

# PROGRAMME DES 1ÈRES JOURNÉES DE RECHERCHE DE L'IHEC DE SOUSSE



23 et 24 septembre 2022

## TRANSFORMATION DIGITALE: ENJEUX ET PERSPECTIVES



LIEU

SIÈGE DE L'UTICA SOUSSE



INSCRIPTION

[WWW.JR-IHECSO.COM](http://WWW.JR-IHECSO.COM)



CONTACT

[J.RECHERCHE.IHECSOUSSE@GMAIL.COM](mailto:J.RECHERCHE.IHECSOUSSE@GMAIL.COM)



CONTACT

96 978 000  
98 547 874



# COMITÉ SCIENTIFIQUE

## **PRÉSIDENTE DU COMITÉ SCIENTIFIQUE :**

**PR. RYM BOUZAABIA, IHEC SOUSSE**

## **MEMBRES :**

**PR. LOTFI BELKACEM, IHEC SOUSSE**

**PR. INSAF BEKIR, IHEC SOUSSE**

**PR. ADEL BOUGHRARA, IHEC SOUSSE**

**PR. SANA HARBI, IHEC SOUSSE**

**PR. SAMI BEN MIM, IHEC SOUSSE**

**PR. CHOKRI OUERFELLI, IHEC SOUSSE**

**PR. YOSRA KOUBAA, IHEC SOUSSE**

**PR. RIHAB BEDOUI, IHEC SOUSSE**

**PR. HOUDA BEN MABROUK LIMÈME, IHEC SOUSSE**

**PR. HENI BOUBAKER, IHEC SOUSSE**

**PR. PASCAL ALPHONSE, IAE LILLE**

**PR. AMAL AOUADI, IAE LILLE**

**PR. PASCAL GRANDIN, IAE LILLE**

**PR. LIN MA, IAE LILLE**

**PR. ERIC SEVERIN, IAE LILLE**

**PR. AYMEN ABBADI, IAE LILLE**

**PR. KAOUTHER SAIED BEN RACHED, FSEG TUNIS**

**PR. FATHI AKROUT, FSEG SFAX**

**PR. IMENE TRABELSI TRIGUI, FSEG SFAX**

**PR. MOHSEN DEBABI, IHEC CARTHAGE**

**PR. IMED ZAIEM, FSEG NABEUL**

**PR. HATEM DELLAGI, FSEG NABEUL**

**PR. LASSAAD LAKHAL, FSEG SOUSSE**

**PR. AMEL HAMROUNI, ISG SOUSSE**

**PR. HAJER BELLALOUNA, ESC TUNIS**

**PR. HATEM MANSALLI, ESC TUNIS**

**PR. WISSEM DAADAA, FSEG NABEUL**

**PR. HAYKEL HAMDY, ESC TUNIS**

**PR. ABDELFETTAH BOURI, FSEG SFAX, DIRECTEUR DU LABO GFC LAB**

**PR. MOHAMED IMEN GALLALI, ESC TUNIS**

**PR. MOUNA BOUJELBÈNE, FSEG SFAX**

# COMITÉ D'ORGANISATION

## PRÉSIDENTE DU COMITÉ D'ORGANISATION:

PR. RYM BOUZAABIA

## MEMBRES :

FAYSAL BOUKEMCHA

IMÈNE BERGUIGUA

SAAD BOUROUIS

MAHMOUD MENYAOUI

HAIFA RZEM

MED ACHREF KHELIFI

OLFA BOUZAABIA

RIM MEFTEH

WAFI MSALLEM

HAMDA LETAIEF

FREDJ FHIMA

RIM ELHOUCINE

INES LAMTI

ANIS GNICHI

KARIMA BEN SLIMÈNE

ANIS SLIM

RANIA LATIRI

MOUNA MRAD

NADIA LAKHAL

MANEL HASSAIRI

BÉCHIR RJIBA

ABIR BEN AICHA

SANA IBRAHIM

AWS HORRICH

BALSEM MNED

HADJ MOHAMED WAFI

JALILA BOUAZZI

JIHENE BEN LAZREG

KHOULOUDE CHAABANE

MARIAM BEN HAJ SGHAIER

MARWA CHAIEB

NOURI IMED

OUMEIMA HRAIECH

OUMEIMA TOUMIA

RADHIA FENDRI

REFKA BOUKHATEM

SAFA MEDIMEGH

SALMA JEGHAM

SAMAR BNINA

SOUMAYA EL ARBI

JALILA BOUAZZI

WAFI HADJ MOHAMED

SAWSEN BOUKER

MOUNA BEN ABDELJELIL

# PROGRAMME

## VENDREDI 23 SEPTEMBRE 2022

08H30

08H30 - 09H00

### ● ACCUEIL DES PARTICIPANTS

#### MOT DE BIENVENUE

- **PR. RYM BOUZAABIA**: PRÉSIDENTE DU COLLOQUE, DIRECTRICE DES ÉTUDES DE L'IHEC DE SOUSSE

09H00

09H00 - 10H00

- **PR. INSAF BEKIR**: DIRECTRICE DE L'IHEC DE SOUSSE

- **PR. LOTFI BELKACEM**: PRÉSIDENT DE L'UNIVERSITÉ DE SOUSSE

- **PR. ERIC SÉVERIN** :DIRECTEUR DE L'AXE DE RECHERCHE GRAF,LABORATOIRE LUMEN IAE LILLE ET MEMBRE DU CONSEIL NATIONAL DES UNIVERSITÉS POUR LA SECTION 06 'SCIENCES DE GESTION'

### SESSION PLÉNIÈRE: LA TRANSFORMATION DIGITALE

#### ANIMATEURS:

**PR. SANA HARBI**, IHEC SOUSSE

**PR. SAMI BEN MIM**, IHEC SOUSSE

10H00

10H00 - 10H45

#### PARTICIPANT:

**MR. MOHAMED LOUADI**, PROFESSEUR À L'INSTITUT SUPÉRIEUR DE GESTION DE TUNIS: *"LE MÉTAVERS, LA MÉTAVERSITÉ OU L'UNIVERSITÉ DE L'AN 2050"*

10H45

10H45 - 11H00

### ● PAUSE-CAFÉ

### SESSION 1

#### ATELIER 1: MANAGEMENT ET TRANSFORMATION DIGITALE DES ENTREPRISES

**PRÉSIDENTS: PR. LASAAD LAKHAL**

**PR. KAOUTHAR SAIED BEN RACHED**

**PR. SANA HARBI**

11H00

11H00 - 12H30

ATTRACTIVITÉ ORGANISATIONNELLE ET IMAGE RSE : RÔLE MODÉRATEUR DES STRATÉGIES DE COMMUNICATION SUR L'ENGAGEMENT SOCIALEMENT RESPONSABLE EN CAS DE CRISE

**YOUNES HASSNI, LASSAD LAKHAL**

LA FORCE GRAVITATIONNELLE DES LEVIERS DE LA TRANSFORMATION DIGITALE DES ENTREPRISES EN EUROPE : UNE APPROCHE NEWTONIENNE

**ALEXANDRU CAPATINA**

THE DIGITALIZATION, INTER ALIA, AS A HINDER FOR SENIOR ENTREPRENEURSHIP  
CRAFT INDUSTRY CASE OF THE TUNISIAN FEMININE GENDER IN TIMES OF COVID-19  
**MANEL HASSAIRI, RIM MEFTTEH, RYM BOUZZABIA**

ANTÉCÉDENTS DE L'ENGAGEMENT ORGANISATIONNEL DANS LES UNIVERSITÉS  
PUBLIQUES TUNISIENNES : APPROCHE PAR LA THÉORIE DE L'ÉCHANGE SOCIAL  
**ROUKAYA REGAIEG, LASSAAD LAKHAL**

MANAGEMENT DES ÉQUIPES PROJETS ENTREPRENEURIAUX: L'IMPACT DE  
L'IMPROVISATION ORGANISATIONNELLE SUR LA RELATION CONFLIT-PERFORMANCE  
**MOHAMED MABROUK**

## **ATELIER 2: MARKETING DES MEDIAS SOCIAUX**

**PRÉSIDENTS: PR. ABDERRAZZAK GHARBI  
PR. IMED ZAIEM  
PR. ADEL BOUGHRARA**

THE EFFECTS OF VIDEO STORYTELLING CONTENT ON CONSUMERS' ONLINE REACTIONS  
IN A SOCIAL MEDIA ENVIRONMENT: A CROSS CULTURAL STUDY  
**ABIR BEN AICHA, RYM BOUZAABIA**

APPELS À LA PEUR SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX : EFFETS DES APPELS À LA PEUR SUR  
L'ENGAGEMENT DES FEMMES TUNISIENNES ET LEUR INTENTION DE FAIRE  
L'AUTOEXAMEN  
**NEYROUZ ATTIA**

LES DÉTERMINANTS D'USAGE DU MÉDIA SOCIAL VISUEL 'INSTAGRAM' LORS DU CHOIX  
D'UNE DESTINATION TOURISTIQUE  
**MOHAMED ACHREF KHELIFI, MANEL HAMMOUDA**

L'IMPACT DE L'ATTACHEMENT AUX PROCHES ET L'ATTACHEMENT AUX RÉSEAUX  
SOCIAUX SUR L'ADDICTION AUX RÉSEAUX SOCIAUX  
**TAKWA OUSJI, JAMEL-EDDINE GHARBI**

EXPLORER LES FACTEURS AFFECTANT LA PARTICIPATION DES ÉLECTEURS À UNE  
CAMPAGNE PRÉSIDENTIELLE: LE RÔLE DES MÉDIAS SOCIAUX DANS UNE SOCIÉTÉ  
POST-RÉVOLUTIONNAIRE  
**JIHENE BEN LAZREG, WAFI M'SALLEM**

FOMO'S IMPACT ON EWOM ADOPTION AND PURCHASE INTENTION  
**YASMINE GAIEB, OUMAYMA GAIEB, IBTISSEM MUSTAPHA**

**SESSION 2**

**ATELIER 1: COMPORTEMENT DU CYBER CONSOMMATEUR**

**PRÉSIDENTS: PR. FATHI AKROUT  
PR. MOHSEN DABBABI  
PR. SAMI BEN MIM**

L'EFFET DE LA RÉALITÉ VIRTUELLE SUR LES RÉACTIONS DES CONSOMMATEURS : LE RÔLE MODÉRATEUR DE LA GÉNÉRATION ET DE CYBERMALAISE

**IMED NOURI, RYM BOUZAABIA**

LES EFFETS DES AVIS EN LIGNE SUR LES ATTITUDES ET L'INTENTION D'ACHAT DES CONSOMMATEURS : LE RÔLE MODÉRATEUR DE LA CONNAISSANCE DU PRODUIT

**SANA IBRAHIM, NOURI IMED**

THE IMPACT OF AUGMENTED REALITY ATTRIBUTES ON CUSTOMER ENGAGEMENT AND THE E-WOM IN THE CONTEXT OF ONLINE SHOPPING: THE PERSPECTIVE OF USER EXPERIENCE

**SABRINE BOUALLÈGUE , NOURI IMED, RYM BOUZAABIA**

GAMIFICATION THROUGH MOBILE COMMERCE PLATFORM APPLICATION: AN EMPIRICAL INVESTIGATION OF ITS CONSEQUENCES

**MOHAMED BEN ARBIA, OLFA BOUZAABIA**

LES FREINS ET LES MOTIVATIONS D'ACHAT D'OCCASION EN LIGNE DES CONSOMMATEURS TUNISIENS : UNE ÉTUDE EXPLORATOIRE

**RAHMA ROMDHANE, RYM BOUZZABIA**



THE EFFECT OF AUGMENTED REALITY ON CUSTOMER'S AFFECTIVE AND CONATIVE RE-SPONSES IN THE CONTEXT OF ONLINE SHOPPING: THE MODERATING ROLE OF PERSONAL INNOVATIVENESS

**SABRINE BOUALLÈGUE**

**ATELIER 2: MARKETING POST-COVID ET PSYCHOLOGIE DU CONSOMMATEUR**

**PRÉSIDENTS: PR. HATEM DALLEGI  
PR. AMEL HAMROUNI  
PR.CHOKRI OUERFELLI**

THE EFFECT OF ECONOMIC CRISIS AND THE SANITARY CRISIS ON THE CONSUMER PSYCHOGRAPHICS

**MOHAMED ELYES GABSI, HAIFA RZEM**

EFFETS DES PERCEPTIONS DU COVID-19 SUR LES COMPORTEMENTS DES  
CONSOMMATEURS ENVERS LES MARQUES DE MODE SUR INSTAGRAM

**KHOULOU CHAABANE, MARIEM BEN HADJ SEGHAIER, RYM BOUZAABIA**

LOGISTICS SERVICE QUALITY: ITS ANTECEDENTS AND CONSEQUENCES UNDER  
ELECTRONIC COMMERCE CONTEXT FROM TUNISIA DURING THE COVID-19 PANDEMIC

**REFKA BOUKHATEM, OLFA BOUZAABIA**

L'IMPACT DE LA QUALITÉ PERÇUE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR SUR LE BIEN-ÊTRE ET  
L'EMPLOYABILITÉ PERÇUE DES ÉTUDIANTS

**GHOFRANE BARHOUMI, ADEL BEJAOUI, JAMEL-EDDINE GHARBI**

LA RÉPONSE DU CONSOMMATEUR FACE À LA HAINE ENVERS LA MARQUE : PROPOSITION  
D'UN MODÈLE CONCEPTUEL

**LATIFA MEDNINI, MOUNA DAMAK TURKI**

**ATELIER 3: BEHAVIORAL, QUANTITATIVE AND CORPORATE FINANCE IN THE  
AFTERMATH OF THE COVID 19 PANDEMIC**

**PRÉSIDENTS: PR. ERIC SÉVERIN  
PR. HOUDA BEN MABROUK LIMÈME  
PR. RIHAB BEDOUI BEN SALEM**

THE RELATIONSHIP BETWEEN ONLINE INVESTOR SENTIMENT, STOCK MARKETS AND  
CRYPTOCURRENCY: THE MODERATING ROLE OF FEARS AND HAPPINESS (BEHAVIORAL  
FINANCE)

**FEDIA OMMEZZINE, HOUDA BEN MABROUK**

CLAIM RESERVING WITH FREQUENCY SEVERITY DEPENDENCE : AVINE COPULAS  
AP-PROACH (QUANTITATIVE FINANCE)

**ISLEM KEDIDI, RIHAB BEDOUI**

MARKET INTEGRATION BETWEEN BITCOIN, CRUDE-OIL AND GOLD: EVIDENCE FROM ARDL  
AND JOHANSEN MODELS (QUANTITATIVE FINANCE)

**IMEN BEN ACHOUR, JIHED MAJDOUB**

ACCOUNTING INFORMATION INDEX AND CENTRAL BANK TRANSPARENCY: EVIDENCE  
FROM DEVELOPED AND EMERGING COUNTRIES (CORPORATE FINANCE)

**SANA BHIRI , HOUDA BEN MABROUK**

**15H45**

15H45 - 16H00

**● PAUSE CAFÉ**

**SESSION 3**

**16H00**

16H00 - 17H30

**● ATELIER 1: MARKETING D'INFLUENCE**

**PRÉSIDENTS: PR. BOUZAABIA RYM  
PR. AYMEN ABBADI  
PR. IMÈNE TRABELSI TRIGUI**

L'INDUSTRIE BIO-COSMÉTIQUE : FIN DU MONOLOGUE DES MARQUES ET PLACE AUX  
INFLUENCEURS

**MANEL HASSAIRI, RIM MEFTEH, RIM BOUZZABIA**



QUAND LE VIRTUEL MENACE LA RÉALITÉ : L'ARRIVÉE DES VRAIS-FAUX INFLUENCEURS  
**MANEL HASSAIRI, RIM MEFTTEH, RIM BOUZZABIA**

L'INTÉRÊT DES COMMERCE DU TOURISME DANS LE RECOURS AUX INFLUENCEURS  
INSTAGRAM POUR PROMOUVOIR DES DESTINATIONS  
**SOUMAYA EL ARBI, Wafa MSALLEM**

L'IMPACT DES INFLUENCEURS D'INSTAGRAM SUR L'INTENTION D'ACHAT DES  
CONSOMMATEURS  
**CHAHNEZ RAGHDA BEN CHEIKH, IBTISSEM MUSTAPHA HARZALLAH**

## **ATELIER 2: ÉCONOMIE**

**PRÉSIDENTS: PR. YOSRA KOUBAA  
PR. AMAL AOUADI  
PR. MOUNIR SMIDA**

OFFLINE, ONLINE, LEGAL, AND ILLEGAL BROADCASTING IN MUSIC MARKET:  
COMPLEMENTARITY OR SUBSTITUTABILITY  
**JALILA BOUZZI, INSAF BEKIR**

LENDING RELATIONSHIP, SMALL BUSINESSES AND NON-PERFORMING LOANS IN TUNISIA  
**FREDJ FHIMA, RIDHA NOUIRA, PHILIPPE ADAIR**

## **ATELIER 3: COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR**

**PRÉSIDENTS: PR. LOTFI BELKACEM  
PR. HÉNI BOUBAKER  
PR. SAMI CHAABOUNI**

THE MEDIATING ROLE OF ATTITUDE TOWARDS PRODUCT GENERATED BY THE WOM ON  
THE INTENT TO PURCHASE  
**IMEN OURAGINI**

L'INFLUENCE DE LA QUALITÉ PERÇUE DE SERVICE SOINS SUR LE CAPITAL SOCIAL  
**KHOUBAIB HMAIDI, ADEL BEJAOUI, JAMEL-EDDINE GHARBI**

LES DÉTERMINANTS DE L'INTENTION D'ACHAT DE VÊTEMENTS DE SECONDE MAIN  
**SALMA SASSI, OLFA BOUZAABIA**



RÉSISTANCE DES CONSOMMATEURS AUX INTERNET BANKING SERVICES :  
IMPLICATIONS POUR LA THÉORIE DE LA RÉSISTANCE À L'INNOVATION

**FATEN BAKLOUTI, FAYCAL BOUKAMCHA**

ÉTUDE DE LA GAMIFICATION: L'IMPACT DE LA ROUE DE LA CHANCE SUR L'ATTITUDE DES  
CLIENTS ENVERS LA MARQUE ET SUR LEURS INTENTIONS D'ENGAGEMENT

**MARIEM EL GUEDRI, HAJER ZORGATI**

# SAMEDI 24 SEPTEMBRE 2022

## SESSION 1

### ATELIER DOCTORAL

**PRÉSIDENTS: PR. BOUZAABIA RYM**

**PR: ADEL BOUGHRARA**

**PR SAMI BEN MIM**

**PR. SANA HARBI**

ENTREPRENEURIAT ET DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS LA FILIÈRE ÉQUESTRE -  
UNE VALIDATION DE L'APPROCHE RESSOURCE RENOUVELABLE PAR LA MÉTHODE  
PLS-SEM

**LUPOAE OANA**

**09H00**

09H00 - 10H30

L'EFFET DE LA PERSPECTIVE VISUELLE DANS LES STORIES INSTAGRAM SUR  
L'INTENTION DE VISITER UNE DESTINATION : LE RÔLE MÉDIATEUR DU TRANSPORT  
NARRATIF

**SALMA JEGHAM**

L'EFFET DES DEGRÉS DE PERSONNALISATION DES MESSAGES PUBLICITAIRES SUR  
FACEBOOK SUR L'EFFICACITÉ DE LA PUBLICITÉ

**MOHAMED ACHREF KHELIFI**

LE POINT DE BASCULEMENT DE L'EFFET DE LA DETTE PUBLIQUE EXTÉRIEURE SUR LA  
CROISSANCE ÉCONOMIQUE EN TUNISIE

**SABRINE CHANNOUFI**

## SESSION 2

### FORMATION EN ANALYSE DE DONNÉES

**09H00**

09H00 - 12H00

LE SPHINX

**SANA TEBESSI**

**12H00**

12H00 - 13H00

**REMISE DU PRIX DE LA MEILLEURE COMMUNICATION & MOT DE LA FIN**

**13H00**

**DÉJEUNER**