

Lauréats du Prix du Cercle de 1989-2023

Année	Catégorie	Lauréat	École	Travail
2023	Grand Prix	Loubna MOUDNI	KEDGE Business School	"l'approche des concepts de marque cool et de marque authentique par de jeunes français membres et non-membres de la culture hip-hop"
	Prix Spécial du Jury	Clémence SPAGNOLLI	CNAM	"les facteurs déterminants d'un éco-produit sur l'intention d'achat dans le cadre de l'écoconception"
	Prix Spécial du Jury	Salomé Joffron	IAE Paris-Est	"l'impact du niveau de professionnalisation et de l'expérience que les influenceuses proposent sur leur compte Instagram dans le secteur viticole"
2022	Grand Prix	Elodie OUDOT	Master IAE Lyon	"Marketing difactif à l'ère du numérique : La stimulation de l'imagerie mentale et son influence sur l'intention d'achat"
	Prix Spécial Thèse	Giulia PAVONE	Toulouse School of Management	"Utiliser et interagir avec les technologies intelligentes - Applications pratiques sur les voitures autonomes et les chatbots"
	Prix Spécial du Jury	Anais MOUGEOLLE	CNAM	"En quoi la marque employeur devient un levier d'actions du marketing RH dans l'attraction et la fidélisation de la génération Y ?"
2021	Prix Spécial du Jury	Lucas DRAGON	IAE Gustave Eiffel	"Solicitation des données personnelles et protection de l'identité numérique : une application aux médias en ligne français"
	Grand Prix	Laura MICHEL	Master INSEEC Bordeaux	"En quoi l'essor des sites de vente de vêtements d'occasion en ligne a-t-il modifié les motivations et les rôles des consommateurs ?"
	Prix Spécial Thèse	Oula BAYARASSOU	Université de Grenoble	Trajectoires de la haine envers la marque - rôle modérateur du narcissisme du consommateur et différences générationnelles
	Prix Spécial du Jury	Laure TONSON LA TOUR	SKEMA Business School	La publicité sur les enceintes connectées vocales
2020	Annulé COVID			
2019	Grand Prix	Sophie MALKA	Pôle Léonard de Vinci -	Marketing DigitalThèse Professionnelle «La nécessaire (R) évolution du Retail».
	Prix Spécial Thèse	Hajer BABOUCHE	3ème cycle Université Paris Est	Thèse «Empowerment, attitude et comportement des Consommateurs».
	Prix Spécial du Jury	Zineb OUALAYAD	3ème cycle Université d'Artois	Thèse de doctorat : "Neuro Marketing et efficacité publicitaire"
	Prix Spécial du Jury	Caroline GEORGE	NEOMA - Mastère "Etude et Décision Marketing"	Mémoire "Chatbots et Relation Client"
2017/ 2018	Grand Prix	Astrid POURBAIX	EDHEC Business School	Mémoire «Comment les maisons d'édition peuvent-elles utiliser les bloqueurs pour élargir et rajeunir leur cible ?».
	Prix Spécial du Jury	Pauline VAUTROT	Université Paris Nanterre	Mémoire «La transparence dans le cadre des moteurs de recommandation».
2016	Grand Prix	Johanna STROZ	3 ème année Université Paris Ouest	Mémoire "Marketing Mobile : Les techniques Mobile in Store "
	Prix spécial du Jury	Maeva BARREAU	Master 2 Université Paris Ouest	Mémoire "La digitalisation point de vente et le rôle des vendeurs. Quel est l'impact de la digitalisation du point de vente sur le métier de vendeur"
2015	Grand Prix	Pierre-Emmanuel de CERTAINES & Amandine CHAUBET	EMLYON Business School	Mémoire commun « Inbound Marketing : la stratégie web de demain ? »
	Prix spécial du jury	Roxane FAVIER	IAE Toulouse	Mémoire « Consommation culturelle et interprétative : Lady Gaga, la dialectique du sacré et du profane »
2013/ 2014	Grand Prix	Laurent BUSCA	IAE Toulouse	Mémoire « Community Management : Pratiques et effets d'une gestion du pouvoir des communautés de marque online »
	Prix spécial Thèse	Florian PAILLASSON	Ecole de Management France Telecom	Thèse « Facteurs explicatifs des actions virales sur un réseau social en ligne : l'analyse des pratiques sur Facebook »
	Prix spécial du jury	Gauthier CASTERAN	IAE Toulouse	Mémoire "Has brand loyalty declined? A longitudinal analysis of repeat purchase behavior of private label and national brands"
2012	Grand Prix	Laura COHEN	Paris I Sorbonne	Mémoire « Les places de marché électroniques ». Ce mémoire a été édité aux Ed. Kawa sous le titre Marketplaces : l'avenir du e-commerce
	Prix spécial Thèse	Damien RENARD	Paris Dauphine	« Les effets de la participation à une opération de marketing viral sur le capital de la marque : le cas des jeux concours en ligne »
	Prix spécial du jury	Alizée HORNOY & Nathalie PHANPLACE	IAE de Lille Paris Sud 11	Mémoire commun « La gestion de crise sur les réseaux sociaux »
	Prix spécial du jury			Mémoire "Données personnelles et consentement : quelles perspectives pour le marketing direct ?"
2011	Grand Prix	Benjamin FOURNIER MONTGIEUX	Paris I Sorbonne	« Comment utiliser la technologie NFC sur Mobile pour générer du trafic au sein du point de vente d'un distributeur »
	Prix spécial du jury	Claire SULLI	Paris I Sorbonne	Mémoire « La géolocalisation comme outil de fidélisation des marques : le cas de Foursquare »
	Prix spécial du jury	Paul CORDINA	Sup de Co Reims	Mémoire « Les enjeux des réseaux sociaux (Facebook, Twitter) pour les entreprises et leur intégration dans la sphère marketing ». Ce mémoire a été édité aux Ed Kawa sous le titre «Les Marques et les Réseaux»
	Prix spécial du jury	Marie TROCME	Paris X Nanterre	Mémoire « Les bloggeuses influentes : un outil de prescription ?
	Prix spécial Thèse	Aurélien LAO	IAE Lille	Thèse « Analyse du rôle de l'imagerie mentale et de ses antécédents dans le processus d'achat en ligne »
2010	Grand Prix	Benoît TROTTEIN	IAE Lille	Mémoire « L'affiliation tropartite : une relation annonceur – affilié – plateforme d'affiliation dans le cadre du lancement d'un programme d'affiliation »
	Prix spécial du jury	Emilie DAGICOUR	IAE Lille	Mémoire « Le marketing relationnel multicanal des concepts à la pratique... Implications organisationnelles et managériales chez les enseignes click and mortar »
	Prix spécial Thèse	Sophie JEANPERT	IAE Lille	Thèse « Réseau de magasins et commerce électronique : analyse des déterminants de l'adhésion du personnel au multicanal "
2009	Grand Prix	Vanessa VALOGNES	Sorbonne	Mémoire « Comment Internet change le marketing du point de vente ? »
	Prix spécial du jury	Rémi LECOMTE	CNAM	Mémoire « Mieux connaître le comportement de l'adhérent France Loisirs suite à la réception du "Livres Vedette"
	Prix spécial Thèse	Maryse KOEL	IAE Lille	Thèse « L'influence des bruits sur la qualité de l'écoute du conseiller d'un centre d'appels »
2008	Grand Prix	Sandra ABDALLA	Sorbonne	Mémoire « L'évolution du marketing mobile : Comment mieux utiliser le média mobile dans sa stratégie marketing et commerciale »
	Prix spécial du jury	Laurent CARPENTIER	IAE Lille	Thèse « Attractivité perçue et propension à répondre aux offres promotionnelles : concepts, mesures et validation à partir d'une classification par les classes latentes »
2007	Grand Prix	Virginie PEZ	IAE Lille	Mémoire « Proposition d'extension des effets des programmes de fidélité aux effets négatifs : application au secteur français de la téléphonie mobile »
	Prix spécial du jury	Laure POISSONNIER	Sorbonne	Mémoire « Le Buzz politique. Comment les techniques du marketing viral investissent les stratégies Web des hommes politiques ? »
	Prix spécial Thèse	Andréa MICHEAUX	Sorbonne	Thèse « Perception et comportement du consommateur face à la pression marketing direct : recherche empirique appliquée dans un contexte d'envois d'emails publicitaires »
2006	Grand Prix	Camille MORELON	Université Panthéon Sorbonne	Mémoire « Le marketing direct politique en France : l'utilisation des nouvelles technologies"
	Prix spécial du jury	Emilie BOIN & Mélanie DUPONT	IAE Lille	Mémoire commun « Le secteur des cosmétiques sur Internet : qualité des sites et performance de la relation client-prospect ? Marionnaud VS Sephora
2005	Grand Prix	Martin MILLOT	Sorbonne	Mémoire « Le web outil de gestion de la relation et de préparation à la vente pour les constructeurs automobile »
	Prix spécial du jury	Marine SERRE, Audrey JOLY	Magistère de MD et de Vente à Distance de Lille	Mémoire commun « Quelles sont les stratégies de deux entreprises au MD très développé ? analyse comparative du Club des Créateurs de beauté et d'Yves Rocher »
2004	Grand Prix	Gaëlle LEMAIRE	Sorbonne Paris	Mémoire « Les relations entre entreprises et Internet ou comment une entreprise peut-elle réussir son mariage avec Internet ? »
	Prix spécial du jury	Dr Lars MEYER WAARDEN	IAE de Pau	Thèse « Les sources d'efficacité des programmes de fidélisation – une étude empirique sur la base d'un panel single-source »
2003	Grand Prix	Camille PICARD	Sorbonne	Mémoire : "La femme et le vêtement dans les 3 Suisses"
2002	Grand Prix	Stéphane DEGOR	IAE de Lille	Mémoire de fin de 3ème cycle « L'impact de l'utilisabilité des sites marchands sur la confiance de l'internaute »
	Prix spécial Thèse	Anne-Sophie CASES	Université de Montpellier II	Travail « La réduction du risque dans le contexte de l'achat électronique sur Internet »

2001	Grand Prix	Magalie GOZDZICKI	IAE Lille	Mémoire « Etude des facteurs explicatifs de la satisfaction générale à l'égard des cartes de fidélité »
	Prix spécial du jury	Magalie LEGENDRE	CEFEF/ISMAC	Etude « Quelles politiques de communication les annonceurs en hygiène beauté doivent-ils adopter pour fidéliser leur cible ? »
2000	Grand Prix	Raja JAMLI	DESS Marketing, Panthéon Sorbonne Paris I	Mémoire "L'efficacité de la publicité sur Internet"
	Prix spécial du jury	Romain BABEE	Estacom de Bourges	Mémoire "Le cybermarketing"
	Prix spécial du jury	Renaud MARLIERE	3e cycle DMDA de l'IEMD/ IAE Lille	Mémoire "Adapter et lancer son catalogue français de VPC sur le marché britannique BtoC différences fondamentales existantes entre les deux marchés"
	Prix spécial Thèse	Nathalie ARTS	IAE Lille	Travail "Report et biais cognitifs, étude de l'effet de cadrage inter temporel"
1999	Grand Prix	Thierry CAZEMAGE	Université Paris I Panthéon Sorbonne	Mémoire "Luxe et marketing direct, est-ce compatible ?"
	Prix spécial du jury	Catherine BONVARLET	IESEG	Mémoire "Les catalogues spécialisés un nouveau défi pour les généralistes de la VPC"
	Prix spécial du jury	Chloé TORRES	Université Paris X Nanterre	Thèse "Les produits fidélisants dans la relation client fournisseur"
	Prix spécial du jury	Carine CELNIK	Université Paris I Panthéon Sorbonne	Mémoire "Internet : enjeux de la mesure d'audience des sites et la recherche d'un outil commun"
	Prix spécial Thèse	Dominique CRIE	IAE Lille	Thèse "L'Internet et la vente aux consommateurs"
1998	Grand Prix	Églantine HUBIN	DESS Paris I Panthéon Sorbonne	Mémoire "Quel avenir pour le marketing direct de la cosmétique ?"
	Grand Prix	Daisy NOSAL	IPAG	"Le marketing relationnel comment développer ce concept en entreprise."
1997	Grand Prix	Carol DUVAL	Université de Paris I Sorbonne	Mémoire "Le marketing et la vente directs au sein des entreprises du secteur touristique : éléments de constat et perspectives d'avenir"
1996	Grand Prix	Christelle BOUE	DESS Marketing Paris I Sorbonne	"Le passage d'un marketing de masse à un marketing relationnel ciblé... les techniques de fidélisation par le MD"
	Grand Prix	Claire MAGONE	Université Paris IV Sorbonne Celsa	"Les messages dans la communication des ONG d'urgence à l'épreuve du don"
	Grand Prix	Leïla TAFAT	IICC Paris	"Le Multimédia clé du développement de la vente à distance"
1995	Grand Prix	Stéphanie COCHE & Olivier DUBOIS	DEA Marketing à l'IAE de Lille	Mémoire commun "Contribution à l'utilisation des analyses de survie en marketing dans la définition des politiques de rétention et de fidélisation de clientèle"
1994	Grand Prix	Chrissoula TSIKNAKI	Université de Montpellier II	Thèse de doctorat "La structure et le rôle de la base de données en marketing direct, une logistique de segmentation"
1993	Grand Prix	Claude CHOSSAT	IEMD / IAE Lille	Mémoire "Aspects et environnement juridique du marketing direct dans le cadre des assurances santé"
1992	Grand Prix	Sophie MILLION, Laurence VIERA	ISMAC	Mémoire "Marketing Direct et Luce, pour quand l'envol ?"
1991	Grand Prix	Marc-Lionel GATTO	Diplômé de Magistère MD, DEA de l'Université	"Vers un marketing direct européen"
1990	Grand Prix	Jean-Michel GAY	Ingénieur des Mines et diplômé du	Thèse effectuée au sein du cabinet arthur Andersen : "Le Marketing direct dans le domaine des biens d'équipement"
1989	Grand Prix	Frédéric BERTHEL	Ecole Supérieure de Commerce de Poitiers	Rapport de stage "Le marketing direct au Crédit Agricole : nouveau canal de distribution, nouvel outil de communication"