

Présentation des 7 candidatures pour le Prix de contribution du Fonds de dotation de l'ARPP 2022

1/ Candidature Anne-Sophie Aguilar et Eléonore Challine

« Tout le monde déteste la publicité ? » : article publié comme introduction au numéro 54 de la revue Sociétés & Représentations, année 2022.

Anne-Sophie Aguilar est Maître de conférences à l'Université Paris-Nanterre, et chercheur au sein de l'Unité « Histoire des Arts et des Représentations ».

Eléonore Challine est Maître de conférences à l'Université Paris 1 et AgPR au département Design de l'ENS.

2/ Publicité et vie privée : contribution à l'étude de la connaissance légitime sur les personnes

Thèse de doctorat en Droit public soutenue par **Fabien Foucaud** le 7 décembre 2021 à Toulouse 1, dans le cadre de l'Ecole doctorale « Droit et Science Politique », en partenariat avec l'Institut Maurice Hauriou.

3/ La régulation juridique de la publicité au nom de « l'opinion publique »

Un article de **Keyvan Ghorbanzadeh** dans l'Annuaire international de justice constitutionnelle, Presses universitaires d'Aix-Marseille, Editions Economica n°36 - Année 2021 - pp. 769-783.

Keyvan Ghorbanzadeh est Attaché temporaire d'enseignement et de recherche au département Science politique de l'Université Paris 1.

4/ Publicité et techniques d'influence, analyse pragmatique d'une illusion d'efficacité

Un article de **Stéphane Laurens** dans le Bulletin de psychologie 2022/2 (Numéro 576), pages 155 à 169

Stéphane Laurens est Professeur des Universités à l'Université Rennes 2 et chercheur au sein du laboratoire « Psychologie, Cognition, Comportement, Communication ».

5/ L'éthique du marketing face au défi de l'intelligence artificielle : penser le bouleversement des valeurs et des règles à l'âge des big data

Thèse de doctorat en Philosophie soutenue par **Volha Litvinets** à Sorbonne Université le 21 mai 2022, sous la direction de Pierre-Henri Tavoillot, dans le cadre de l'École doctorale Concepts et langages, en partenariat avec le laboratoire « Sciences, éthique, société ».

Volha Litvinets est aujourd'hui Senior consultant « business et IT », Risk Advisory chez EY.

6/ La communication stigmatisante en faveur d'une cause sociale

Thèse en sciences économiques et de gestion soutenue par **Iulia Nitu** à Lyon le 25 mars 2022, dans le cadre de l'École doctorale Sciences économiques et gestion, en partenariat avec l'Université Jean Moulin et le centre de recherche Magellan.

Iulia Nitu est enseignante en marketing et coordinatrice pédagogique du Master 2 Marketing et *Customer experience* de l'ESCCA Lyon.

7/ L'autodérision dans la publicité : rôles positifs de l'humilité de la marque et de l'humour perçu

Un article de **Ouidade Sabri** dans Décisions Marketing 2022/1 (N° 105), pages 11 à 32.

Ouidade Sabri est Professeur des Universités, Directrice de l'Executive master « Marketing digital et business développement » de l'IAE Paris Sorbonne.

Présentation des 2 candidatures pour le Prix d'initiative du Fonds de dotation de l'ARPP 2022

1. Candidature Media Institute

Lancé par Media Institute début 2022, en collaboration avec l'AACC, l'ARPP et l'Union des marques, le [Certificat Communication responsable](#) a pour vocation d'accompagner les entreprises à communiquer de manière plus responsable et à mettre en œuvre leur contrat climat.

2. Candidature DK

Projet de Recherche : **Mise en place d'un outil pour mesurer le bilan carbone des campagnes de communication** afin de proposer une publicité plus responsable, respectueuse et durable.