



COMMUNICATION AUX ECOLES/UNIVERSITES et REGLEMENT

A QUI CE PRIX EST-IL DESTINE ?

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, aura contribué à la connaissance et au développement de ces techniques.

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

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 du 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 déjeuners "à thèmes" et diffuse auprès d'eux toute information utile concernant ce secteur d'activité. Il a créé en 1989 un "Prix du Cercle du Marketing Direct".

La *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 la BNP-Paribas et le CMD.

LAUREATS DES ANNEES PRECEDENTES

En décembre **2008**, deux prix ont été attribués :

* *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 ".

En décembre **2007**, trois prix ont été attribués :

* *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 ? ".

En décembre **2006**, deux prix ont été attribués :

* *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 " .

↳ En décembre **2005**, deux prix ont été attribués :

* *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 ".

En décembre **2004**, deux prix ont été attribués :

* *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 **I'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 ".

En décembre **2003**, un seul prix a été attribué :

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

En décembre **2002**, un seul prix a été attribué :

* *Catégorie Grand Prix CMD* : Stéphane DEGOR de **I'IAE de Lille** pour son mémoire de fin de 3^{ème} cycle : " L'impact de l'utilisabilité des sites marchands sur la confiance de l'internaute "

En décembre **2001**, les lauréats ont été les suivants :

* *Catégorie Thèse* : Mlle Anne-Sophie CASES, étudiante de **I'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 **I'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/ISMAL**, pour son étude intitulée : « *Quelles politiques de communication les annonceurs en hygiène beauté doivent-ils adopter pour fidéliser leur cible ?* »

En décembre **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^e 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* ».

En décembre **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 l'**Université Paris X Nanterre** pour sa thèse intitulée :

« *L'Internet et la vente aux consommateurs* »

Mlle Carine CELNIK, de l'**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 l'**IESEG** pour son mémoire intitulé :

« *Les catalogues spécialisés un nouveau défi pour les généralistes de la VPC* »

En décembre **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 l'**IPAG**, pour son mémoire intitulé :

« *Le marketing relationnel comment développer ce concept en entreprise* »

En **1997**, le premier Prix a été décerné à Carol DUVAL de l'**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* ».

En **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 l'**Université Paris IV Sorbonne Celsa** :

"*Les messages dans la communication des ONG d'urgence à l'épreuve du don*".

Leïla TAFAT, étudiante de l'**IICC Paris** :

"*Le Multimédia clé du développement de la vente à distance*".

En **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*"

En **1994**, le Premier Prix a été décerné à Chrissoula TSIGNAKI, 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*"

En **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*"

En **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 ?*"

En **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*".

En **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*".

En **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, Président du CMD

Membres :

Elisabeth PLANTARD, BNP-Paribas représentée par Nathalie de FOUGEROLLES

Eric MOUFFRANC, La Poste

Francis SALERNO, IEMD

Chantal SELLIER, ChantalSellier Consultant

MODALITES

Chaque candidat devra envoyer son travail en un exemplaire soit de préférence sur **CD ROM** ou version papier dactylographié, 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

En cas de travail confidentiel, l'étudiant devra le mentionner lisiblement sur le document.

La date limite de dépôt des dossiers de candidature est fixée au **30 octobre 2009**.

Les résultats seront proclamés le 15 DECEMBRE 2009 à l'Automobile Club de France, 6 place de la Concorde 75008 PARIS, lors du déjeuner périodique du Cercle et les Prix remis ce même jour au(x) vainqueur(s). Tous les candidats seront conviés par courrier à cette manifestation.

REGLEMENT COMPLET

Article 1

Le Cercle du 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

Le jury est constitué d'un Président, Bernard SIOUFFI, Président du CMD et de plusieurs membres : Elisabeth PLANTARD, BNP-Paribas ; Francis SALERNO, Chantal SELLIER, CHANTAL SELLIER Consulting ; Eric MOUFFRANC (La Poste).

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

Article 5

Les étudiants intéressés devront envoyer leur travail dactylographié en **un exemplaire, accompagné de la fiche de renseignements, avant le 30 octobre 2009**, au CMD à l'attention de Magali REBEYRAT.

Article 6

Sauf mention « *confidentiel* » dûment indiquée sur le document, les travaux envoyés au CMD pourront être mis à la disposition du public dans le Centre de Documentation du Cercle du Marketing Direct,
60 rue La Boétie 75008 PARIS.

Article 7

Les résultats, ainsi que la remise du prix, auront lieu le : **15 DECEMBRE 2009** à l'Automobile Club de France, 6 place de la Concorde 75008 PARIS.