

La lettre du CERGAM

N° 30 - JUILLET 2011

SOMMAIRE

| | |
|--|---|
| Edito | 1 |
| Soutenances de thèses | 1 |
| Ouvrages & Chapitres d'ouvrages | 2 |
| Articles | 3 |
| Communications | 3 |
| Cahiers de recherche | 5 |
| Nominations, prix et récompenses | 5 |
| Participation / Organisation | 5 |
| Séjours de recherche | 6 |

SOUTENANCES DE THÈSES

ALAUX, Christophe : « L'impact des instruments des politiques publiques environnementales sur le processus de décision du consommateur: l'achat de voitures à faible émission de carbone ». Thèse soutenue le 5 mai 2011.

Directeurs de recherche : Robert FOUCHET et Jean-Louis MOULINS.

Jury : Emmanuelle REYNAUD, Jean DESMAZES, Jean-François TRINQUECOSTE, Geert BOUCKAERT.

Résumé : Les politiques publiques environnementales cherchent à impacter des comportements de consommation. Néanmoins, la relation causale entre l'action publique mise en œuvre et le changement de comportement se caractérise par des discontinuités. Elle doit donc être approfondie en combinant l'angle d'analyse des politiques publiques et du processus de décision du consommateur. En effet, ce dernier dépend également d'autres déterminants psychosociaux et d'autres facteurs contextuels. L'impact spécifique des instruments des politiques publiques doit cependant pouvoir y être distingué.

Notre étude sur la politique publique environnementale française visant à l'acquisition de voitures à faibles émissions de carbone permet de comprendre l'impact des instruments des politiques publiques sur le processus de décision d'achat du consommateur. En effet, l'attitude envers les instruments de l'action publique produit des effets sur le processus de décision du consommateur. Cet impact n'est pas direct, mais il modère les relations causales entre les principaux déterminants du comportement. Ces effets modérateurs dépendent de la nature psychologique ou structurelle des instruments des politiques publiques qui impactent des relations spécifiques du processus de décision du consommateur.

Mots-clés: Marketing public, Management public, Politique publique, Instruments, Environnement, Processus de décision, Comportement du consommateur.

FAROOQ, Muhammad Omer : « Responsabilité Sociale et Management des Parties Prenantes : Différentes Perspectives et Nouveaux Axes de Recherche ». Thèse soutenue le 17 Juin 2011.

Directeur de recherche : Emmanuelle REYNAUD.

Jury : Jean-Louis CHANDON (co-directeur de recherche), Olivier FURRER, Miguel RIVERA.

Résumé : Les objectifs principaux de cette thèse sont i) d'examiner comment la Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE) affecte les relations avec les parties prenantes, ii) d'identifier les conditions aux limites dans lesquelles les actions de la RSE affectent les relations avec les parties prenantes de façon optimale, et iii) proposer les solutions pour améliorer la RSE dans les firmes. Afin d'atteindre ces objectifs, quatre études empiriques ont été effectuées dans l'Asie du Sud. Les données ont été collectées à travers une série de questionnaires envoyée aux managers de haut niveau, employés et consommateurs. Les résultats démontrent un effet positif de la RSE sur les parties prenantes. La RSE n'est pas seulement importante pour les parties prenantes externes (consommateurs) mais aussi facilite le développement de bonnes relations entre la firme et ses parties prenantes internes (employés). Les conclusions de cette recherche soulignent le rôle important de la participation des employées dans le processus de prise de décision afin d'améliorer la RSE dans les firmes. En outre, la thèse souligne l'importance de la confiance des consommateurs envers l'entreprise ainsi que la satisfaction des consommateurs afin d'optimiser les conséquences de la RSE sur les relations avec les parties prenantes.

Mots clés: Responsabilité Sociale de l'Entreprise, Management des Parties Prenantes, Échange Social, Identité Sociale, Relations avec les employés, Relations avec les Consommateurs, et Théorie du Jugement Social.

EDITORIAL

Si l'environnement des entreprises est de plus en plus compétitif, celui des institutions d'enseignement et de recherche l'est également. Classement des Universités, des diplômés, des laboratoires de recherche,...

Pour les laboratoires, l'organisme évaluateur est l'AERES, agence d'évaluation de la recherche et de l'enseignement supérieur. Il mandate un comité de visite constitué d'experts pour examiner in situ l'activité du laboratoire sur les quatre dernières années et son projet de développement pour les quatre ans à venir. Cette évaluation a eu lieu en novembre, et le rapport de visite de l'AERES nous a été communiqué en mai.

Le CERGAM a ainsi obtenu la note A.

Le rapport souligne la taille critique de l'unité et ses capacités à développer une réelle dynamique de recherche dans chacun des trois axes :

- Stratégie, décisions et contrôle des organisations publiques et privées
- Management des marques : services et produits
- Management des espaces numériques des entreprises et des média

Il met l'accent sur les points forts du laboratoire, résidant dans le dynamisme et la notoriété scientifique de nombreux chercheurs, la qualité de l'environnement et les moyens matériels. Il considère que chacun des trois axes est construit de façon cohérente sur le plan scientifique, permettant l'intégration et la mobilisation des chercheurs de différents champs disciplinaires, tout en relevant que les contributions respectives de chacun des axes gagneraient être plus équilibrées.

Il met en évidence que le flux de doctorants et le nombre de thèses soutenues donnent au CERGAM une très forte visibilité au plan national pour la formation des docteurs, et que ce vivier est une source réelle de dynamisme pour le laboratoire. Il formule enfin des recommandations d'actions.

Notre appropriation de ces actions permettra de mieux valoriser à l'avenir les recherches et le développement du CERGAM afin d'en assurer un succès et une notoriété croissants.

Elyette ROUX, Directeur du CERGAM

KAMMOUN, Radhouane : « Étude de l'évaluation des titres intercotés dans un contexte d'asymétrie d'information : cas des entreprises européennes intercotées au Nasdaq ». Thèse soutenue le 12 Février 2011.

Directeur de recherche : Pierre BATTEAU.

Jury : Alain GED, Daniel BARBE, Eric MOLAY.

Résumé : L'intercotation au Nasdaq est une bonne opportunité à l'entreprise européenne de se développer aux Etats-Unis et d'accéder à un marché liquide. Elargir sa base d'investisseurs, lever des fonds à un coût moindre pour réaliser de nouveaux projets et réduire les barrières géographiques et législatives, sont parmi les principaux avantages de l'intercotation.

A travers un modèle théorique et une étude empirique sur un échantillon d'entreprises en provenance de pays européens et intercotées au Nasdaq, nous étudions l'impact de l'intercotation sur la performance des entreprises. D'un point de vue investisseur, le titre intercoté représente une opportunité de diversification et permet d'atténuer l'effet « home bias ». L'intercotation est une preuve de compétitivité de l'entreprise. La cotation au Nasdaq procure à l'entreprise plus de visibilité et lui permet d'attirer de nouveaux investisseurs. Les caractéristiques spécifiques à l'entreprise tels que la taille ou le secteur d'activité influencent les bénéfices de la l'intercotation.

Mots clés : Intercotation, Asymétrie d'information, NASDAQ, Taille, Secteur d'Activité, ratio Book-to-Market, Données de panel.

LE BON, Caroline : « Le capital de mode : Un nouveau concept pour comprendre et expliquer le comportement du consommateur de produits de mode ». Thèse soutenue le 23 Juin 2011.

Directeur de recherche : Dwight MERUNKA

Jury : Jean-Jack CEGARRA, Jean-Louis CHANDON, Pierre VALETTE-FLORENCE

Résumé : La mode est partout, recouvre de nombreux secteurs, produits, et concerne de près ou de loin de nombreux individus. La fidélité aux produits de mode soulève différentes interrogations concernant ce qui incite le consommateur à les choisir, à rester fidèle à la mode. Cependant nous n'avons pas relevé d'approche se rapportant à une explication de cette fidélité basée sur les valeurs apportées par la mode au produit. L'analogie par rapport au capital de marque (Keller, 1993), nous incite à penser que de manière similaire à la marque, la mode apporte de la valeur ajoutée au produit. L'analyse qualitative menée confirme les valeurs ajoutées par la mode au produit que nous avons identifiées. Les résultats de l'étude empirique menée auprès de suiveurs nous permettent d'avancer que les valeurs ajoutées par la mode contribuent au développement d'un attachement et d'une fidélité de la part de l'individu à l'égard de la mode. Notre recherche propose ainsi une explication de la fidélité à la mode grâce au capital de mode.

MAJIDI, Moulay Errachid : « De l'impact de la démocratie et des dictatures sur le processus de développement économique : une analyse historique et institutionnelle ». Thèse soutenue le 15 février 2011.

Directeur de recherche : Jean-Yves NAUDET.

Jury : Jacques BRASSEUR, Bertrand LEMENNICIER, Jean-Louis MARGOLIN, Pierre GARELLO.

MALYADI, RACHI Sanaa : « Aménagement du territoire au Maroc : infrastructures de transport et disparités régionales ». Thèse soutenue le 21 mai 2011.

Directeur de recherche : Jean-Pierre CENTI.

Jury : Gilles PACHE, Xavier PERALDI, Joël-Thomas RAVIX.

MAMLOUK, Lamia : « Les déterminants du report de l'achat en ligne ». Thèse soutenue le 3 juin 2011.

Directeur de recherche : Jean-Louis CHANDON

Jury : Jean-Philippe GALAN, Agnès HELME-GUIZON, Jean-François LEMOINE, Dwight MERUNKA.

Résumé : Cette thèse participe à l'avancement des travaux en marketing sur le comportement d'achat et de report sur Internet. Elle propose une nouvelle vision du concept de report d'achat et de celui de la procrastination de l'achat et contribue à l'identification des causes du report de l'achat en ligne. Outre la mise en valeur des causes de report subi, les résultats de la recherche montrent l'importance de cinq causes de report choisi de l'achat en ligne : La non-urgence, l'incertitude du besoin, le risque de la réalisation immédiate, la complexité et le trait de procrastination de l'acheteur en ligne.

La thèse propose deux modèles, général et parcimonieux de la durée du report de l'achat en ligne. Elle propose, également, plusieurs leviers opérationnels pour contrecarrer le report de l'achat en ligne.

Mots clés : Report d'achat, Procrastination, Internet, E-commerce, Taux de transformation, Taux de conversion, Durée du processus d'achat, Comportement du consommateur.

SCOTTI, Nelly : « Manager la relation de service dans les organisations publiques en mutation ou comment donner du sens au travail relationnel : les cas de La Poste et de la SNCF ». Thèse soutenue le 27 Juin 2011.

Directeur de recherche : Robert FOUCHET

Jury : Martine BRASSEUR, Laurent BIBARD, Anne DRUMAUX, Jean-Rodolphe LOPEZ

OUVRAGES & CHAPITRES D'OUVRAGES

Dufour L., Peretti J.M. et Serrano Archimi C. (2010), Opportunités et opportunités dans les organisations, in A. Banoun et L. Dufour (coord.), *L'opportunisme. Une approche pluridisciplinaire*, éditions Hermès Science Publishing, 229-240.

Keramidas O, Scotti N et Bageac D. (2011), L'éthique en matière de développement durable, in Boisvert Y (coord), *L'éthique et le management public : chantiers, défis et enjeux*, ENAP, Liber éditions.

Lipovetsky G. et Roux E. (2011), *Le luxe éternel*, traduction portugaise, Éditions Ediçoes 70 Lisbonne (sous presse).

Marais M, Hernandez S et Keramidas O. (2011), Sustainable Scanning in a Network: an Ambitious Project for Company/territory Synergies Creation, in Lesca N (coord.), *Strategic scanning and sustainable development*, Ch.6, Dunod.

Naudet J-Y. (2011), articles « corporatisme » et « éthique des affaires », in J-P Deschodt, G. Bernard et M. Verpeaux (coord.) *Dictionnaire politique et administratif*, éditions PUF.

Naudet J-Y. (2011), *Rapport introductif de l'ouvrage Ethique et fiscalité*, Actes du colloque d'Aix-en-Provence des 24 et 25 juin 2010, Collection du Centre d'Éthique Économique, éditions PUAM.

Naudet J-Y. (2011), Un exemple d'apport des prêtres et des évêques à la naissance de la Doctrine Sociale de l'Église : le débat École d'Angers-École de Liège, in *Le sacerdoce ministériel du prêtre catholique*, ICES, Editions CUJAS, 91-102.

Reynaud E. (coordonné par) (2010), *Stratégies d'entreprises en développement durable*, Paris, L'Harmattan.

Serrano Archimi C. (2010), *Cynisme instrumental. Quand les managers perçoivent leurs dirigeants comme cyniques. Effet sur leurs comportements au travail*, Editions Universitaires Européennes.

Véran L. (2010), De la décision rationnelle à la décision relationnelle. Un essai à partir de trois observations cliniques, in M.Amblard (coord.), *La rationalité. Mythes et réalités*, Paris, L'Harmattan.

Véran L. (2010), Intention et décision : modalités et limites de l'expérimentation décisionnelle, deuxième chapitre de l'ouvrage collectif *L'intention en Sciences de Gestion*, Presses Universitaires de Rennes.

Véran L. (2011), *Rapports langagiers, connaissance non neutre et rationalité dans les organisations*, in I. Behr, D. Hentschel, M. Kauffmann, P.Fargesn, C.Lang (coord.), *Langue, économie, entreprise*. Gérer les échanges, Paris, Presses Sorbonne Nouvelle.

Véran L. et Maltese L. (2010), *Managing and Modeling the Combination of Resources in professional Sporting Events*, in S. Butenko, J.Gil-Lafuente and P.M. Pardalos (coord.), *Optimal Strategies in Sports Economics and Management*, Springer, 61-86

ARTICLES

Amabile S., Laghzaoui S. et Boudrandi S. (2011), Pratiques de veille stratégique par les PME exportatrices, *Revue Management & Avenir*, 42.

Bageac D., Furrer O. et Reynaud E. (2011), Management Students' Attitudes toward Business Ethics: a comparison between France and Romania, *Journal of Business Ethics*, 98, 3, 391-406.

Balassiano M., Tavares E. et Pimenta R.C. (2011), Estresse Ocupacional na Administração Pública Brasileira: Quais Os Fatores Impactantes? *Revista de Administração Pública*, 45, 3.

Camelis C. et Llosa S. (2011), Intégrer l'expérience dans la gestion de l'image de la marque de service, *Décisions Marketing*, 61, 11-22.

Grenier C. et Gambarelli F. (2011), Peut-on gérer l'image corporative pour gérer les parties prenantes ? Le cas d'un établissement de prise en charge des personnes âgées, *Revue Gestion 2000*, 3.

Laghzaoui S. (2011), SMEs Internationalization: An analysis with the concept of resources and competencies, *Journal of Innovation Economics*, 7, 181-196.

Meier O. et Meschi P-X. (2011), Approche intégrée ou partielle de l'Internationalisation des firmes : les modèles Uppsala (1997 et 2009) face à l'approche « International New Ventures » et aux théories de la firme, *Management International*, 15, 1, 11-18.

Meschi P-X. et Métais E. (2011), Do Firms Forget about Their Past Acquisitions? Evidence from French Acquisitions in the United States (1988-2006), *Journal of Management*, February 22, 2011 doi:10.1177/0149206310392574.

Meschi P-X. et Métais E. (2011), Les Firmes apprennent-elles de leurs Echecs d'Acquisition ? *Finance Contrôle Stratégie*, 13, 4, 5-31.

Meschi P-X. et Tapia-Moore E. (2011), Vitesse et Mode d'Internationalisation des PME, *Management International*, 15, 1, 87-98.

Morais K.M.N. et Tavares E. (2011), Uso da Tecnologia da Informação na Gestão da Cadeia de Suprimentos em São Luís do Maranhão e Oportunidades para o Desenvolvimento de Fornecedores Locais, *Revista Interações*, 12, 2.

Reynaud E. (2011), A 21st Century Assessment of Values Across the Global Workforce, *Journal of The business Ethics*, in press.

Serrano Archimi C. (2011), Cynisme "instrumental" dans l'organisation : définition, mesure et conséquences, *Revue Vie & Sciences Economiques*, (sous presse).

Tavares E. et Thiry-Cherques H.R. (2011), Interaction Between Information Systems and Work in The Brazilian Banking Sector, *Revista de Administração de Empresas*, 51, 1, 84-97.

Wassmer U. and Meschi P.X. (2011), The Effect of Code-Sharing Alliance Formations and Terminations on Firm Value, *Journal of Air Transport Management*, Vol. 17(5), pp. 305-308.

ARTICLES A PARAITRE

Hafsa H. and Hmaied D. (2012), Are Downside Higher Order Components priced?: Evidence from the French Market., *The International Journal of Business and Finance Research*, March 2011, à paraître en Janvier 2012.

COMMUNICATIONS

Albert N., Merunka D. et Valette-Florence P. (2011), Consumer Passion for a Brand: the Importance of Brand Relationship Constructs, *Second International Colloquium on Consumer Brand Relationships*, Winter Park, FL, USA, March.

Albert N., Merunka D. et Valette-Florence P. (2011), Passion for a Brand: Concepts and Consequences, *The 2011 La Londe Conference in Communications and Consumer Behavior*, La Londe les Maures, France, May 31- June 3.

Amabile S., Haller C., Meissonier R. et Boudrandi S. (2011), Veille stratégique et capacité d'absorption des informations: cas d'une filière vitivinicole, *16ème conférence AIM (Association d'Information et Management)*, IAE de Saint-Denis, Ile de la Réunion, France, 25-28 Mai.

Amabile S., Laghzaoui S. et Guechtouli M. (2011), Les pratiques de veille stratégique et engagement à l'international : Cas des PME exportatrices québécoises, *16ème Conférence AIM (Association Information Management)*, IAE de Saint-Denis, Ile de la Réunion, France, 25-28 Mai.

Amabile S., Mathieu A. et Boudrandi S. (2011), L'adoption d'innovation : approche par les figures imposées des référentiels gestionnaires, *20ème Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique (AIMS)*, Nantes, France, 6-8 Juin.

Arnaud C., Tiberghien B., Keramidias O. (2011), The impact of a cultural event on the governance system: an organizational and territorial system, *annual conférence EGOS*, workshop 47: Public Governance: A Kaleidoscope of Levels, Structures and Roles, Gothenburg, Suède, Juin.

Ashraf R. and Merunka D. (2011), Customer Company Identification & Brand Extension: The role of commitment, in Maja Makovec Brenčič, *40th EMAC Annual Conference Proceedings*, Ljubljana, Slovenie, May.

Bacelar C., Mo T., Roux E. et de Barnier V. (2011), How can Luxury Brands Cope with Negative Emotions Felt by the Very Rich? The Case of Affluent Chinese and Brazilian, *Colloque Luxe et Contrefaçon*, Genève, Suisse, Juin.

Bédard M. (2011), Risque systémique et stratégies de la firme, *Colloque de la libre entreprise : Stratégies et financements de la libre entreprise*, Aix-en-Provence, France, 20 Mai.

Bougi G., Buf A., Centi J-P. et Taranco A. (2011), The Impact of Voting Behavior on Decision Power within the ECB Governing Council : A Probabilistic Approach, *2011 Meeting of the European Public Choice Society*, Rennes, France, 28 Avril-1er Mai.

Bougi G., Buf A., Centi J-P. et Taranco A. (2011), The Impact of Voting Behavior on Decision Power within the ECB Governing Council : A Probabilistic Approach, *Journées de Microéconomie Appliquée*, Sousse, Tunisie, 2 et 3 Juin.

Bozzo C. et Ernez B. (2011), La fidélité du client industriel: le rôle du changement de valeur souhaité par le client et de la réactivité du fournisseur, *27ème Congrès International de l'Association Française du Marketing*, Bruxelles, Belgique, 18 - 20 Mai.

Camelis C, Dano F., Goudarzi K., Hamon V. et Llosa S. (2011), Et les autres clients alors ? Quels rôles jouent-ils dans la satisfaction des consommateurs pendant l'expérience de service ?, *27ème Congrès International de l'Association Française de Marketing*, Bruxelles, Belgique, 18 - 20 Mai.

Camelis C, Dano F., Hamon V. et Llosa S. (2011), How other customers influence client satisfaction during the service delivery, *2011 Academy of Marketing Science World Marketing Congress (WMC)* Reims Management School, Reims, Champagne, France, 19 - 23 Juillet.

Caraguel V. et Agostinelli S. (2011), Opérationnalisation d'une démarche qualité en e-learning sur le territoire des Balkans, *16ème conférence AIM (Association d'Information et Management)*, IAE de Saint-Denis, Ile de la Réunion, France, 25-28 Mai.

Chandon J.L., Diallo M.F. and Philippe J. (2011), Consumer choice of private label brands in the French market: proposition and

test of a partial mediation model, in Andréani J.C. and Collese U. (coord.), *Actes du 10ème Congrès International Marketing Trends*, Paris, France, 20-22 Janvier.

Cova V. et Mzahi C. (2011), The Use of Village Test in Interpretive Consumer Research, *6th Workshop on interpretative consumer research*, University of Southern Denmark, Odense, 6-7 Mai.

Cova V. et Mzahi C. (2011), Les différentes relations d'attachement lors d'une rencontre de service, *9ème Colloque International de l'Association Tunisienne de Marketing*, Hammamet, Tunisie, 8-9 Avril.

LA LONDE CONFERENCE

Du 31 mai au 3 juin 2011 s'est tenue à La Londe les Maures la 38^{ème} conférence internationale de recherche en communication et comportement du consommateur mieux connue sous le nom « La Londe Conference ». Cet événement est organisé tous les ans par l'Institut d'Administration des Entreprises d'Aix-en-Provence, alternant une année sur la thématique de la communication et du comportement du consommateur, une année sur la thématique des services.

Le professeur Michel Tuan Pham de l'université de Columbia, New York aux États-Unis ainsi que le professeur Siegfried Dewitte de l'université catholique de Louvain en Belgique ont tous deux présidé la conférence. Le professeur Norbert Schwarz de l'université du Michigan aux États-Unis a présenté, en tant que Keynote Speaker, « Embodiment in judgment and decision making » lors d'une session spéciale.

Sur 85 papiers soumis cette année, seulement 40 ont été choisis pour être présentés lors de la conférence. Une sélection de ces papiers sera publiée dans un numéro spécial de « Journal of Business Research ». L'article des professeurs Keith Wilcox, Anne L. Roggeveen et Dhruv Grewal, tous trois de Babson College aux USA, intitulé « The effect of product information order on experiential product evaluation » a obtenu la récompense du « best paper ».

73 chercheurs venus de 14 pays différents ont été accueillis dans une ambiance chaleureuse et conviviale avec les moments clé devenus presque traditionnels : la dégustation des vins de la région, la visite de l'île de Porquerolles et le dîner de gala.

La prochaine édition de la conférence internationale de recherche en communication et comportement du consommateur se déroulera en 2013, la conférence de 2012 étant consacrée à la 12^{ème} conférence internationale de recherche en management des services. A noter dans vos agenda, elle aura lieu du 20 mai au 1 juin 2012.

Diallo M.F. (2011), Les déterminants du choix des marques de distributeur dans un pays émergent : une étude exploratoire appliquée au marché brésilien, in Andréani J.C. et Collese U. (coord.), *Actes du 10ème Congrès International Marketing Trends*, Paris, France, 20-22 Janvier.

Diallo M.F. et Philippe J. (2011), Stratégies internationales des distributeurs et choix des marques de distributeurs : le cas du Brésil, in Leroux E. (coord.), *Actes de la 1ère journée de recherche des IUT sur la commercialisation*, IUT Saint Denis Paris, France.

Gentier A. (2011), Entrepreneuriat et finance : les origines de la crise immobilière espagnole, *Colloque de la libre entreprise : Stratégies et financements de la libre entreprise*, Aix-en-Provence, France, 20 Mai.

Gentier A. et Sahut J-M. (2011), Quels métiers bancaires pour 2030 ? , *GDR Européen Monnaie Banque Finance Workshop*, Aix-en-Provence, France, 19 Janvier.

Gentier A., Gianfreda G. et Janson N. (2011), Rent Dissipation or Government Predation? The Notes Issuance Activity in Italy 1865-1882 , *2011 Meeting of the European Public Choice Society*, Rennes, France, 28 Avril-1er Mai.

Grenier C. et Gambarelli F. (2010), Gérer l'image corporate pour gérer les parties prenantes : le cas des maisons de retraites?, *Journée transdisciplinaire de recherche - Management des organisations de santé*, Strasbourg, France, Novembre.

Hafsa H. and Hmaied D. (2011), Are the Downside Higher Order Co-moments Priced ? : Evidence from the French Market, *Global Conference on Business and Finance*, Las Vegas, USA, January.

Hafsa H. et Khemiri S. (2011), « Interaction de la VaR et de la CVaR dans l'explication des rendements en coupe transversale : Une étude sur le SBF250 », *The International Finance Conférence 6*, Hammamet, Tunisie, Mars.

Haller C., Amabile S., Meissonnier R. et Couderc M. (2011), Business Intelligence and Absorptive Capacity of information by wineries in the Provence wine industry, *6th AWBR International Conference Academy of Wine Business Research*, Bordeaux Management School, Bordeaux, France, 9-11 Juin.

Jiang L. et Cova V. (2011), L'usage du type de contrefaçon en Chine: Le cas du produit de luxe, *International Conference Luxury and Counterfeiting : issues, challenges and prospects*, Genève, Suisse, 9-10 Juin.

Kammoun R. (2011), Étude de l'impact de l'intercotation sur l'évaluation des entreprises européennes, *Actes de la 6th International Finance Conference*, Hammamet, Tunisie.

Kessous A. et Roux E. (2011), Les relations des consommateurs aux marques nostalgiques : les effets générationnels, *Actes du 10ème Congrès International Marketing Trends*, Paris, 20-22 Janvier.

Limérat J. et Roux E. (2011), Ma mère Hermès et moi..., in *Actes du 27ème Congrès International de l'Association Française du Marketing*, Bruxelles, Belgique, 18-20 Mai.

Llora S., Mimouni Chaabane A. et Volle P. (2011), Une approche tétraclasse des bénéfices relationnels attachés aux programmes de fidélité, *Colloque "Perspectives Relationnelles en Distribution, Customer, Retail and Supply Chain de Rouen Business School*, Paris, France, 4 Mars.

Magnoni F. et Roux E. (2011), The impact of brand familiarity, branding and distribution strategy on luxury brand dilution, *World AMS Congress*, Reims, France, Juillet.

Magnoni F. et Roux E. (2011), Stretching a luxury brand down: an experimental study of core brand dilution effects, in *Proceedings of the Thought Leaders International Conference on Brand Management*, Lugano, 11-12 Mars.

Magnoni F., Roux E. et Valette-Florence P. (2011), The impact of step-down line extension on consumer-brand relationships: A risky strategy for luxury brands, *Colloque Luxe et Contrefaçon*, Genève, Suisse.

Magnouloux H. (2011), L'ordre spontané d'Adam Smith à Friedrich Hayek, *18ème colloque d'éthique économique : Éthique et économie de marché*, Aix-en-Provence, France, 23 et 24 Juin.

Mani Z. (2011), Pour une hospitalité virtuelle des sites marchands: définition et proposition d'un modèle conceptuel, in Andréani J.C. et Collese U. (coord.), *Actes du 10ème Congrès International Marketing Trends*, Paris, France, 20-22 Janvier.

Mazodier, M. and Merunka D. (2011), « The Impact of Brand Sponsorship on Brand Loyalty », *AMA Winter Educators Conference*, Austin, Texas, USA, February.

Mercier J., Moulins J-L. et Roux E. (2011), Relations à la marque et diffusion de communications de bouche à oreille, *Actes du 27ème Congrès International de l'Association Française de Marketing*, Bruxelles, Belgique, 18 - 20 Mai.

Mercier J., Roux E. et Moulins J-L. (2011), Développer la relation à la marque pour créer un Bouche-à-oreille favorable, Actes du 10^{ème} Congrès International Marketing Trends, Paris, France, 20-22 Janvier.

Mo T., Roux E. et Wong N. (2011), Does America reshape Chinese consumers' flavor towards luxury? *Annual Educators Conference of the AMA*, San Francisco, USA, Août.

Mzahi C. (2011) Understanding the success of Third Places: The contribution of the attachment theory, *7th Thought Leaders International Conference in Brand Management*, Lugano, Italie, 11-12 March.

Naudet J-Y. (2011), Dieu et l'argent : les chrétiens doivent-ils renoncer à la richesse ? *Colloque Face à une économie réputée sans foi ni loi : les religions et le droit*, université de Toulouse I Capitole, Montauban, France, 14-16 Juin.

Naudet J-Y. (2011), Vol, échange, ou don : comment se procurer des ressources rares : les pistes ouvertes par Benoît XVI, *Colloque de l'AEC et de la Fondation de service politique sur le thème La logique du don et de la gratuité dans l'économie selon Caritas in veritate*, Paris, France, 30 Avril.

Olivero J. (2011), Les risques industrialo-environnementaux perçus par les décideurs d'entreprises. Approche comparative des bassins de Gardanne et Fos-Berre, Actes du séminaire de restitution OHM Bassin Minier de Provence, Europôle de l'Arbois, CEREGE, Aix-en-Provence, 28 Juin.

Reynaud E. (2011), Influence of Societal Contexts and Individual Values on Attitudes towards Corporate Responsibilities across 40 Societies, *AIB Nagoya Conference*.

Ricard A., Reynaud E., Gopinath C., Ravilochanan P. (2011), International comparison on globalization perceptions, *XXe conférence de l'AIMS*, Nantes, 6-9 juin

Rochet C., Tiberghien B. and Chevodian L. (2011), Innovating in public services through introducing business process management as a lever to reengineer the business model: The case of the Fire department in the Bouches-du-Rhône, *7th Transatlantic Dialogue on the "Strategic Management of Public Organizations*, School of Public Affairs and Administration, Rutgers University in Newark, 23-25 June.

Roux E., de Barnier V., Mo T. et Bacelar C. (2011), Negative emotions toward luxury goods: an international comparison of very wealthy consumers, *World AMS Congress*, Reims, Juillet.

Seck A.-M. (2011), Qualité de service et satisfaction du client dans un contexte de distribution multi canal, *27ème Congrès International de l'Association Française du Marketing*, Bruxelles, Belgique, 18-20 Mai.

Turc E. et Fouchet R. (2011), Strategic allies from the past: Institutional trajectories as support for change strategies in the public sector, *The Seventh Transatlantic Dialogue (7TAD)*, Rutgers, EGPA-ASPA, 23-25 Juin.

Vo Thi N.T et Llosa S. (2011), Le rôle des différents moments d'une expérience dans la satisfaction globale du client, Actes du 10^{ème} Congrès International Marketing Trends, Paris, 20-22 Janvier

Wong N., Mo T., Roux E. et Hanssen N. (2011), Becoming American, or Just Seem to be: Acculturation and Luxury Consumption, *Colloque Luxe et Contrefaçon*, Genève, Suisse, Juin.

CAHIERS DE RECHERCHE

Amabile S., Haller C. et Peneranda A. (2011), L'action collective dans la gouvernance de systèmes de ressources informationnelles : l'organisation des interactions au sein des institutions de ressources

communes auto-organisées, Working paper, Juin.

NOMINATIONS, PRIX ET RECOMPENSES

Aytac B. a été qualifié aux fonctions de Maître de Conférences en Sciences de Gestion (CNU 06), spécialité finance, en Février 2011.

Haller C., Prix Doctorant AIM, 16^{ème} conférence de l'Association Information et Management (AIM), Ile de la Réunion, France, 25-28 Mai 2011.

Peneranda A., Prix Doctorant AIM, 16^{ème} conférence de l'Association Information et Management (AIM), Ile de la Réunion, France, 25-28 mai 2011.

Limérat J. et Roux E. (2011), Ma mère, Hermès et moi..., Working Paper n°894, Avril.

Ricard A., Reynaud E., Gopinath C., Ravilochanan P. (2011), International comparison on globalization perceptions, Working Paper n° 902, juin.

Tavares E., Leo P-Y., Monnoyer M-C., Philippe J. et Castro-Lucas C. (2011), Mobile ICT, Service Innovation and Service Performance, Working Paper, Juin.

Vo Thi N.T. et Llosa S. (2011), Le rôle des différents moments d'une expérience de service dans la satisfaction globale du client, Working Paper n°892, Février.

PARTICIPATION / ORGANISATION

Chandon J.L. professeur invité au 10th International Doctoral Consortium, *10th International Marketing Trends Conference*, Paris, 20 janvier 2011

De Barnier V. et Merunka D. : organisateurs de *La Londe Conference in Communications and Consumer Behavior*, La Londe les Maures, May 31 - June 3, 2011.

Keramidas O. a organisé le colloque : Le statut de l'œuvre d'art contemporaine. Conférences d'universitaires, experts, artistes, collectionneurs... en partenariat avec le Musée Granet et la Fondation Vasarely, 11 Mars 2011.

Keramidas O. est chairman pour la conférence annuelle de l'EURAM (European Academy of Management) : « Cultural management and policy in times of change: goals and expectations, criteria and tools, economic impact », Euram annual conference, animation du track 32 et présentation de l'évaluation Picasso-Aix 2009, Tallin, Estonia, June 2011.

Keramidas O. est co-directeur scientifique avec Edina Soldo, de l'étude d'impact socioculturelle du projet « Par les Villages », porté par Opening Nights, auprès des structures et publics impliqués par l'événement culturel sur l'ensemble du territoire de la communauté du Pays d'Aix, 2011.

Keramidas O. est Co-directeur scientifique avec Bruno Tiberghien, de l'étude d'évaluation des impacts du projet « Logement Numérique à Marseille », porté par Habitat Marseille Provence, auprès des publics HLM de la ville de Marseille, 2011.

Meschi P. est co-éditeur avec Meier O. et Dessain V. du numéro thématique de Management International sur « Paradigme éclectique, modèle Uppsala ... Quoi de neuf pour analyser les décisions et modes d'investissement à l'international », Management International, 15, 1.

Naudet J-Y. (2011), a organisé et participé au 18^{ème} colloque d'éthique économique : *Éthique et économie de marché*, Aix-en-Provence, France, 23 et 24 Juin.

Naudet J-Y. est intervenu dans la table ronde sur « Dieu et l'argent », dans le cadre du 18eme colloque d'éthique économique : Éthique et économie de marché, Aix-en-Provence, France, 23 et 24 Juin 2011.

Naudet J-Y. (2011), a coordonné la parution de l'ouvrage *Éthique et fiscalité*, Actes du colloque d'Aix-en-Provence des 24 et 25 Juin 2010, Collection du Centre d'Éthique Économique, PUAM, Juin 2011.

Naudet J-Y. (2011), a conçu et organisé le colloque de l'AEC et de la Fondation de service politique sur le thème *La logique du don et de la gratuité dans l'économie selon Caritas in veritate*, Paris, France, 30 Avril.

Naudet J-Y. (2011), a présidé une séance lors du colloque *Face à une économie réputée sans foi ni loi : les religions et le droit*, université de Toulouse I Capitole, Montauban, France, 14-16 Juin.

Olivero J., Organisation du colloque ADAM Eco Gestion, Second Edition: meeting doctoral annuel sur le pôle Aix-Marseille, en collaboration avec l'École doctorale de Sciences Économiques et de Gestion d'Aix-Marseille, dans lequel les doctorants présentent leurs travaux de recherche en anglais pour favoriser les échanges interdisciplinaires, 4 et 5 juillet 2011.(site Internet : <http://sites.google.com/site/adamecogestion/1-association>).

Roux E. est membre du comité de pilotage des états généraux du Management, organisés par la FNEGE, et coordonnés par Jacques Thépot. Cette manifestation aura lieu à Strasbourg les 12 et 13 octobre 2012.

Roux E. a organisé le deuxième "doctoral colloquium" dans le cadre de la conférence internationale Marketing Trends, Paris, Janvier.

Turc E. est coordonnateur du premier Séminaire Francophone "Pour des réformes viables en période de crise" organisé dans le cadre du 33e Congrès Annuel du GEAP (Groupe Européen pour l'Administration Publique) à Bucarest, 7-10 Septembre 2011.

SEJOURS DE RECHERCHE

Mzahi, C. (2011), Séjour de recherche au sein de l'unité Consumption Studies dirigée par le Professeur Simon Torp à l'Université of Southern Denmark, Odense, Avril-Juin.

AUTRES

Bédard Mathieu (CERGAM-CAE), Constant Karine (GREQAM), Major Richard (CERGAM) De Truchis Gilles (DEFI) et Wagenhausen Falk (CRETLOG) ont été élus représentants des doctorants à l'école doctorale le 10 Mars 2011.

Bonet D., Chanut O., Fulconis F., Paché G., Poirel C. et Serrano Archimi C. (2010), *Capacités de réactivité des réseaux de franchise en contexte de crise*, Rapport pour le compte de la Fédération Française de la Franchise, Paris, Octobre.

Doumax V. (2011) a été rapporteur anonyme pour la revue *Applied Economic Perspectives & Policy*.

Haller C. (2011), *Développement d'activités de veille stratégique dans un cadre inter-organisationnel et multi-institutionnel : le cas de la filière des vins de Provence*, International Doctoral Consortium, AIM IAE de la Réunion, 25 Mai.

Lemaitre N. (2011), *L'influence de l'orientation temporelle du consommateur sur son attitude envers la publicité*, Colloque Doctoral de l'AFM, Bruxelles, Belgique, 17-18 mai.

Olivero J. (2011), From Industrialo-Environmental Risk Perception to its Representation within Firms. A Study of the Industrial Basins of Gardanne and Fos-Berre, *Doctoral EDAMBA Summer Academy*

(Advanced Stream), Sorèze, France, 20-26 Juillet.

Le CERGAM en quelques chiffres

- 84 enseignants-chercheurs
- 173 doctorants
- 91 thèses soutenues depuis juin 2006

Sur les quatre années 2007-2010 :

- 24 chercheurs produisant au moins deux articles dans des revues classées CNRS AERES
- 108 articles publiés dans des revues classées
- 21 ouvrages scientifiques
- 87 chapitres d'ouvrages scientifiques
- 25 ouvrages et chapitres d'ouvrages grand public

Olivero J., a reçu une bourse de recherche CNRS/INEE, Appel à Projets du Réseau des Observatoires Hommes-Milieus (ROHM) 2011, « Les ICPE face à la problématique environnementale. De la perception à la gestion des risques industrialo-environnementaux dans un contexte de milieu fragile: le cas des zones industrialo-portuaires littorales en France ».

Peneranda A. (2011), *La valorisation des biens immatériels publics par la voie des systèmes d'information*, International Doctoral Consortium, AIM IAE de la Réunion, 25 Mai.

Le Comité Éditorial

Antonin RICARD, Elena GORYUNOVA, Fabienne CHAMEROY, Justine LIMERAT, Nathalie LEMAITRE, Ngoc-Thuy VO-THI, Pauline REVEST, Richard MAJOR, Richard HUAMAN, Thomas BOZZO, Virginie DOUMAX.