Centre d'Etudes et de Recherche en Gestion
cergam
d'Aix-Marseille

SOMMAIRE N°36 – Juillet 2014

Editorial	2
Soutenances de thèses	3
Présentation des nouveaux doctorants	4
Ouvrages & chapitres d'ouvrages	5
Articles	6
Communications & Conférences	7
Nominations, prix et récompenses	8
Agenda du CERGAM	9
Cahiers de recherche	10
Participation / Organisation	10
Bourses de Recherche	10

La Lettre du CERGAM

N°36 – Juillet 2014

Aix*Marseille université

Faculté d'Économie et de Gestion
Aix-Marseille Université

AIX-MARSEILLE GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT
Aix-Marseille Université

Institut de Management Public et Gouvernance Territoriale
Aix-Marseille Université

Pierre-Xavier Meschi
Professeur des Universités
Directeur du CERGAM
Aix-Marseille Université

ÉDITORIAL

Le 1er Juillet dernier, le CERGAM a tenu son assemblée générale au sein de l'IAE. Pour les membres du CERGAM qui sont répartis dans différentes composantes d'Aix Marseille Université et dans les différents axes de notre centre de recherche, c'est une opportunité unique de se retrouver tous ensemble, d'échanger et de faire le point sur l'année universitaire écoulée. Cette assemblée générale a été marquée par la conférence du Professeur Fred Luthans de University of Nebraska sur le Capital Psychologique (ou « *PsyCap* »).

Cela a été également l'occasion de faire un bilan sur l'état des publications pour l'année 2013. Il en ressort des points forts qui constituent autant d'éléments de différenciation de notre centre de recherche :

1. forte progression des articles publiés dans des revues classées (CNRS),

2. premier centre de recherche en France sur le critère des thèses soutenues (32 pour l'année 2013)

3. montée en gamme des publications avec des articles publiés dans des journaux à fort *impact factor* (par exemple, *Journal of Business Ethics*, *Journal of the Academy of Marketing Science* ou encore *Journal of Management*).

Il s'agit de belles réalisations qui doivent être consolidées. Dans cette optique, le CERGAM renforcera et soutiendra les actions de soutien à la publication (ateliers thématiques, ateliers inter-axes, « *meet the editors* », aide à la rédaction d'études de cas, …).

Bonnes vacances !

Pierre-Xavier Meschi

LES AXES DE RECHERCHE DU CERGAM

AXE 1 - Stratégie et gouvernance des organisations publiques et privées
(Responsables de l'axe : Joyce Liddle et Emmanuelle Reynaud)

Sous-axe 1.1. Performance sociétale
Sous-axe 1.2. Ressources humaines
Sous-axe 1.3. Finance
Sous-axe 1.4. Éthique et responsabilité sociale des organisations
Sous-axe 1.5. Stratégie territoriale
Sous-axe 1.6. Processus managériaux et processus décisionnels

AXE 2 - Management des marques : services et produits
(Responsables de l'axe : Sylvie Llosa et Elyette Roux)

Sous-axe 2.1 Management des relations consommateurs - marques
Sous-axe 2.2 Management des services
Sous-axe 2.3 Marques, propriété intellectuelle et processus de marché

AXE 3- Management des espaces numériques de l'entreprise et des médias
(Responsables de l'axe : Bénédicte Aldebert et Serge Amabile)

Sous-axe 3.1 TIC, innovation et internationalisation
Sous-axe 3.2 Veille stratégique, système d'information et réseaux sociaux
Sous-axe 3.3 Média : nouveaux média et nouvelles formes de communication

SOUTENANCES DE THÈSES

AXE 1 - Stratégie et gouvernance des organisations publiques et privées

Salma BAKHIT
Directeur de thèse : Jean-Pierre CENTI
Co-Directeur de recherche : Gilbert BOUGI
Jury : Walter BRIEC, Christophe TAVERA, Dominique TORRE
Sujet : « Le pouvoir des banques centrales face aux défis des marchés financiers », soutenue à la Faculté d'Economie et de Gestion le 23 juin 2014.
Résumé : La thèse se propose de décrire l'origine et le cheminement des débats sur la nécessité d'une banque centrale jusqu'aux formulations actuelles. Sont examinés les éléments qui ont posé les bases d'un « préteur ultime » et favorisé la maturation de ce métier, de même que sont mis en relief les résultats accumulés depuis deux siècles. Notre attention porte surtout sur la Réserve Fédérale des Etats-Unis. Les économistes sont toujours en recherche de solution afin de prévenir les crises financières. Ainsi a été proposé un élargissement du tableau de bord des banques centrales de manière à contenir les prix d'actif dans une approche macro et micro-prudentielle. Parallèlement, sont analysés les mécanismes par lesquels la politique monétaire influence les variables réelles et financières de l'économie, et qui attestent alors du rôle pouvant être théoriquement assumé par la banque centrale sur les marchés financiers. La deuxième partie se concentre sur les ressorts des crises financières. Nous nous intéressons au paradoxe de la surliquidité et du surendettement, en insistant sur les particularités des marchés financiers devenant plus vulnérables et sur leurs mutations récentes. Nous vérifions si le comportement imprévisible de la banque centrale n'est pas en soi un vecteur d'instabilité financière, voire une source de crises systématiques. La question est de savoir si la banque centrale contribue à la manifestation de comportements abusifs et excessifs sur les marchés financiers par l'abondante création de liquidité. Notre étude empirique devrait permettre de répondre à cette question à travers une modélisation économétrique et des tests statistiques appliqués à une politique monétaire active. En ce sens, cette recherche sur les actions de la Fed vise à aider à forger une opinion sur le métier de banquier central moderne et peut-être sur le devenir des banques centrales elles-mêmes.

Ahmad JUNAID
Directeur de thèse : Patrick ROUSSEAU
Jury : Pierre BATTEAU, Edith GINGLINGER-HASQUENOP, Patrice FONTAINE
Sujet : « Liquidity spirals, corporate governance and crisis: A case of an emerging market », soutenue à l'IAE Aix le 19 mai 2014.
Résumé : Dans cette étude, nous essayons de combler le fossé entre deux courants de la littérature. Tout d'abord, nous menons une enquête approfondie sur les relations entre la liquidité et la baisse du marché dans un pays émergent (Brésil). Dans notre recherche, nous suivons la méthodologie utilisée par Hameed et al (2010) et Adrian et al (2011). Dans la première partie de l'étude, en utilisant la variable d'estimation de la mesure de liquidité proposée par Corwin et Schultz (2012), nous effectuons une analyse des séries temporelles pour estimer l'effet des rendements sur le marché des rentabilités individuelles, et l'impact de la crise sur la liquidité. Nous étendons en outre notre analyse à la liquidité des financements, mesurée par l'écart de la rémunération entre les "commercial papers" et le taux de base de la banque centrale, pour estimer l'effet de la baisse du marché lorsque les spéculateurs sont confrontés à une contrainte de financement. Dans la deuxième partie de notre recherche nous nous intéressons aux facteurs de la liquidité. Nous estimons l'effet de la liquidité du marché sur liquidité idiosyncrasique, et examinons si cet effet est amplifié dans le contexte de baisse importante des marchés. Dans la troisième partie de la thèse, nous répartissons les actions en trois portefeuilles equi-pondérés en fonction des pratiques de gouvernance d'entreprise différentielles. Nous effectuons l'analyse mentionnée ci-dessus pour estimer si la liquidité des entreprises ayant des pratiques de gouvernance d'entreprise différentes réagit différemment en présence de baisse importante des marchés et de spirales de liquidité.

Anne NORHEIM-HANSEN
Directeur de thèse : Pierre-Xavier MESCHI
Jury : Ludovic DIBIAGGIO, Pierre DUSSAUGE, Ulrike MAYRHOFER, Frédéric PREVOT
Sujet : « Sustainable development and strategic alliances: four essays on implications of firms' environnemental performance for their cooperative strategies », soutenue à SKEMA Business School Sophia Antipolis le 3 juin 2014.
Résumé : Les alliances stratégiques sont devenues autant une nécessité qu'un choix pour les entreprises afin d'être compétitif sur les marchés d'aujourd'hui. Toutefois, faire fonctionner les alliances stratégiques n'est pas une évidence. Des taux de défaillance entre 30% et jusqu'à 70% ont été régulièrement signalés. Un nombre important de recherches a examiné comment ces chiffres pouvaient être améliorés. La sélection de partenaires a été identifiée comme l'un des facteurs clés de la réussite. En fait, les attributs spécifiques de chaque partenaire, influant même sur la sélection de ces mêmes partenaires, ont tendance à avoir des effets boule de neige au-delà de la phase de formation, jusqu'aux phases de conception et de post-formation. S'appuyant sur des recherches antérieures étudiant l'attribut « réputation », cette thèse vient combler une lacune en explorant le rôle que peut jouer la réputation pour la performance environnementale dans la détermination des avantages individuels et communs dans les différentes phases des alliances stratégiques. Dans quatre essais indépendants mais interconnectés, des questions de recherche spécifiques sont théoriquement examinées sous la « Natural-Resource-Based View (NRBV) » et la « Strategic Cognition Perspective ». Les hypothèses de l'étude sont testées empiriquement à partir des données recueillies auprès des PDG et des cadres supérieurs dans 176 entreprises manufacturières norvégiennes. Mes résultats confirment plusieurs mécanismes théoriquement attendus selon lesquels une solide réputation environnementale peut fournir un avantage concurrentiel sur le marché des alliances stratégiques – tandis qu'ils en infirment d'autres. En outre, l'étude propose des concepts de base et un modèle parcimonieux de la décision du PDG quand il s'agit de s'allier avec une entreprise partenaire de moindre réputation, sans récompense proportionnelle. Enfin, elle développe la théorie en intégrant les deux perspectives théoriques pour expliquer comment la réduction de l'asymétrie de la réputation environnementale entre les partenaires peut hausser la performance de l'alliance.

LE CERGAM SOUHAITE LA BIENVENUE AUX NOUVEAUX DOCTORANTS

IAE

Jinia MUKERJEE-NATH
Directeur de thèse : Nathalie RICHEBE
Sujet : « L'influence du soutien perçu et de la résilience individuelle sur l'implication des employés dans le changement : trois études longitudinales ».

Saqib ILYAS
Directeur de thèse : Delphine LACAZE
Sujet : « Managerial leadership development interventions and outcomes : a meta analysis on interventions and effectiveness (2000-2010) ».

Aqsa AQSA
Directeurs de thèse : Delphine LACAZE, Jean-Marie PERETTI.
Sujet : « Dynamique éventuel des styles de leadership organisationnel et influences à la hausse : examen du rêle de l'interaction entre les sexes, LMX et POP ».

Audrey TRIACCA
Directeurs de thèse : Julie CHRISTIN-MOULIN, Jean-Marie PERETTI.
Sujet : « La conduite du changement via les réseaux apprenants : le cas de la SNCF».

FEG

Anne-Sophie ARRAITZ
Directeur de thèse : Serge AMABILE
Sujet : « Promouvoir l'intrapreneuriat chez les agents de changements ».

Danii GORBATENKO
Directeur de thèse : Pierre GARELLO
Sujet : « La théorie autrichienne des cycles peut-elle expliquer le boom et la crise aux Etats-Unis ? ».

Alain HABIB
Directeur de thèse : Hervé MAGNOULOUX
Sujet : « Entreprenariat et structure des droits de propriété ».

Kenan WASSOUF
Directeurs de thèse : Jean PHILIPPE, Anne Marianne SECK
Sujet : « Le comportement cross canal et l'expérience du client ».

Zhuo ZHANG
Directeur de thèse : Jean PHILIPPE
Sujet : « Impact de la politique du développement durable sur la qualité perçue du commerce au détail ».

AXE 2 - Management des marques : services et produits

Olivia PETIT
Directeur de thèse : Dwight MERUNKA
Co-Directeur de recherche : Olivier OUILLER
Jury : Pierre CHANDON, Hilke PLASSMANN, Pierre VALETTE-FLORENCE, Luk WARLOP
Sujet : « Le plaisir et la santé dans la consommation : activité cérébrale, motivation et simulation sensorielle », soutenue à la Faculté Saint Charles Marseille le 17 mars 2014.
Résumé : L'autorégulation est une ressource essentielle pour ne pas succomber à la tentation de consommer des aliments fortement caloriques. Elle demande de la volonté et de contrôler ses émotions et sensations. Cependant, nous évoluons dans un environnement valorisant le plaisir alimentaire où les informations de santé sont mal prises en compte, entrainant des difficultés d'autorégulation. Ces difficultés se retrouvent notamment chez les personnes en surpoids et/ou au régime. Nous avons émis l'hypothèse que valoriser le goût des aliments sains pourrait aider ces personnes à s'autoréguler et nous avons conduit deux expériences pour la tester. Dans la première, les messages basés sur le plaisir de consommer des fruits et légumes se sont avérés plus persuasifs pour ces individus. De la même manière, dans la seconde étude lors de la prise de décision simuler le plaisir procuré par ces aliments augmente davantage le choix d'aliments sains pour ces individus. Par le recours à la neuro-imagerie fonctionnelle, nous montrons également des différences significatives d'activité cérébrale entre ces individus au moment du choix d'aliments sains dans cette condition. Il apparaît plus impulsif chez les sujets les plus sensibles à la récompense, se rapprochant du choix d'aliments fortement caloriques. Au contraire, il apparaît plus réfléchi chez les sujets ayant un IMC élevé, facilitant ainsi l'autorégulation. Au niveau théorique, cette recherche met en avant le rôle positif des émotions et sensations liées au plaisir dans l'autorégulation. Au niveau managérial, elle suggère l'importance d'adapter les stratégies de promotion des aliments sains au public ciblé.

Muhammad Zeeshan QADER
Directeur de thèse : Virginie DE BARNIER
Jury : Jean-Marc DECAUDIN, Pierre VALETTE-FLORENCE, Robert WEISZ
Sujet : « The role of globalization, embarrassment, self-brand connection on attitude towards sex appeal in advertising: the case of muslim women », soutenue à l'IAE Aix le 12 février 2014.
Résumé : Cette thèse propose des réponses aux questions qui font l'objet des préoccupation et des intérêts des gestionnaires de marques occidentales mondiales qui veulent s'assurer que leurs produits ne sont pas boycotté par les populations locales dans les pays arabes ou musulmans . La recherche se poursuit sur les hypothèses que l'attitude à l'égard de sex-appeal est affectée par les caractéristiques individuelles des consommateurs, la conviction religieuse, les facteurs culturels et l'exposition aux marques mondiales dans leur ensemble. L'étude suggère que ces facteurs n'ont pas reçu une attention suffisante, comme la plupart des ouvrages sur le sujet ne sont pas centré sur la population musulmane. Les marques dans le monde ont eu recours au sex-appeal pour promouvoir leurs produits et services depuis

plus de 100 ans. Une expansion mondiale de ce phénomène a été vue dans la révolution sexuelle des années 1960 et par conséquent reflétée dans la publicité de l'époque à la télévision, radio, presse écrite et panneaux publicitaires. Malgré son utilisation répandue, il existe cependant certaines conséquences sociales et éthiques ainsi que nous assistons à une hausse des critiques de la part des consommateurs, des groupes religieux et des associations de parents, en particulier dans le monde arabo-musulman. Pourtant, son utilisation et les ramifications sur les musulmans, un segment de plus de 2 milliard de consommateurs reste largement négligé. On peut faire valoir que l'utilisation de sex-appeal dans la publicité peut offenser et même chasser les consommateurs qui considèrent les thèmes occidentaux et les modèles de rôles de genre en conflit direct avec leur culture locale. Afin de comprendre le processus de prise de décision complexe derrière ce phénomène, une recherche minutieuse est nécessaire pour développer une approche multidimensionnelle en tenant compte de toutes ces constructions. Bien qu'il n'est pas contraire à la loi dans la plupart des pays musulmans d'utiliser du matériel sexuellement explicite dans la publicité, les annonceurs doivent être las des répercussions du nationalisme croissant et la ferveur religieuse dans les pays musulmans.

AXE 3 - Management des espaces numériques de l'entreprise et des médias

Coralie HALLER
Directeur de thèse : Serge AMABILE
Jury : Isabelle BARTH, Michel COUDERC, Liette LAPOINTE, Régis MEISSONIER, Pierre-Xavier MESCHI
Sujet : « Développement et valorisation des routines d'échanges d'informations au sein du territoire vitivinicole provençal : l'effectuation comme approche intégrative », soutenue au Château Calavon Lambesc le 18 avril 2014.
Résumé : Nous nous intéressons aux processus d'échange d'informations entre acteurs au travers de trois approches théoriques : les routines organisationnelles (Lewin et al. 2011), l'approche par les proximités (Pecqueur et Zimmermann, 2004 ; Torre et Beuret, 2012 ; Torrès, 2003, 2009) et la théorie de l'effectuation (Sarasvathy, 2003, 2007). Le projet est de rendre intelligible le rôle joué par la dialectique causale/effectuale dans l'articulation des routines organisationnelles d'échanges d'informations dans un contexte de proximité. Nous utilisons une méthode qualitative organisée autour de l'étude d'un cas unique à visée instrumentale comprenant plusieurs unités d'analyse enchâssées. Précisément, notre intérêt se porte sur l'étude des domaines vitivinicoles du territoire provençal. Notre démarche abductive s'organise autour d'une phase exploratoire et d'une phase compréhensive descriptive au cours desquelles nous avons procédé à des analyses textuelles, via des logiciels d'aide à l'analyse de données qualitatives et de contenu, selon la méthode de comparaison continue empruntée à la théorie enracinée. Nos résultats indiquent que la triangulation des différentes informations issues des processus d'échanges avec les différents acteurs dans un contexte de proximités participe, de manière générale, à l'évolution des formes de raisonnement des responsables des domaines vitivinicoles, d'une logique causale à une logique effectuale et vice-versa. En cela la théorie de l'effectuation et plus précisément la dialectique causale/ effectuale peut alors être considérée dans une perspective intégrative pour compléter et agrémenter l'intelligibilité des processus d'échanges d'informations. L'existence d'interactions entre les modes de raisonnements causaux et effectuaux des responsables des domaines vitivinicoles sont en lien avec la médiatisation des routines organisationnelles internes et externes bâties sur des mix de proximités intra et inter organisationnels.

OUVRAGES & CHAPITRES D'OUVRAGES

AXE 1 - Stratégie et gouvernance des organisations publiques et privées

Soux-axe 1.1. ***Performance Sociétale***

Rochet, C. (2014). L'Etat stratège, de la Renaissance à la III° révolution industrielle. In Martinet, A.C., Tannery, F., & Denis, J.P., *Encyclopédie de la Stratégie*. Paris, France : Vuibert.

Sous-axe 1.2. ***Ressources Humaines***

Duyck, J-Y., Montargot, N., & Sabouné, K. (2014). Réussir la diversité dans les entreprises par la gestion des attentes individuelles : Le cas des jeunes à faible capital scolaire. In Frimousse, S., Igalens, J., Orsoni, J., & Thévenet, M., *Ressources Humaines et Responsabilités Sociétales*. *Mélanges en l'Honneur de Jean-Marie Peretti*. Paris, France : EMS.

Fouchet, R., Liddle, J., & Couston, A. (2014). Training senior civil servants in Latin European countries. In Van Wart, M., Hondeghem, A., Schwella, E., *Leadership and Culture: Comparative Models of Top Civil Servant Training*. Londres, Royaume-Uni : Palgrave.

Sous-axe 1.4. ***Éthique et Responsabilité Sociale des Organisations***

Doumax, V. (2014). Biocarburants : Rationalité environnementale ou subvention à l'agriculture ?. In Falque, M. & Lamotte, H., *Ressources Agricoles et Forestières. Droits de Propriété, Economie et Environnement*, Paris, France : Bruylant, 323-339.

Olivero, J. (2014). *Les établissements industriels face aux risques environnementaux : Les bassins de Gardanne, de Fos-Berre et de l'Huveaune*. Aix -en-Provence, France : CNRS -OHM Bassin Minier de Provence.

Sous-axe 1.5. ***Stratégie Territoriale***

Arnaud, C., & Tiberghien, B. (2014). Using cultural events as strategic levers for territorial governance design in the French context. In Joyce, P., & Drumaux, A., *Strategic Management in Public Organizations: European Practices and Perspectives*. Londres, Royaume-Uni : Routledge, 76-94.

Grenier, C. & Rimbert-Pirot, A-G, (2014). Outil de territorialisation de l'action publique et co-construction du territoire – Cas de mise en place d'une communauté hospitalière de territoire. In Alam, T., & Gurruchaga, M., *Collectivités, Territoires et Santé*. *Regards Croisés sur les Frontières de la Santé*. Paris, France : L'Harmattan.

Rochet, C., & Peignot, J. (2014). De la gestion des villes à la conception d'écosystèmes urbains durables. In Maschino, L. & Scouarnec, A., *Les Métiers de la Ville de Demain*. Paris, France : MPE/EMS.

Sous-axe 1.6. ***Processus managériaux et processus décisionnels***

Angus, D., Grenier, C., St-Pierre, M., Gambarelli, F., & Dubois, A. (2014). Supporting seniors at home through integrated health care: Canada and France compared. In Bohnet-Joschko, S., & Boutsioli, Z., Intercultural Dialogue on Health Economics, Management and Policy: Challenges and Chances. Athènes, Grèce : Athens Institute for Education and Research, 157-169.

Chereau, P., & Meschi, P.X. (2014). *Le conseil stratégique pour l'entreprise*. Paris, France : Pearson.

Ferasso, M., Vargas, L.M., & Grenier, C. (2013). Enterprises´ knowledge creation within a Brazilian´s industrial cluster. In Ferasso, M., Velloso Saldanha, J. A., & Casarotto Filho, N., *Studies on Industrial Clusters and Local Development*. Sarrebruck, Allemagne : Lambert Academic Publishing, 55-83.

Grenier, C., Vilela, D., & Vargas, L.M. (2013). The cluster support to knowledge creation and capitalization through enterprise-technological research center collaboration. In Ferasso, M., Velloso Saldanha, J. A., & Casarotto Filho, N., *Studies on Industrial Clusters and Local Development*. Sarrebruck, Allemagne : Lambert Academic Publishing, 181-213.

AXE 2 - Management des marques : services et produits

Sous-axe 2.2. ***Management des services***

Khenfer, J. (2014). *Préoccupations religieuses dans le point de vente*. Sarrebruck, Allemagne : Editions Universitaires Européennes.

AXE 3 - Management des espaces numériques de l'entreprise et des médias

Sous-axe 3.1. ***TIC, innovation et internationalisation***

Léo, P-Y., & Jean Philippe, J. (2014). International service tradability : Understanding the offshoring of services. In Hernandez, R. A., Mudler, N., Fernandez-Stark, K., Sauvé, P., Lopez Giral, D., & Munoz Navia, F., *Latin America's Emergence in Global Services: A New Driver of Structural Change in the Region?*. Santiago, Chili: ECLAC, United Nations, 39-57.

ARTICLES

AXE 1 - Stratégie et gouvernance des organisations publiques et privées

Sous-axe 1.1. ***Performance sociétale***

Auger, P., & Reynaud, E. (2014). Les déterminants de la performance sociale : Comparaison des cas d'Emmaüs et des Restos du Cœur. *Management & Avenir, 70*(juin), 215-235.

Sous-axe 1.2. ***Ressources Humaines***

Grover, S., Hasel, M., Manville, C., & Serrano-Archimi, C. (2014). Follower reactions to leader trust violations: A grounded theory of violation types, likelihood of recovery, and recovery process. *European Management Journal,* à paraître.

Moulette, P., & Roques, O. (2014). Gérer les compétences spécifiques pour préserver le capital immatériel : L'illettrisme en entreprise dans la théorie de la conservation des ressources. *Management International, 18*(3), 96-105.

Saboune, K. (2014). Gérer la diversité dans les organisations par la connaissance des attentes individuelles : Le cas des jeunes à faible capital scolaire initial. *Management & Avenir*, à paraître.

Sous-axe 1.3. ***Finance***

Aubert, N., Garnotel, G., Lapied, A., & Rousseau, P. (2014). Employee ownership: Management entrenchment vs. reward management. Theoritical and empirical investigation, *Economic Modelling, 40*, 423-434.

Bédard, M. (2014). Contagious Bank Failures in a Free Banking System: A Persistent Misunderstanding. *Journal des Économistes et des Études Humaines, 20*(1), à paraître.

Bertrand, P., Guyot A., & Lapointe, V. (2014). Variations of liquidity and size of investor base associated to corporate social performance ratings. *Bankers, Markets & Investors, 130*(mai-juin), 41-54.

Sous-axe 1.4. ***Éthique et Responsabilité Sociale des Organisations***

Doumax, V., Philip, J-M., & Sarasa, C. (2014). Biofuels, tax policies and oil prices in France: Insights from a dynamic CGE model. *Energy Policy, 66*(mars), 603-614.

Messaoudene, L. (2014). Les actions stratégiques des entreprises de l'industrie alimentaire pour une alimentation durable en France. *International Centre for Advanced Mediterranean Agronomic Studies (CIHEAM) Watch Letter, 29*.

Sous-axe 1.5. ***Stratégie Territoriale***

Arnaud, C., & Soldo, E. (2014). Le portefeuille territorial d'évènements culturels (PTEC) : Nouvelle modalité de soutien et de production de l'offre d'évènementiel culturel pour un management stratégique des territoires. *Management International*, *19*, à paraître - disponible en ligne.

Moustier, E., & Soldo, E. (2014). Culture et démocratie en Méditerranée : Vers un changement de regard ?. *Revue Maghreb Machrek*, à paraître.

Serval, S., Arnaud, C., Alaux, C., & Soldo, E. (2014). Vers une mesure de la satisfaction des publics pour une offre territoriale de musiques actuelles : Le cas de la Communauté du Pays d'Aix. *Gestion et Management Public, 2*(2), 53-75.

Elyette Roux a organisé le 26 mai 2014 dans le cadre du CERGAM un **séminaire sur le thème « How to publish in rank A»** (comment publier dans des revues de premier plan ?).

La valorisation de l'activité de recherche passe inévitablement par les journaux scientifiques et l'on sait à quel point il est important pour les chercheurs de publier dans les revues réputées de leur discipline. Dans le même temps, le développement d'un marché de l'édition scientifique a contribué à la mise en place d'une standardisation progressive du mode de présentation des résultats des recherches.
Comme les carrières des jeunes chercheurs sont de plus en plus dépendantes de leurs capacités à publier dans des revues internationales classées, il est important pour eux de comprendre cette standardisation du processus de publication. L'objectif de ce séminaire est donc d'aider les jeunes chercheurs à transformer leur article en une version publiable et apte à intéresser des rédacteurs en chefs de revues internationales classées.

Le **CERGAM** organise ce type de manifestations depuis plus de quatre ans et plus particulièrement pour ce qui concerne l'axe 2 : Management des marques-services et produits. Les Professeurs invités ont été respectivement :

Pierre CHANDON, Professeur à l' INSEAD, **Associate Editor of the *Journal of Consumer Research***

Nancy WONG, Associate Professor à University of Wisconsin, Madison, Membre de l'Editorial Board de plusieurs revues de rang A.

Russell BELK, Professeur à la Schulich School of Business, York University, Toronto, **Associate Editor of the *Journal of Consumer Research***

Michael HAENLEIN, Professeur à l'ESCP-Europe, **Associate Editor of *Journal of Marketing***

Cette année, nous avons eu le plaisir d'accueillir :

Barry BABIN, Professeur à Louisiana Tech University, USA, **Associate Editor of Marketing** for the ***Journal of Business Research.***

Et

Joyce LIDDLE, Professeur de Management Public à l'IMPGT et Directeur de International Centre for Public Services Management, **Rédac-**

Sous-axe 1.6. ***Processus managériaux et processus décisionnels***

Alkire, T.D. (2014). The attractiveness of emerging market MNCs as employers of European and American talent workers: A multicultural study. *International Journal of Emerging Markets, 9*(2), 333-370.

Ashraf, N., Meschi, P.-X., & Spencer, R. (2014). Alliance network position, embeddedness and effects on the carbon performance of firms in emerging economies. *Organization & Environment, 27*(1), 65-84.

Grenier, C. (2014). Proposition d'un modèle d'espaces favorables aux habiletés stratégiques. *Journal de Gestion et d'Economie Médicales*, à paraître.

Grenier, C., & Zeller, C. (2014). La mobilisation collective face à un changement institutionnel imposé par le haut – le cas d'une université de petite taille dans le contexte de mise en œuvre de la loi LRU. *Revue RIMHE, 10*(janvier/février), 84-104.

AXE 2 - Management des marques : services et produits

Sous-axe 2.1. ***Management des relations consommateurs – marques***

Bourcier-Béquaert, B., & De Barnier, V. (2014). Les effets de l'âge du mannequin sur les consommateurs séniors et sur la marque présente dans la publicité : Le rôle de la similarité. *Décisions Marketing*, à paraître.

Chameroy, F., & Veran, L. (2014). Immatérialité de la qualité et effet des labels sur le consentement à payer. *Management International, 18*(3), 32-44.

Cova, B., & Cova, V. (2015). CCT applied research and the limits of consumers' heroicization. *Journal of Marketing Management*, à paraître. Disponible en ligne : 10.1080/0267257X.2014.929165

Farooq, O., Payaud, M., Merunka, D. & Valette-Florence, P. (2014). The Impact of Corporate Social Responsibility on Organizational Commitment: Exploring Multiple Mediation Mechanisms. *Journal of Business Ethics*, DOI 10.1007/s10551-013-1928-3.

Mani, Z., & Cova, V. (2014). La question de la durabilité de la récup' à travers le prisme d'internet ?. *Recherche et Applications en Marketing, 29* (3), 1-18.

Mazodier, M., & Merunka, D. (2014). Beyond brand attitude: Individual drivers of purchase for symbolic cobranded products. *Journal of Business Research*, *67*(7), 1552-1558.

Peterson, R.A., & Merunka, D. (2014). Convenience samples of college students and research reproducibility. *Journal of Business Research, 67*(5), 1035-1041.

Petit, O., Merunka, D., & Oullier, O. (2014). Neurosciences et comportement du consommateur : Outils et méthodes d'investigation. *Revue Française du Marketing, 247.*

Veg-Sala, N., & Roux, E. (2014). A semiotic analysis of the extendibility of luxury brands. *Journal of Product and Brand Management, 23*(2), 103-113.

Warlop, L., Shrum, L.J., Merunka, D., & de Barnier, V. (2014). Utterly fresh perspectives on consumer research and advertising: Introducing the special issue from the 2013 La Londe Conference. *Journal of Business Research, 67*(7), 1519-1521.

AXE 3 - Management des espaces numériques de l'entreprise et des médias

Sous-axe 3.1. ***TIC, innovation et internationalisation***

Aldebert, B., & Rouzies, A. (2014). Quelle place pour les méthodes mixtes dans la recherche francophone en management ?. Revue *Management International*, 1-8.

Luongo G. (2014). Les nouvelles organisations internationales régionales et le système des Nations Unies. *Semestrale di Studi e Ricerche di Geografia*, 2014(1).

Luongo, G. (2014). Il discorso alla nazione di Nursultan Nazarbayev per il 2014. *Geopolitica*, édition en ligne.

Ziegler, J. C., Bertrand, D., Lété, B., & Grainger, J. (2014). Orthographic and phonological contributions to reading development: Tracking developmental trajectories using masked priming. *Developmental Psychology, 50*(4), 1026-1036.

COMMUNICATIONS & CONFERENCES

AXE 1 - Stratégie et gouvernance des organisations publiques et privées

Sous-axe 1.1. ***Performance sociétale***

Bertolucci, M., & Peignot, J. (2014). Le management public est-il soluble dans la démocratie ?. *Association Internationale de Recherche en Management des Administrations Publiques (AIRMAP)*, Aix-en-Provence, France, 20-21 mai.

Messaoudene, L. (2014). Le social marketing, une stratégie d'action des industriels dans le champ de la prévention nutritionnelle ?. *Colloque AIRMAP / Semaine du Management 2014*, Aix-en-Provence, France, 20-21 mai.

Messaoudene, L., & Hernandez, S. (2014). Satisfy the public values in the public interest, an opportunity for companies to achieve sustainable leadership? The case of companies in the food processing industry facing the French food policy. *EURAM 2014 14th Waves and Wind of Strategic Leadership for Sustainable Competitiveness*, Valence, Espagne, 4-7 juin.

Messaoudene, L., & Hernandez, S. (2014). La politique alimentaire française (2000-2013) : Une analyse de la combinaison des instruments publics, entre coopération et concurrence des acteurs publics et privés. *Congrès de l'IIAS-IISA*, Ifrane, Maroc, 13-17 juin.

Pinzon, J-D., & Argote, T. (2014). Élargissement des moyens par la rupture des codes : Retour sur les trajectoires des innovations du programme de « Culture citoyenne » de Bogota dans le rapprochement entre loi, culture et morale. *Colloque AIRMAP / Semaine du Management 2014*, Aix-en-Provence, France, 20-21 mai.

Sous-axe 1.2. ***Ressources Humaines***

Kondrachova, T. (2014). Diversité culturelle et représentations dans le monde des affaires : le cas franco-russe. *4ème Conférence Annuelle d'Atlas/AFMI Association Francophone de Management International*, Aix-en-Provence, France, 19-21 mai.

Major, R. J. (2014). Does workplace spirituality help managing change? Shutting down a Hewlett-Packard division. *Convergence 2014 6th international Conference on Ethical Leadership: The Indian Way*, Bangalore, Inde, 9-10 janvier.

Montargot, N., & Sabouné, K. (2014). Réussir la diversité dans les entreprises par l'audit des attentes individuelles. *16ème Université de Printemps de l'IAS,* Pékin, Chine, 26-28 mai.

Soufflet E., Sabouné, K. (2014). La reconnaissance managériale comme caractéristique essentielle du contrat psychologique des agents publics : Le cas des collectivités territoriales françaises. *Colloque AIRMAP / Semaine du Management 2014*, Aix-en-Provence, France, 20-21 mai.

Tiberghien, B., Agopian, P., Rochet, C., & Saint, A. (2014). Réduction des dépenses de fonctionnement et gestion des sapeurs-pompiers volontaires : Les apports d'une démarche qualité. *Colloque AIRMAP / Semaine du Management 2014*, Aix-en-Provence, France, 20-21 mai.

Sous-axe 1.3. ***Finance***

Amar-Sabbah A., & Batteau P. (2014). Power and CEO compensation in the large French companies. *31st International Conference of the French Finance Association (Affi)*, Aix-en-Provence, France, 19-21 mai.

Bertrand, P., & Prigent, J-L. (2014). Equilibrium of Financial Derivative Markets under Portfolio Insurance Constraints. *3rd International Symposium in Computational Economics and Finance (ISCEF)*, Paris, France, 10-12 avril.

Bertrand, P., & Lapointe, V. (2014). How performance of risk-based strategies is modified by socially responsible investment universe?. *31st International Conference of the French Finance Association (Affi)*, Aix-en-Provence, France, 19-21 mai.

Du Boys, C. (2014). Caractériser la situation financière d'une collectivité : Consensus et divergences autour des objectifs et méthodes d'analyse financière, et de la réalité des risques financiers. *Colloque AIRMAP / Semaine du Management 2014*, Aix-en-Provence, France, 20-21 mai.

Maouchi, Y. (2014). The untold story of profit-and-loss sharing: An economic analysis of Islamic contractual liability. *11th Harvard University Forum on Islamic Finance*, Cambridge, Etats-Unis, 24-27 avril.

Masmoudi, S. (2014). The contagion of investors' anticipations: A network approach. *Inauguration de l'ISC-PIF (Institut des systèmes complexes)*, Paris, France, 6 mars.

Masmoudi, S. (2014). Contagion of agents' anticipations in financial markets: A network based approach. *Séminaire à ICN Business School*, Nancy, France, 10 avril.

Masmoudi, S. (2014). Networks and imitations in an agent based asset market. *31st International Conference of the French Finance Association (AFFI)*, Aix en Provence, France, 19-21 mai.

Sous-axe 1.4. ***Éthique et Responsabilité Sociale des Organisations***

Arnaud, A., & Olivero, J. (2014). Dynamiques urbaines face aux nuisances et risques industriels. *Séminaire de restitution des projets lauréats ECCOREV 2012*, Aix-en-Provence, France, 20 février.

Dherment-Férère, I., &Van Hoorebecke, D. (2014). Prise de décisions « durables » : La rationalité en question et le rôle des émotions, une application au secteur public de la santé. *Colloque AIRMAP / Semaine du Management 2014*, Aix-en-Provence, France, 20-21 mai.

NOMINATIONS, PRIX ET RECOMPENSES

AVIER G., a été **qualifié par le CNU** section 06

BAGEAC D., a été **qualifié par le CNU** section 06

BENTATA P., a été **qualifié par le CNU** section 06

BUF A., a été **qualifiée par le CNU** section 06

CHAMEROY F., a été **qualifiée par le CNU** section 06

GOUDARZI K., a obtenu sa **HDR en Sciences de Gestion**, à l'Université Paris-Dauphine. Titre : Co-production et gestion de la relation client en management des services.

LEMAITRE N., a été **qualifiée par le CNU** section 06

LIMERAT J., a été **qualifiée par le CNU** section 06

MESSAOUDENE L., a été **qualifiée par le CNU** section 06

MO T., a été **qualifiée par le CNU** section 06

OLIVERO J., a été **qualifiée par le CNU** section 06

PETERSON J., a été **qualifié par le CNU** section 06

RICARD A., a reçu le **prix de thèse FNEGE ATLAS-AFMI** pour sa thèse, soutenue à l'IAE en 2012 : "Etude des facteurs endogènes de la décision: une application à la décision d'internationaliser des responsables de PME". Directeur de thèse : Emmanuelle Reynaud.

SOUFFLET A., a été **qualifiée par le CNU** section 06

Sous-axe 1.5. ***Stratégie Territoriale***

Aillaud, E., & Peres, R-L. (2014). Actions publiques et innovations dans le fonctionnement de réseaux agricoles périurbains. Le cas de la Ferme des Jonquiers. *Colloque AIRMAP / Semaine du Management 2014*, Aix-en-Provence, France, 20-21 mai.

Alaux, C., Serval, S., & Zeller, C. (2014). Le marketing territorial des petits et moyens territoires : Identité, image, et relations. *Colloque AIRMAP / Semaine du Management 2014*, Aix-en-Provence, France, 20-21 mai.

Arnaud, C., Olivaux, M., Fouchet, C., & Gomez-Colombani, A. (2014). Enjeux et dynamique de la gouvernance d'un méga évènement culturel, approche longitudinale de « Marseille-Provence 2013, Capitale Européenne de la Culture ». *Colloque AIRMAP / Semaine du Management 2014*, Aix-en-Provence, France, 20-21 mai.

Fouchet, R. (2014). Méthodologies d'évaluation des politiques publiques pour les gouvernements de transition. *Jasmine Foundation La Gouvernance Publique en Phase de Transition Démocratique : Méthodologies et Approches d'Evaluation*, Tunis, Tunisie, 17 avril.

Fouchet, R. (2014). Public management education programme. *Middle East & North Africa Conference for Public Administration Research*, Manama, Royaume du Bahrain, 23-24 avril.

Fouchet, R. (2014). *Research in public management. Middle East & North Africa Conference for Public Administration Research*, Manama, Royaume du Bahrain, 23-24 avril.

Grenier, C., Rimbert-Pirot, A-G. (2014). Territorialisation de l'action publique entre outil et territoire – Cas de la mise en place d'une CHT. *Congrès ARAMOS*, Marseille, France, 23 mai.

Hernandez, S., Belkaid, E. (2014). Capitales culturelles : Quelles attentes en termes de retombées collectives ? Une analyse lexicale multidimensionnelle : Tlemcen 2011 et Marseille 2013. *Colloque AIRMAP / Semaine du Management 2014*, Aix-en-Provence, France, 20-21 mai.

Serval, S. (2014). Construction et déconstruction du concept d'ancrage territorial des EMN locales. *Colloque AIRMAP / Semaine du Management 2014*, Aix-en-Provence, France, 20-21 mai.

Soldo E., Arnaud C. (2014). L'évaluation « chemin-faisant » : Une démarche qui favorise la gestion démocratique des projets culturels. *Colloque AIRMAP / Semaine du Management 2014*, Aix-en-Provence, France, 20-21 mai.

Soldo, E., & Moustier, E. (2014). Processus démocratiques et culture en Méditerranée. *Colloque AIRMAP / Semaine du Management 2014*, Aix-en-Provence, France, 20-21 mai.

Sous-axe 1.6. ***Processus managériaux et processus décisionnels***

Arnaud, C., Huchard, M., Olivaux, M., & Soufflet, E. (2014). Enjeux managériaux des structures associatives soumises à une hybridation bénévolat-salariat. *Colloque AIRMAP / Semaine du Management 2014*, Aix-en-Provence, France, 20-21 mai.

Bageac, D., Reynaud, E., & Fortun, S. (2014). Organizational aspects of open innovation. *The 2014 R&D Management Conference*, Stuttgart, Allemagne, 3-6 juin.

Batteau, P., & Boutin, N. (2014). BIOMAN project (Biodiversity-Management): Territorial management of biodiversity in a context of growing urbanization and intense interactions man-nature. A multi-site analysis. *Workshop ECCOREV, Vulnerability of Terrestrial and Aquatic Ecosystems, Management of Biodiversity*, Marseille, France, 7 janvier.

Boutin, N. (2014). Biodiversity Management – BEST and DIVIN projects : Biodiversity issue in decision making process. *IMBE Workshop*, Aix -en-Provence, France, 6 février.

Le Pennec, E., & Reynaud, E. (2014). Dans quel réseau les PME s'intègrent-elles lors de leur implantation sur un territoire étranger?. *23ème Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique (AIMS)*, Rennes, France, 26-28 mai.

AGENDA DU CERGAM

L'Institut de Management Public et Gouvernance Territoriale, IMPGT – Aix Marseille Université, accompagné du Groupe Européen pour l'Administration Publique, GEAP et de de l'ENA France, organise la

7ème édition du Dialogue Euro Méditerranéen de Management Public (MED7), les 8, 9 et 10 octobre 2014 à Rome,

avec l'Université Tor Vergata et l'Ecole d'Administration Italienne SNA, Autour du thème *« Gouvernance sociétale et management public innovant: Quels enjeux au sein de la zone Euro MENA?»*

Ce MED 2014 sera l'occasion d'une réflexion d'ouverture de notre espace méditerranéen à l'espace Moyen Orient. Les derniers mouvements démocratiques dans le Nord de la Méditerranée et l'Egypte mettent en avant la consolidation d'un monde arabe où le champ public est largement interrogé et les échanges de plus en plus structurants.

Plus d'informations sur www.med-eu.org/2014

Norheim-Hansen, A. (2014). From large to small environmental reputation asymmetry and strategic alliance performance: A theoretical investigation. *International Association for Business & Society Annual Conference (IABS)*, Sydney, Australie, 19-22 juin.

Reynaud, E., & Walas, A. (2014). Communication sur la RSE dans le processus de légitimation de la banque. *23ème Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique (AIMS),* Rennes, France, 26-28 mai.

Ricard A. (2014). Reviewing researches on SME internationalization: A critical analysis on past achievements. *4ème Conférence Annuelle d'Atlas/ AFMI*, Marseille, France, 19-21 mai.

Rochet, C., Saint, A., & Agopian, P. (2014). Contributions of an "HRO culture" in the management of catastrophic accident: The case of French rescue teams. *Congrès de l'IIAS-IISA*, Ifrane, Maroc, 13-17 juin.

Veret, M., Bidan, M. & Grenier, C. (2014). Facteurs de succès ou d'échec de la mise en œuvre des dossiers électroniques de santé. Une approche exploratoire des avis sur les réseaux sociaux par une analyse textuelle à l'aide du logiciel Iramuteq. 19ème *Colloque de l'Association Information et Management (AIM),* Aix-en-Provence, France, 20-21 mai.

AXE 2 - Management des marques : services et produits

Sous-axe 2.1. ***Management des relations consommateurs – marques***

Alemany Oliver, M. (2014). Childlike euphoria consumption and the redefinition of adulthood. *Consumer Culture Theory Conference (CCT),* Helsinki, Finlande, 26-29 juin.

de Barnier, V., Salgado, S., & Guerrin, A.M. (2014). Consumer co-creation as an experience: What are the dimensions at stake in an ideation challenge?. *43rd European Marketing Academy Conference (EMAC) Conference*, Valence, Espagne, 3-6 juin.

Chameroy, F. (2014). Les labels sont-ils des marques ? Construction d'un cadre conceptuel pour les labels à partir de l'avis d'experts en marketing. *30ème Congrès International de l'Association Française du Marketing (AFM)*, Montpellier, France, 14-16 mai.

Cova, B., & Cova, V. (2014). The dissemination of CCT knowledge through applied journals. *Consumer Culture Theory Conference (CCT),* Helsinki, Finlande, 26-29 juin.

Cova, V., & Kreziak, D. (2014). (C)Upcycling. *Consumer Culture Theory Conference (CCT)*, Helsinki, Finlande, 26-29 juin.

Khenfer, J., Shepherd, S., & Kay, A. C. (2014). Religious responses to "selling happiness": Negative consequences for attitude toward the ad and attitude toward the brand. *43rd European Marketing Academy Conference (EMAC) Conference*, Valence, Espagne, 3-6 juin.

Le Bon, J., & Merunka, D. (2014). Engaging Customer Preference through Trade Credit: An Investigation of the Impact of Payment Terms on Brand Equity. *2014 Academy of Marketing Science Conference*, Indianapolis, Etats-Unis, 21-23 mai.

Magnoni, F., Valette-Florence, P., & Roux, E. (2014). Are you really sure to stretch luxury brands down the market? *Monaco Symposium on Luxury*, Monaco, 10-11 avril.

Moulins, J-L., Roux, E., & Diallo, N. (2014). Un modèle tridimensionnel des relations à la marque : De l'image de marque à la fidélité. *30ème Congrès International de l'Association Française du Marketing (AFM),* Montpellier, France, 14-16 mai.

Mugnier, G., Tafani, E. & Roux, E. (2014). Une extension du modèle Connection-Prominence Attachment incluant les rôles de la dépendance, de la confiance et de la distinctivité de la marque. *30ème Congrès International de l'Association Française du Marketing (AFM),* Montpellier, France, 14-16 mai.

Payaud, M., & Merunka, D. (2014). Strategic management of BoP initiatives: An empirical application to the case of company Nestlé in Africa. *Africa Academy of Management Conference*, Gaborone, Botswana, 8-12 janvier.

Payaud, M., Sogbossi Bocco, B., & Merunka, D. (2014). L'attitude par rapport à l'éthique dans les affaires dans les secteurs formel et informel de l'économie : Une investigation empirique dans trois pays africains. *2ème Conférence Africaine de Management*, Cotonou, Benin, 8-11 mai.

Petit, O., Merunka, D. and O. Oullier (2014). Adapting communication messages to reward and punishment sensitivity of targeted audiences in fighting obesity. *2014 Academy of Marketing Science Conference*, Indianapolis, Etats-Unis, 21-23 mai.

Pham, M., & Valette Florence, P. (2014). Luxury fashion brand equity: A new approach applied to luxury brands. *Monaco Symposium on Luxury*, Monaco, 10-11 avril.

Salgado, S., & de Barnier, V. (2014). What is the right reward for product creativity during an idea generation contest: Monetary, reputational or brand feedback?. *43rd European Marketing Academy Conference (EMAC) Conference*, Valence, Espagne, 3-6 juin.

Sous-axe 2.2. ***Management des services***

Nicod, L. (2014). How does Customer participation support influence customer profibability?. *13th International Services Management La Londe Conference*, La Londe, France, 27-30 mai.

AXE 3 - Management des espaces numériques de l'entreprise et des médias

Sous-axe 3.1. ***TIC, innovation et internationalisation***

Diallo, M., F., Sall, D.F., & Seck, A-M. (2014). L'innovation dans les centres commerciaux : Application à un pays moins avancé. *30ème Congrès International de l'Association Française du Marketing (AFM),* Montpellier, France, 14-16 mai.

Sghari, A., Chaabouni, J., & Baile, S. (2014). Communication et processus explicatifs du changement : Etude de cas. *23ème Conférence de l'IBIMA*, Valence, Espagne, 13-14 mai.

Sghari, A., Chaabouni, J., & Baile, S. (2014). Capacité, leadership et processus explicatifs du changement : Cas d'un projet de refonte de système d'information. *23ème Colloque de l'AIM*, Aix-en-Provence, 19-23 mai.

Sous-axe 3.2. ***Veille stratégique, système d'information et réseaux sociaux***

Aldebert, B., Amabile, S., & Haller C. (2014). Les entrepreneurs face à la dialectique causal/effectual : Le cas de la filière vitivinicole provençale. *Colloque AEI / AIREPME,* 23 mai, Marseille, France, 23 mai.

Aldebert, B., Bertrand, D., Monnoyer, M.C. & Seck, A.M. (2014). Portails Technologiques Collaboratifs (PTC) et création de valeur dans la relation entre deux grandes entreprises françaises et leurs fournisseurs : Une étude exploratoire. *19ème Colloque de l'Association Information et Management (AIM 2014),* Aix-en-Provence, 20-21 mai.

Janawade, V., Bertrand, D., Léo, P-Y., & Philippe J. (2014). Customer Perceived Value of Networked Services: an Assessment of Airlines Alliances by Consumer. *3rd Conference of Latin America Network for Research in Services*, Mexico, Mexique, 13-14 mars.

Janawade, V., Bertrand, D., Léo, P-Y., & Philippe, J. (2014). L'évaluation des « méta services » par les consommateurs : Le cas des alliances aériennes. *Colloque International Services et Distribution dans les Pays Emergents*,.Oran, Algérie, 24-25 juin.

CAHIERS DE RECHERCHE

AXE 1 - Stratégie et gouvernance des organisations publiques et privées

Sous-axe 1.3. ***Finance***

Masmoudi, S. (2014). Chartists and fundamentalists in an agent-based herding model. *CERGAM Working Paper*, n°944.

Sous-axe 1.5. ***Stratégie territoriale***

Soldo, E. (coord.), Keramidas, O., Arnaud, C., Tiberghien, B., Alaux, C., Serval, S., Hernandez, S. & Moustier, M. (2014). Pays d'Aix : Quel territoire pour les musiques actuelles ? Diagnostic fonctionnel du secteur et des filières Musiques Actuelles. *Rapport de synthèse, Evaluation chemin faisant menée en partenariat entre le CERGAM et la CPA et démarche d'accompagnement de la concertation territoriale lancée par la CPA sur ce domaine*.

Sous-axe 1.6. ***Processus managériaux et processus décisionnels***

Bageac, D., Reynaud, E., & Fortun, S. (2014). Organizational aspects of open innovation. *CERGAM Working Paper*, n°941.

Dietsch, D. (2014). La connaissance informelle : Ressource oubliée du processus d'innovation ouverte. *CERGAM Working Paper*, n°942.

AXE 2 - Management des marques : services et produits

Sous-axe 2.1. ***Management des relations consommateurs – marques***

Alemany Oliver, M., & Roux, E. (2014). Il était une fois... L'avènement de l'Homo Puer dans la société postmoderne. *CERGAM Working Paper*, n° 934.

Cambefort, M., & Roux, E. (2014). La résistance des leaders d'opinion : Le cas de l'association Greenpeace et des OGM. *CERGAM Working Paper*, n°935.

Khenfer, J., Shepherd, S., & Kay, A. C. (2014). Religious responses to "Selling Happiness": Negative consequences for attitude toward the ad and attitude toward the brand. *CERGAM Working Paper*, n°940.

Mugnier, G., Tafani, E., & Roux, E. (2014). Une extension du modèle Connexion-Prominence Attachment incluant les rôles de la dépendance, la confiance et la distinctivité de la marque. *CERGAM Working Paper*, n°938.

BOURSES DE RECHERCHE

Bourse de recherche CNRS/INEE-ROHM 2014, **Quels leaders pour relever le défi écologique ? Le cas des dirigeants d'entreprises du bassin minier de Provence,** Appel à projets de recherche OHM-Bassin Minier de Provence 2014, en collaboration avec M. Marais (Sup de Co Montpellier, GRM).

Bourse de recherche CNRS/INEE-ROHM 2014, **Contextes institutionnels et sensibilité à la gestion de la biodiversité par les acteurs publics et privés du territoire Bassin Minier de Provence. Étude exploratoire sur trois cas industriels**, Appel à projets de recherche OHM-Bassin Minier de Provence 2014, en collaboration avec S. Gachet (IMBE), N. Boutin (IMPGT-CERGAM-IMBE), et J.C. Raynal (IMBE-ECCOREV).

Petit, O., Merunka, D., & Oullier, O. (2014). Adapting communication messages to reward and punishment sensitivity of targeted audiences in fighting obesity. *CERGAM Working Paper*, n°943.

Pham, M., & Valette-Florence, P. (2014). Luxury fashion brand equity: A new approach applied to luxury brands. *CERGAM Working Paper*, n°936.

Salgado, S., & de Barnier, V. (2014). Creativity in new product development with communities: The role of cognition and emotions. *CERGAM Working Paper*, n°937.

Salgado, S., & de Barnier, V. (2014). What is the right reward for product creativity during an idea generation contest: Monetary, reputational, or brand feedback?. *CERGAM Working Paper*, n°939.

PARTICIPATION / ORGANISATION

Le **CERGAM et l'IMPGT** ont été représentés le 24 avril dernier par le **professeur Robert Fouchet** à l'invitation du BIPA (Institut d'Administration Publique du Royaume du Bahreïn) pour la première **réunion du MENAPAR** (Public Administration Research for MENA region) ; ce groupe rassemblant des académiques et des professionnels autour de la recherche en management public des pays du Golfe et de la Méditerranée. **A terme, la création d'un centre de recherche en management public est envisagée, qui pourrait être piloté par le CERGAM**.

En partenariat avec KEDGE Business School, le CERGAM et l'IMPGT organiseront la **Conférence 2015 de l'Association Internationale de Management des Arts et de la Culture (AIMAC)** après avoir remporté l'appel à candidatures. Réunissant quelques 200 chercheurs du monde entier, cette conférence prestigieuse est une première pour la France après Bogota 2013, Anvers 2011, Dallas 2009, Valence 2007, Montréal 2005 et Milan 2003.

Comité éditorial
Mathieu Alemany, Catherine Aviles, Marius Bertolucci, Marine Cambefort, Grégory Mugnier, Aurélie Walas.

Pour contacter le comité éditorial: lettre-cergam@iae-aix.com

Directeur

Pierre-Xavier MESCHI
pierre-xavier.meschi@iae-aix.com
+33 (0)4 42 28 08 22

Comité Scientifique

Serge AMABILE
serge.amabile@univ-amu.fr
+33(0)4 42 21 94 66

Robert FOUCHET
robert.fouchet@univ-amu.fr
+33(0)4 42 17 05 54

Elyette ROUX
elyette.roux@iae-aix.com
+33 (0)4 42 28 08 20

Responsable administrative

Marie LAVIRON
marie.laviron@iae-aix.com
+33 (0)4 42 28 12 08

IAE Aix — Aix-Marseille Graduate School of Management, Aix-Marseille Université
IMPGT — Institut de Management Public et Gouvernance Territoriale, Aix-Marseille Université
Faculté d'Économie et de Gestion, Aix-Marseille Université