

www.rouenbs.fr/recherche

@researchRBS

Rapport annuel de la Recherche 2012

Rouen Business School remercie ses partenaires :



LVMH

AIRFRANCE 



SOMMAIRE

La recherche à Rouen Business School en 2011	4
L'organisation de la recherche	5
Les pôles de recherche	5
Le conseil scientifique	6/9
 Le pôle Finance responsable	10
Mission	11
Activités	13
 Le pôle Trajectoires	18
Mission	19
Activités	20
La chaire Nouvelles Carrières	24/27
 Le pôle Jeunes et pratiques responsables de la consommation	28
Mission	29
Activités	30
 Le pôle Customer, retail and supply chain	32
Mission	33
Activités	35
 La Maison de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation	37
Le pôle Entrepreneuriat et innovation	38
Mission	39
Activités	40
La chaire Business Model et Innovation	41
L'incubateur "Starting Bloc"	42
L'entrepreneuriat au sein des programmes	45
La recherche contractuelle	46
Diffusion de la recherche et contribution à la communauté	50
Archive ouverte Rouen Business School	51
Professeurs membres de comités scientifiques de revues	51
Prix	51
Bilan de la production scientifique de Rouen Business School	52
Nombre de publications dans le classement CNRS	53
Liste des revues CNRS (articles publiés par la faculté)	53
Research activities 2011 report	54/61



“ Explorer de nouveaux mondes, entreprendre en leaders responsables ”

Arnaud LANGLOIS-MEURINNE,
Directeur général
de Rouen Business School

En accord avec sa vision " Explorer de nouveaux mondes, entreprendre en leaders responsables ", Rouen Business School est activement engagée dans la réflexion sur les problématiques liées au " management durable ". Notre politique de recherche creuse de nouvelles pistes, dans plusieurs champs de spécialisation. Cette création de connaissances étend l'expertise de la faculté, enrichit les recherches existantes en proposant de nouvelles perspectives et de nouvelles réponses aux problématiques des entreprises et des institutions et irrigue tous nos programmes de formation.

Désormais au cœur de notre activité, la Recherche renforce l'attractivité et le rayonnement de l'Ecole à travers la diffusion des publications dans des revues scientifiques de renom et des colloques internationaux. Elle s'inscrit dans le cadre de pôles d'expertise qui donnent à l'Ecole une visibilité qui lui permet de nouer des partenariats académiques et entreprises au meilleur niveau.

En interaction avec son environnement, la Recherche s'impose définitivement comme un atout majeur de notre institution. Dans cet esprit, j'exprime ma reconnaissance et j'apporte tout mon soutien à nos enseignants-chercheurs, pleinement engagés dans l'exploration de nouveaux territoires.



Henri ISAAC
Directeur académique
de Rouen Business School



L'année 2011 aura marqué pour l'activité de recherche à Rouen Business School une étape importante. En effet, si l'activité de publication scientifique n'a jamais été aussi élevée, c'est davantage la reconnaissance nationale et internationale des travaux de la faculté qui retient l'attention.

En premier lieu, c'est la pertinence des travaux des professeurs qui a permis la finalisation de deux projets de chaires : la chaire Nouvelles Carrières avec Air France et LVMH et la chaire Business Model & Innovation avec KPMG et BNPParibas. C'est aussi l'expertise du corps professoral à l'origine de l'obtention d'un important contrat de recherche collaboratif avec les principales institutions universitaires de Haute-Normandie (contrat RISC).

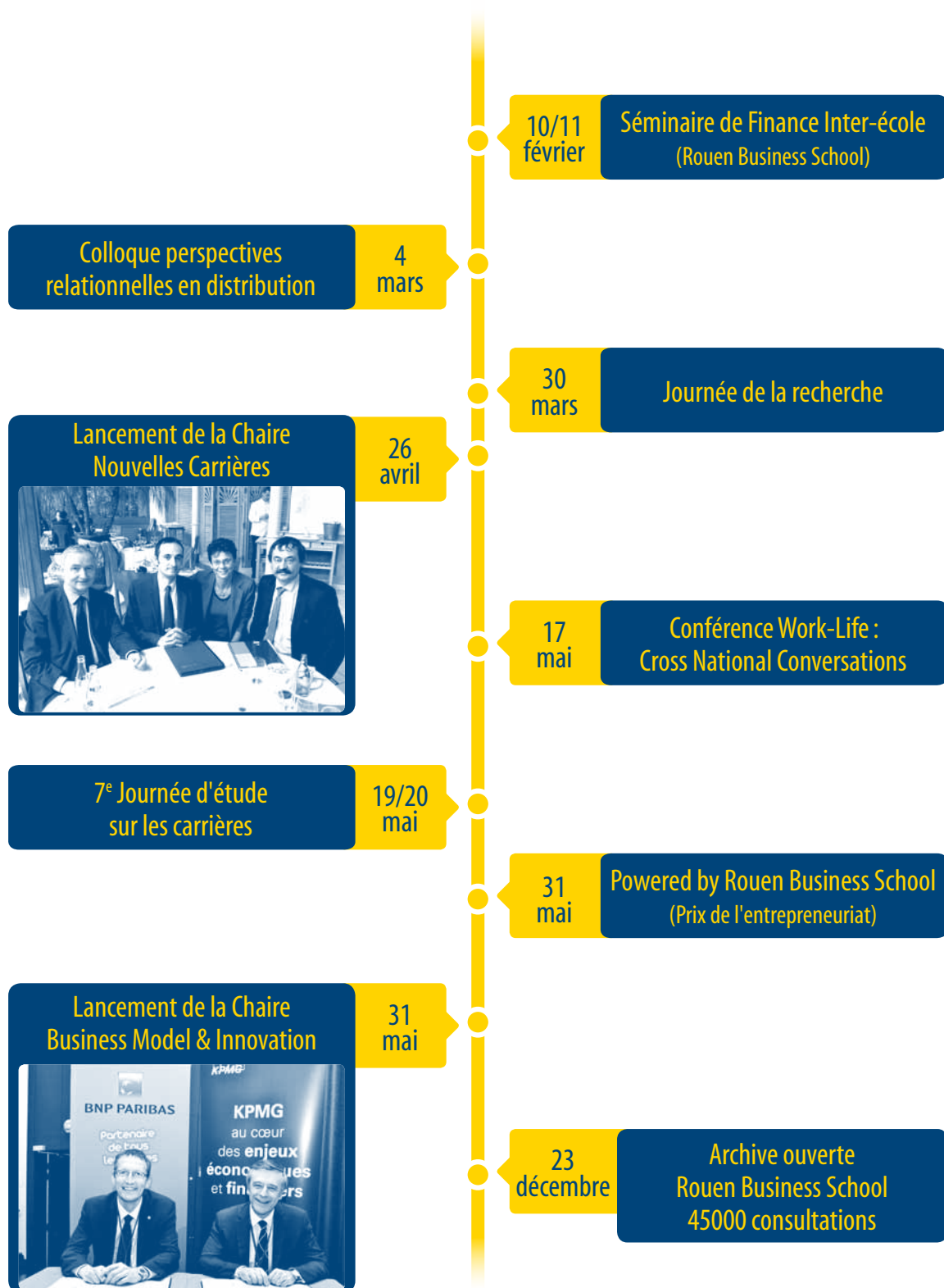
En second lieu, c'est l'audience de plus en plus internationale des travaux de la faculté qui a progressé. Le workshop "Work-Life: Cross-national Conversations. Context theorizing in work-life research" organisé par le pôle de recherche Tr@jectoires a rassemblé plus de cinquante chercheurs de réputation internationale à Paris Executive Campus au mois de mai. Par ailleurs, jamais les travaux de la faculté n'ont été aussi repris et cités dans la presse économique internationale (Financial Times, Wall Street Journal).

En outre, la mise à disposition en 2011 des travaux de la faculté au travers de notre archive ouverte en ligne (<http://hal-rbs.archives-ouvertes.fr/>) a connu un début prometteur avec plus de 45 000 consultations sur l'année.

Enfin, la Maison de l'Entrepreneuriat & de l'Innovation a vu le jour en 2011 avec la création du pôle de recherche Entrepreneuriat & Innovation et l'ouverture de l'incubateur "Starting Bloc" qui a d'ores et déjà accueilli des projets de création d'entreprise et la création effective de quatre entreprises en une seule année.

Nul doute que le développement de la recherche à Rouen Business school en 2012 se poursuive sous la direction de notre nouveau directeur de la recherche, Yehuda Baruch.

La recherche à Rouen Business School en 2011



L'organisation de la recherche

Rouen Business School s'appuie dorénavant sur une équipe de 105 professeurs (professeurs permanents et affiliés) organisée autour de cinq pôles de recherche et d'une " Maison de l'Entrepreneuriat & de l'Innovation ".

Chaque pôle de recherche rassemble une équipe scientifique pluridisciplinaire d'enseignants chercheurs autour d'une thématique qui structure son activité sur une période de quatre ans. Le pôle de recherche est placé sous la responsabilité d'un professeur et les chaires y sont rattachées.

La Maison de l'Entrepreneuriat rassemble les programmes pédagogiques (projet Entreprendre, Explor'actions, Majeure Entrepreneuriat), l'incubateur " Starting-Bloc ", la Chaire KPMG-BNP Paribas Business- Model & Innovation et le pôle de recherche Entrepreneuriat et Innovation. Cette structure vise à créer un éco-système propice à l'innovation entrepreneuriale et favoriser les projets entrepreneuriaux au sein de l'École.

Le Directeur de la recherche est responsable de la politique scientifique de Rouen Business School, il définit les objectifs et l'organisation de la recherche. Il développe les ressources nécessaires aux activités de recherches académiques et appliquées.

Le Directeur de la recherche s'appuie sur les avis du Conseil Scientifique.



LE CONSEIL SCIENTIFIQUE

Le Conseil Scientifique de Rouen Business School a pour mission d'accompagner le développement de la recherche. Il évalue annuellement la politique de recherche et émet des propositions d'orientation.

Les dix membres du Conseil Scientifique sont :



Pierre-Jean Benghozi

est le Directeur de Recherche du CNRS, le Directeur du pôle de Recherche "Economie et Management" (CNRS – Ecole Polytechnique) et professeur à l'École Polytechnique. Il a obtenu sa thèse de doctorat en Sciences des Organisations à l'université de Paris-Dauphine. Ses centres d'intérêt en matière de recherche concernent plus particulièrement l'approfondissement des effets économiques et organisationnels qui accompagnent le développement des technologies de l'information et de la communication, mais aussi des médias et de la culture. Les problématiques et travaux qui y sont développés ont visé à approfondir trois grandes dimensions : le cadre organisationnel, la structuration des marchés, les modalités de régulations qui gouvernent ces secteurs. Il est co-Responsable de la Chaire Orange Innovation et Régulation des Services Numériques.

Plus d'informations
crg.polytechnique.fr/home/benghozi/FR

Patrice Fontaine

est le Directeur du Master Recherche en Finance et professeur à l'IAE de Grenoble. Il est également le Directeur de l'Institut Européen de données Financière et Directeur du CERAG (Centre d'Etudes et de Recherches Appliquées à la Gestion). Ses centres d'intérêt en recherche concernent les marchés financiers, la finance internationale, la gestion de portefeuille et la finance empirique.

Plus d'informations :
www.iae-grenoble.fr/cv-Fontaine-149.html



Hubert Gatignon

est le Directeur de la Chaire Claude Janssen d'Administration des Affaires et professeur de Marketing à l'INSEAD. Il a obtenu sa thèse de doctorat en marketing à l'université de Californie. Ses plus récentes recherches concernent les stratégies d'innovation ainsi que la stratégie de marketing international.



Plus d'informations :
www.insead.edu/facultyresearch/faculty/profiles/hgatignon



Ellen Kossek

est professeur à l'université de Michigan State. Titulaire d'un PhD, elle est une spécialiste renommée sur la manière d'améliorer les relations entre le travail, la famille et la vie personnelle en entreprise, la conception et la mise en œuvre des interventions sur le lieu de travail impliquant des méthodes de travail liées à la flexibilité (télétravail, horaires variables, travail réduit-charge), la gestion des talents et la diversité dans la société mondiale multiculturelle, et l'innovation sur le lieu de travail.

Plus d'informations :
<http://ellenkossek.lir.msu.edu/about.php>

Monika Hamori

est professeur à l'Instituto de Empresa Business School à Madrid et a obtenu un PhD en Management (Spécialisation : Gestion des Ressources Humaines). Ses centres d'intérêts concernent les ressources humaines et les comportements organisationnels.



Plus d'informations :
monika.hamori.profesores.ie.edu/?profesor=monika.hamori&pagina=10003

LE CONSEIL SCIENTIFIQUE (SUITE)



Benny Rigaux-Bricmont

est professeur de Marketing à la Faculté des Sciences de l'administration de l'université Laval. Ses recherches actuelles portent plus particulièrement sur la décision d'achat dans la famille, notamment en matière des décisions des adolescents et des couples plus âgés, sur l'impact de la publicité en matière de mode féminine, ainsi que sur le potentiel terrain de recherche qu'offre l'univers métaphysique Second Life (où il collabore avec twilight Rhode) avec les problèmes d'éthique que pourraient poser la méthodologie (CyberSociety 1 et 2).

Plus d'informations :
www.fsa.ulaval.ca/personnel/rigauxbb/cv/CvENGLI.pdf

Anthony Goerzen

est professeur d'Affaires Internationales à Queen's School of Business. Ses centres d'intérêt concernent la gestion stratégique des entreprises qui se trouvent en compétition sur le marché international avec un intérêt particulier pour les effets sur l'organisation et la performance des réseaux, des alliances et des localisations au sein des entreprises.

Plus d'informations :
business.queensu.ca/faculty_and_research/faculty_list/agoerzen.php



Leigh Sparks

est professeur de Distribution à l'Institute for Retail Studies, university of Stirling, Scotland, uK. Il a obtenu son PhD à St. David's university College, Lampeter. Ses recherches concernent les aspects des changements structurels et spatiaux en distribution. Il est co-éditeur du renommé "European Retail journal" (the International Review of Retail, Distribution and Consumer Research, publié par taylor and Francis).

Plus d'informations :
<http://www.management.stir.ac.uk/people/school-staff/dr-leigh-sparks>



Jacob G. Birnberg

est professeur émérite des systèmes de contrôle de Gestion à la Joseph M. Katz Graduate School of Business à l'université de Pittsburgh depuis 2006. Il a obtenu son PhD à l'université du Minnesota. Ses recherches concernent l'application des sciences comportementales aux problèmes de comptabilité d'un point de vue macro (organisationnel) et micro (individus ou groupes). Ses recherches actuelles concernent le rôle des techniques de management moderne, analytique et comportemental, dans la planification et le contrôle de l'organisation et de ses activités. Il a été président de la Management Accounting Section de l'American Accounting Association (2004-05) dans laquelle il est toujours membre aujourd'hui ainsi que dans l'Accounting, Organizations and Behavior section de l'American Accounting Section.

Plus d'informations :
www.business.pitt.edu/faculty/birnberg.html



Mike Shields

dirige la Chaire Schaberg en Comptabilité du Broad College of Business à Michigan State university. Il a obtenu son Ph.D. à l'université de Pittsburgh en 1978 et un "honorary doctoral degree" à la turku School of Economics (Finlande) en 2000. Ses centres d'intérêts concernent la comptabilité en gestion, en particulier les budgets, le contrôle de la comptabilité, les mécanismes d'incitation, la mesure de la performance et son évaluation. Il est éditeur associé de la revue Accounting, Organizations and Society depuis 1991.

Plus d'informations :
<http://broad.msu.edu/facultystaff/shields/>





Jung-Yung Ahn



Sami Attaoui



Wissal Ayadi
(assistante de recherche)



Samia Belaounia



Moez Bennouri
(responsable
du pôle)



Carole Botton



Didier Brassier



Walid Cheffi



**Marc de
Bourmont**



**Anne-Laure
Delatte**



Julien Fouquau



Hayette Gatfaoui



**Yannicke
Heuberger**

PÔLE FINANCE RESPONSABLE

23 MEMBRES



Nathalie Janson



**Radhouane
Kammoun**



Vincent Lacoste



**Marie-Florence
Lamy**



Bernard Leca



Riadh Manita



Mehdi Nekhili



Giacomo Sbrana



Pierre Six



Jian Wu

Mission

Depuis 2008, la crise financière a révélé des pratiques controversées des institutions financières. Plusieurs analystes de marchés et décisionnaires ont dénoncé le rôle négatif joué par les institutions financières au cours de cette crise. Ils mettent l'accent sur de nombreux aspects comme la spéculation, les primes des traders, un management prédateur dans un contexte de crise économique et sociale. Pour de nombreux chercheurs, les pratiques en finance ont indéniablement des répercussions négatives sur l'économie. Le pôle de recherche en Finance Responsable de Rouen Business School entend contribuer à ce débat en améliorant la compréhension des interconnexions entre les investissements financiers (notamment immobiliers), le financement et la responsabilité sociale.

Le pôle de recherche Finance Responsable de Rouen Business School regroupe des chercheurs de différentes disciplines des sciences sociales : comptabilité, économétrie, économie, finance, management. Ils partagent les mêmes convictions quant à l'importance des liens qui unissent la société, le monde des affaires et la recherche. Ces convictions se matérialisent par une approche responsable de la recherche, notamment sur les aspects réglementaires, pédagogiques, organisationnels et stratégiques qui permettent de positionner la société au cœur du projet entrepreneurial.

Les objectifs principaux du pôle se déclinent en cinq axes :

- ◆ Proposer des études académiques et professionnelles qui améliorent notre compréhension des problèmes contemporains en mettant l'accent sur :
 - les aspects liés à la réglementation des marchés financiers et des institutions financières ;
 - les mécanismes d'évaluation et d'enregistrement comptables des actifs financiers ;
- ◆ Etudier les politiques économiques des pays émergents et leurs impacts sur les différents marchés financiers à travers le monde rendus possibles par les différents mécanismes de transmission.
- ◆ Mener une réflexion sur les outils à mettre en place pour intégrer les principes de la responsabilité sociale et de l'éthique dans l'enseignement des sciences sociales.
- ◆ Comprendre les principes de la responsabilité sociale des entreprises, des motivations, des investissements socialement responsables et des liens entre responsabilité sociale et performance financière et opérationnelle des entreprises.
- ◆ Faire participer les étudiants de Rouen Business School aux recherches du pôle.

Axes de recherche

La recherche au sein du pôle est structurée autour de quatre axes de recherche.

Gestion de portefeuille, produits dérivés et gestion des risques :

En s'appuyant sur des outils de mathématiques financières, de simulation et d'économétrie financière, cet axe regroupe des projets de recherche sur des thèmes de l'analyse de la performance des gestionnaires de portefeuilles, l'étude des modes de gestion des fonds, l'évaluation des produits financiers structurés et des produits dérivés du crédit (CDO et CDS), et la comparaison des modes de gestion des portefeuilles (allocation dynamique ou gestion par produits dérivés). Des marchés particuliers comme ceux des produits de taux d'intérêt et de " commodities " font également partie des intérêts de cet axe de recherche. Des expertises sont développées sur le thème de la gestion des risques autant pour les gestionnaires de portefeuilles (en utilisant des produits dérivés), que pour le secteur bancaire (accords de Bâle II et III).

Finance d'entreprise, comptabilité financière et RSE (Responsabilité Sociale des Entreprises) :

Cet axe regroupe des chercheurs ayant différentes orientations en sciences sociales et qui utilisent des outils similaires pour étudier des questions relatives aux décisions financières et non financières des entreprises, aux mécanismes de gouvernance des entreprises et aux mécanismes de publication des résultats des entreprises. Les questions de recherche pour cet axe sont : quelles sont les performances du système de gouvernance actuel des entreprises et comment peut-on améliorer la qualité de la gouvernance en proposant des outils complémentaires ? Quel est l'impact de la normalisation comptable en IFRS sur les entreprises ? Comment peut-on comptabiliser d'une façon optimale les opérations et les produits financiers sophistiqués ? L'étude des performances extra-financière des entreprises et en particulier les aspects de responsabilité sociale est un autre thème de recherche.

Intermédiation financière : Comportements stratégiques et régulation :

Cet axe regroupe des chercheurs travaillant sur le secteur bancaire et/ou la microstructure des marchés financiers. En utilisant des méthodologies aussi diverses que la microéconomie bancaire, la théorie de jeux et l'organisation industrielle, cette thématique recouvre des recherches centrées autour des questions de la nature même des activités d'intermédiation, de la régulation bancaire, de son rôle dans la crise de 2008 et de la résurgence de la liquidité comme facteur clé de la stabilité bancaire. Les questions de l'intégration de l'information, des coûts de transactions sur les produits dérivés et le choix de mécanismes optimaux de formation des prix sont des axes importants de cette thématique. Leur expertise s'étend aux questions d'interactions entre intermédiaires financiers et d'analyse des comportements, en utilisant les données empiriques obtenues lors de jeux et de simulations de marché. Ces travaux ont pour but l'amélioration de la qualité informative des prix, et donc la transparence des marchés financiers.

Economie monétaire et financière :

Les travaux portent sur les problématiques financières et monétaires spécifiques aux pays émergents. Les sujets suivants sont abordés : les crises de change, les réformes monétaires, flux de capitaux et déséquilibres globaux, demande de réserves internationales de change, effets des imperfections et des interconnexions entre les marchés financiers, effets de bilan, taux de change réel d'équilibre. La méthodologie utilisée est l'économétrie des séries temporelles et des séries de panel en développant des modèles d'économétrie non-linéaire.

Activités

Les membres

En 2011, 4 nouveaux membres ont rejoint notre pôle de recherche :

Didier BRASSIER, **Giacomo SBRANA**, **Radhouane KAMMOUN** et **Wissal AYADI** (assistante de recherche).

NOMS	INTERÊTS DE RECHERCHE
AHN Jung-Yung	Bank competition, securitization, credit risk analysis, banking regulation
ATTAOUI Sami	Interest rates models, Fixed income and derivative securities valuation
AYADI Wissal (Assistante de recherche)	Corporate finance, Accounting Finance
BELAOUNIA Samia	Financial management and analysis, IFRS standards and financial information transparency
BENNOURI Moez (responsable du pôle)	Market microstructure, IPOs, mechanism design, internet economy, corporate social responsibility
BOTTON Carole	Social construction of auction markets, performance measures, measures of risk and uncertainty
BRASSIER Didier	Risks and uncertainty management, pedagogical platforms, experimental finance
CHEFFI Walid	Corporate governance, management and accounting of R&D activities, accounting
DE BOURMONT Marc	IFRS standards, accounting information quality, accounting information dissemination
DELATTE Anne-Laure	Monetary economics, macro-economy, emerging countries economies
FOUQUAU Julien	Non linear econometrics, panel data econometrics, international economy
GATFAOUI Hayette	Financial risks valuation, credit risks analysis, derivative products valuation
HEUBERGER Yannicke	Financial management and analysis, IFRS standards and financial information transparency
JANSON Nathalie	Bank competition, banking regulation
KAMMOUN Radhouane	Financial markets, international finance, stock exchange listings, ethics and governance, financial mathematics
LACOSTE Vincent	Mathematical finance, Stochastic models of interest rates, financial products valuation
LAMY Marie-Florence	Banking regulation, international finance

LECA Bernard	Technological and social innovation, corporate social responsibility
MANITA Riadh	Audit process quality, financial accounting (IFRS standards), financial auditing
NEKHILI Mehdi	Corporate finance, corporate governance, banking
SBRANA Giacomo	Econometrics and Statistics
SIX Pierre	Commodities and fixed income markets, financial products allocation and valuation
WU Jian	Financial markets, financial engineering, corporate governance

Activités de recherche en 2011

Séminaire inter-école de Finance, 10-11 février 2011

Le pôle de recherche " Finance responsable " de Rouen Business School a accueilli la seconde édition des journées de finance inter-écoles, dont la première édition s'était tenue en 2010 sur le campus de l'EM Lyon. Ces journées sont l'occasion pour les enseignants-chercheurs en finance des grandes écoles françaises de se retrouver pour échanger sur leurs travaux scientifiques en cours. De nombreux enseignants-chercheurs étaient présents sur le campus de Rouen Business School à cette occasion :

- Aarhus University : Jochen Dorn
- Audencia : Christophe Villa, Nurmukhammad Yusupov
- EM Lyon : Olivier Le Courtois, Lorenz Schneider, Yannick Malevergne
- ENSAE : Donatien Hainaut
- ESCP-EAP : Philippe Spieser
- ESSEC : Andras Fulop, Patrice Poncet, Lorenzo Naranjo
- Grenoble Ecole de Management : Lamya Kermiche, François Desmoulins-Lebeault, Philippe Dupuy
- HEC : Christophe Perignon, Johan Hombert, François Derrien
- Rouen Business School : Sami Attaoui, Moez Bennouri, Anne-Laure Delatte, Vincent Lacoste, Pierre Six, Hayette Gaftaoui, Jian Wu
- Toulouse School of Management : Hervé Boco

Séminaires Brown bag

En 2011, le pôle de recherche Finance Responsable a organisé 11 séminaires "Brown Bags". Deux d'entre eux étaient animés par deux chercheurs invités (Andros Gregoriou, Bournemouth Business School et Yuri Biondi, Chargé de recherche CNRS). Trois séminaires ont été réalisés en octobre et novembre 2011 à destination des étudiants du Master Grande Ecole.

Publications

Les membres du pôle ont réalisé 32 publications. Cinq de ces articles proviennent d'une collaboration entre les membres du pôle. Parmi ces publications, 14 ont été publiées dans des revues internationales.

Les membres du pôle ont aussi participé au débat économique, Anne-Laure Delatte a été interviewée par des radios locales et nationales sur le thème de la crise européenne de la dette souveraine en 2011. Ce type d'activités permet au pôle d'acquérir une meilleure visibilité de son positionnement en recherche grâce à des interventions sur des médias destinés au grand public.

Présentations dans des conférences

Durant la même période, les membres du pôle ont participé à des conférences nationales et internationales, à des ateliers, à des séminaires du pôle de recherche afin de présenter leurs travaux de recherche et ainsi donner de la visibilité au pôle.

En octobre 2011, le pôle a participé à la semaine de l'ISR en organisant une conférence intitulée " Une finance responsable est-elle possible? Le cas de l'ISR". Cette conférence, organisée à Rouen Business School, avait pour but de présenter les investissements "socialement responsables" en France.

Activités de recherche en 2012

PROJET DE RECHERCHE	NOMS DES PARTICIPANTS
AXE 1 : Gestion de portefeuille, produits dérivés et gestion des risques	
À Partial Equilibrium Model for the Convenience Yield Risk Premium	Sami Attaoui, Vincent Lacoste et Pierre Six
À jump-diffusion short rate model	Sami Attaoui et Pierre Six
Hedging and bequest motives	Sami Attaoui et Pierre Six
Tactical asset allocation and the theory of storage	Pierre Six
On the shape of risk aversion and asset allocation	Pierre Six
The Bond-Stock mix : a new insight	Sami Attaoui et Pierre six
AXE 2 : Finance d'entreprise, comptabilité financière et RSE (responsabilité sociale des entreprises)	
The probabilistic prediction of bankruptcy: a new model	Marc De Bourmont, Franck Missonnier-Piera (HEC Genève), Loïc Belze (EM Lyon) et Philippe Tournon (Paris I)
Predicting Corporate Failure: a literature review	Marc De Bourmont, Franck Missonnier-Piera (HEC Genève), Loïc Belze (EM Lyon) et Philippe Tournon (Paris I)
La comptabilité de l'après crise : plaidoyer en vue d'une nécessaire évolution normative	Marc De Bourmont, Franck Missonnier-Piera (HEC Genève), Loïc Belze (EM Lyon) et Philippe Tournon (Paris I)
La comptabilité de l'après crise : plaidoyer en vue d'une nécessaire évolution normative	Marc De Bourmont, Franck Missonnier-Piera (HEC Genève), Loïc Belze (EM Lyon) et Philippe Tournon (Paris I)
Captation d'une forme fonctionnelle adéquate au sein des études portant sur les déterminants de la publication volontaire d'informations	Marc De Bourmont et Julien Fouquau
Bank relationships and IPO underpricing	Moez Bennouri, Sonia Falconieri (Cass Busi- ness School) et Maher Kooli (UQAM)
Do Boardrooms Love Women? Studying the Determinants of Gender Diversity in France	Mehdi Nekhili et Hayette Gatfaoui
The Determinants of Foreign Bank Location	Mehdi Nekhili et Samia Belaounia.
Does Auditors' Reputation 'Discourage' Related Party Transactions? The French Case	Moez Bennouri, Mehdi Nekhili et Philippe Tournon (Université Paris I)
Foreign Institutional Ownership and Board Independence in Taiwan	Mehdi Nekhili et Liang Guo

PROJET DE RECHERCHE	NOMS DES PARTICIPANTS
AXE 3 : Intermédiation financière : comportements stratégiques et régulation	
Double concurrence, technologie de screening et marché interbancaire	Jung-Hyun Ahn
La liquidité sur le marché interbancaire et la politique de la banque centrale en collaboration	Jung-Hyun Ahn et Vincent Bignon (Banque de France)
Expost-uncertainty, market mechanisms and IPO underpricing	Moez Bennouri, Sonia Falconieri (Cass Business School) et Daniel Weaver (Rutgers Business School)
Search markets, price dispersion and internet pricing	Moez Bennouri, Rob Clark (HEC Montreal) et Jacques Robert (HEC Montreal)
Analysis of credit spreads in CDS and sovereign debt markets for European countries : 2010-2012	Marie-Florence Lamy
Credit default decision : A three parties bargaining model	Sami Attaoui et Moez Bennouri
AXE 4 : Economie monétaire et financière	
Les long memory processes and the market efficiency in the micro-waves models	Julien Fouquau et Philippe Spieser
The LIBOR manipulations	Julien Fouquau et Philippe Spieser
L'utilisation des modèles de cointégration à seuil en séries temporelles sur la demande de Monnaie en Chine	Julien Fouquau, Anne Laure Delatte et Casten Holtz
L'utilisation des modèles de cointégration à seuil en séries temporelles sur données de panel en Energie	Julien Fouquau et Mohamed Arouri
Aggregation and marginalization of GARCH processes : some further results	Giacomo Sbrana
Aggregation of Exponential Smoothing processes an application to portfolio risk evaluation	Giacomo Sbrana et Andrea Silvestrini
Multivariate exponential smoothing : prediction, signal extraction and control	Giacomo Sbrana
Forecasting with random coefficient state-space models	Giacomo Sbrana
The exact linkage between the Beveridge-Nelson composition and other permanent-transitory decomposition	Giacomo Sbrana



Yehuda Baruch



Céline Davesne



Sébastien Dubois



Burak Koyuncu



François Mangin

PÔLE **TR@JECTOIRES**

11 MEMBRES



**Tarani
Merriweather
Woodson
(assistante de
recherche)**



**Ariane Ollier-
Malaterre
(responsable)**



**Marie Peretti
(assistante
de Chaire)**



Xavier Philippe



Jean Pralong



Hédia Zannad

Mission

Le pôle de recherche Tr@jectoires réunit des chercheurs d'origines disciplinaires diverses (gestion, sciences de l'éducation, psychologie sociale et clinique, comportement organisationnel, sociologie). Leur objectif est de décrire et d'éclairer, au-delà des discours normatifs ou des idéologies managériales, la réalité des parcours, des relations au travail et à la vie, et des insertions professionnelles.

Les mutations sociales, économiques et technologiques de ces dernières décennies ont remis en cause les normes de l'emploi, de la carrière et de la famille. L'emploi à vie, la carrière linéaire, la famille biparentale coexistent avec une grande diversité de relations à l'employeur, de chemins de carrière et d'investissements familiaux. Le pôle de recherche Tr@jectoires prend acte de la non-linéarité, de la complexité et de l'imprévisibilité qui caractérisent désormais les parcours professionnels et personnels ou les relations à l'employeur et aux autres lieux d'appartenance tels que la famille. Mais cette pluralité croissante demeure à explorer. S'agit-il d'une ouverture, laissant plus d'opportunités aux individus pour exprimer leurs souhaits et leurs talents ? Se pourrait-il, au contraire, que l'influence des règles se radicalise en deçà de la diversité apparente ?

Les chercheurs du pôle postulent que les projets, les trajectoires et les positionnements individuels dans telle ou telle sphère de vie, telle identité professionnelle ou organisationnelle sont des constructions sociales produites par les interactions pragmatiques et symboliques entre les individus et leur environnement : les familles et les réseaux personnels au niveau micro, les organisations, la GRH, les managers et les équipes au niveau méso, et l'Etat, les institutions et les politiques publiques au niveau macro.

De ces engagements découlent à la fois les axes de recherche et les finalités sociales que poursuivent les chercheurs du pôle :

- Expliciter les parcours et les positionnements effectifs en interrogeant les influences relatives des stratégies des individus et des contingences induites par l'environnement
- Questionner les jeux des acteurs impliqués, contraster les parcours et les ancrages entre autres grâce à des comparaisons internationales
- Explorer les marges de manœuvre politiques, gestionnaires et managériales
- Proposer des modèles gestionnaires nouveaux, proposer un agenda de diffusion de ces modèles dans les programmes de formation au management.

Le pôle s'est restructuré en 2011 pour tenir compte de l'évolution de ses membres (arrivée de François Mangin et Xavier Philippe qui travaillent sur les apprentissages tout au long de la vie) et de Tarani Merriweather, qui effectue une thèse de doctorat sur la diversité. Ces trois axes sont plus équilibrés et reflètent le nom du groupe (Career, Life and Learning).

Les trois axes de recherche du pôle sont les suivants :

- ◆ Axe Nouvelles Carrières
- ◆ Axe Articulation vie professionnelle - vie personnelle et Diversité
- ◆ Axe Apprentissages

Activités

Séminaire de recherche qui réunit les membres du pôle ainsi que des chercheurs externes invités. Les présentations ont été assurées alternativement par les membres et des chercheurs invités.

6 janvier :

Sébastien Dubois et Jean Pralong

"Careers in creative industries"

24 février :

Yehuda Baruch "Contemporary and career concepts: Concerns and counterpoints"

10 mars :

Burak Koyuncu, "Who monitors the monitor? Stigmatizing events and board member careers"

5 mai :

Sarah Alves & Hédia Zannad

"La VAE : un outil au service du projet et de la carrière des individus ?"

26 mai :

Maria Kakarika

(Euromed Marseille) "Work time differences, discrimination, and employee reactions: The role of individualized vs. group-focused leadership"

22 septembre :

Ariane Ollier-Malaterre

"When worlds collide in cyberspace: Boundary work and the quality of professional relationships in online social networks"

20 octobre :

Yehuda Baruch

"Factors influencing the worth and income of footballers - a Human Capital perspective"

24 novembre :

Svetlana Khapova

(Amsterdam Business Research Institute) "Bringing Down the House": How Using Mediators Can Help Us To Better Understand Why, How And With Whom We Work"

15 décembre :

Caroline Straub

(EM Grenoble et VU Amsterdam) "Mass Career Customization - exploring the gendered career consequences of a work-family intervention".

Conférences et ateliers organisés par le pôle

Ariane Ollier-Malaterre : Conférence internationale à Paris Executive Campus, 17 mai 2011, "Work-Life : Cross-national Conversations. Context theorizing in work-life research". En collaboration avec l'AGRH.

- Keynote speakers : Ellen E. Kossek (Michigan States University), J. Greenhaus (Drexel University), M. Thévenet (Cnam & ESSEC)
- 50 chercheurs venus d'Europe, Etats-Unis, Canada, Australie, Nouvelle-Zélande, Chine
- 75 participants au total
- Couverture presse dans Entreprises & Carrières, Gestion sociale, career-builder.fr

Jean Pralong : Colloque AGRH GRT Carrières, 7^{es} journées d'études sur les carrières, 19 et 20 mai

- Keynote speaker : Yehuda Baruch (Rouen Business School)
- 30 chercheurs francophones

Yehuda Baruch : PDW/Symposium à l'Academy of Management Conference :

- PDW 1 : Opening the door to the francophone community
Purpose – improve relationship of the francophone community of AoM
- PDW 2 : Early Academic Career Consortium Purpose – Consortium for early career scholars. My role : Presenter
- PDW 3 : Careers in the rough Purpose – developmental for writing career related papers. My role : Developer
- Symposium : "Measuring protean career" A presentation for a *showcase symposium*.

Burak Koyuncu à l'Academy of Management Conference :

- PDW 4 - Practicing Transcendental Leadership with Tango : Mastering the Delicate Balance between Progress and Harmony

Service à la communauté académique

Yehuda Baruch a animé des sessions "Meet the Editor" aux conférences EAWOP, EGOS and British Academy of Management et a été Session Chair à la conférence Israel Organizational Behavior Conference Dec 2011.

Ariane Ollier-Malaterre est ambassadrice France pour la division Human Resources de l'Academy of Management, 2011-2013, et membre du comité Faculty Transnational Research Award Committee, division Gender and Diversity in Organizations (GDO) de l'Academy of Management, 2011-2012.

Plusieurs membres du pôle participent activement à la vie académique dans les revues et les conférences :

Membres de comités scientifiques / comités éditoriaux : cf liste p. 51

Adhoc reviewing :

- Applied Psychology : an international review
- Community, Work and Family
- European Management Journal
- Group and Organization Management
- Human Relations
- Human Resource Management
- International Public Management Journal
- Journal of Management
- Journal of Management Studies
- Journal of Vocational Behavior
- M@n@gement
- Management International
- METU Development Studies
- Organization Management
- Poetics
- Politiques sociales et familiales
- Sloan Work and Family Encyclopedia

Conférences :

- The Academy of Management
- The British Academy of Management
- Israel Organizational Behavior Conference
- European Academy of Management
- EURAM
- Groupe de Recherche Thématique de l'AGRH
- People and Organizations Conference

Projets collaboratifs au sein du pôle

Les projets initiés en 2010 se poursuivent, et de nouvelles collaborations ont vu le jour :

- Collaborations franco-britanniques : Yehuda Baruch et Jean Pralong.
- Review paper about top executive careers : Burak Koyuncu et Yehuda Baruch.
- The deinstitutionalization of a professional model : Sébastien Dubois et Céline Davesne (soumis à Journal of Management Studies et communication à EGOS).
- Internationalisation et stratification professionnelle dans les business schools : le cas des professeurs de langues & cultures : Sébastien Dubois et Céline Davesne (en révision à Gérer et Comprendre).
- Choix de majeures des étudiants de Rouen Business School : Yehuda Baruch, Jean Pralong, Burak Koyuncu, Hédia Zannad et Xavier Philippe.
- Socialisation ou génération ? Etude intergénérationnelle des attitudes envers l'emploi : Jean Pralong, Xavier Philippe et Laure Guibert (université de Rouen).
- Swearing at work : Yehuda Baruch et Ariane Ollier-Malaterre.
- Ouvrage Careers without Borders : Critical Perspectives. Publisher : Routledge, NY (Y. Baruch and Prof Risen, Eds.) : chapitres par Burak Koyuncu et Jean Pralong.
- Work-life and commitment : Ariane Ollier-Malaterre et Burak Koyuncu .
- Career expectations, career disillusion (Chaire NC) : Jean Pralong, Yehuda Baruch, Burak Koyuncu.
- Transmission des connaissances et freins au Knowledge Management (Chaire Nouvelles Carrières) : Xavier Philippe, Jean Pralong.
- Cross-national survey on work-family conflict and engagement : Ariane Ollier-Malaterre and Marcello Russo with Jarrod Haar (New-Zealand).
- Men, work-life conflict and flexible working in the US : Current trends and HR best practices, Ariane Ollier-Malaterre and Tarani Merriweather
- Perceptions of diversity in France – proposal to the Global research initiative of the Academy of Management HR Ambassador program, Ariane Ollier-Malaterre and Tarani Merriweather.
- Jan 2012 Contribution to the "Rapport à la Secrétaire d'Etat à la Famille sur l'implication des hommes dans l'égalité professionnelle hommes-femmes"
- Mai 2012, Presentation with Group Genre LISE. "La question work-life balance au prisme de l'intersectionnalité." Tarani Merriweather Woodson, Ariane Ollier-Malaterre.
- PhD Dissertation proposal – Paradigms of Managing Diversity in the United States and France : A cross-cultural perspective Caryn Block, Lorian Roberson, Lee Kniefelkamp, Elissa Perry, Ariane Ollier-Malaterre (approval pending).

Projets 2012

- Accueil d'un Visiting Professor au premier semestre 2012 : Prof. Bozionelos, Durham Business School, University of Durham.
- Organisation d'un Track pour la conférence European Academy of Management (EURAM) Rotterdam, Juin 2012 : "Social Innovations and Changing Work-Life Dynamics" : Cristina Garcia, Ariane Ollier-Malaterre, Laura Den Dulk, Pascale Peters Beatrice van der Heijden & Tanja van der Lippe.
- Co-édition d'un numéro spécial du European Management Journal, Elsevier : "National context in work-family/work-life research" co-édité par Ariane Ollier-Malaterre, Monique Valcour, Laura Den Dulk & Ellen Kossek.
- Organisation d'une journée "Repenser le capital humain", premier semestre 2012 : Xavier Philippe, Jean Pralong et Marie Peretti
- Participation au réseau FROG French research on Organizations and Groups
- Poursuite du séminaire de recherche



Jean Pralong
Titulaire



Marie Peretti
Assistante de Chaire

CHAIRE NOUVELLES CARRIÈRES

La chaire a été lancée en Avril 2011, grâce au soutien de LVMH et d'Air France.

LVMH

AIRFRANCE

1. Mission

La Chaire Nouvelles Carrières de Rouen Business School a pour objectif d'explorer les mutations qui affectent l'emploi et les carrières. Le sujet est d'importance, car après plusieurs années d'une économie marquée par l'incertitude, les relations entre les salariés et les entreprises se sont profondément modifiées. Les entreprises recherchent simultanément flexibilité et fidélisation : elles cherchent à développer leur agilité mais aussi à conserver leurs "talents". Ces objectifs contradictoires brouillent le lien entre salariés et organisations. L'idée de carrière devient confuse. Elle est pourtant l'outil stratégique qui doit relier les compétences, la satisfaction et l'engagement des individus avec les performances et le potentiel d'innovation des organisations. Elle doit être revisitée pour devenir la clé d'un nouvel accord entre les salariés et les entreprises.

Le projet scientifique de la chaire prévoit d'explorer les comportements, les attentes et les besoins des individus envers l'emploi et les carrières. Il prévoit aussi d'évaluer les pratiques de gestion des carrières des entreprises.

La chaire n'a pas que des objectifs de recherche. Elle se donne aussi des objectifs en direction des praticiens, du grand public et des étudiants. D'une part, elle cherche à participer au débat public et au renouveau des pratiques gestionnaires en diffusant aussi largement que possible les connaissances qu'elle développe. D'autre part, elle contribue à la formation des étudiants, futurs praticiens mais aussi futurs acteurs des carrières.

2. L'activité en 2011 et les projets 2012

L'année 2011 a vu le lancement opérationnel de trois axes de recherche et de plusieurs projets associés menés par des membres du pôle Tr@jectoires, parfois en collaboration avec des étudiants de la Majeure Gestion des Ressources Humaines et/ou avec des collègues d'autres institutions.

◆ Axe 1. Les attentes en matière de carrière et GRH

Les attentes des individus en matière de carrière continuent de soulever des questions et des inquiétudes. Des populations spécifiques semblent apparaître et porter des attentes particulières :

- Le cas des jeunes générations : Quels discours sont effectivement attractifs ?
Comment assurer une intégration qui garantisse à la fois la pérennité des modes de management et la fidélisation ?
- Le cas des seniors de tous les métiers : quels parcours de fin de carrière sont réellement attractifs ?
Quelles sont les attentes ?
- Le cas des salariés en situation de handicap : quelles sont les attentes ? Comment expliquer les décalages entre les parcours moyens et les parcours des travailleurs handicapés ?

Ces questions croisent celles de l'évolution des pratiques des entreprises relatives aux carrières. Les pratiques traditionnelles, basées sur une relation à long terme, sont remplacées par des pratiques qui mettent en avant la gestion par l'individu et l'autonomisation envers les entreprises ("à chacun son projet", "tous DRH"...)

Des travaux précédents ont permis de relativiser les différences intergénérationnelles concernant le rapport au travail. Cette même recherche avait suggéré une grande influence des politiques de GRH. Il faut maintenant aller plus loin pour

décrire plus finement les attentes et l'influence des diverses politiques de GRH. La question se pose à deux niveaux :

- Celui des individus : les préférences vont-elles à la recherche de sécurité ou de développement ?
Comment s'articulent ces deux types de besoins ?
- Celui des politiques de GRH : comment accompagner ?

Les projets de recherche

Projet 1 Les attentes en matière de carrière : sécurité ou développement ? Satisfaction ou désillusion ? (Jean Pralong, Yehuda Baruch, Burak Koyuncu, Marie Peretti)

La recherche vise à décrire :

- Les attentes envers la carrière en fonction du diplôme obtenu, de la génération, du pays d'origine et de l'existence ou non d'une situation de handicap. On cherchera à montrer comment s'articulent des attentes de sécurité (conception traditionnelle de la carrière, promesse d'emploi à long terme...) avec des attentes de développement (conception nouvelle des carrières, rotation sur les postes, impatiences éventuelles).
- Les politiques de GRH relatives à la carrière : comment les entreprises articulent-elles des pratiques de sécurité (conception traditionnelle basée sur la fidélisation) et de développement (conceptions nouvelles) ?
- L'évolution de ces attentes en fonction des politiques de GRH des entreprises : constate-t-on une adaptation au modèle de carrière fourni par les entreprises ? Dans quels cas ?

Projet 2 Carrières internationales et choix d'apprentissage d'une langue vivante (Céline Davesne, Marie Peretti)

Les écoles de commerce proposent l'apprentissage d'un large choix de langues vivantes ; certaines, dites " rares ", font l'objet d'une demande croissante : arabe, hindi, mandarin, russe... Comment les étudiants qui choisissent ces langues vivantes se projettent-ils dans des carrières internationales ? S'agit-il d'un choix positif pour des carrières " globales " ou de l'anticipation de contraintes comme la concurrence d'autres diplômés ?

La recherche sera menée auprès des étudiants d'un réseau international de professeurs de langues vivantes dont Rouen Business School est membre. Elle décrira les attentes des étudiants, les raisons de leurs choix ainsi que les représentations sur la carrière et l'emploi associées. La comparaison internationale permettra de comprendre les spécificités de chacun des étudiants des pays vis-à-vis de l'internationalisation des carrières.

Projet 3 Attentes de carrière des seniors (Marie-Gwanaelle Boé, étudiante de majeure, Jean Pralong)

L'allongement de la durée des vies professionnelles et la complexification des parcours soulèvent des défis nouveaux : comment gérer les dernières années des parcours actifs ? Quelles sont les attentes des seniors ? Sont-elles spécifiques ? La recherche destinée à répondre à ces questions sera très qualitative et menée dans le contexte d'Air France.

◆ Axe 2. Les attentes des nouvelles générations en matière de carrière : La vocation est-elle un mirage ?

Les jeunes générations sont souvent présentées par leur recherche prioritaire de satisfactions à court terme. Les juniors semblent prioriser la poursuite d'une " vocation. " Réciproquement, les secteurs du luxe et de l'aéronautique (entre autres) exercent une attraction particulière qui suscite la vocation. On sait peu de choses sur les caractéristiques de la vocation et, surtout de son évolution dans le contexte de l'entreprise. Une recherche précédente menée dans le cadre de la chaire suggère que la vocation pourrait être un handicap : les individus seraient moins disponibles à des opportunités ou à des apprentissages nouveaux. Il sera intéressant de se pencher sur les liens entre vocation et mobilité au sein du groupe LVMH. Chez Air France, la vocation pourrait bloquer les mobilités.

Projet 1 Vocation et métiers vocationnels (Jean Pralong, Marie Peretti)

La recherche vise à décrire :

- La place qu'occupe l'idée de vocation dans le rapport au travail des jeunes diplômés. On étudiera en particulier le cas de métiers vocationnels (pilotes, personnels navigants commerciaux) ou de secteurs " vocationnels " (aéronautique, industrie du luxe) en comparaison avec les cas de jeunes issus de formations généralistes.
- Les liens entre vocation et attentes envers la carrière : comment les individus articulent-ils leur éventuelle vocation avec ce qu'ils perçoivent des attentes de leurs employeurs ?
- L'évolution de ces attentes en fonction des politiques de GRH des entreprises : constate-t-on une adaptation au modèle de carrière fourni par les entreprises ? Dans quels cas ?

Projet 2 La vocation pour les métiers militaires et la " marque employeur " de l'armée de terre (Matthias Danel, étudiant de majeure, Jean Pralong)

L'armée de terre recrute massivement et s'est dotée, pour cela, d'une " marque employeur " qui met en avant la vocation. L'expérience des trois années écoulées montre des résultats ambigus : ces efforts de communication ont permis le recrutement de nombreux jeunes, mais beaucoup ont rompu leur contrat. Bref, la " marque employeur " de l'armée de terre semble avoir généré des déceptions. Pourquoi ?

La recherche éclaircira ce point et permettra de mieux comprendre les réactions des jeunes face aux " marques employeurs ". Elle est conduite en partenariat avec l'armée de terre et l'agence TBWA Corporate.

Projet 3 La vocation pour les entreprises d'insertion (Noémie Dermaux, étudiante de majeure, Xavier Philippe)

Le secteur de l'insertion est un employeur atypique. L'instabilité des financements publics et la difficulté de l'exercice face en font un choix de carrière particulier. Est-ce une vocation, un choix par défaut, une étape transitoire dans une stratégie bien pensée ?

Projet 4 Les attentes de genre dans les métiers du transport aérien (Marine Gaillard, étudiante de majeure, Ariane Ollier-Malaterre)

Les métiers du transport aérien sont, parmi d'autres, fortement associés à un genre : masculin pour les pilotes, féminin pour les personnels commerciaux. Cette dimension genrée des métiers a-t-elle une influence sur les représentations des acteurs en matière de carrière ? L'appartenance à un genre conditionne-t-elle des types de projets plutôt que d'autres ?

Axe 3. Les freins et catalyseurs à la transmission des connaissances

La plupart des entreprises se sont dotées de dispositifs de transmission des connaissances. Il peut s'agir de bases de données simples ou de systèmes de " knowledge management " sophistiqués. Une littérature abondante présente les meilleures pratiques à suivre. Pourtant, ces actions soulèvent plusieurs questions :

- comment les acteurs se sont-ils approprié ces outils ? Comment les utilisent-ils ? Sont-ils détournés de leurs fonctions initiales ? Comment cohabitent-ils avec les cultures de métier, les cultures des entreprises ?
- que transmettent réellement ces outils ?

Le projet de recherche (Xavier Philippe, Marie Peretti, Sarah Alvès)

La recherche vise à décrire :

- La diversité des dispositifs en place, du plus formel au plus informel (bases de données, tutorat, mentoring...), les pratiques de ces outils : quels usages réels par rapport aux usages prescrits ?
- Les liens entre ces outils et les individus : quels freins ?

La recherche comparera les cas de quatre entreprises de secteurs différents : viti-vinicole (LVMH), artisanal / semi-industriel (LVMH), industriel (Air France) et tertiaire (Matmut).

3. Les contributions de la chaire en 2011

Publications et communications

Articles dans revues à comité de lecture

PRALONG J. (2011), Vygotski, la carrièreologie profane et le succès de carrière, *Management & Avenir*, n°42

PRALONG J. (2011), Les projets n'engagent que ceux qui y croient ! Une étude longitudinale des projets, compétences et performances, *Revue Française de Gestion*, Vol. 37, n°16

Communications

PRALONG J. (2011), Competence is not enough : "career worlds" and objective career success, *27th EGOS Colloquium (European Group for Organizational Studies)*, Gothenburg, Sweden

PRALONG J. (2011), La compétence ne suffit pas : "mondes de la carrière" et succès objectif de carrière des cadres, *22e congrès de l'Association de Gestion des Ressources Humaines (AGRH)*, Marrakech, Maroc

PRALONG J. et CADIN L. (2011), Les cadres des fonctions publiques confrontés à la confusion des mandats, *22e congrès de l'Association de Gestion des Ressources Humaines (AGRH)*, Marrakech, Maroc

Présentations

PRALONG J. (2011), The career worlds: a socio-cognitive approach of career success, *Séminaire du pôle Trajectoires*, Rouen Business School

PRALONG J. et CADIN L. (2011), Les cadres publics confrontés à la confusion des mandats, *Colloque de l'Observatoire des Cadres CFDT*, Paris, France

PRALONG J. (2011), Génération Y : péril jeune ou mythe managérial ? Les cas des militaires et des jeunes cadres, *Colloque DeciDRH*, Paris, France

Articles de presse

PRALONG Jean (2011), Génération Y en entreprise : ce que cache la peur des 15-30 ans, *Rue 89*, 22 mai

PRALONG Jean (2011), La génération Y n'existe pas..., mais sa création permet d'exprimer des choses, *AEF*, *Dépêche* n°143859

PRALONG Jean (2011), La qualité des carrières, un enjeu stratégique pour les entreprises, *Entreprises et Carrières*, 18/24 octobre 2011

PRALONG Jean (2011), Le mythe de la génération Y, *Le Point* 14 février 2011

PRALONG Jean (2011), Mesurer scientifiquement la qualité d'une carrière, *Liaisons Sociales Magazine*

PRALONG Jean (2011), Plainte contre Y : au-delà des apparences, ce que cache le conflit des générations dans les entreprises, *Personnel*, n°519

PRALONG Jean (2011), "Métier Passion" : ce que cache le marketing des recruteurs, *Rue 89*, 27 juin

Contributions pédagogiques

La chaire pilote le module "carrières et compétences" de la majeure RH de Rouen Business School. Elle contribue donc, dans son cœur de compétences, à la formation des futurs praticiens. Cinq projets de recherche d'étudiants de la majeure sont supervisés au sein de la Chaire.

De façon plus transversale, la Chaire contribue au développement des actions de formation à la gestion des carrières ("objectif carrière") des programmes MBA et MGE.

PÔLE JEUNES ET PRATIQUES RESPONSABLES DE LA CONSOMMATION

3 MEMBRES



Kafia Ayadi



Pascale Ezan



Joëlle Lagier

Mission

La consommation des enfants et des adolescents représente aujourd'hui un enjeu majeur pour de nombreux acteurs sociaux et économiques : entreprises, pouvoirs publics, éducateurs, parents...

C'est un sujet central pour de nombreuses entreprises et organisations marchandes :

- ◆ Dès leur plus jeune âge, ils représentent un pouvoir d'achat important qui s'accroît très rapidement lorsque les enfants grandissent ;
- ◆ Ils possèdent un pouvoir de prescription important au sein de la famille, y compris pour des biens qui les concernent peu ;
- ◆ Ils sont souvent les principaux vecteurs qui font entrer les innovations au sein des foyers
- ◆ L'adolescence n'équivaut plus à un stade du développement génétique et psychologique mais a un état qui commence vers 9 ans (Tweens) et qui, au plan sociologique, peut se prolonger jusqu'à 25 ans voire au-delà (effet Tanguy) ;
- ◆ Ce sont les attitudes et les comportements des jeunes qui, dans de nombreux secteurs, représentent le modèle que les autres classes d'âge cherchent à s'approprier ;
- ◆ Les apprentissages acquis à un âge précoce le sont sous des conditions de renforcement très fort qui assurent leur durée dans le temps.

Mais c'est aussi un sujet central pour tous ceux qui ont en charge l'éducation et la protection de ces jeunes publics :

- ◆ Les sociétés développées modernes sont dominées par les problèmes de consommation ; il est donc important de maîtriser les apprentissages fondamentaux des enfants pour qu'ils soient en mesure de gérer leurs arbitrages économiques et pour éviter des effets négatifs à long terme ;
- ◆ Beaucoup de problèmes de société sont imputés totalement aux effets négatifs du marketing (obésité, impérialisme des marques à l'école, pollution culturelle due à la TV...) ; si on ne peut pas bien sûr exclure une part de responsabilité du marketing, d'autres facteurs entrent également en jeu (pression normative des pairs, famille...) ; il importe donc d'identifier le poids effectif de ces différents éléments.
- ◆ Comment utiliser efficacement les techniques de marketing pour conduire les jeunes à rejeter certains comportements nuisibles (violence, alcoolisme, tabagisme et prise de drogue, comportements dangereux en moto ou en voiture ...) ?

Ces constats montrent que la consommation des enfants et des adolescents, encore peu étudiée de façon spécifique, représente un champ de recherche extrêmement intéressant, en particulier pour les entreprises.

Le pôle "**Jeunes et pratiques responsables de la consommation**" a pour vocation de produire et de diffuser des connaissances sur :

- la consommation des enfants et des adolescents
- les réponses que développent ces populations particulières lorsqu'elles sont confrontées à des actions marketing
- la mise en perspective de leur statut de consommateur au sein d'un cadre sociétal plus global et d'un développement cognitif et social qui doit les conduire à devenir des adultes accomplis.

Le pôle est bâti avec une volonté très claire de concilier les intérêts des divers publics concernés, à savoir rechercher l'efficacité la plus grande possible au plan économique sans jamais oublier la responsabilité sociale et l'intégrité individuelle qui doit guider toute action dirigée vers des enfants et/ou des adolescents. Il vise également à nourrir les connaissances qui doivent permettre aux jeunes publics d'aborder leur rôle de consommateur en acteurs citoyens. Sa mission n'est donc pas seulement de nourrir la réflexion des organisations marchandes mais également d'éclairer les débats sociétaux autour de la consommation et d'aider la prise de décision des pouvoirs publics dans ce domaine.

Activités

Le Projet MARCO

Le projet MARCO est finalisé. Les résultats de ce programme de recherche mené sur 3 ans seront présentés dans un ouvrage collectif qui paraîtra au cours du 2^e semestre 2012 aux Editions EMS Caen Management. Comme pour les trois années précédentes, l'essentiel des activités de recherche du pôle s'est concentré sur le projet MARCO (Marketing and Child Obesity) financé par l'Agence Nationale pour la Recherche (ANR). Le projet, qui mobilise 15 chercheurs en France et à l'étranger (dont 2 membres du pôle : K. Ayadi et P. Ezan) est coordonné par Joël Brée. L'objectif de ce projet est double : apporter une contribution à la compréhension des causes – et en premier chef des actions développées par le marketing – qui fait de l'obésité infantile un problème de santé publique dans les pays économiquement développés ; voir comment le marketing, si souvent décrié, peut – seul ou par des interactions avec d'autres acteurs concernés (pouvoirs publics, parents, école) – aider à combattre ce fléau.

On sait que l'obésité est une maladie multifactorielle dont les différents déterminants agissent sur les comportements alimentaires de l'enfant et interagissent entre eux. Certains, de nature génétique ou psychologique par exemple, sont déconnectés des contingences temporelles, alors que d'autres sont beaucoup plus récents et ont largement contribué à la forte augmentation des enfants en surpoids : évolution des modes de vie (sédentarité des activités – tv, jeux vidéos –, nomadisme, grignotage, déstructuration des repas...), offre diversifiée de produits à forte teneur en sucre et/ou acides gras saturés, abandon des règles et démission parentale dans certains foyers...

Lorsqu'il s'agit de trouver un responsable à ce phénomène, la publicité et le marketing en général sont au cœur des débats en raison de leur caractère persuasif et des désirs suscités par une offre utilisant tous les leviers de la séduction. S'il est vain de nier cette réalité, elle ne peut toutefois être analysée qu'au travers d'une mise en perspective avec les interactions sociales auxquelles l'enfant participe (famille, copains, école). Par ailleurs, si les techniques utilisées peuvent conduire à certaines dérives, elles peuvent également être utilisées pour modifier les croyances, attitudes et comportements dans un sens socialement désirable. On a pu voir l'impact positif de ces techniques sur la relation des jeunes au tabac ou sur la prise de conscience par de nombreux conducteurs des dangers d'une conduite trop rapide ou sous l'emprise de l'alcool. On peut donc se demander dans quelle mesure ces techniques ne pourraient pas être activées pour responsabiliser les enfants en les éduquant à de bonnes pratiques nutritionnelles.

Plusieurs contributions sont attendues de ce programme :

- ◆ Comprendre l'impact des publicités alimentaires sur les réponses cognitives, affectives et comportementales des enfants : modifient-elles l'attitude des enfants envers les catégories de produits à forte teneur en sucre et/ou lipide ou simplement sur les marques au sein d'entre elles ? Les attitudes se transforment-elles en désir ? À quelles conditions ce désir se concrétise-t-il par une ingestion ? Quelles sont, par comparaison, les réponses à une annonce qui promeut un produit nutritionnellement sain ?
- ◆ La manière de mettre en scène le produit dans l'annonce (idéalisation, taille des portions, situation de consommation, proximité d'autres produits plus équilibrés...) impacte-t-elle la réponse des enfants ?
- ◆ Analyser les effets conjoints de la publicité télévisée et de la pression normative exercée par les groupes de pairs : est-ce la publicité seule qui initie ces réponses ? Sans la pression des groupes, seraient-elles de même nature ?
- ◆ Les groupes peuvent-ils inhiber le désir de consommer un produit alimentaire suscité par la pression publicitaire ?
- ◆ Comment s'effectuent les transferts de préférences alimentaires au sein de la cellule familiale : comment les enfants peuvent modifier les préférences de leurs parents, soit en les amenant à une attitude positive vis-à-vis de modes d'alimentation qui ne leur étaient pas familiers (la fréquentation des fast-foods par exemple), soit en répercutant au sein de la famille des principes nutritionnels sains qui leur ont été enseignés à l'école.
- ◆ Comment les enfants arbitrent-ils leurs choix de produits alimentaires ; compte tenu de l'attrance innée pour le sucré, comment gèrent-ils le couple " nutrition/plaisir " dans la relation qu'ils vont établir avec les offres des industriels ? Peut-on agir sur cet équilibre en travaillant sur la " ringardise perçue " de certains produits comme on a pu le faire auprès de nombreux jeunes pour la cigarette ?
- ◆ Un message persuasif utilisant la peur peut-il être efficace auprès de ces enfants ? Est-il plus efficace qu'un message qui n'utilise pas ce levier ? Certains types de peur (par exemple d'ordre social, tels que le rejet des pairs) sont-ils plus efficaces que d'autres (par exemple d'ordre sanitaire, tels que les risques sur la santé) ?



Othman Boujena
(responsable)



Lanlan Cao



Bruno Cohanier



Bruno Godey



Rim Kalai-Jemai



Sylvie Lacoste

PÔLE CUSTOMER, RETAIL & SUPPLY CHAIN

11 MEMBRES



**Daniele
Pederzoli**



Yolande Piris



**Mourad
Touzani**



Isabelle Ulrich



Jérôme Verny

Mission

Le pôle **Customer, Retail & Supply Chain** a pour objectif l'amélioration et l'évolution des pratiques marketing dans le domaine de la distribution et de la supply chain permettant une meilleure création de valeur pour les clients. Pour ce faire, le pôle Customer, Retail & Supply Chain développe et propose différents outils et méthodes permettant aux acteurs de l'industrie, notamment de la distribution, d'optimiser les processus tout en ayant une approche orientée client.

Les recherches du pôle s'articulent autour de 4 axes :

- ◆ l'identification et la compréhension des tendances de consommation
- ◆ l'analyse de principaux facteurs de la supply chain dans l'industrie de la distribution,
- ◆ l'étude des possibilités offertes par les technologies de l'information (analyses de base de données, stockage de données, etc...)
- ◆ proposing accurate forecasts and recommendations

Fondée sur le principe de l'interaction entre le développement des connaissances et leur diffusion, la mission du pôle est de fournir des connaissances d'experts qui associent la recherche, l'enseignement et les projets des entreprises.

Axes de recherche

L'expertise du pôle de recherche s'articule autour de quatre axes.

◆ **Axe de recherche 1** **Expérience et point de vente**

Cet axe de recherche intègre les plus récentes évolutions dans le domaine du luxe et de la stratégie de distribution d'un certain nombre d'entreprises. La stratégie de distribution doit prendre en compte deux composantes différentes : d'un côté, la maîtrise de la chaîne de valeur pour gagner un avantage compétitif dans un secteur de plus en plus concentré, de l'autre côté, le désir d'émotions et d'expérience esthétique exprimé par les consommateurs.

La dimension spiritualité d'une expérience de consommation repose sur l'analyse des facteurs situationnels et plus spécifiquement inhérents au point de vente et à son organisation. L'objectif est d'une part de comprendre ce que représente une expérience de consommation spirituelle pour les consommateurs, et d'autre part, de savoir comment les industriels, les responsables de marques, les distributeurs et les designers peuvent créer des atmosphères favorisant l'émergence d'une expérience spirituelle de consommation.

La dimension authenticité est étudiée à la fois vis-à-vis des produits, des marques, des sites touristiques et des expériences de consommation. En point de vente, l'objectif est de déterminer les processus d'authentification (par exemple la labellisation, l'aménagement et la théâtralisation de l'espace de vente, le discours des vendeurs, les informations présentes in situ) les plus persuasifs.

Assortiment et point de vente : Dans un contexte caractérisé par un comportement des consommateurs en perpétuelle dynamique (contrainte de temps, recherche de variété, attrait pour l'innovation, attentes éthiques, besoin de réassurance), de nouveaux formats de distribution ainsi que l'évolution technologique, la gestion de l'assortiment est plus que jamais primordiale. Les travaux menés au sein de pôle portent sur la perception de la variété, perception de l'organisation, largeur et profondeur de l'assortiment, assortiment et enfant, évolution des assortiments et développement durable,

◆ Axe de recherche 2

Customer Relationship Management (CRM) & customer insight

Cet axe examine les problématiques liées à l'étude du comportement des consommateurs en environnement incertain et international ainsi qu'aux perspectives d'exploitation de l'intelligence client pour garantir une relation client à valeur ajoutée (satisfaction, fidélité...).

Perception du pays d'origine et marques de luxe

Dans un environnement globalisé, le processus de choix des consommateurs est davantage basé, entre autres, sur l'origine des produits. Par conséquent, l'effet du pays d'origine (Country Of Origin) sur la perception des consommateurs à l'international et sur leurs réponses conatives (intentions d'achat) est décisif pour les marques.

Comportements d'achat en période de crise

Face à la crise, les consommateurs sont amenés à revoir leurs modes de consommation et d'achat. Ces arbitrages, souvent guidés par le pouvoir d'achat, le moral, ou encore la perception de risque concernant autant les transferts de marque que de catégorie de produits ou encore l'attitude à l'égard des marques de distribution (MDD).

Customer Relationship Management

L'appréhension des marchés, la maîtrise de l'environnement et la satisfaction des consommateurs passent par une stratégie CRM fondée sur le database marketing. Les travaux portent sur : la mise en place du CRM dans les entreprises, le rôle de la force de vente et de la marque, la fidélisation ainsi que les perspectives de développement de ses pratiques dans le secteur de la distribution.

◆ Axe de recherche 3

Internationalisation de la distribution

Dans le cadre de leur développement à l'international, les enseignes de distribution sont amenées à repenser les stratégies de localisation, les axes de différenciation, l'approche multicanal ainsi que le branding. Cet axe examine trois thèmes : stratégies d'internationalisation, compétences clés dans l'internationalisation, internationalisation des canaux (physiques et virtuels) et performances.

◆ Axe de recherche 4

Supply Chain Management

La globalisation, l'intensification de la concurrence et l'évolution vers le développement durable confèrent au supply chain management un rôle central dans la réussite des stratégies de distribution et de création de valeur. Le présent axe s'intéresse aux thèmes suivants : sustainable supply chain & internationalisation des échanges, gestion des stocks en environnement de collaboration, distribution et tournée de véhicules, relation distributeurs-fournisseurs et gestion de la performance en chaîne logistique.

Activités

Ateliers de recherche

Notre pôle de recherche organise régulièrement des ateliers et des séminaires de recherche animés par des professeurs de Rouen Business School et par des chercheurs d'autres universités et centres de recherche :

- ◆ Lanlan Cao a présenté un papier sur "key capabilities to enter the Chinese retail market",
- ◆ Lilia Smaoui de l'université de Paris a présenté sa recherche sur "the impact of store windows display on consumer purchase intention",
- ◆ Laure Lavorata de l'Institut de Recherche en Gestion a présenté un papier sur 'sustainable development, retail brands and consumer behavior'
- ◆ Kristof Coussement de l'IESEG School of Management a présenté un article intitulé "Sticking customers to your company through customer churn prediction: The beneficial effect of generalized additive models".
- ◆ Stuart Cooper, d'Aston Business School a animé un atelier sur "Green Supply Chain".
- ◆ Isabelle Vandangeon-Derumez de l'IAE Gustave Eiffel a présenté sur le thème "longitudinal methods in qualitative research"...

La recherche et la pédagogie

Le pôle de recherche a pour but de relier le développement et la diffusion des connaissances en fournissant des programmes de marketing en lien avec les axes de recherche. Cette expertise transmise sera mise en œuvre par les étudiants dans les entreprises durant leur stage ou leur emploi. Par exemple :

- ◆ Le tronc commun de la Majeure en Marketing contient un module sur le marketing relationnel et le CRM,
- ◆ Des modules sur la recherche en marketing et la gestion du Consumer/customer insight sont intégrés dans la Majeure Marketing (tronc commun), le mastère EDM et le Msc du programme Marketing,
- ◆ La Majeure en Marketing propose un programme de spécialisation en Category and Multichannel Management avec un module sur le Retail marketing et un autre sur le Category management,
- ◆ Une nouvelle spécialisation sur le Consumer Insight a ouvert en 2011 dans la Majeure du programme Marketing,
- ◆ Des challenges ont été organisés en 2011 pour les étudiants avec des entreprises partenaires sur des thématiques liées à la distribution et au CRM (Starbucks, Intermarché, Ferrero,...),
- ◆ Le programme de majeure a démarré en 2010 avec pour sujet la supply chain et les achats,
- ◆ Les sujets proposés pour les mémoires de Master sont liés aux problématiques étudiées par les enseignants chercheurs du pôle, à savoir le CRM et les domaines de la distribution,
- ◆ Les étudiants peuvent être impliqués dans la collecte de données ou dans d'autres activités avec les membres du pôle,
- ◆ Les membres du pôle fournissent aussi des études de cas liées aux domaines d'expertise.

Colloque "Perspectives relationnelles de la distribution" 2011

Le pôle de recherche a organisé en mars 2011 un colloque sur les perspectives relationnelles en Distribution à Paris. Les ateliers ont rassemblé des consultants, des directeurs de la distribution et des chercheurs qui ont discuté de thématiques liées aux perspectives relationnelles (programmes de fidélité, shopper insights, experience in-store, using customer intelligence...) et ont proposé des solutions.

Les institutions et marques suivantes étaient représentées :

- L'Université Paris Dauphine
- SKEMA Business School
- Université Lille 2
- Université de Cergy Pontoise
- IAE d'Aix en Provence
- Université de Montpellier 2
- Institut du Marketing et du Management de la Distribution
- Virgin Mobile
- Harris Interactive
- La Mesure Marketing
- Kickers
- Pizza Hut
- Darty
- Air France
- Starbucks Coffee
- Customer Delight IMPP
- Velvet

Service à la communauté académique

Les membres du pôle de recherche font partie de plusieurs comités scientifiques en France et à l'échelle internationale :

Membres de comités scientifiques/éditoriaux : cf liste p. 51

Ad-hoc reviewing

- ◆ International Journal of Retail and Distribution Management
- ◆ Décisions Marketing
- ◆ Revue Marocaine de Management et de Marketing
- ◆ Retail Review
- ◆ Revue Tunisienne du Marketing

Conférences

- ◆ European Marketing Academy Conference (EMAC)
- ◆ International Congress of the French Marketing Association (AFM)
- ◆ American Marketing Association (AMA)
- ◆ AIMS Congress
- ◆ Annual Meeting of the Academy of Management
- ◆ Australian and New Zealand Marketing Academy (ANZMAC)
- ◆ Journée de Recherche sur la Vente
- ◆ Academy of Marketing Conference
- ◆ Journées Internationales de Recherche en Marketing (JIREM)
- ◆ International Congress Marketing Trends
- ◆ International Congress of the Tunisian Marketing Association (ATM)
- ◆ International Congress of the Tunisian Management Sciences Association (ATSG)
- ◆ Colloque Etienne Thil

Recherche en cours

Les projets suivants sont en cours :

- ◆ Perception of COO : B. Godey & D. Pederzoli
- ◆ Store/brand personality : B. Godey & D. Pederzoli
- ◆ Assortment variety perception and store loyalty : Y. Piris & O. Boujena
- ◆ Social networks and customer insight for retail brands : S. Zielke, O. Boujena and M. Touzani
- ◆ Convenience stores : S. Zielke, L. Cao, M. Touzani and O. Boujena

LA MAISON DE L'ENTREPRENEURIAT ET DE L'INNOVATION

Le dispositif de la Maison de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation rassemble à la fois des activités de recherche liées à l'entrepreneuriat (pôle de recherche, chaire), et à la fois les dispositifs pédagogiques et d'accompagnement des projets entrepreneuriaux afin de stimuler les projets entrepreneuriaux au sein de Rouen Business School. Elle se veut un véritable éco-système de l'entrepreneuriat.

La Maison de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation rassemble ainsi :

- Le pôle de recherche " Entrepreneuriat et Innovation "**
- La Chaire " Business Model & Innovation "**
- L' incubateur "Starting Bloc"**
- Les programmes d'enseignement**



Ana Colovic
(responsable)



Denis Gallot



Liang Guo



Rita Klapper

PÔLE ENTREPRENEURIAT ET INNOVATION

8 MEMBRES



Jacques Lauriol



Bernard Leca



Isabelle Ravera



**Masoud
Shadnam**

Mission

L'entrepreneuriat est un ensemble de pratiques qui implique la création ou la découverte d'opportunités et leur mise en œuvre. En tant que tel, il contribue à la croissance économique en stimulant l'innovation, la productivité et l'emploi. Le pôle de recherche " Entrepreneuriat et Innovation " regroupe des chercheurs qui partagent un fort intérêt pour l'activité entrepreneuriale et pour l'innovation et qui ont pour objectif de contribuer à l'avancement de la compréhension de ces phénomènes dans un monde globalisé. Le pôle portera un intérêt particulier aux Business models, au financement entrepreneurial ainsi qu'aux liens entre le cadre institutionnel et l'activité entrepreneuriale.

Axes de recherche

Les activités du pôle s'articulent autour de quatre axes de recherche principaux.

Modèles économiques

Notre recherche examine les modèles économiques en s'intéressant plus particulièrement aux firmes entrepreneuriales. Nous étudions à la fois les nouveaux modèles économiques (comme par exemple ceux du e-business, de l'open innovation et de l'économie de la fonctionnalité) et l'évolution des modèles économiques liée à la croissance ou à l'internationalisation des firmes.

Institutions et entrepreneuriat

Nos investigations dans cet axe de recherche portent sur deux questions liées. Comment les institutions influencent-elles l'activité entrepreneuriale? Comment les entrepreneurs changent-ils les institutions ? L'entrepreneuriat est un ensemble localisé d'activités, encadrées dans un contexte institutionnel particulier. Notre pôle de recherche souhaite explorer ces facteurs institutionnels qui dirigent et façonnent le processus et le produit de l'entrepreneuriat. De plus, nous nous intéressons aux entrepreneurs institutionnels, les innovateurs qui développent des activités nouvelles, tout en agissant sur leur environnement afin que ces activités acquièrent de la légitimité, du soutien des parties prenantes et afin d'assurer la diffusion de leur innovation.

Venture capital et innovation

Au cours des deux dernières décennies, une nouvelle élite économique a émergé. Les capital-risqueurs (venture capitalists) ont transformé des entrepreneurs pionniers en héros d'affaires et de high-tech. Les entreprises qu'ils ont financées ont le potentiel d'accroître la productivité, d'accélérer la croissance économique et d'assurer un important retour sur investissement pour leurs financeurs. Il existe à la fois des preuves ad hoc et académiques suggérant que le

capital risque stimule l'innovation aux Etats-Unis. Les résultats d'études empiriques dans d'autres pays ne sont cependant pas unanimes. Cette partie de notre recherche va réexaminer la façon dont le capital-risque influence la performance de l'innovation des entreprises financées et va essayer d'identifier les modèles économiques les plus efficaces qui peuvent créer de la valeur à la fois pour les entrepreneurs et pour les capital-risqueurs.

Entrepreneuriat et pédagogie

Une partie de nos recherches s'intéresse à la pédagogie dans le domaine de l'entrepreneuriat. Nos réflexions portent notamment sur les approches innovantes visant à stimuler la créativité des étudiants et des futurs entrepreneurs. Plusieurs techniques et dispositifs pédagogiques ont déjà été mis en place au sein de Rouen Business School et ils constituent un terrain de recherche particulièrement intéressant pour comprendre les manières dont la pédagogie agit sur l'orientation entrepreneuriale des individus.

Activités

Séminaires de recherche

Le pôle a lancé des séminaires de recherche internes. Deux séminaires ont eu lieu en 2011.

- ◆ 24 novembre : Jacques Lauriol, " L'économie de la fonctionnalité : un nouveau modèle économique pour un développement soutenable ? ".
- ◆ 15 décembre : Rita Klapper, "Entrepreneurial growth in Finnish companies: first results from a qualitative investigation".

Table ronde

Le 8 décembre 2011 une table ronde intitulée " Faire du capitalisme autrement " a été organisée par Rita Klapper. Cette table ronde a regroupé les participants suivants: Yohann Abiven, directeur de l'abbaye St Jacut, Bretagne; Christoph Brohard, CEO de SAPP Maxims, Alain Goussaud, entrepreneur et vice-président de l'A.D.R.E.S.S (Agence pour le Développement Régional de l'Economie Sociale et Solidaire); et Gaetan Cerveau, entrepreneur.

Projets 2012

Le pôle poursuivra l'organisation des séminaires de recherche internes. De plus, d'autres activités seront organisées.

- ◆ Un workshop sur le thème " Entrepreneuriat et Innovation ", sera organisé le 10 janvier à Paris (Paris Executive Campus).
- ◆ Une table ronde internationale sur la thématique " Recherche et Enseignement dans le domaine de l'Art et du Management " sera organisée par Rita Klapper le 15 janvier 2012 lors de la conférence de l'USASBE (United States Association for Small Business and Entrepreneurship).
- ◆ Rita Klapper et plusieurs autres chercheurs européens développeront des travaux de recherche en innovation pédagogique, combinant la musique et le management lors d'événements organisés à l'université Yasar en Turquie au printemps 2012. Le groupe de recherche européen a obtenu un financement de 50 000 € du programme européen Erasmus pour la première année.
- ◆ Le pôle accueillera le sixième atelier Stratégies, Espaces et Territoires de l'AIMS (Association Internationale du Management Stratégique) en collaboration avec l'Académie de l'entrepreneuriat. Cet atelier aura pour thématique générale " Entrepreneuriat et territoires " et il aura lieu fin 2012 ou début 2013.



Liang Guo
Titulaire



Denis Gallot
Titulaire

LA CHAIRE BUSINESS MODEL ET INNOVATION



En ligne avec sa vision, Rouen Business School entend former des étudiants dotés d'une réelle capacité entrepreneuriale. En partenariat avec **BNP Paribas** et **KPMG**, la Chaire Business model & Innovation permettra d'accompagner cette démarche et de développer des connaissances spécifiques à la démarche entrepreneuriale.

L'objet principal de la Chaire sera le "*business model*". Cet outil central dans la démarche entrepreneuriale traduit l'innovation en proposition de valeur, l'innovation n'étant pas limitée à l'innovation technologique mais intégrant l'innovation commerciale, marketing et/ou organisationnelle. L'innovation est donc au cœur de la problématique des *business models*.

Le *business model* reste encore trop souvent mal maîtrisé par les porteurs de projets et son évaluation par les financeurs recèle encore beaucoup de problématiques non résolues à ce jour (méthodes d'évaluation, évaluation des actifs immatériels, etc.). De plus, les innovations dans de nombreux domaines (numérique, énergie, économie verte, etc.) remettent en question les *business models* existants (gratuité, chaîne de valeur, etc.) et font émerger de nouveaux *business models*.

La Chaire vise à créer des connaissances scientifiques et actionnables sur le *business model* dans la démarche entrepreneuriale. Ces connaissances doivent contribuer à un meilleur accompagnement des projets entrepreneuriaux développés au sein de Rouen Business School et de son incubateur Starting Bloc.

Projets de recherche pour 2012

Projet 1 L'origine et l'évolution des *business models* de l'économie numérique dans les pays développés et en voie de développement

Le succès des sociétés de l'internet est plutôt attribué à leur utilisation des nouvelles technologies qu'à la création de nouveaux *business models*. Pourtant, la technologie et le *business model* sont inséparables. En effet, les deux dernières décennies témoignent des transformations des dynamiques entrepreneuriales revisitées par les nouvelles technologies. Les nouveaux *business models* de l'Internet remettent en question les vieilles règles et stratégies dogmatiques, telles les relations entre les parties prenantes d'une société, à savoir les clients, fournisseurs, collaborateurs et concurrents. Ce projet cherche à enquêter sur l'origine et l'évolution des *business models* de l'économie numérique dans les pays développés et en voie de développement.

Fondé sur une littérature exhaustive des systèmes d'information et de l'e-business, ce projet cherche à remplir les objectifs suivants:

1. Synthétiser les récents travaux de recherche et développer une trame de fond théorique sur l'évolution technologique et les modèles d'e-business ;
2. Développer une typologie exhaustive des modèles d'e-business
3. Identifier quels modèles d'e-business sur-performe financièrement.

Projet 2 Entreprendre avec une équipe hétérogène et performante

La composition de l'équipe impacte souvent la performance par l'influence exercée sur l'allocation des ressources. Cette allocation varie en fonction des tâches de chacun ainsi que par la communication et la collaboration entre les membres. La mission devenant de plus en plus compliquée et plus difficile à exécuter, il est communément suggéré que l'équipe soit pluridisciplinaire. Cette étude tente de vérifier si cet argument se révèle exacte dans un contexte entrepreneurial. Dans ce projet, l'influence de la diversité des profils socio-académiques sur la performance de l'équipe, basée sur un échantillon de 85 étudiants internationaux et 17 équipes d'étudiants entrepreneurs sera examinée.

Projet 3 L'entrepreneuriat chinois

Le pouvoir des entrepreneurs n'affecte pas seulement les économies capitalistes mais également les économies émergentes comme la Chine. Les entrepreneurs constituent la principale force ayant contribué à l'essor des secteurs privés et aux dynamiques de marché prospères en créant des emplois, en fournissant des biens de consommation, en mobilisant les épargnes et en brisant les monopoles d'Etat. Cet article mobilise différentes théories sociales et examine les différents fondements de l'entrepreneuriat chinois à travers des études regroupant des données d'échantillons nationaux provenant de l'enquête générale sociale chinoise parue en 2003.

La recherche s'intéressera aux fondements essentiels de l'entrepreneuriat en Chine. En particulier, l'influence des relations politiques de la personne par rapport à leur choix de devenir entrepreneur sera examiné.

L'INCUBATEUR "STARTING BLOC"

En 2011, Rouen Business School a inauguré son incubateur " Starting Bloc ". Celui-ci propose un ensemble de prestations aux porteurs de projets (étudiants, alumni). Outre un hébergement physique, l'incubateur propose un programme complet d'accompagnement dont les principaux éléments sont :

- ◆ **Mentoring** (affectation d'un chef d'entreprise expérimentée sur chaque projet en incubation afin de lui faire bénéficier de son expérience)
- ◆ **Coaching** (organisation générale et animation de l'incubateur, suivi de la vie des projets, respect des deadlines)
- ◆ **Prestations d'experts** (sur demande et en fonction des besoins des porteurs de projets, un réseau d'experts se mobilise pour proposer du mécénat de prestations intellectuelles comme la rédaction des statuts de la future startup ou du pacte d'actionnaires)
- ◆ **Formation d'experts** (sur demande et en fonction des besoins des porteurs de projets, formations très ciblées par des experts métier, diplômés de Rouen Business School)

L'ouverture de l'incubateur a d'ores et déjà permis d'accueillir une vingtaine de projets entrepreneuriaux :

NOM PROJET	DESCRIPTION	NOM/PRÉNOM	STATUT	PROGRAMME	PROMO
Ascenlis	Annonces sociales et publicité locales dans des ascenseurs	Gerbaud Sybil	Etudiant	IFI3	2011
Businessivor	Jeu de société ayant pour thème le milieu des affaires et de la bourse	Von Essen Thomas	Etudiant	MGE1	2010
Cloud Up	Website vendant des t-shirts désignés par des artistes et produits en éditions ultra-limitées	Boulangier Paul	Etudiant	IFI1	2010
DandyKit	Site internet offrant un coffret mensuel personnalisé de nouveaux produits cosmétiques et produits tendances haut de gamme en version miniature à destination d'une clientèle masculine	Georgiou Andreas	Etudiant	Majeure ENT	2011
Erasmus Planet	Website de ressources pour étudiants en échange	Bouic Romain	Etudiant	Majeure ENT	2011
Fermes Urbaines	Maraîchage biologique urbain dans les grandes agglomérations françaises	Bellanger Alexandre	Etudiant	Majeure ENT	2010
Happy hours	Applications smartphone de gestion d'offres temporaires de bars et restos	Poissenot Paul	Diplômé	Majeure ENT	2008
Job Bee	Réseau social pour petits boulots réunissant les personnes à la recherche de jobs et leurs employeurs potentiels sur un site web communautaire	Ferrand David	Etudiant	Majeure ENT	2011
La Minut'rit	Conciergerie d'entreprise	Oudar Cécile	Etudiant	Majeure ENT	2011
Les conseils Make-Up	Conseil beauté sur Internet	Labelle Julie	Etudiant	MGE1	2011
LocOkaz	Site internet de gestion patrimoniale et de transactions sociales	Gallot Denis	Diplômé	MBA	2006
Newstalk	T-shirts de mode liés aux événements destinés à entrer dans l'histoire	Bourcier de Saint Chaffray Colin	Etudiant	Majeure ENT	2011
Oscar Bijoux	Fabrication de bijoux fantaisie	Elbaz Kelly	Etudiant	MGE2	2011

Rhum arrangé	Fabrication de liquide pour le compte de bars et pubs en B2B	Rigault Florian	Etudiant	BC3	2011
Rouenbs Ventures	Holding ayant pour seuls actionnaires des élèves et anciens élèves de RBS. Les fonds levés seront investis dans les actifs sélectionnés par les actionnaires	Lacombe Adrien	Etudiant	MGE2	2010
SA	Plateforme de services aux Start-up basée sur le crowdsourcing, le crowdfunding, et de réseau social, le projet offrira une nouvelle ressource aux Start-up, leur permettant d'ajuster plus finement et à moindre coûts leur offre aux besoins et attentes de leurs clients	De la Celle Adrien	Etudiant	MGE2	2011
SchoolBreak	Roulotte à proximité des établissements d'enseignement supérieur qui propose des sandwiches à partir de produits frais et préparés à la demande	Copelovici Barbara	Etudiant	BC3	2010
Teacherweb	Site web réseau social d'enseignants avec place de marché	Gallot Denis	Diplômé	MBA	2006
	Concept Store	Gallier Audrey	Etudiant	Majeure ENT	2011
	A définir (préincubation)	Caillaud Maxence	Diplômé	MGE	2010

L'incubateur a vu la création de quatre entreprises en 2011 :

NOM PROJET	DESCRIPTION	NOM /PRÉNOM	STATUT	PROGRAMME	PROMO
Paris Colocations	Paris-Colocations est la première agence spécialisée en colocation offrant une gestion gratuite pour les bailleurs, et, pour les colocataires, tous les services intégrés : garanties et facilités juridiques (bail séparé...), sans prise de tête et mauvaises surprises!	Poissenot Paul	Diplômé	Majeure ENT	2008
InDaPocket	Site web marketing petits magasins	Dutemps Jean-Philippe	Etudiant	Majeure ENT	2010
Marché privé	Site internet d'achats groupés qui propose des offres exceptionnelles de proximité sur des prestations de service et biens consommables allant jusqu'à -70%	Lorcher Jason	Etudiant	BC3	2011
Spreadbutton	Spreadbutton est une solution permettant aux entreprises de créer des campagnes marketing sur les réseaux sociaux (Facebook et Twitter)	Sey Isabelle	Diplômé	Majeure ENT	2009

L'ENTREPRENEURIAT AU SEIN DES PROGRAMMES

La Maison de l'entrepreneuriat et de l'innovation pilote également les enseignements liés à l'entrepreneuriat au sein de l'ensemble des programmes de Rouen Business School.

La Majeure Entrepreneuriat : des fondements théoriques au lancement de l'activité

Aider à créer ou reprendre une entreprise, gérer un projet, développer l'esprit d'entreprendre des étudiants. Sept modules regroupent les enseignements suivant une logique chronologique adaptée aux activités successives des entrepreneurs. Les étudiants découvrent donc l'entrepreneuriat, de l'idée jusqu'au lancement concret de l'activité. Un projet d'entrepreneuriat permet la mise en application directe et progressive des cours par l'expérimentation. Accompagnés par des professeurs, ils préparent un business plan et le présentent à un jury composé de professionnels de l'accompagnement entrepreneurial.

Le séminaire Explor'action : former des managers " entrepreneurs "

Le séminaire, à destination de l'ensemble des étudiants, se déroule en trois phases : trois séries de conférences abordent aussi bien les techniques d'innovation que l'état de l'art des technologies et prévoient une série de témoignages de créateurs et d'acteurs de l'innovation. Ce séminaire Explor'action a pour objectif d'encourager les projets originaux. Par petits groupes et avec l'aide d'animateurs qui encadrent les séances de réflexion, ils proposent tous à l'issue du séminaire, des projets qui seront ensuite développés dans le cadre du " Projet Entreprendre ".

Le projet Entreprendre, pour une découverte de l'Entrepreneuriat " grandeur nature "

Dès leur entrée dans le Master Grande Ecole, tous les étudiants sont amenés à travailler sur le " Projet Entreprendre ". Cet exercice, obligatoire, qui se déroule sur un an, amène les étudiants à concevoir et formaliser un projet de création d'entreprise, et à en élaborer le business plan pour convaincre d'éventuels investisseurs.

The background is a solid blue color. In the upper right corner, there is a cluster of bright, out-of-focus light spots (bokeh) and several thin, white, diagonal streaks that suggest motion or light trails.

LA RECHERCHE CONTRACTUELLE

1. Contrat de recherche RISC : Réseau d'Interactions et de Systèmes Complexes



En 2011, Rouen Business School a participé à l'obtention d'un projet de recherche rassemblant de nombreux acteurs de la recherche en Haute-Normandie. Ce projet est financé par L'Union Européenne et la Région Haute-Normandie. L'Europe s'engage en Haute-Normandie avec le Fonds Européen de développement régional. La conduite du projet est assurée par Jérôme Verny, professeur associé.

Objet du contrat de recherche RISC :

Le projet de recherche vise à répondre à la question : pourquoi et comment la notion de réseaux complexes d'interaction est efficace pour élaborer des modèles et des simulations conduisant à une gestion "intelligente" du territoire.

Pour Rouen Business School, le projet de recherche se centre sur le rôle de la logistique dans l'amélioration de la compétitivité d'un territoire, en l'occurrence l'axe Seine.

Décomposition du projet RISC :

Le projet de recherche se décompose en trois lots (3 démonstrateurs) :

◆ **Démonstrateur 1 :** la dynamique urbaine (LITIS-Le Havre et UMR IDEES-MTG)

Ce démonstrateur a pour objectif de modéliser la complexité des interactions entre les usagers et les équipements urbains grâce à des systèmes d'interaction. Deux objets d'étude sont aujourd'hui proposés dans ce cadre :

- ◆ La description de la pulsation urbaine, en s'appuyant notamment sur l'impact d'une manifestation populaire ;
- ◆ L'analyse des développements des formes culturelles collectives urbaines.

◆ **Démonstrateur 2 :** Compétitivité territoriale, infrastructures et réseaux logistiques, présentation détaillée ci-après. (RBS, INSA Rouen, Université du Havre et IDIT)

◆ **Démonstrateur 3 :** Usages et environnement dans les milieux urbains et territoriaux. (CETAPS et associés, ERT et CHU de Rouen, LITIS-université du Havre, LMAH).

- ◆ Il s'agit dans ce démonstrateur de montrer que des modèles dynamiques non linéaires permettent de modéliser les processus d'émergence des comportements au niveau individuel et social.

Les partenaires du projet RISC

Rouen Business School
CETAPS, université de Rouen
CORIA, université de Rouen
CRITT Transport & logistique
IDIT
LITIS, université du Havre
LITIS, Insa de Rouen
LMAH, université du Havre
LMI, Insa de Rouen
LMR, Insa de Rouen
LMRS, Université de Rouen
IDEES - MTG, université de Rouen

DEMONSTRATEUR 2 - Rouen Business School :

Finalité :

Répondre à la question de recherche : la logistique est-elle un outil de développement des territoires? Concrètement : Peut-on développer la compétitivité territoriale au travers du développement des infrastructures et des services de transport/logistique ?

Méthodologie employée :

Le projet apportera des réponses en produisant des outils d'aide à la décision basés sur des modèles, des techniques d'analyse et d'observabilité de ces modèles ainsi que des simulations informatiques déployées sur des applications concrètes de cette gestion intelligente du territoire. Pour Rouen Business School, sur la base d'une étude de la typologie de marchandises transportées dans les conteneurs (fluvial, route, fer, mer) au sein d'un territoire donné, il est prévu de définir la situation et les besoins potentiels en termes d'infrastructures et de services en transport et logistique.

Dans la mesure où, faute de données existantes, il n'est pas possible actuellement d'étudier cette typologie, il convient dans un premier temps de créer une base de données spécifique.

Dans un second temps, cette base sera complétée d'enquêtes qualitatives permettant d'expliquer les observations tirées de l'analyse statistique réalisée à partir de la base de données.

Rappel du contexte scientifique :

Les activités logistiques et celles de la chaîne de transport sont de plus en plus intégrées les unes avec les autres, l'objectif étant la réduction des coûts de transport en optimisant à la fois la gestion des flux et à la fois la gestion des trafics (conteneurs, fret ...). Aujourd'hui, les ports situés le long de la Seine, incluant le port fluvial de Paris, longtemps antagonistes, dessinent leur coopération. Les trois ports séquanais desservent un "hinterland" de 22 millions d'habitants et génèrent 40.000 emplois directs avec 127 millions de tonnes de trafic annuel. Ces ports sont appelés à resserrer leurs liens, dans le cadre du projet du Grand Paris, mais aussi en vue de la réalisation du futur canal Seine-Nord- Europe à grand gabarit.

Afin d'optimiser les trafics de marchandises sur cet axe et de promouvoir les territoires le long de l'axe Seine, il convient de trouver des solutions à l'actuelle inaccessibilité d'informations / bases de données statistiques portuaires (fret, mouvement de navires ...) et à l'absence d'information des utilisateurs de transport et des différents intervenants de la chaîne logistique. Ceux-ci ne disposent pas aujourd'hui de base de données qui puisse définir de manière régulière et permanente la typologie de marchandises transportées dans les conteneurs.

Cette partie du projet RISC (démonstrateur 2) porte sur la compétitivité territoriale au travers du développement des infrastructures notamment de transport/logistique. En France et en Europe, l'extension des réseaux de transport de marchandises est limitée dans les années à venir, notamment en raison d'importants investissements dans leur développement ces dernières décennies (tous modes de transport confondus).

En socio-économie des transports, les infrastructures et les services associés sont indissociables. En effet, l'analyse des infrastructures permet d'obtenir des éléments d'explication quant à une problématique donnée en transport de marchandises. Mais il convient d'enrichir le raisonnement en s'intéressant à l'organisation mise en place autour de cette infrastructure afin de concrétiser les échanges de marchandises.

Certains territoires peuvent en effet se démarquer grâce à une organisation performante et ce, en l'absence d'un réseau bien maillé. **Les deux dimensions, " infrastructurelle " et " servicielle ", de la logistique sont donc connectées à l'organisation spatiale de la production-distribution.** Quant à la performance de la logistique, elle est à la base de la compétitivité des territoires par l'effet des interactions réciproques entre la logistique et le territoire.

L'activité logistique est le prolongement physique et organisationnel du transport de fret. Elle se matérialise par un phénomène dit d'agglomération sur un territoire (concentration des entreprises logistiques autour d'un nœud, idem pour les flux d'informations, etc.). Les zones portuaires telles que celles le long de l'axe Seine sont des lieux privilégiés où se confirme la concentration spatiale des activités de transport et logistique.

L'attention se portera donc sur l'évolution de l'optimisation des logiques d'implantation spatiale des activités logistiques et distributives. Cela passe par une analyse globale selon les grandes familles de produits afin de comprendre si des spécificités existent quant aux critères de localisation de leurs activités.

La recherche devra apporter des éléments de réponse à la question suivante : la logistique est-elle un outil de développement des territoires ?

Deux registres d'actions s'offrent à nous pour une logistique au service du développement économique des territoires :

- ◆ une approche par les territoires en analysant leurs infrastructures, les organisations existantes ;
- ◆ une approche par les interactions entre l'ensemble des acteurs d'une supply chain, tous impliqués dans une recherche de performance globale du territoire. La logistique terrestre est la part la plus complexe et la plus importante de l'ensemble de la supply chain. Elle est d'autant plus complexe qu'elle se développe dans un élargissement des échelles spatiales à maîtriser, une sophistication des prestations demandées (juste à temps, exigences des grands circuits de distribution), un contexte de concurrence spatiale aiguë et instable (délocalisations/relocalisations industrielles) et un durcissement général des contraintes environnementales.

2. Autres contrats de recherche

Yehuda Baruch a obtenu avec ses collègues Prof. S. Abdulla et Prof. H. Khondker une bourse de recherche pour son article " A framework for attracting and retaining highly skilled expatriates ", 245 000 AED soit 45 000 € offert par le United Arab Emirate Federal Demographic Council.

Moez Bennouri a obtenu en juillet 2008 avec 3 autres collègues une bourse d'un montant de 110 000 dollars canadiens pour financer un projet de recherche intitulé : Relations bancaires et sous-évaluation dans les IPOs. Les membres partenaires sont : Sonia Falconieri (Cass Business School), Narjess Boubakri (American University at Sharjah) et Maher Kooli (Université du Québec à Montréal). Ce dernier étant le gestionnaire de la bourse puisqu'il est le seul membre qui provient d'une institution canadienne. Le CRSH (Centre de Recherche en Sciences Humaines du Canada), organisme canadien fédéral de financement de recherche, a attribué cette bourse.

Sébastien Dubois et Pierre François ont obtenu un financement du Ministère de la Culture dans le cadre de l'appel à projet sur la notoriété pour leurs travaux sur la poésie contemporaine.

Rita Klapper a obtenu, en tant que membre d'un consortium européen de 9 partenaires dirigé par l'Université de Yasar en Turquie, une bourse de 50 000 € pour développer un programme d'enseignement lié au management et à la musique. Cette initiative fait partie du programme European MUSE (Musical Understanding of Society in Europe). Rita Klapper développera avec les autres partenaires ce programme. Le programme est soutenu par l'Agence Nationale Turque et se prolongera dans les deux années à venir.

The background of the page is a solid dark blue. In the upper right corner, there is a cluster of bright, out-of-focus light circles (bokeh) and several thin, white, diagonal streaks that suggest motion or light trails. The text is centered in the lower half of the image.

DIFFUSION DE LA RECHERCHE ET CONTRIBUTION À LA COMMUNAUTÉ

Archive ouverte de Rouen Business School

Rouen Business School s'est dotée, début 2011, d'une archive ouverte en ligne sur la plateforme HAL du CNRS. HAL est un outil de diffusion de l'information scientifique, qui s'inscrit dans le mouvement international en faveur du libre accès à la connaissance. Cette archive ouverte pluridisciplinaire recueille et diffuse les productions intellectuelles de la communauté scientifique de Rouen Business School.

Rouen Business School fait ainsi partie des quelques business schools françaises à disposer d'un portail institutionnel dans HAL. Mis en production en février 2011, HAL-Rouen Business School (<http://hal-rbs.archives-ouvertes.fr/>) assure la diffusion des publications scientifiques de la communauté académique de l'École. Depuis la mise en ligne du portail, les références bibliographiques ont été consultées 45 000 fois.

Professeurs membres de comités scientifiques de revues

Yehuda Baruch

Academy of Management Learning and Education
British Journal of Management
Career Development International
Equality, Diversity and Inclusion
Gender in Management
Group and Organization Management (editor)
Human Relations
Human Resource Management
International Journal of Human Resource Management
Journal of Management, spirituality and Religion
Journal of Managerial Psychology
Personnel Review
Research in Careers Series
Thunderbird International Business Review

Céline Davesne

Theory and Practice in Language Studies

Hayette Gatfaoui

International Research Journal of Applied Finance
Journal of Business and Financial Affairs
Middle Eastern Finance and Economics Journal
The Review of Finance and Banking

Rita Klapper

Journal of Small Business Management

Stephan Grzeskowiak

Journal of Applied Research in Quality of Life

Henri Isaac

Management International

Nathalie Janson

International Business Research

Bernard Leca

M@n@gement

Ariane Ollier Malaterre

Journal of Vocational Behavior

Daniele Pederzoli

Business plus Markets :
Emerging Business and Markets Review

Carlos Rabasso

Journal of Global Responsibility

Prix

L'ouvrage " Politiques de l'intime. Des utopies sociales d'hier aux mondes du travail d'aujourd'hui " dans lequel **Ariane Ollier-Malaterre** a écrit un chapitre d'ouvrage a été nommé lauréat du prix RH Le Monde-Syntech-Sciences Po 2011, avec trois autres ouvrages.

Ariane Ollier-Malaterre a reçu le "Outstanding Reviewer Award" pour la conférence 2011 de l'Academy of Management, division Gender and Diversity in Organizations

L'Article "Contributions of Work-Life and Resilience Initiatives to the Individual/Organization Relationship" d' **Ariane Ollier-Malaterre** a été listé par *Human Relations* dans les "Most-Read Articles during September 2010 through August 2011".

Joonas Rokka a été sélectionné par le jury de l'Association for Consumer Research pour son film "Pushing the Scene" à la Conférence 2011 de l'Association for Consumer Research Conference, St. Louis, MO, USA The North American Association for Consumer Research.

**BILAN DE LA PRODUCTION
SCIENTIFIQUE DE
ROUEN BUSINESS SCHOOL**

	2008	2009	2010	2011
Total articles CNRS	14	24	48	49
Publications hors CNRS	9	10	16	12
Total articles	23	34	64	61
Communications	60	56	101	110
Chapitres d'ouvrage	24	11	14	17
Cas CCMP	1	12	19	7
Ouvrages	3	2	3	6
Autres (présentations, etc)	44	26	63	43

Nombre de publications dans le classement CNRS

	2008	2009	2010	2011
Catégorie 4 (1*)	5	9	24	18
Catégorie 3 (2*)	7	10	19	22
Catégorie 2 (3*)	2	3	3	9
Catégorie 1 (4*)	0	2	2	0
Total * CNRS	25	46	79	89

Liste des revues CNRS (Articles publiés par la Faculté)

Revue 3* (catégorie 2)

Accounting, Auditing and Accountability Journal
Applied Economics
Comptabilité, Contrôle, Audit
Journal of Economic Behavior and Organization
Journal of International Money and Finance
Journal of Vocational Behavior
M@n@gement
Systèmes d'Information et Management

Journal of Cultural Economics
Journal of Management Inquiry
Management International
Management Learning
Manufacturing and Service Operations Management
OR Spectrum
Psychology and Marketing
Recherches Economiques de Louvain
Review of Accounting and Finance

Revue 2* (catégorie 3)

Accounting History
Bankers, Markets and Investors
Economics Bulletin
Financial Review
International Journal of Business
International Journal of Human Resource Management
International Marketing Management
Journal of Business Ethics
Journal of Business Research

Revue 1* (catégorie 4)

Applied Financial Economics
Business Ethics Quarterly
Cahiers Economiques de Bruxelles
Entreprises & Histoire
European Planning Studies
Journal of Product and Brand Management
Management et Avenir
Revue Française de Gestion
Revue Sciences de Gestion
Gestion 2000

The background of the page is a solid dark blue. In the upper right corner, there is a cluster of bright, out-of-focus light spots (bokeh) and several thin, white, diagonal streaks that suggest motion or light trails.

RESEARCH ACTIVITIES 2011 REPORT

Articles dans revues à comité de lecture

ATTAOUI S. (2011), Hedging Performance of the Libor Market Model: the Cap Market Case, *Applied Financial Economics*, Vol. 21, n°16-18
(1* CNRS)

ATTAOUI S., SIX P. et MELLIOS C. (2011), Calendar spreads in commodity future markets, risk premium and the convenience yield, *Bankers, Markets and Investors*, n°112
(2* CNRS)

AYADI K. et EZAN P. (2011), Pour bien grandir, mange au moins 5 fruits et légumes par jour! Impact des bandeaux sanitaires sur les pratiques alimentaires des enfants, *Management & Avenir*, N°48
(1* CNRS)

BAKER R. et CHIAPELLO E. (2011), The introduction of French theory into English language accounting research, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 24, n°2
(3* CNRS)

BAKER R. (2011), À genealogical history of positivist and critical accounting research, *Accounting History*, Vol. 16, n°2
(2* CNRS)

BARUCH Y., GRIMLAND S. et VIGODA-GADOT E. (2011), Career attitudes and success of managers: The impact of chance event, protean & traditional careers, *International Journal of Human Resource Management*, Available online
(2* CNRS)

BARUCH Y. (2011), The positive wellbeing aspects of workaholism in cross cultural perspective: The Chocoholism metaphor, *Career Development International*, Vol. 16, n°6

BARUCH Y., LIN C-P., SHIH W-S. (2011), Corporate social responsibility and team performance: the mediating role of team efficacy and team self-esteem, *Journal of Business Ethics*, available online (2* CNRS + classement Financial Times)

BARUCH Y. et BUI H. T. M. (2011), Learning organizations in higher education: an empirical evaluation within an international context, *Management Learning*, available online (2* CNRS)

BENNOURI M., GIMPEL H et ROBERT J. (2011), Measuring the impact of the information aggregation mechanisms: an experimental investigation, *Journal of Economic Behavior and Organization*, Vol. 78
(3* CNRS)

CAO L. (2011), Dynamic capabilities in a turbulent market environment: empirical evidence from international retailers in China, *Journal of Strategic Marketing*, Vol. 19, n°5

CHEFFI W. et ABDENNADER S. (2011), L'adoption du vote par internet aux assemblées générales des actionnaires de sociétés cotées en France: une perspective institutionnaliste, *Systèmes d'Information et Management*, Vol. 16, n°2 (3* CNRS)

CHEFFI W. et NEKHILI M. (2011), Rôles assignés à la comptabilité de gestion par les managers et changement comptable: question d'adéquation ou simple désillusion?, *Comptabilité - Contrôle - Audit*, Tome 17, vol. 1
(3* CNRS)

COLOVIC A. et MAYRHOFFER U. (2011), Optimizing the location of R&D and production activities: An analysis of the automobile industry, *European Planning Studies*, Vol. 19, n°8
(1* CNRS)

COLOVIC A. et MAYRHOFFER U. (2011), La reconfiguration de l'espace mondial et les stratégies de localisation des firmes multinationales, *Management International*, vol. 16, n°1 (2* CNRS)

COURTIER A.S. et LECA B. (2011), La responsabilité pénale des chercheurs en sciences de gestion, *Revue Française de Gestion*, Vol. 37, n°216 (1* CNRS)

DAMAY Coralie, EZAN P., GOLLETTY M. et NICOLAS-HEMAR V. (2011), Social interactions as a food learning support: the case of the French school cafeteria, *Young Consumers*, Vol. 12, n°2

DELATTE A.L., GEX M. et LOPEZ-VILLAVICENCIO A. (2011), Has the CDS Market influenced the borrowing cost of European countries during the sovereign crisis?, *Journal of International Money and Finance*, Available online
(3* CNRS)

DELATTE A.L. et FOUQUAU J. (2011), The determinants of International Reserves in the Emerging countries: a non linear Approach, *Applied Economics*, Available online
(3* CNRS)

DUBOIS S. (2011), Recognition and renown, the structure of cultural markets: evidence from French poetry, *Journal of Cultural Economics*, Available online
(2* CNRS)

DUBOIS S. (2011), Joining the Literary Pantheon: How Contemporary French Poets Attain Renown, *Revue Française de Sociologie*, Vol. 52

FOSSO WAMBA S. (2011), RFID-enabled healthcare applications, issues and benefits: an archival analysis (1997-2011), *Journal of Medical Systems*, available online

FOSSO WAMBA S. (2011), Guest editorial for the special issue on RFID – enabled healthcare: applications, issues and benefits, *Journal of Medical Systems*, available online

FOUQUAU J., CANRY N. et LECHEVALIER S., Price dynamics in Japan (1981-2001): A structural analysis of mechanisms in the goods and labor markets, *Cahiers Economiques de Bruxelles*, vol. 53, n°3/4 (1* CNRS)

FOUQUAU J. et ARROURI M. (2011), How do oil prices affect stock returns in GCC markets? An asymmetric cointegration approach, *Bankers, Markets & Investors*, n°111 (2* CNRS)

FOUQUAU J., ARROURI M. et FOULQUIER P. (2011), Oil price and stock markets in Europe: a sector by sector perspective, *Recherches Economiques de Louvain*, Vol. 77 (2* CNRS)

FOUQUAU J., CANRY N. et LECHEVALIER S. (2011), Sectoral Price Dynamics in Japan: A Threshold Approach, *Economics Bulletin*, Vol. 31, n°2 (2* CNRS)

GODEY B. et LAI C. (2011), Construction of International Brand Portfolios: Impact on Local Brands, *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 20, n°5 (1* CNRS)

GODEY B., PEDERZOLI D., AIELLO G., DONVITO R., CHAN P., HYUNJOO O., SINGH R., SKOROBOGATYKH I., TSUCHIYA J. et WEITZ B. (2011)
The Combined Effects of Brand and Country-of-Origin on Consumer Purchase Decision-Making for Luxury Products, *Journal of Business Research*, available online (2* CNRS)

GOLSORKHI D. et COURPASSON D. (2011), Unplugged, Power and Resistance: Variations on "what's going on politically in and around organizations?", *M@n@gement*, Vol. 14, n°1 (3* CNRS)

GRZESKOWIAK S., ALBERT C., BROCK S. et KENNING P. (2011), The Role of Wholesale Brands for Buyer Loyalty: A Transaction Cost Perspective, *Journal of Business & Industrial Marketing*, vol. 26, n°3

GRZESKOWIAK S., KRISHEN A. et LABRECQUE L. (2011), Exploring social motivations for brand loyalty: conformity versus escapism, *Journal of Brand Management*, Available online

ISAAC H., BARBA C., ALARCON P., GRATADOUR J. R., OUALID P. et VOLLE P. (2011), Le commerce électronique, évolution ou révolution? *Entreprises et Histoire*, n°64 (1* CNRS)

JOUINI O., ATSKIN Z. et DALLERY Y. (2011), Call Centers with Delay Information: Models and Insights, *Manufacturing and Service Operations Management*, Available online (2* CNRS)

JOUINI O., KOOLE G., LIAO S. et VAN DELFT C. (2011), Staffing a call center with uncertain non-stationary arrival date and flexibility, *OR Spectrum*, Available online (2* CNRS)

KLAPPER R. (2011), George Kelly's Repertory grids in Social Constructionist research in the French Context, *Management et Avenir* n°43 (1* CNRS)

KLAPPER R. (2011), Innovations in entrepreneurship teaching: the use of repertory grids within the French Grande Ecole context, *International Journal of Euro-Mediterranean Studies*, Vol. 3, n°1

KOYUNCU B. et HAMORI M. (2011), Career advancement in large organizations in Europe and the United States: Do international assignments add value?, *International Journal of Human Resource Management*, Vol. 22, n°4 (2* CNRS)

KOYUNCU B. (2011), Der Loyale ist der Dumme (published in German), *Harvard Business Manager*, décembre 2011

LACOSTE S. (2011), "Vertical coopetition": the Key Account perspective, *Industrial Marketing Management*, Available online (2* CNRS)

LAURIOL J. et LEROY M. (2011), 25 ans de Développement Durable: de la récupération d'une critique environnementale à sa normalisation, *Gestion 2000*, n°2/2011 (1* CNRS)

LECA B., CUENCA L.E. et NACCACHE P. (2011), Lutte contre la pauvreté et innovation organisationnelle: Le cas de l'incubateur technologique de coopératives populaires de l'Université Fédérale de Rio de Janeiro, *Revue Française de Gestion*, vol. 36, n°208/209 (1* CNRS)

LECA B. et **DELACOUR H.** (2011), Grandeur et décadence du Salon de Paris : une étude du processus de désinstitutionnalisation d'un événement configurateur de champ dans les industries culturelles, *M@n@gement*, Vol. 14, n°1 (3* CNRS)

LECA B., BERGERON H., CASTEL P., DURAND R. et **GOLSORKHI D.**, (2011), Mouvements sociaux, organisations et Stratégie, *Revue Française de Gestion*, n°217 (1* CNRS)

LECA B., INES DE LA VILLE V. et **MAGAKIAN J.L.** (2011), Introduction : Vygotski aujourd'hui en management, *Management & Avenir*, n°42 (1* CNRS)

LECA B., LAWRENCE T. et **SUDDABY R.** (2011), Institutional Work: Refocusing Institutional Studies of Organization, *Journal of Management Inquiry* (2* CNRS)

MANITA R., LAHBARY H. et **ELOMMAL N.** (2011), The Impact of Qualitative Factors on Ethical Judgments of Materiality: An Experimental Study with Auditors, *International Journal of Business*, Vol. 16, n°3 (2* CNRS)

NEKHILI M. (2011), Related Parties Transactions and Firm's Market Value: the French Case, *Review of Accounting and Finance*, Vol. 10, n°3 (2* CNRS)

NEKHILI M. et **CHEBBI D.** (2011), Gouvernance contractuelle et cognitive des alliances internationales en R&D par les firmes multinationales, *Revue Sciences de Gestion (ISEOR)*, n°78 (1* CNRS)

NGUYEN T. et **WU J.** (2011), Capital structure determinants and convergence, *Bankers, Markets & Investors*, n°111 (2* CNRS)

NGUYEN T., WU J. et **YU W.** (2011), A new classification of exotic options, *Bankers, Markets & Investors*, n°112 (2* CNRS)

OLLIER MALATERRE A., BROWN M., MATZ-COSTA C., PITT-CATSOPHES M. et **VALCOUR M.** (2011), Influences on Employee Perceptions of Organizational WorkLifeSupport: Signals and Resources, *Journal of Vocational Behavior*, Vol. 79 (3* CNRS)

OLLIER MALATERRE A. (2011), Building a Citizenship Argument on top of the Business Case Argument: A Systemic Perspective on Work-Family Articulation, *Industrial and Organizational Psychology: Perspectives on Science and Practice*, n°4

PIRIS JABINET Y. et **DUBOIS P.L.** (2011), La mémorisation des consommateurs en matière d'assortiment, *Management & Avenir*, n°42 (1* CNRS)

PIRIS JABINET Y. (2011), Il ya trop de choix mais je veux de la variété! Une nouvelle approche du comportement de recherche de variété par la rationalité limitée, *Management et Avenir*, n°48 (1* CNRS)

PRALONG J. (2011), Vygotski, la carrièrologie profane et le succès de carrière, *Management & Avenir*, n°42 (1* CNRS)

PRALONG J. (2011), Les projets n'engagent que ceux qui y croient! Une étude longitudinale des projets, compétences et performances, *Revue Française de Gestion*, Vol. 37, n°16 (1* CNRS)

RABASSO J. et **RABASSO C.** (2011), Chinese Business Students in France and "Green" Responsible Consumption, *International Journal of Innovation, Management and Technology*, Vol. 2, n°4

SHADNAM M. et **LAWRENCE T.B.** (2011), Understanding widespread misconduct in organizations: An institutional theory of moral collapse, *Business Ethics Quarterly*, Vol. 21, n°3 (1* CNRS)

SIX P. et **MELLIOS C.** (2011), The Traditional Hedging Model Revisited With A Non-Observable Convenience Yield, *Financial Review*, n°46 (2* CNRS)

ZIELKE S. (2011), Integrating emotions in the analysis of retail price images, *Psychology and Marketing*, Vol. 28, n°4 (2* CNRS)

Coordinations d'un numéro spécial dans revue à comité de lecture

COLOVIC A., GOERZEN A. et **MAYRHOFFER U.** (2011), Les stratégies de localisation des firmes multinationales : vers de nouvelles approches pratiques et théoriques? *Management International*, vol.16, n°1

LECA B., INES DE LA VILLE V. et **MAGAKIAN J.L.** (2011), Vygotski aujourd'hui en management, *Management & Avenir*, n°42

Articles dans revues sans comité de lecture

MANITA R. et **SEYDI K.** (2011), Organisation et démarche d'inspection du PCAOB, *Revue Française de Comptabilité* n°445

MANITA R. et **GOUSSARD M.** (2011), Les déficiences conduisant à des sanctions par le PCAOB : une étude des rapports du PCAOB entre 2005 et 2011, *Revue Française de Comptabilité* n°447

ROKKA Joonas (2011), Doing social media marketing in practice, *Mainostorstai Forum*, Finland

TOURON Philippe (2011), Endettement bancaire et "Sale Repurchase Agreement" : un état des lieux, *Analyse Financière*, n°38

Ouvrages

COLOVIC A. (2011), Les réseaux de PME dans les districts industriels au Japon, *Collection Intelligence économique*, Editions L'Harmattan

DAMAY D. et **GASSMAN S.** (2011), Quand l'enfant prend ses marques... il bouscule les conventions, *Editions Management et Stratégie*, Editions EMS

ISAAC H. et **VOLLE P.** (2011), E-commerce : de la stratégie à la mise en œuvre opérationnelle, *Henri Isaac et Pierre Volle (eds)*, Pearson Education

JANSON N. et **CHELINI C.** (2011), Ritornare al Capitalismo per evitare la crisi, *Traduction en italien du livre de Pascal Salin : "Revenir au capitalisme pour sortir de la crise"*, Editions Rubettino

KLAPPER R. (2011), The role of Social Capital in French Entrepreneurial Networks at the Pre-organisation stage, *Lambert Academic Publishing*

LAURIOL J., DU TERTRE C. et **GAGLIO G.** (2011), L'économie de la fonctionnalité : une voie nouvelle vers un développement durable?, *Sous la direction de Gérald Gaglio, Jacques Lauriol et Christian Du Tertre*, Editions Octares

Chapitres d'ouvrage

BAUDOUIN N. (2011), Les interactions homme-machine : la trace en perspective, *In : Béatrice Gallinon Mélénez (Ed), L'Homme trace : perspective anthropologique des traces contemporaines*, CNRS Editions

BOTTON C. (2011), La prise en compte du risque dans l'évaluation de marché : cas du marché des chevaux de course, *In : Valoriser l'intégration du risque*, Editions L'Harmattan

BOUJENA O. et **JOHNSTON W.** (2011), E-Novation Customer Relationship Management, *In : E-Novation for Competitive Advantage in Collaborative Globalization : Technologies for Emerging E-Business Strategies*, Hugh M. Pattinson et David R. Low (eds), IGI Global Edition

LAURIOL J., DU TERTRE C. et **GAGLIO G.** (2011), Introduction : L'économie de la fonctionnalité, vecteur de transformation du rapport à l'économie et au politique, *In : L'économie de la fonctionnalité : une voie nouvelle vers un développement durable?*, Gérald Gaglio, Jacques Lauriol et Christian du Tertre (eds), Editions Octares

LAURIOL J. (2011), Développement durable et économie de la fonctionnalité : vers de nouveaux enjeux stratégiques, *In : L'économie de la fonctionnalité : une voie nouvelle vers un développement durable?* Gérald Gaglio, Jacques Lauril et Christian Du Tertre (eds), Editions Octares

LECA B. et **DELACOUR H.** (2011), À Salon's life : Field configuring event, power and contestation in a creative field, *In : Negotiating Values in the Creative Industries*, Cambridge University Press

MANITA R., CHEMANGUI M. et **NOUBBIGH H.** (2011), Vers une évaluation de la qualité du processus d'audit, *In : Qualité de l'audit, sous la direction de Benoît Pigé*, Editions de boeck

MANITA R. (2011), Le contrôle qualité du H3C : démarche de supervision et principaux déterminants de la qualité de l'audit, *Qualité de l'audit, sous la direction de Benoît Pigé*, Editions de boeck

OLLIER MALATERRE A. (2011), Mieux-vivre et articulation entre vie professionnelle et vie personnelle, In : *Mieux-vivre & Performance. Stratégie du mieux vivre en entreprise, principal enjeu du 21ème siècle*, Added, G. & Godon A.S.(eds), Institut MVE, Paris

OLLIER-MALATERRE A. (2011), Assessing Quality of employment : Considering age composition of the Workforce and Country Context. In : *Different perspectives on Work Changes*, P.A.Lapointe, J. Pelletier & F. Vaudreuil (eds), Les Presses de l'Université Laval

RABASSO C. (2011), De la goutte d'or à Marianao via Spanish Harlem, du modèle d'intégration à la diversité multi/interculturelle, In : *Cultures urbaines et faits transculturels*, Daniel Vives (ed), Publications des universités de Rouen et du Havre

TOUZANI M et **HIRSCHMAN E.** (2011), Consumer acculturation in situ : the continuing leg of French colonization in North Africa, In : *Handbook of Islamic Marketing*, Özlem S., Rice G. (eds), Edward Elgar Publishing Limited

VERNY J. (2011), Le rôle des transports dans les conflits non armés, In : *Géographie des conflits armés, sous la direction de Gabriel Wackermann*, Editions Ellipses

ZANNAD H., GORGEU A., GRAVE P., GUERIN F., LE DANTEC E., LE GOFF J.L., MISSET S., PERSSON S. et **RENÉ M.** (2011), L'individualisation des dispositifs de gestion des ressources humaines, In : *Formes et structures du salariat : crise, mutation, devenir (tome 2, chap. 3)*, Presses Universitaires de Nancy

ZANNAD H. et **STONE P.** (2011), La discrimination positive : contenu et débat, In : *L'Encyclopédie de la Diversité*, Editions EMS

ZANNAD H. et **STONE P.** (2011), Dans quelle mesure la diversité est-elle source de performance ?, In : *L'Encyclopédie de la Diversité*, Editions EMS

ZIELKE S, TOPOROWSKI W. et **KNIZA B.** (2011), Customer acceptance of a new interactive information terminal in grocery retailing : antecedents and moderators, In : *Advanced technologies management for retailing*, Aleonora Pantano and Harry Timmermans (eds), Business Science Reference

Articles de presse / revue professionnelle

BARUCH Y. (2011), Study : nothing wrong with Workaholics, *Wall Street Journal*, 15 November 2011

CAO L. (2011), Strategic choices of international retailers in China, *eFuture Business Review*, n°1

DELATTE A.L. (2011), Le règlement de la crise argentine doit-il inspirer la Grèce?, *Option Finance*, 17 octobre 2011

DELATTE A.L. (2011), Crise de la dette : faut-il taxer les banques?, *RMC.fr*, 19 juillet 2011

DELATTE A.L. (2011), Plan d'aide : devrait-on lâcher la Grèce?, *RMC.fr*, 7 septembre 2011

DELATTE A.L. (2011), CDs, Wanted : Banned or less Naked, *Financialtimes.com*, 22 septembre 2011

DUBOIS S. (2011), Une économie marginale, *Publication(s)*, n°13

JANSON N. (2011), Le pouvoir d'achat, *Liberté Dimanche*, Dimanche 24 avril 2011

KOYUNCU B. (2011), L'expatriation, un ami qui ne vous veut pas automatiquement du bien, *Agence Noir sur Blanc*, Capital.fr

KOYUNCU B. (2011), Something for the week-end, *Financialtimes.com*, September 9th, 2011

KOYUNCU B. (2011), L'expatriation, un ami qui ne vous veut pas automatiquement du bien, *Capital.fr & Jobsapiens*, 22 septembre 2011

KOYUNCU B. (2011), Executives with international experience take longer to reach the top, *The Grapevineonline*, 12 septembre 2011

KOYUNCU B. (2011), See the world and miss the top jobs, *The Sunday Times*, October 9th, 2011

KOYUNCU B. (2011), Do foreign assignments advance your career? Not necessarily, says Rouen Business School professor, *The European Graduate Career Guide*, September 2011

KOYUNCU B. (2011), Les postes à l'étranger sont-ils un tremplin pour votre carrière? *Ereclut.com*, 21 octobre 2011

KOYUNCU B. (2011), L'expatriation n'est plus la voie royale vers les postes de direction, *Le Moniteur du Commerce International (le MOCI)*, 10 novembre 2011

KOYUNCU B. (2011), Pour devenir PDG, bougez à l'étranger (mais pas trop), *Cadremploi*, 21 octobre 2011

LACOSTE S. (2011), Contracts as a facilitator of resource evolution by Stefanos Mouzas and David Ford, *Journal of Business Research*, Available online

OLLIER MALATERRE A. (2011), Take a break, *The Edge*, 1er mai 2011

OLLIER MALATERRE A. (2011), Vie privée / vie pro : les Américains en avance, *Le Point*, 19 mai 2011

OLLIER MALATERRE A. (2011), Bosses behaving badly, *The Edge*, 1 September 2011

OLLIER MALATERRE A. (2011), Ils et elles ont tenté... et réussi, *Le Point, spécial recrutement*,

OLLIER MALATERRE A. (2011), Tipping the work/life balance, Women at the Top Blog, *Financial Times (FT.com)*, 1er août 2011

OLLIER MALATERRE A. (2011), Concilier les vies professionnelle et personnelle est une urgence, *Entreprises et Carrières*, 14 juin 2011

OLLIER MALATERRE A. (2011), Upfront: news roundup - The pursuit of happiness, *Financial Times (FT.com)*, 24 October 2011

OLLIER MALATERRE A. (2011), Des entreprises soucieuses de la vie privée des salariés, *Le Moniteur*, 28 Octobre 2011

OLLIER MALATERRE A. (2011), "Professor of the week" et définition de 5 termes pour le Financial Times lexicon (lexique permanent), *FT.com*, 2 juin 2011

PEDERZOLI D. (2011), Segnali dopo la crisi, *Centri Commerciali&*, mars 2011

PRALONG J. (2011), La génération Y n'existe pas..., mais sa création permet d'exprimer des choses, *AEF*, Dépêche n°14385

PRALONG J. (2011), Le mythe de la génération Y, *Le Point*, 14 février 2011

PRALONG J. (2011), Mesurer scientifiquement la qualité d'une carrière, *Liaisons Sociales Magazine*,

PRALONG J. (2011), Génération Y en entreprise : ce que cache la peur des 15-30 ans, *Rue 89*, 22 mai

PRALONG J. (2011), La qualité des carrières, un enjeu stratégique pour les entreprises, *Entreprises et Carrières*, 18/24 octobre 2011

PRALONG J. (2011), Plainte contre Y : au-delà des apparences, ce que cache le conflit des générations dans les entreprises, *Personnel*, n°519

PRALONG J. (2011), "Métier Passion" : ce que cache le marketing des recruteurs, *Rue 89*, 27 juin 2011

VERNY J. (2011), Avec l'extension d'une chaîne logistique, les risques se multiplient, *Les Echos*, 29 mars 2011

VERNY J. (2011), L'innovation en logistique, *Le Journal de la Logistique*, n°83

VERNY J. (2011), Un canal interocéanique terrestre pour la Colombie, *Le journal de l'économie - TV5 Monde*, 14 février 2011

VERNY J. et ALIX A. (2011), Fragiles routes de la mondialisation, *Les Echos*, 20855, 28

VERNY J. (2011), Alternatives à la route royale, *Le Journal de la Marine Marchande*, n°4793

VERNY J. (2011), Face aux difficultés de la route maritime, des solutions ferroviaires transcontinentales se révèlent intéressantes, *Journal de la Marine Marchande*, n°4794

VERNY J. (2011), Le transport et la logistique sous pression environnementale, *Les Echos*, 22 novembre 2011

VERNY J. (2011), SITL solutions logistiques, sous le signe de l'innovation, *Le Journal de la Logistique*, n°73 - mars 2011

Cahiers de recherche

DAMAY C., EZAN P., GOLLETTY M. et NICOLAS-HEMAR V. (2011), Les marques alimentaires et les enfants : quel rôle jouent-elles lors des goûters partagés entre pairs?, *Cahier de recherche PRISM-Sorbonne*, CR 11-12

DELATTE A.L. (2011), Explaining money demand in China during the transition from a centrally planned to a market-based monetary system, *Bank of Finland Discussion Papers*, n°27/201

EZAN P. (2011), Les marques alimentaires et les enfants : quel rôle jouent-elles lors des goûters partagés entre pairs?, *Cahier de recherche PRISM-Sorbonne*, CR 11-12

FOUQUAU J. (2011), Explaining money demand in China during the transition from a centrally planned to a market-based monetary system, *Bank of Finland Discussion Papers*, n°27/2011

Thèses soutenues en 2011

BOTTON C. (2011), La construction sociale de l'objectivité sur un marché aux enchères. Le cas des enchères de chevaux de courses, *Thèse de Doctorat, Université Paris Dauphine*, Paris, France

COHANIER B. (2011), Performance Management in the United States and France: four case studies in the retail and airline industries, *Ph. D. Thesis, Aston University*, Birmingham, United Kingdom

SHADNAM M. (2011), The regulation of morality in formal organizations: The case of Iranian oil industry, *Thèse de doctorat, Simon Fraser University*, Vancouver, Canada

Habilitation à Diriger des Recherches

COLOVIC A. (2011), Organisation spatiale et stratégies d'internationalisation de l'entreprise, *Habilitation à diriger des recherches*, soutenue le 14 juin 2011 à l'IAE de Lyon.

Etudes de cas

BELAOUNIA S. et **HEUBERGER Y.** (2011), France Telecom, de la téléphonie fixe à l'Internet: analyse financière d'un tournant stratégique, *CCMP F0499*,

COLOVIC A. (2011), Le cluster de Shouguang en Chine: d'un centre de production local de légumes à un acteur mondial du secteur, *CCMP G1720*,

COLOVIC A. (2011), Shouguang cluster in China: cluster from a local vegetable production base to a global player in the sector, *CCMP G1720 (GB)*,

COLOVIC A. (2011), GEOX, CCMP (accepté)

COLOVIC A. (2011), GEOX (version GB), CCMP (accepté)

LAMY M.F. (2011), CYPRUS airport: project financing, *CCMP*, F0501

ORMISTON E., HERTRICH S., MAYRHOFFER U. (2011), Adidas, Women are the Future of Sport, *CCMP M1510 (GB)*

Matériaux pédagogiques

BRASSIER D. (2011), Développement d'un QCM interactif avec feedback

COFFINET M. (2011), La conjugaison espagnole autrement - nouvelle méthode d'apprentissage de la conjugaison espagnole, Rouen Business School

FURNON L. (2011), Développement d'un QCM interactif avec feedback

LACOSTE V. (2011), Développement d'un vidéocast

OLLIER MALATERRE A. (2011), Personal Circumstances and work performance, the Bacofis Bank Case Study, A Suggested Work and Family Class Activity, *Boston College Sloan Work and Family Research Network*,

LES PROFESSEURS

PROFESSORS



Jung Hyun Ahn



Sami Attaoui



Kafia Ayadi



Wissal Ayadi
Assistante de recherche



Carole Botton



Othman Boujena



Didier Brassier



Alain Broutin



Lanlan Cao



Walid Cheffi



Céline Davesne



**Marc De
Bourmont**



**Anne-Laure
Delatte**



Françoise Dorey



**Sébastien
Dubois**



Maria Eppers



Bruno Godey



**Stephan
Grzeskowiak**



Liang Guo



**Sandrine
Henneron**



**Yannicke
Heuberger**



Henri Isaac



Sylvie Lacoste



Vincent Lacoste



Philippe Lafage



Chantal Lai



Joëlle Lagier



**Marie-Florence
Lamy**



Medhi Nekhili



**Ariane Ollier-
Malaterre**



Ewan Ormiston



**Daniele
Pederzoli**



Marie Peretti
Assistante de chaire



Xavier Philippe



Isabelle Ravera



Joonas Rokka



Marcello Russo



**Simone
Sarlin-Hamel**



Giacomo Sbrana



**Masoud
Shadnam**



Richard Baker



Yehuda Baruch



Samia Belaounia



Moez Bennouri



Brigitte Benoît



**Marie-Paule
Bonicoli**



**Laëtitia
Chicheportiche**



Martine Coffinet



Bruno Cohanier



Ana Colovic



Sarah Cooper



**Anne Sophie
Courtier**



Pascale Ezan



**Samuel Fosso
Wamba**



Julien Fouquau



**Linda Roseline
Furnon**



Denis Gallot



Hayette Gatfaoui



Nathalie Janson



Rim Kalaï-Jemai



**Radhouane
Kammoun**



Rita Klapper



Burak Koyuncu



Pascal Krupka



Jacques Lauriol



Bernard Leca



François Mangin



Riadh Manita



**Tarani Merriweather
Woodson**

Assistante de recherche



Michel Motte



Yolande Piris



François Pottier



Jean Pralong



Nadège Préaux



Anne Prevost



Carlos Rabasso



Pierre Six



Mourad Touzani



Isabelle Ulrich



Jérôme Verny



Jian Wu



Hédia Zannad