social dans le contexte tunisien : importance d'une stratégie des médias sociaux

Walid BEN SLAMA

Les déterminants de l'acceptation du social commerce dans un contexte à risque : extension du modèle META-UTAUT

Ibtissem MUSTAPHA, Hedyen HARZALLAH, Oumayma GAIEB

Session 15 - Salle Aladdin : Tourisme et innovations

Présidents de session : Pr. Rym Bouzaabia , Pr.Lilia Khrouf, Pr. Mourad Touzani

Donner du sens à ses vacances : quels leviers pour la qualité d'une expérience touristique créative ?

Amal MAKNI, Agnès FRANÇOIS-LECOMPTE

festivalscape et motivation dans le cœur de la co-création d'une expérience festive enrichissante

Marwa AMRY, Romdhane KHEMAKHEM

La conversion en destination touristique intelligente (DTI) selon la théorie des capacités dynamiques : une revue de littérature et un modèle conceptuel intégratif

Naïla BELHAJ SOULAMI, Hassan AZDIMOUA

Trop de technologie tue la technologie : effet du stress technologique dans l'adoption des smart hôtels

Amel SADFI, Imene NAFOUSSI, Fatma NAOUAR, Walid CHAOUALI, Fawzi DEKHIL

Session 16 - Salle Morjana : Médias sociaux et marketing d'influence

Présidents de session : Pr. Azza Frikha, Pr. Fatma Smaoui, Pr. Hamida Skandrani, Pr. Jameleddine El Gharbi

Quand les réels envahissent instagram : effet de mode ou efficacité avérée ?

Oumayma ABBADI, Lilia KHROUF, Souad MAGHRAOUI

Les déterminants de succès du marketing d'influence sur Tiktok : effet de l'expérience hédonique sur l'intention des abonnés de suivre les conseils de l'influenceur

Khouloud CHAABANE, Maryem BEN HAJ SGHAIER

Exploration des composantes du marketing des médias sociaux et leur impact sur l'engagement et la fidélité des consommateurs à la marque

Selma MENJOUR BAUMGÄRTNER, Rim METHAMEM BOUDALI

The future of influencer marketing : followers' stickiness to virtual influencers

Imen CHARFI BEN HMIDA, Samia DALHOUM, Abir ZOUARI

Remerciements

Sponsors officiels



**FRIEDRICH NAUMANN
STIFTUNG** Für die Freiheit.
Tunisia and Libya



PressCom
Edition



Partenaires académiques et associatifs



**MARKETING
HORIZONS**



International Journal of
**Business and
Emerging Markets**

Partenaires de l'ATM



COMITE SCIENTIFIQUE

Présidents : Fawzi Dekhil (Université Tunis El Manar) – Azza Temessek Behi (Université De Carthage)

- Abassi Wyssal, ENIT Tunis El Manar, Tunisie
Abbes Intissar, IHEC Carthage, Tunisie
Agrebi Meriem, ESCT Manouba, Tunisie
Agrebi Sinda, Université Paris Nanterre, France
Agbokanzo Koffi Selom, Université Catholique de l'Ouest, France
Akrouit Fethi, FSEG Sfax, Tunisie
Askegaard Søren, South Denmark University, Danemark
Ayadi Nawel, ISG Tunis, Tunisie
Bachouche Hajer, TBS Education, France
Baghdadi Senda, IHEC Carthage, Tunisie
Bahha Nawfal, ENCG Marrakech, Maroc
Bahri Nedra, IHEC Carthage, Tunisie
Bakini Driss Fatma, ISG Tunis, Tunisie
Belaid Samy, EM Normandie, France
Belisle Dery, Université de Sherbrooke, Canada
Bellaaj Moez, ISAA Sfax, Tunisie
Belkhir Meriam, FSEG Sfax, Tunisie
Bellalouna Hajer, ESCT Manouba, Tunisie
Ben Ayed Manel, IHEC Sfax, Tunisie
Ben Dahmane Mouelhi Norchene, ESCU Busniess School, OMNES, France
Ben Gamra Boutheina, ISCAE Manouba, Tunisie
Ben Mansour Kaouthar, ESCT Manouba, Tunisie
Ben Messaoud Amira, ESCT Manouba, Tunisie
Ben Miled Héla, Ecole de Management de la Sorbonne, France
Ben Nasr Imed, Excelia Business School, France
Ben Slimane Karim, Excelia Business School, France
Ben Yahia Imene, ESCT Manouba, Tunisie
Ben Yahia Karim, University of Bahrain, Bahrain
Benali Amira, Aalborg University, Dannemark
Besbes Fatma, ISG Tunis, Tunisie
Ben Mimoun Slim, Qatar University, Qatar
Bouslama Néjji, FSEG Tunis El Manar, Tunisie
Bousnina Zeineb, ISG Gabes, Tunisie
Bouzaabia Rym, IHEC Sousse, Tunisie
Chaabane Mimouni Aida, CY Cergy Paris Université, France
Chaabouni Amel, ESSEC Tunis, Tunisie
Chabchoub Rym, IHEC Carthage, Tunisie
Chakor Abdellatif, FSJES Université Mohamed V Rabat, Maroc
Chaouali Walid, FSJEG Jendouba, Tunisie
Charbti Sondes, FSEG Tunis El Manar, Tunisie
Cheikhrouhou Soumaya, Université de Sherbrooke, Canada
Cheriet Foued, Institut Agro Montpellier, France
Chouk Ines, CY Cergy Paris Université, France
Choura Fatma, ISI Tunis El Manar, Tunisie
Chtioui Rachèd, ESSEC Tunis, Tunisie
Dammak Mouna, FSEG Sfax, Tunisie
Daoud Mariem, FSEG Sfax, Tunisie
Debabi Mohsen, IHEC Carthage, Tunisie
Dekhili Sihem, ESSCA Strasbourg, France
Dellech Debabi Dorsaf, IHEC Carthage, Tunisie
Denguir Samira, IHEC Carthage, Tunisie
Diop Fatou, ESP Université Cheikh Dakar, Sénégal
Djelassi Souad, MCF Université de Lille, France
Elamri Trabelsi Rym, ESSEC Tunis, Tunisie
El Fidha Chokri, ESSEC Tunis, Tunisie
Ettis Said Aboubaker, University of Jeddah, Arabie Saoudite
Fehri Belaid Dorsaf, EM Normandie, France
Francois-Lecompte Agnes, Université de Bretagne Sud, France
Frikha Azza, ESCT Manouba, Tunisie
Frochot Isabelle, Université de Bourgogne, France
Garcia-Bardidia Renaud, Université de Bourgogne, France
Ghali Zohra, Saudi Electronic University, Arabie Saoudite
Gharbi Jamel-Eddine, FSJEG Jendouba, Tunisie
Ghariani Ghofrane, IUT de Sceaux, France
Godefroit-Winkel Delphine, TBS Business School Casa Blanca, Maroc
Guelmami Ziyed, Institut Mines Telecom Business School, France
Hakim Masmoudi Manel, IHEC Sfax, Tunisie
Hallel Youssa, INSEEC School of Business and Economics, France
Hamouda Manel, EDC Paris Business School, France
Hamrouni Amel, Dar Al Uloom University, Riyadh, Arabie Saoudite
Hamzaoui-Essoussi Leïla, Université d'Ottawa, Canada
Jaoued Leyla, Université Gustave Eiffel, France
Jazi Salima, ENCG Settat, Maroc
Jaziri Dhouha, FSEG Sousse, Tunisie
Jeddi Nabil, FSEG Sousse, Tunisie
Jeridi Inès, IHEC Carthage, Tunisie
Jellouli Rim, ESEN Manouba, Tunisie
Jridi Kaouther, FSJEG Jendouba, Tunisie
Khadhraoui Manel, TBS Business School Tunis, Tunisie
Khemakhem Romdhane, FSEG Sfax, Tunisie
Khrouf Lilia, ESCT Manouba, Tunisie
Koubaa Elleuch Hasna, ISCAE Manouba, Tunisie
Lakhdar Saoussen, ISG Tunis, Tunisie
Lakhoua Chérifa, IHEC Carthage, Tunisie
Maazoul Meriem, ESSEC Tunis, Tunisie
Mani Zied, Université Paris Nanterre, France
Matri Aida, University of Applied Sciences, Allemagne
Mbaye DIALLO, Université de Lille, France
Mbazzaa Mahjoub Ines, ESCT Manouba, Tunisie
Methammem Boudali Rim, IHEC Carthage, Tunisie
Montacer Nadia, ISG Tunis, Tunisie
Moussa Salim, ISEAH Gafsa, Tunisie
M'Sallem Wafa, IHEC Sousse, Tunisie
Mustapha Ibtisssem, ISMM Monastir, Tunisie

Mzoughi Nabil, Dar Al Uloom University, Arabie Saoudite
Najjar Faouzi, CBA Northern Border University, Arabie Saoudite
Najjar Chaker, FSEG Tunis El Manar, Tunisie
Najjar Hechmi, ISG Tunis, Tunisie
Nasri Wadie, ISG Gabes, Tunisie
Nefzi Ayoub, Jeddah University, Arabie Saoudite
Othmani Leila, ISMM Monastir, Tunisie
Oueslati Hanene, Université de Bourgogne, France
Pelet Jean-Éric, IAE Amiens, France
Raies Karine, EM Lyon Business School, France
Regaieg Essafi Raida, ISG Tunis, Tunisie
Saied Ben Rached Kaouther, FSEG Tunis El Manar, Tunisie
Sayadi Feriel, IHEC Carthage, Tunisie
Sebri Mouna, Université de Sherbrooke, Canada
Selmi Noureddine, IHEC Carthage, Tunisie
Sellami Achraf, ISG Tunis, Tunisie
Shili Sonia, IHEC Carthage, Carthage
Siala Chaima, Université Paris Saclay, France
Skandrani Hamida, ISCAE Manouba, Tunisie

Smaoui Fatma, ISG Tunis, Tunisie
Souiden Nizar, FSA Université Laval, Canada
Tabboubi Sihem, HEC Montréal, Canada
Tebessi Sana, ISCAE Manouba, Tunisie
Toukabri Maher, CBA Northern Border University, Arabie Saoudite
Touzani Lilia, ISG Tunis, Tunisie
Touzani Mourad, NEOMA Business School, France
Trabelsi Zoghalmi Amira, ISG Tunis, Tunisie
Trigui Imen, FSEG Sfax, Tunisie
Trinquecoste Jean-François, IAE Université de Bordeaux, France
Turki Hager, IHEC Carthage, Tunisie
Yangui Wejdene, FSEG Sfax, Tunisie
Zaiem Imed, FSEG Nabeul, Tunisie
Zaoui Ishraf, INSEEC School of Business and Economics, France
Zarrad Houda, ISG Tunis, Tunisie
Zarrouk Anissa, FSEG Tunis El Manar, Tunisie
Zgolli Samar, ISAM Sfax, Tunisie
Zoghalmi Meryem, FSEG Tunis El Manar, Tunisie
Zorgati Hajer, FSEG Sousse, Tunisie

COMITE D'ORGANISATION

Fawzi Dhekil (FSEG Tunis, ERMA, Université El Manar), président de l'ATM

Azza Temessek Behi (IHEC Carthage, Université de CARTHAGE, LIGUE, Université de la MANOUBA), présidente du colloque ATM 2024

- Intissar Abbes (Université de Carthage, LRM)
- Chérifa Lakhoua (Université de Carthage, PRESTIGE)
- Rim Chabchoub (Université de Carthage, LRM)
- Sana Tebessi (Université de la Manouba, ARBRE)
- Samar Zgolli (ISAM, Université de Sfax, ENVIE)
- Rym Elamri Trabelsi (Université de Tunis, ERMA)
- Hadil Chaieb (Université de la Manouba, LIGUE)
- Olfa Masmoudi (Université de la Manouba, LIGUE)
- Yasmine Ben Ghorbal (Université de Carthage, LIGUE)
- Imen Touati (Université Tunis El Manar, ERMA)
- Moetez Khémiri (Université de la Manouba, LIGUE)
- Jawaher Fattouch (Université de Tunis, ARBRE)
- Molka Triki (Université de Tunis, LRM)
- Ons Sammari (Université de Carthage)



2024