



## COMMUNICATION AUX ECOLES/UNIVERSITES

### A qui est destiné ce Prix ?

Il s'adresse à tous les étudiants, quel que soit leur niveau d'études.

Nous avons pour but de récompenser un ou plusieurs étudiants qui par leur travail personnel (un mémoire, une thèse, une étude ou un rapport de stage) réalisé dans le cadre d'un enseignement de marketing direct et digital, aura contribué à la connaissance et au développement de ces techniques.

A travers ces récompenses, les membres du Cercle Marketing Direct et BNP-Paribas tiennent également à rendre hommage à ceux qui se préoccupent de l'enseignement et de la formation au marketing direct et digital.

Suivant la qualité des travaux présentés, trois prix peuvent être attribués :

- 1 Prix Spécial Thèse
- 1 Prix CMD pour un mémoire
- 1 Prix spécial du Jury

### Les organisateurs

Le *Cercle Marketing Direct* a pour vocation, dans le cadre informel d'un Cercle amical, de favoriser les échanges d'idées et d'expériences entre les professionnels de ce secteur, tant annonceurs que fournisseurs.

A ce titre, il crée des occasions de rencontres entre ses membres par l'organisation de manifestations diverses (déjeuners, petits-déjeuners, afterworks, Marketwitt...) et diffuse auprès d'eux toute information utile concernant ce secteur d'activité. Il a créé en 1989 un "Prix du Cercle Marketing Direct".

*BNP-Paribas* parraine cette manifestation : la recherche en marketing direct et ses applications constitue en effet l'une de ses priorités. La banque a intégré cette technique dans sa politique commerciale depuis plus de dix ans.

## Montant des Prix

- Catégorie ' Grand prix ' : 800 €
- Catégorie ' Prix spécial du Jury ' 500 €
- Catégorie ' Prix Spécial Thèse ' 500 €

Ces prix sont parrainés par BNP-Paribas et le CMD.

Le CMD offre également la possibilité aux lauréats d'éditer leur travail.

## Lauréats des années précédentes

Les **Prix du Cercle 2012** ont été décernés le 6 février 2013 à l'Automobile Club de France :

- Prix du Cercle 2012 décerné à Laura COHEN, **PARIS I Sorbonne** pour son 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 : décerné à :

. Alizée HORNOY/Ludivine FURLAN, **IAE de Lille**, pour leur mémoire : " La gestion de crise sur les réseaux sociaux "

. Nathalie PHAN-PLACE, **Paris Sud II**, pour son mémoire : "Données personnelles et consentement : quelles perspectives pour le marketing direct ? "

Prix **2011** :

*\*Catégorie prix spécial du jury :  
Trois prix ont été décernés*

- Claire Sulli, **Paris I Sorbonne**, pour son mémoire intitulé " la géolocalisation comme outil de fidélisation des marques : le cas de Foursquare "

- Paul Cordina, **Sup de Co Reims**, pour son mémoire intitulé " 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 sociaux "

- Marie Trocme, **Paris X Nanterre**, pour son mémoire intitulé " Les blogueuses influentes : un outil de prescription ? " "

*\*Catégorie 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

*\*Catégorie Prix Spécial Thèse :*

- Aurélie Lao, **IAE Lille**, pour sa thèse intitulée " Analyse du rôle de l'imagerie mentale et de ses antécédents dans le processus d'achat en ligne "

**Prix 2010 :**

\* *Catégorie prix spécial du jury*, Emilie Dagicour, **IAE Lille**, pour son mémoire intitulé " le marketing relationnel multicanal des concepts à la pratique... Implications organisationnelles et managériales chez les enseignes click and mortar "

\* *Catégorie Grand Prix*, Benoît TROTTEIN, **IAE Lille**, pour son mémoire intitulé " l'affiliation tropartite : une relation annonceur – affilié – plateforme d'affiliation dans le cadre du lancement d'un programme d'affiliation "

\* *Catégorie Prix Spécial Thèse*, Sophie Jeanpert, **IAE Lille**, pour sa thèse intitulée " Réseau de magasins et commerce électronique : analyse des déterminants de l'adhésion du personnel au multicanal "

**Prix 2009 :**

\* *Catégorie prix spécial du jury*, Rémi Lecomte, **CNAM**, pour son mémoire intitulé " Mieux connaître le comportement de l'adhérent France Loisirs suite à la réception du " Livre Vedette " "

\* *Catégorie Grand Prix*, Vanessa Valognes, **Sorbonne**, pour son mémoire intitulé " Comment Internet change le marketing du point de vente ? " "

\* *Catégorie Prix Spécial Thèse*, Maryse Koel, **IAE Lille**, pour sa thèse intitulée " L'influence des bruits sur la qualité de l'écoute du conseiller d'un centre d'appels " "

**Prix 2008 :**

\* *Catégorie Prix spécial du jury*, Laurent Carpentier, **IAE de Lille** pour sa thèse intitulée " Attractivité perçue et propension à répondre aux offres promotionnelles : concepts, mesures et validation à partir d'une classification par les classes latentes " "

\* *Catégorie Grand Prix CMD*, Sandra Abdalla, **Sorbonne** pour son mémoire intitulé " L'évolution du marketing mobile : Comment mieux utiliser le média mobile dans sa stratégie marketing et commerciale " "

**Prix 2007 :**

\* *Catégorie Grand Prix CMD*, Virginie PEZ, **IAE de Lille** pour son mémoire intitulé " Proposition d'extension des effets des programmes de fidélité aux effets négatifs : application au secteur français de la téléphonie mobile " "

\* *Catégorie Thèse*, Andréa MICHEAUX/**Sorbonne** pour sa thèse intitulée " Perception et comportement du consommateur face à la pression marketing direct : recherche empirique appliquée dans un contexte d'envois d'emails publicitaires " "

\* *Catégorie Prix spécial du jury*, Laure POISSONNIER/**Sorbonne** pour son mémoire intitulé " Le Buzz politique. Comment les techniques du marketing viral investissent les stratégies Web des hommes politiques ? " "

### **Prix 2006 :**

\* *Catégorie Grand Prix CMD*, Camille Morelon , étudiante à l'Université Panthéon **Sorbonne** pour son mémoire intitulé : " Le marketing direct politique en France : l'utilisation des nouvelles technologies ".

\* *Catégorie Prix Spécial du Jury*, Emilie Boin et Mélanie Dupont de **l'IAE de Lille** pour leur mémoire intitulé : " Le secteur des cosmétiques sur Internet : qualité des sites et performance de la relation client-prospect ? Marionnaud VS Sephora " .

### **Prix 2005 :**

\* *Catégorie Grand Prix CMD*, Martin MILLOT, étudiant à la **SORBONNE** pour son mémoire intitulé " le web outil de gestion de la relation et de préparation à la vente pour les constructeurs automobile ".

- *Catégorie Prix Spécial du Jury*, Marine Serre, Audrey Joly, Claire Tardy, étudiantes en **Magistère de MD et de Vente à Distance à Lille** pour leur mémoire intitulé " Quelles sont les stratégies de deux entreprises au MD très développé ? " analyse comparative du Club des Créateurs de beauté et d'Yves Rocher ".

### **Prix 2004 :**

\* *Catégorie Grand Prix CMD* ; Gaëlle LEMAIRE de la **SORBONNE** Paris, pour son mémoire intitulé "les relations entre entreprises et Internet ou comment une entreprise peut-elle réussir son mariage avec Internet ? ".

\* *Catégorie Prix spécial du Jury* ; Dr Lars Meyer Waarden de **l'IAE de Pau**, pour sa thèse intitulée " les sources d'efficacité des programmes de fidélisation – une étude empirique sur la base d'un panel single-source ".

### **Prix 2003 :**

- *Catégorie Grand Prix CMD* ; Camille PICARD de la **SORBONNE** Paris, pour son mémoire de fin de 2<sup>ème</sup> cycle : "la femme et le vêtement dans les 3 Suisses " .

### **Prix 2002 :**

\* *Catégorie Grand Prix CMD* : Stéphane DEGOR de **l'IAE de Lille** pour son mémoire de fin de 3<sup>ème</sup> cycle : " L'impact de l'utilisabilité des sites marchands sur la confiance de l'internaute ".

### **Prix 2001**, les lauréats ont été les suivants :

\* *Catégorie Thèse* : Mlle Anne-Sophie CASES, étudiante de **l'Université de Montpellier II**, pour son travail intitulé : « *La réduction du risque dans le contexte de l'achat électronique sur Internet* »

\* *Catégorie Grand Prix CMD* : Mlle Magalie GOZDZICKI, étudiante de **l'IAE de Lille**, pour son mémoire intitulé : « *Etude des facteurs explicatifs de la satisfaction générale à l'égard des cartes de fidélité* »

\* *Catégorie Prix Spécial du Jury* : Mlle Magalie LEGENDRE, du **CEFEP/ISMAC**, pour son étude intitulée : « *Quelles politiques de communication les annonceurs en hygiène beauté doivent-ils adopter pour fidéliser leur cible ?* »

### **Prix 2000**, les lauréats ont été les suivants :

\* *Catégorie Thèse* : Mlle Nathalie ARTS, étudiante de **I'IAE de Lille** pour son travail intitulé : « *Report d'achat et biais cognitifs, étude de l'effet de cadrage inter temporel* »

\* *Catégorie Grand Prix CMD* : Mlle Raja JAMLI, étudiante en DESS Marketing, **Panthéon Sorbonne Paris I**, pour son mémoire intitulé : « *L'efficacité de la publicité sur Internet* »

\* *Catégorie Prix Spécial du Jury* : deux gagnants ex æquo  
M Romain BABEE, étudiant de **I'Estacom de Bourges**, pour son mémoire intitulé : « *Le cybermarketing* »  
et  
M Renaud MARLIERE, étudiant en 3<sup>e</sup> cycle DMDA de **I'EMD/IAE de Lille**, pour son mémoire intitulé : « *Adapter et lancer son catalogue français de VPC sur le marché britannique BtoC différences fondamentales existantes entre les deux marchés* ».

**Prix 1999**, le principe du Prix a été modifié afin de récompenser les travaux par niveau d'études, plusieurs Prix ont donc été décernés :

\* *Catégorie Thèse* : M Dominique CRIE, de **I'IAE de Lille** pour sa thèse intitulée : « *Les produits fidélisants dans la relation client fournisseur* »

\* *Catégorie Grand Prix* : M Thierry CAZEMAGE de **I'Université Paris I Panthéon Sorbonne** pour son mémoire intitulé : « *Luxe et marketing direct, est-ce compatible ?* »

\* *Catégorie Prix spécial du jury* : 3 gagnants ex æquo  
Mlle Chloé TORRES de **I'Université Paris X Nanterre** pour sa thèse intitulée : « *L'Internet et la vente aux consommateurs* »  
Mlle Carine CELNIK, de **I'Université Paris I Panthéon Sorbonne** pour son mémoire intitulé : « *Internet : enjeux de la mesure d'audience des sites et la recherche d'un outil commun* »  
Mlle Catherine BONVARLET de **I'IESEG** pour son mémoire intitulé : « *Les catalogues spécialisés un nouveau défi pour les généralistes de la VPC* »

**Prix 1998** deux gagnantes ex æquo se sont partagées le Prix :

Eglantine HUBIN, étudiante en DESS **Paris I Panthéon Sorbonne**, pour son mémoire intitulé : « *Quel avenir pour le marketing direct de la cosmétique ?* »  
Daisy NOSAL, étudiante à **I'IPAG**, pour son mémoire intitulé : « *Le marketing relationnel comment développer ce concept en entreprise* »

**Prix 1997**, le premier Prix a été décerné à Carol DUVAL de **I'Université de Paris I Sorbonne** pour son mémoire intitulé :

"*Le marketing et la vente directs au sein des entreprises du secteur touristique : éléments de constat et perspectives d'avenir* ».

**Prix 1996**, exceptionnellement, trois prix ex æquo ont été attribués :

Christelle BOUE étudiante en DESS Marketing **Paris I Sorbonne** :  
"*Le passage d'un marketing de masse à un marketing relationnel ciblé... les techniques de fidélisation par le MD*"

Claire MAGONE étudiante à **I'Université Paris IV Sorbonne** Celsa :  
"*Les messages dans la communication des ONG d'urgence à l'épreuve du don*".

Leïla TAFAT, étudiante de **I'IICC Paris** :  
"*Le Multimédia clé du développement de la vente à distance*".



**Prix 1995**, le premier Prix a été décerné à Stéphane COCHE et Olivier DUBOIS étudiants en DEA Marketing à **l'IAE de Lille** pour leur mémoire intitulé :  
*« Contribution à l'utilisation des analyses de survie en marketing dans la définition des politiques de rétention et de fidélisation de clientèle »*

**Prix 1994**, le Premier Prix a été décerné à Chrissoula TSIKNAKI, étudiante à **l'Université de Montpellier II** pour sa thèse de doctorat intitulée :  
*"La structure et le rôle de la base de données en marketing direct , une logique de segmentation"*

**Prix 1993**, le premier Prix a été décerné à M. Claude CHOSSAT, étudiant de **l'IEMD/IAE de Lille** pour son mémoire intitulé :  
*"Aspects et environnement juridique du marketing direct dans le cadre des assurances santé"*

**Prix 1992**, Mlle Sophie MILLION, Mlle Laurence VIERA et M. Olivier DELTEIL, étudiants de **l'ISMAC**, ont été récompensés pour leur mémoire intitulé :  
*"Marketing Direct et luxe, pour quand l'envol ?"*

**Prix 1991**, M. Marc-Lionel GATTO, Diplômé du Magistère de Marketing Direct, a reçu le premier Prix pour son mémoire de DEA de **l'Université de Lille Flandre Artois**, intitulé :  
*"Vers un marketing direct européen".*



**Prix 1990**, M Jean-Michel GAY, Ingénieur des Mines et diplômé du Mastère Intelligence Marketing de **l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales** a reçu le Premier Prix pour sa thèse effectuée au sein du cabinet Arthur Andersen :  
*"Le marketing direct dans le domaine des biens d'équipement".*

**Prix 1989**, M. Frédéric BERTHEL, diplômé de **l'Ecole Supérieure de Commerce de Poitiers** a reçu le Premier Prix pour son rapport de stage intitulé :  
*"Le marketing direct au Crédit Agricole : nouveau canal de distribution, nouvel outil de communication".*

## Composition du Jury

### *Président :*

Bernard SIOUFFI, BGSi, Médiateur du E-Commerce.

### *Membres :*

Brigitt ALBRECHT, SKEMA (en attente de son accord)

Florent ARGENTIER, (CMD)

Laura COHEN, Lauréate prix 2012 (en attente de son accord)

Hélène JULIEN, ESTACOM (en attente de son accord)

Henri KAUFMAN (CMD/Hipipip)

Marie-Pierre LAMOTTE (Libération)

Eric MOUFFRANC, (La Poste)

Francis SALERNO, (IAE Lille)

## Modalités

Chaque candidat devra envoyer son travail en un exemplaire en version numérique accompagné de la fiche de renseignement au :

✉ CMD  
Magali REBEYRAT  
60 rue La Boétie  
75008 PARIS

Tél : 01.42.56.54.57  
e-mail : mrebeyrat@cercle-md.com

L'étudiant autorise le Cercle Marketing Direct à mettre ses travaux à disposition de ses membres, sur tout support et notamment en ligne sur le site du Cercle. Les membres pourront consulter ces travaux dans les espaces qui leurs sont réservés mais toute utilisation éventuelle fera l'objet d'une autorisation et d'une citation de l'auteur.

Si l'étudiant souhaite préserver la confidentialité de certaines informations, il en informera, via Magali Rebeyrat (ci-dessus coordonnées), la Présidence du Cercle Marketing Direct.

La date limite de dépôt des dossiers de candidature est fixée au **28 mai 2014**

Les résultats seront proclamés le **2 juillet 2014** lors du Dîner d'Eté du Cercle et les Prix remis ce même jour au(x) vainqueur(s). Tous les candidats seront conviés par courrier à cette manifestation.

## Règlement complet

### **Article 1**

Le Cercle Marketing Direct, association Loi 1901, qui regroupe près de 400 membres actifs, professionnels du marketing direct, organise un prix en association avec la BNP-Paribas, récompensant le travail d'un étudiant qui contribue au développement et à la connaissance du marketing direct.

### **Article 2**

Ce prix est ouvert à tous les étudiants intéressés, quel que soit leur niveau d'études. Le travail remis au jury pourra être de plusieurs natures : mémoire, rapport de stage, thèse, étude, avec un minimum de 50 pages.

### **Article 3**

Le prix du CMD pourra être doté de trois récompenses :

- Catégorie " Grand prix " : 800 €
- Catégorie " Prix spécial du Jury " : 500 €

- Catégorie ' Prix Spécial Thèse ' 500 €

#### **Article 4**

Composition du Jury 2014 : Président, Bernard SIOUFFI, Président d'honneur du CMD et de plusieurs membres (en attente de leur accord); Francis SALERNO (IAE Lille), Eric MOUFFRANC (La Poste), Florent ARGENTIER (CMD), Marie-Pierre LAMOTTE (Libération), Henri KAUFMAN (HIPIPIP), Laura COHEN (lauréate 2012), Brigitt ALBRECHT (SKEMA), Héléne JULLIEN (ESTACOM); BNP Paribas (en attente de leur accord)

Les décisions du Jury sont sans appel et ne sont pas sujettes à explications.

#### **Article 5**

Les étudiants intéressés devront envoyer leur travail en version numérique **accompagné de la fiche de renseignements, avant le 28 mai 2014**, au CMD à l'attention de Magali REBEYRAT.

#### **Article 6**

L'étudiant autorise le Cercle Marketing Direct à mettre ses travaux à disposition de ses membres, sur tout support et notamment en ligne sur le site du Cercle. Les membres pourront consulter ces travaux dans les espaces qui leurs sont réservés mais toute utilisation éventuelle fera l'objet d'une autorisation et d'une citation de l'auteur.

Si l'étudiant souhaite préserver la confidentialité de certaines informations, il en informera, via Magali Rebeyrat, la Présidence du Cercle Marketing Direct.

#### **Article 7**

Les résultats, ainsi que la remise du prix, auront lieu le : 2 juillet 2014 (date et lieu à confirmer)