

La lettre du CEROG

Centre d'Etudes
et de Recherche
sur les Organisations
et la Gestion

n° 15 – Janvier 2004

GRAND PRIX IN VIVO DE LA RECHERCHE MARKETING 2003

Cécile CRISTAU, Docteur de l'IAE d'Aix, est la lauréate du Grand Prix In Vivo de la recherche en Marketing. Elle a été récompensée pour sa thèse « *Définition, mesure et modélisation de l'attachement à une marque avec deux composantes : la Dépendance et l'Amitié vis à vis d'une marque* » soutenue sous la direction de **Dwight MERUNKA** et en collaboration avec **Alain STRAZZIERI**. Cécile CRISTAU est actuellement Maître de Conférence à l'Université de La Rochelle.

Le Grand Prix IN VIVO de la Recherche Marketing vise à promouvoir la Recherche Marketing en France, au travers de la reconnaissance d'une thèse de doctorat particulièrement remarquable. Le jury était constitué de professionnels reconnus pour leur expertise dans le domaine du marketing (Directeurs des Etudes de grands groupes). Il faut saluer l'initiative de **Eric SINGLER**, co-fondateur et Directeur Associé d'IN VIVO pour la mise en place de ce prix.

SOUTENANCES DE THESES

Delphine VAN HOOREBEKE : « *Les émotions au travail : processus, conséquences et leviers de gestion* », thèse soutenue le 9 Juillet 2003, avec la mention très honorable et les félicitations du Jury.

Directeur de recherche : Martine Brasseur.

Co-directeur de recherche : Alain Roger.

Jury : Pierre Louart, Jean-Marie Peretti, Didier Retour.

Résumé : Cette thèse montre l'importance de la considération des émotions des salariés dans le cadre de l'entreprise. La combinaison d'un état de l'art des recherches sur les émotions et de leurs pratiques managériales, d'une étude exploratoire qualitative et d'une observation participante utilisant les outils de l'ethnographie, aboutit à la modélisation du processus émotionnel au travail et la construction d'un nouveau système de management des émotions au travail.

Avanti FONTANA : « *Etude exploratoire sur l'intégration entre la R&D et la production dans le processus de développement de nouveaux produits* », thèse soutenue le 17 Novembre 2003 dans le cadre du programme doctoral Aix/ESSEC, avec la mention très honorable et les félicitations du Jury.

Directeur de recherche : Jean-Claude Tarondeau.

Jury : Kazuhiro Asakawa, Vincenzo Esposito Vinzi, Ashok Gupta, Dwight Merunka, Raymond-Alain Thietart.

Résumé : La thèse vise à comprendre les facteurs influençant le degré d'intégration R&D/Production et l'influence d'une telle intégration sur le succès des projets de développement des produits nouveaux. Parmi les facteurs testés, l'auteur relève le degré de l'incertitude environnementale, le degré de nouveauté du projet de développement, le mode de coordination, le mode de communication et la tolérance pour l'ambiguïté.

Bénédicte BOUIN : « *Modèles de la structure par terme des taux d'intérêt appliqués à l'évaluation des options sur contrat à terme : mise en œuvre numérique* », thèse soutenue le 25 Novembre 2003, avec la mention très honorable et les félicitations du Jury.

Directeur de recherche : Patrick Rousseau

Jury : Jean-Claude Augros, Pierre Batteau, Pierre Chollet, Patrice Fontaine.

Résumé : Cette recherche compare la performance empirique de modèles de la structure par terme dans l'évaluation des options sur contrats à terme de taux d'intérêt. Les avantages et les limites des principaux modèles en temps continu, des approches par équilibre partiel et général ainsi que de l'approche d'arbitrage par les martingales sont exposés. Les résultats montrent que le modèle de Chen et Scott domine les autres modèles pour l'évaluation des actifs dérivés.

Pierre PIRE-LECHALARD : « *Le décollage des ventes des produits durables réellement nouveaux : conceptualisation et modélisation* », thèse soutenue le 5 Décembre 2003, avec la mention très honorable et les félicitations du Jury.

Directeur de recherche : Dwight Merunka.

Jury : Jean-Louis Chandon, Pierre Desmet, Gilles Roehrich, Pierre Valette-Florence.

Résumé : Une conceptualisation et une modélisation du phénomène de décollage des ventes survenant au début du cycle de vie des produits sont proposées. Le modèle établit des relations entre le décollage des ventes et plusieurs variables comme le prix, la communication, le WOM, la distribution et l'évolution technologique. Le test empirique est réalisé à travers une analyse de survie (modèle de Cox) et révèle l'importance de l'impact des baisses de prix et de l'amélioration technologique sur le décollage des ventes.

Zannie GIRAUD VOSS : « *Les effets des ruptures d'authenticité sur la rentabilité d'entreprise et la réaction du consommateur* », thèse soutenue le 8 Décembre 2003, avec la mention très honorable et les félicitations du Jury.

Directeur de recherche : Pierre Eiglier.

Jury : Jean-Louis Chandon, François Colbert, Bernard Cova, Pierre-Louis Dubois, Yves Evrard.

Résumé : Cette recherche analyse les effets des décalages entre l'identité de l'organisation et l'identité projetée sur la performance de l'entreprise et la réaction du consommateur. Les entreprises ayant des ruptures d'authenticité importantes ont de moins bons résultats que celles avec des décalages moindres.

Yannick POUBANNE : « *Relation directe entre la performance perçue et la fidélité du consommateur* », le 8 Décembre 2003, avec la mention très honorable et les félicitations du Jury.

Directeur de recherche : Jean-Louis Chandon.

Jury : Dominique Crié, Alain Jolibert, Dwight Merunka, Bernard Pras.

Résumé : Cette recherche étudie l'existence de relations directes entre la performance perçue d'une offre produit-service et la fidélité du consommateur. Le terrain d'application est celui de la relation professionnelle entre les vétérinaires généralistes et les cliniques de spécialistes. Les résultats montrent que, si la satisfaction est un médiateur puissant de la relation performance-fidélité, certains facteurs de performance influencent aussi directement la fidélité.

Pierre-Guy HOURQUET : « *La gestion de carrière des chercheurs en recherche et développement dans les entreprises françaises* », thèse soutenue le 9 Décembre 2003, avec la mention très honorable et les félicitations du Jury.

Directeur de recherche : Alain Roger.

Co-directeur : Jean- Marie Peretti.

Jury : David Alis, Frank Bournois, Xavier Savigny, Yanat Zahir.

Yves LACHANCE : « *Styles de leadership et performance dans les services commerciaux – une approche multi-niveaux dans une société d'assurance* », thèse soutenue le 10 Décembre 2003, avec la mention honorable.

Directeur de recherche : Alain Roger.

Jury : David Alis, Martine Brasseur, Nathalie Commeiras.

Résumé : Cette étude empirique multi-niveaux examine principalement les différences de comportement et d'attitude entre les commerciaux et les directeurs commerciaux en comparant ceux-ci au sein de la même organisation.

Alex Soukprasong SY : « *La volatilité stochastique des marchés financiers : une application aux modèles d'évaluation d'instruments optionnels* », thèse soutenue le 11 Décembre, avec la mention très honorable et les félicitations du Jury.

Directeur de recherche : Patrick Rousseau.

Jury : Pierre Batteau, Pierre Chollet, Roland Gillet, François Quittard-Pinon.

Résumé : Cette thèse propose un modèle d'évaluation, des options avec sauts, volatilité et taux d'intérêt stochastiques, dont la solution analytique généralise les formules de Black & Scholes (1973), Heston (1993), Bates (1996) et Bakshi, Cao & Chen (1997). L'effet d'une fréquence aléatoire de sauts de rentabilité est examiné à travers l'évaluation et la couverture des options sur S&P 500 du CBOE. Par ailleurs, l'auteur propose une extension académique du modèle en présence de dividendes stochastiques.

Marion TISSOT : « *Les effets de la récupération de service sur le comportement du consommateur insatisfait* », thèse soutenue le 13 Décembre 2003, avec la mention très honorable et les félicitations du Jury.

Directeur de recherche : Pierre Eiglier.

Jury : Jean-Louis Chandon, Alain Jolibert, Gilles Paché, Robert Paturel.

Résumé : Cette thèse s'inscrit dans une perspective relationnelle du marketing des services en étudiant les effets différenciés de la récupération de service sur la satisfaction du consommateur et son intention de réachat. Deux variables modératrices (la connaissance évaluée et le taux d'utilisation du service) et une variable médiatrice (justice perçue) permettent d'étudier le mécanisme interne d'évaluation d'une expérience de service avec échec et récupération de service.

Sophiane Fethi ABOURA : « *L'étude du comportement de la volatilité implicite* », thèse soutenue le 16 Décembre 2003 dans le cadre du programme doctoral Aix/ESSEC, avec la mention très honorable et les félicitations du Jury.

Directeur de recherche : Florin Aftalion.

Jury : Pierre Batteau, Mondher Bellalah, Jacques Hamon, Jean-Luc Prigent, François Quittard-Pinon.

Résumé : Cette thèse traite le comportement de la volatilité implicite. L'impact des différents paramètres caractéristiques du processus de volatilité sur le smile et la surface de volatilité implicite est étudié. Le pouvoir prédictif et la transmission de volatilité implicite dans un cadre international au travers de l'étude des indices de volatilité implicite, VIX, VDAX et VX1 sont étudiés. Des modèles d'évaluation d'options standards avec un regard particulier porté sur le smile de volatilité sont ensuite mis en oeuvre.

Ioan Emil TURC : « *Le changement radical et le temps : Etude sur l'accélération des transitions organisationnelles* », thèse soutenue le 19 Décembre 2003, avec la mention très honorable et les félicitations du Jury.

Directeur de recherche : Philippe Baumard.

Jury : Charles Fombrun, Gérard Koenig, Véronique Perret.

Résumé : L'objectif de cette thèse est d'apporter des éléments de réponse à deux questions : quels sont les facteurs d'accélération du changement radical ? Quels sont les processus à travers lesquels ces facteurs agissent sur la dynamique du changement ? La recherche dévoile 10 grands principes d'accélération. Le rôle des perceptions de crise et de la confiance, de l'engagement et du conformisme, de la planification et du management politique est mis en évidence.

OUVRAGES

Baumard P. (2003), « La France est-elle encore une puissance technologique ? », in C. Harbulot & D. Lucas, *Les chemins de la puissance*, Lavauzelle, Paris.

Evrard Y., Pras B. & Roux E. (2003), « Market : Etudes et Recherches en Marketing », en collaboration avec P. Desmet, A-M. Dussaix, et G. Lillien, Editions Dunod, 3^{ème} ré-édition, Novembre.

Ramus V., Gallardo E., Zaeh F., Mathieu V. & de Loynes C. (2003), « Orientation service des entreprises industrielles », Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie (Eds), DIGITIP, série Etudes.

Roger A. & Niglio B. (2003), « La fonction Ressources Humaines », in *Encyclopédie des Ressources Humaines* (José Allouche ed.), Vuibert.

Roques O. & Klarsfeld A. (2003), « Histoire d'une instrumentation de gestion des compétences : entre rationalité contingente, rationalité limitée et rationalité institutionnelle », *Gérer les compétences* (A. Klarsfeld et E. Oiry – Coordonnateurs), Vuibert.

ARTICLES

Clerfeuille F. & Poubanne Y. (2003), « Differences in the contributions of the elements of service to satisfaction, commitment and consumer's shares of purchases : a study from the Tetraclass model », *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, Vol. 12, n° 1.

Merunka D. & Cegarra J-J. (2003), « Les Marques : enjeux et stratégies », *Revue Française de Gestion*, Vol. 29, n° 145, Juillet-Août, p. 115-117.

Merunka D., Ferrandi J-M. & Valette-Florence P. (2003), « La personnalité de la Marque : bilan et perspectives », *Revue Française de Gestion*, Vol. 29, n° 145, Juillet-Août, p. 145-162.

Müller B. & Chandon J-L. (2003), « The Impact of Visiting a Brand Website on Brand Personality », *Electronic Markets, The International Journal of Electronic Commerce & Business Media*, Vol. 13, n° 3, p. 210-221.

COMMUNICATIONS

American Marketing Association Summer Marketing Educators' Conference, Chicago, 15-18 Août 2003

Bartikowski B. & Llosa S., « Exploring the Convergence of Four Methods for Categorizing Attributes in Relation to Overall Customer Satisfaction in Services ».

Université d'été de l'Audit Social, Bordeaux, 28-29 Août 2003

Serret V., « L'investissement éthique est-il rentable : premier bilan sur les OPCVM éthiques (1990-2002) ».

Colloque Etienne Thil, La Rochelle, 25-26 Septembre 2003

Merunka D., Ambroise L., Valette-Florence P. & Ferrandi J-M., « Première application du baromètre de mesure de la personnalité de la Marque à deux enseignes françaises ».

Allied Academies Fall 2003 International Conference, Las Vegas, 15-18 Octobre 2003

Chamorand C. & Smith K., « Sports de France : a case study ».

Audencia, Nantes, 16-17 Octobre 2003

Serret V., « La performance des fonds éthiques : comparaison intra européenne ».

III^{èmes} Rencontres Internationales du Sommet du Luxe et de la Création, Paris, 27 Octobre 2003

Roux E., « Réflexions prospectives sur le secteur du luxe ».

X^{èmes} Rencontres Internationales de l'ACSEG (Approches Connexionnistes en Sciences Economiques et de Gestion), Nantes, 20 et 21 Novembre 2003

Poubanne Y. & Clerfeuille F., « Etude au moyen d'une classification par apprentissage non supervisé de la stabilité catégorielle des éléments de service formant la satisfaction du consommateur ».

XIV^{ème} Congrès de l'Association de Gestion des Ressources Humaines, Grenoble, 20-22 Novembre 2003

Auger P., « Favoriser la créativité individuelle pour développer l'innovation ».

Brasseur M. et Mzabi H-J., « L'implication des salariés, clef de réussite du changement ».

Cerdin J-L., Colle R. & Peretti J-P., « L'entreprise à la carte : une innovation pour fidéliser ».

Meysonnier R., « La gestion des formes d'attachement des salariés à leur entreprise ».

Roques O., « Innover dans la gestion de la mobilité : les enjeux du soutien social ».

VII^{ème} Colloque de l'ICI (Information, Coordination, Incitations) « La chaîne de valeur : un concept démodé ? », Brest, 27 Novembre 2003

Tissot M., « Les effets de la récupération de service sur le comportement post-récupération du consommateur : une application au service de la téléphonie mobile ».

Boujena O., « L'automatisation de la force de vente : mythes et réalités ».

III^{ème} Congrès International sur les Tendances du Marketing, Venise, 28 et 29 Novembre 2003

Cristau C., « Définition, mesure et modélisation de l'attachement à une marque comme la conjonction de deux dimensions distinctes et concomitantes : la Dépendance et l'Amitié vis-à-vis de la marque ».

Dano F., Roux E. & Nyeck S., « Analyse comparée du discours des consommateurs et des marques de cosmétiques pour hommes ».

Merunka D., Ferrandi J-M., Valette-Florence P. & Bachelet D., «Introducing a New Customer Segmentation in the Automotive Market : a Means-End Perspective ».

IXth Cross-Cultural Research Conference, Rose-Hall, Jamaica, 10-14 Décembre 2003

Merunka D., Ambroise L., Ferrandi J-M., Jolivot A-G., Valette-Florence P. & Zine-Danguir S., «Modeling and Measuring Brand Personality: A Cross-Cultural Approach ».

Journée de l'Association Française de Marketing, 2^{ème} Atelier « Risque et Marketing », Paris, 17 Décembre 2003

Boujena O., « L'automatisation de la force de vente : une approche par les risques ».

Conférence de l'Association Française de Finance, Paris, 18-19 Décembre 2003

Montandrou S., « Activisme des investisseurs institutionnels et richesse de l'actionnaire : l'influence du conseil d'administration lors des alertes de l'AFG-ASFFI ».

Mailliard O., « Risque systématique et spread de crédit ».

CAHIERS DE RECHERCHE

660 – **Grand B. & Grill P.**, « Ethique, développement durable et entreprise ».

661 – **Colle R.**, « L'entreprise à la carte : un nouveau paradigme pour les organisations socialement responsables ».

662 – **Chauvet V. & Ghetty C.**, « Une approche conceptuelle de la création de connaissance au travers des communautés virtuelles ».

663 – **Brasseur M. & Mzabi H-J.**, « Implication des salariés, clef de réussite du changement ? ».

664 – **De Ferran F.**, « Sensibilités et motivations à la consommation de produits éthiques : application aux produits issus du commerce équitable ».

666 – **Cerdin J-L., Colle R. & Peretti J-M.**, « L'entreprise à la carte : une innovation pour fidéliser ».

667 – **Buisson M-L.**, « Transfert des connaissances et performance organisationnelle : état des lieux et perspectives ».

668 – **Mathieu V.**, « Employee's Commitment to Service Offering Strategy Implementation ».

669 – **Aubert N.**, « Mécanismes d'incitation et implications pour l'organisation de l'actionariat salarié : revue de littérature ».

670 – **Auger P.**, « Favouring individual creativity in order to develop innovation ».

671 – **Hernandez S.**, « Le management territorial, entre innovation et controverse(s) ».

672 – **Meysonnier R.**, « La gestion des formes d'attachement des salariés à leur entreprise ».

673 – **Dano F., Roux E. & Nyeck S.**, « Analyse comparée du discours des consommateurs et des marques de cosmétiques pour hommes ».

674 – **Dano F., Hamon V. & Llosa S.**, « La qualité des études qualitatives : principes et pratiques ».

SEMINAIRES DOCTORAUX

Pascale AUGER, Pierre BATTEAU, Céline DU BOYS et Brigitte MÜLLER ont participé à la 12^{ème} EDAMBA (European Doctoral Programs Association in Management and Business Administration) Summer School en Juillet 2003 à l'Abbaye Ecole de Sorèze.

Marie-Hélène DUBUISSON (Finance) et **Sarah MACHAT** (Marketing) ont participé aux séminaires du CEFAG de Noyon et de Lille.

Marie-Hélène DUBUISSON a effectué un séjour de recherche à la Stern School of Business de l'Université de New York dans le cadre du programme du CEFAG.

NOMINATIONS

Le CEROG accueille douze nouveaux doctorants :

Manel ABDELJALIL (GRH), **Inès BEN ZOUBIR** (Marketing), **Véronique COLLANGE** (Marketing), **Camille DE BOVIS** (Stratégie), **Chantal EXBRAYAT-DUMAS** (Management Public), **Eric GIRAUDIER** (GRH), **Julien MARTELLINI** (GRH), **Marc MAZODIER** (Marketing), **Renaud MOUYRIN** (Stratégie), **Eric SAINT GERMAIN** (Finance), **Loubna TAHSSAIN** (GRH), **Stéphanie TORTOSA** (Stratégie).

Trois doctorants ont été nommés allocataires de recherche à la rentrée 2003 : **Inès BEN ZOUBIR** (Marketing), **Julien MARTELLINI** (GRH) et **Marc MAZODIER** (Marketing).

Un doctorant a été nommé moniteur : **Julien MARTELLINI** (GRH).

Quatre doctorants ont été nommés ATER à la rentrée 2003 :

Vincent CHAUVET (Univ. d'Aix-Marseille II), **Cédric GHETTY** (IUT d'Avignon), **Rébiha MEYSSONNIER** (IUP Management Public, Univ. d'Aix-Marseille III), **Brigitte MÜLLER** (Faculté d'Economie Appliquée, Univ. d'Aix-Marseille III)

Si vous souhaitez recevoir la lettre du CEROG par e-mail ou actualiser votre adresse postale, merci de nous le faire savoir à l'adresse suivante :

cerog@iae-aix.com

CEROG
IAE d'Aix en Provence

BP 33 - 13 540 Puyricard

Tél 33 (0)4 42 28 08 08

Fax 33 (0)4 42 28 08 00

www.iae-aix.com
cerog@iae-aix.com

Comité éditorial :

Céline DU BOYS, Marie-Hélène DUBUISSON, Aurélie MERLE & Brigitte MÜLLER