



Centre de REcherche en
Gestion des Organisations

MANAGEMENT LAB



ÉDITION 2017

SOMMAIRE

ÉDITO	2
VALORISATION DE LA RECHERCHE	4
MARKETING	6
FINANCE, ARCHITECTURE ET GOUVERNANCE	13
PILOTAGE, COMPTABILITÉ ET CONTRÔLE DES ORGANISATIONS	17
RESSOURCES HUMAINES ET STRATÉGIE DES ORGANISATIONS	19
GOUVERNANCE DES ORGANISATIONS	21
MANAGEMENT DES ACTIVITÉS CULTURELLES	22
ENTREPRENEURIAT ET DÉVELOPPEMENT DES PME/PMI	24



L'année 2017 a commencé avec le renouvellement par le Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche du statut d'Equipe d'Accueil de notre laboratoire. Elle s'achève avec une nouvelle étape importante : la tutelle du CREGO sera désormais partagée par les trois universités de Bourgogne, de Haute Alsace et de Franche-Comté. Le CREGO confirme ainsi son statut d'unique équipe de recherche en management au sein de la nouvelle région Bourgogne-Franche Comté, et sa proximité avec la région Grand Est.

Le CREGO réunit à cette rentrée 71 enseignants-chercheurs, dont 23 sont habilités à diriger des recherches. Il compte ainsi au plan national parmi les grandes unités de recherche en management, et couvre la quasi-totalité des fonctions de l'entreprise : comptabilité, contrôle de gestion, finance, marketing, gestion des ressources humaines, management international ou encore entrepreneuriat. Le flux des publications académiques réalisées par les membres du CREGO, et les soutenances de thèses qui y sont accueillies, attestent de son rayonnement scientifique.

Conformément à son statut d'équipe d'accueil, le CREGO réunit les doctorants en sciences de gestion de Bourgogne-Franche Comté. Ils sont 47 à cette rentrée, 6 thèses ont été soutenues en 2016, et 3 depuis le début de 2017. Le programme doctoral en gestion du CREGO fête cette année ses 25 ans. Depuis sa création, des dizaines de docteurs et d'habilités à diriger des recherches, formés au CREGO, ont été recrutés par de prestigieuses universités en France et à l'étranger, mais aussi par quelques-unes des écoles de commerce les plus réputées en France : ESCP Europe, EM Lyon, Toulouse Business School, ICN, Neoma, IESEG, Telecom management ou EM Strasbourg...

Si la production de connaissances par la recherche reste un objectif prioritaire pour un laboratoire universitaire, sa mission est aussi de valoriser ces recherches et de développer leur diffusion dans son environnement économique et social. Ce chantier a pris depuis 2016 une importance particulière avec l'arrivée de Monsieur Frédéric Pellerin au poste de chargé de valorisation du CREGO. Sa mission est de nouer avec notre environnement des relations de partenariat, qui passent d'abord par l'identification des besoins des organisations et par la cartographie des compétences des membres du CREGO susceptibles de répondre à ces besoins.

Les collectivités territoriales ont bien perçu le potentiel de notre contribution à la dynamique du territoire. En septembre 2016 et 2017, le CREGO a ainsi été étroitement associé au "Mois de l'innovation en Bourgogne-Franche Comté" à travers sa participation aux conférences inaugurales de cette manifestation, mais aussi d'ateliers thématiques destinés à diffuser auprès des entreprises les principaux domaines de compétence de notre laboratoire.

Parallèlement, les premiers contrats de recherche avec des entreprises et des organisations professionnelles ont été signés, et contribuent ainsi directement au renforcement des liens entre le monde académique et le tissu économique régional. Une nouvelle dynamique est ainsi enclenchée, et sa poursuite est un objectif prioritaire du CREGO.

La consolidation des liens avec le monde socio-économique n'est évidemment pas incompatible avec l'amélioration du rayonnement scientifique. Les grandes sources internationales de mesure de la visibilité des publications académiques, comme Google Scholar ou Harzing POP confirment statistiquement la position très flatteuse des chercheurs du CREGO.

Mais cette visibilité s'appuie aussi sur l'organisation de manifestations scientifiques qui réunissent les chercheurs d'un domaine, et de plus en plus souvent aussi les praticiens de ce domaine. L'atelier "Contrôle de gestion et management public" organisera ainsi sa 4^{ème} édition au printemps 2018, et sa visibilité s'élargit au plan national et international. A la même époque, la 4^{ème} édition des Journées de Recherche en marketing du Grand est, dont le CREGO est l'un des fondateurs, sera organisée à Mons par la Louvain School of Management. Enfin d'autres ateliers thématiques seront proposés autour de la finance, de la gouvernance des organisations et de l'entrepreneuriat culturel.

Le directeur du CREGO ne peut donc que formuler un vœu au terme de cette année 2017 : que la dynamique scientifique de notre laboratoire se poursuive, et profite davantage encore aux entreprises et aux collectivités de notre territoire en Bourgogne-Franche-Comté et en haute Alsace !



Marc FILSER

Professeur des universités et Directeur du CREGO

VALORISATION DE LA RECHERCHE

L'équipe administrative du CREGO s'est étoffée à la rentrée 2016 avec l'arrivée de Frédéric Pellerin, ingénieur d'études, chargé de la valorisation de la recherche. Diplômé de l'université de Bourgogne, il a exercé ces sept dernières années à l'université d'Orléans.

La valorisation de la recherche est une exigence inscrite au cœur des missions de l'université et le recrutement d'un chargé de valorisation totalement dédié au CREGO fait suite à une recommandation du Hcéres¹.

En effet, si la valorisation de la recherche peut aller de soi dans certains secteurs des sciences *dures* où le transfert de technologie est fort, cela représente en revanche un vrai défi dans le domaine des sciences humaines et sociales, en général, et dans les sciences de gestion, en particulier.

Cette discipline de recherche se traduit essentiellement par des publications dans des revues scientifiques nationales et internationales dont la lecture peut être d'un accès assez difficile pour les non scientifiques, rendant ainsi la recherche académique d'autant plus éloignée du monde socio-économique.

Les deux missions principales du chargé de valorisation, à savoir l'élargissement de la visibilité du laboratoire et le développement de la contractualisation, s'inscrivent donc dans l'accompagnement à un changement de culture.

Si le CREGO est reconnu au sein de la sphère académique, ses travaux de recherche en sciences de gestion le sont beaucoup moins dans le monde socio-économique notamment à l'échelle régionale. L'objectif est donc de faire savoir que des recherches en sciences de gestion sont menées à l'université de Bourgogne et que le CREGO dispose de tout le potentiel nécessaire pour nouer des partenariats avec les entreprises et les organismes publics.

¹ Haut Conseil de l'évaluation de la recherche et de l'enseignement supérieur

Cela passe notamment par des actions de vulgarisation mais aussi par les vecteurs de communication que sont le site en ligne ainsi que le réseau social Twitter sur lequel le laboratoire est présent depuis le 24 octobre 2016.

En dépit de cultures et de temporalités différentes, le monde de la recherche et celui de l'entreprise et des organisations publiques peuvent se rencontrer et collaborer. Les entreprises ainsi que les administrations sont des champs d'études privilégiés pour les chercheurs. Ces derniers sont toujours très demandeurs de données de terrain et réciproquement les managers de la sphère privée comme publique sont confrontés à des problématiques de terrain auxquelles nos chercheurs savent répondre. Les opportunités de collaboration sont donc bien réelles et les bénéfiques réciproques.

La professionnalisation de la valorisation de la recherche au sein du CREGO est donc amorcée et se poursuivra en collaboration notamment avec la SATT-Grand Est² et l'Espace Entreprises de l'université de Bourgogne.

L'objectif à moyen terme est de faire évoluer la valorisation des travaux de nos enseignants-chercheurs dans un juste équilibre alliant l'approche académique au sens traditionnel (diffusion de la production, vulgarisation) à l'approche contractuelle au sens marchand (contrats onéreux avec des structures privées et publiques).



Frédéric PELLERIN, chargé de valorisation

² Société d'Accélération du Transfert de Technologies

Pour rappel...

Le CREGO est le centre de recherche en sciences de gestion. Il fait donc partie des **laboratoires en sciences humaines et sociales** au sein de l'université de Bourgogne.

Equipe d'accueil créée officiellement le 1^{er} janvier 2014 ce laboratoire réunit en fait **depuis bientôt 30 ans** des enseignants-chercheurs dans toutes les disciplines en sciences de gestion et notamment la **comptabilité** et le **contrôle de gestion**, la **finance de marché** et la **finance d'entreprise**, le **marketing**, la **gestion des ressources humaines** et le **management stratégique**.

Nos recherches sont structurées en 4 axes thématiques : **Marketing** (équipe CERMAB), **Finance, architecture et gouvernance** (équipe FARGO), **Pilotage, comptabilité et contrôle des organisations** (équipe PICCO) et **Ressources humaines et stratégie des organisations** (équipe RHESO).

Il existe aussi 5 axes transversaux : **Management des arts, de la culture et du tourisme, Gouvernance des organisations, Management des organisations à but non lucratif, Entrepreneuriat et développement des PME/PMI** et enfin **Ethique et responsabilité sociétale des organisations**.

Le CREGO apporte également l'adossement recherche aux formations de master dans le champ des sciences de gestion proposées par les Universités de Bourgogne, de Franche-Comté et de Haute Alsace.

A **Dijon**, le CREGO est localisé dans le bâtiment du Pôle d'Economie et Gestion sur le campus de l'Université de Bourgogne.

L'antenne franc-comtoise est installée dans le bâtiment de l'UFR Sciences Juridiques, Politiques, Economiques et de Gestion sur le campus de **Besançon**.

Enfin l'antenne de l'Université de Haute-Alsace est située sur le campus de la Fonderie à **Mulhouse**.

Quelques chiffres...

En 2016-2017 le CREGO c'est :

- plus de 70 membres dont 23 habilités à diriger des recherches
- une quarantaine de doctorants
- la soutenance de 6 thèses
- l'organisation de 4 événements scientifiques majeurs (dont 1 workshop, 1 conférence internationale et 3 colloques)
- la participation à 2 événements à destination de la sphère socio-économique (*Mois de l'Innovation* organisé par l'ARDIE et *60' pour démystifier* organisé par le MEDEF de Côte d'Or)
- une trentaine de séminaires internes
- une trentaine de publications (essentiellement dans des revues classées)
- une soixantaine de communications (conférences, colloques...)
- la contribution à une vingtaine d'ouvrages
- 2 récompenses académiques majeures
- La signature d'un contrat avec une grande entreprise dans le secteur énergétique

L'essentiel de cette production est détaillé par axe de recherche dans les pages suivantes.

Aperçu de la production scientifique :

- 23 communications lors de congrès et séminaires
- 7 publications dont 5 dans des revues classées (détails ci-dessous)
- 2 contributions à des ouvrages
- 9 séminaires internes

De l'expérience au souvenir de l'expérience : étude des invariants et des décalages entre parcours de magasinage et souvenir immédiat - Management & Avenir
FLACANDJI Michael

Crise économique et grande distribution : ressenti des managers et solutions managériales -
Revue de Management et de Stratégie
NOTEBAERT Jean-François, ATTUEL-MENDES L.

An integrative perspective of closeness in retailing: From retailers' sense-giving to consumers' sense-making - Journal of Retailing and Consumer Services
SCHULTZ Maryline, CHANEY D., DEBENEDETTI A.

Contribution de la marque employeur à l'attractivité: les limites des approches cognitives analytiques - Revue de Gestion des Ressources Humaines
MACLOUF E., BELVAUX Bertrand

Les évolutions du marketing - L'Agent Commercial
FILSER Marc

Multiplication des canaux et valeur perçue de l'offre digitale dans la presse écrite : un effet de complémentarité? - Systèmes d'Information et Management
RIVIERE Renaud, MENCARELLI Rémi, BELVAUX Bertrand, PALLUD Jessy

The Environmental Labelling Rollout of Consumer Goods by Public Authorities: Analysis of and Lessons Learned from the French Case - Journal of Cleaner Production
FRANÇOIS-LECOMPTE A., BERTRANDIAS L., BERNARD Yohan

Pierre-Louis Dubois, un modèle de marketing ubiquitaire, in Génération marketing et sciences de gestion : mélanges en l'honneur du Professeur Pierre-Louis Dubois, Véronique des Garets et Christophe Fournier, Ed. Economica, 2016
BELVAUX Bertrand, 2016

Entre rigueur et pertinence : comment formuler la question de recherche en sciences de gestion, in : V des Garets et C. Fournier, eds., Génération marketing et sciences de gestion, Economica, Paris, 2016, 117-126
DEVILLE Aude, FILSER Marc

Récompense académique

Michaël FLACANDJI a reçu le prix de la meilleure thèse FNEGE-AFM 2016 pour son travail sur le **management du souvenir des clients**, réalisé à l'Université de Bourgogne, sous la direction de Marc Filser et Jean-Luc Hermann.

Dans son travail doctoral, Michaël Flacandji cherche à **comprendre la relation entre un consommateur et un magasin**.

Il montre que **le souvenir de l'expérience vécue par le client dans un magasin physique ou sur un site de e-commerce permet d'expliquer la force de sa relation avec le distributeur mieux que sa satisfaction**.

L'important pour un distributeur serait alors de faire vivre une expérience riche à ses clients et ainsi leur laisser un bon souvenir pour les faire revenir.

Il suggère ainsi **plusieurs pistes opérationnelles pour aider les enseignes dans leur « management du souvenir de l'expérience client »** (Customer Experience Memory Management - CEMM).



3^{ème} Journée de Recherche en Marketing du Grand Est

Cette année encore le CREGO a participé à la 3^{ème} Journée de Recherche en Marketing du Grand Est qui s'est déroulée le vendredi 31 mars 2017 à l'IUT de Metz.

Dans une ambiance conviviale, elle a rassemblé environ 60 participants et 31 communications ont été présentées.

Les échanges ont été nombreux et riches. La quatrième édition aura lieu à Mons, UCL le 23 mars 2018.



Mois de l'Innovation 2016

Marc FILSER, directeur du CREGO, a prononcé la conférence inaugurale de la 8^{ème} édition de cet événement organisé par l'ARDIE.



« **Aujourd'hui, nous sommes à un carrefour et il y a de plus en plus d'embranchements. Nous observons une convergence des technologies et des acteurs. Les frontières entre producteur, consommateur et distributeur s'estompent** », a analysé Marc Filser.

Cette conférence est à retrouver depuis [ce lien](#)

Cette rencontre s'est tenue lundi 19 septembre 2016, dans les locaux de la Maison régionale de l'innovation, à Dijon, devant une centaine de personnes. Le thème de cette année s'intitulait **“Quand l'éthique et le numérique révolutionnent les modes de distribution et de consommation”**.

Habilitation à diriger des recherches

Yohan BERNARD, maître de conférence à l'IAE de Franche-Comté, a soutenu son Habilitation à Diriger des Recherches en sciences de gestion le 07 juin 2017 à la Maison des Sciences de l'Homme de Dijon.

Après une thèse consacrée à la perception des prix des innovations de rupture par les consommateurs, il poursuit depuis une dizaine d'années ses **travaux au sein du CREGO dans le champ du comportement des consommateurs**.



Ses recherches portent sur les **processus décisionnels des acheteurs et, en particulier, sur l'influence de certains dispositifs d'information comme la mention du pays d'origine du produit ou l'affichage environnemental (indice carbone par exemple)**.

Il s'est également intéressé à une **méthodologie d'enquête en ligne - la netnographie** - qu'il a largement contribué à diffuser au sein de la communauté des chercheurs francophones.

C'est sur la base de ces travaux que Yohan Bernard a défendu son habilitation à diriger des recherches.

Les échanges très riches avec les membres du jury – qui ont souligné l'originalité et la qualité des travaux de M. Bernard – ont permis de faire émerger des **pistes de recherche prometteuses**, notamment autour de la notion de cognition distribuée : pour comprendre les décisions du consommateur, **il semble désormais nécessaire d'étudier les interactions entre les dimensions technologique (smartphone, réseaux sociaux, etc.), sociologique (communautés, sous-culture, etc.) et cognitive (représentations, traitement de l'information, etc.)**

Soutenance de thèse

Ericka HÉNON a soutenu le 21 novembre 2016 une thèse en marketing intitulée

Le choix d'un circuit de revente: Recherche de contrôle sur la transaction et processus de décision du revendeur.

Cette recherche propose un modèle explicatif du choix d'un mode de revente. Afin de considérer le rôle actif du consommateur lors de la revente de ses biens, sont intégrés la volonté de contrôler la transaction de l'individu et le contrôle perçu sur celle-ci dans les modèles explicatifs de la sélection d'un circuit de distribution.

En outre, en raison des dimensions symboliques du processus de revente et de l'incertitude caractérisant le marché de l'occasion, l'influence de la volonté de contrôler la transaction sur la nature du processus décisionnel de l'individu est étudiée.

La première partie du travail contextualise cette recherche d'un point de vue théorique et managérial.

La deuxième partie est consacrée à la présentation du modèle théorique et à la justification des hypothèses sous-jacentes.



La dernière partie permet d'une part d'opérationnaliser la volonté de contrôler la transaction et le contrôle perçu sur la transaction et d'autre part, d'exposer les résultats de l'expérimentation mise en place afin de tester le modèle conceptuel.

Les résultats issus des études qualitative et quantitative permettent de rendre compte de l'influence de la volonté de contrôler la transaction et de la perception de contrôle sur celle-ci sur le choix d'un site de revente. En outre, l'influence de certaines dimensions de la volonté de contrôler la transaction sur la nature du processus décisionnel a été mise en évidence.

Témoignages de doctorants...

Le rôle de l'expérience d'achat cross-canal sur l'image de marque... Par Amélie BLUM

Les entreprises arrivent-elles à faire coïncider les besoins du client et le rôle du vendeur dans la réflexion et la mise en place de leurs stratégies digitales ?... Par Jean-Marc JOYEUX

Amélie BLUM, est actuellement doctorante sous la direction du Professeur Bertrand BELVAUX.

Mes années en entreprise, dans des fonctions marketing et commerciales, m'ont permis d'appréhender les exigences du retail dans le business du luxe où la notion d'expérience est un levier constitutif de la marque. Et où cette expérience se joue aussi bien dans les **boutiques historiques** ou en **grands magasins**, que dans des **points de vente multimarques**, **grandes enseignes de la distribution sélective** ou **petites parfumeries** indépendantes, regroupées ou non.

L'expérience est dans ce secteur un facteur clé de succès, alors qu'elle est *de facto* plus ou moins maîtrisée et parfois complètement inconsistante. Est-il possible de gommer les frontières d'un canal de distribution à l'autre pour **permettre au consommateur de vivre entièrement la marque** ? Comment garantir une expérience d'achat 100% marque dans un point de vente « multimarques » ? Pourquoi les boutiques en propre restent pour les marques de luxe les lieux incontournables et inégalables de l'expression de leur ADN ?

Telles étaient les problématiques et c'est ce qui m'a donné l'envie d'initier cette thèse : creuser, prendre de la hauteur et travailler par la recherche des questions auxquelles j'ai été confrontées en entreprise. Et les étendre au-delà du luxe : **pourquoi, dans tous les secteurs d'activité, les boutiques en propre de marques fleurissent ? Que s'y joue-t-il entre la marque et le consommateur ? En quoi la boutique en propre exerce-t-elle une influence positive sur la relation marque-consommateur ?**

L'objectif est de **comprendre les motivations des marques à créer leurs propres boutiques** et de valider l'impact que peut avoir ce contact direct à la marque.

Une première étude exploratoire a été menée avec les professeurs Blandine Anteblian et Bertrand Belvaux et sera présentée lors du colloque Etienne Thil au mois d'octobre.

Jean-Marc JOYEUX, est actuellement doctorant sous la direction du Professeur Bertrand BELVAUX.

Suite à mon Master au sein de l'IAE DIJON, j'occupe depuis plus de deux ans des fonctions dans le domaine du digital pour deux négoce de matériaux de construction, un national et un régional.

J'ai noté de cette expérience que de nombreuses questions sur la digitalisation de ces intermédiaires peuvent être posées. La place occupée par ces acteurs dans la distribution n'est pas toujours évidente et souffre d'un manque de reconnaissance.

Je propose **d'enrichir la recherche scientifique sur les intermédiaires BtoB** car c'est un domaine peu étudié. L'étude aura pour objectif **d'apporter un éclairage sur la proposition de valeur dans le canal de distribution professionnel**. Cette valeur ajoutée, à mon sens, passe par la **capacité du commerce de gros à proposer des services gravitant autour du produit et par leur capacité à les digitaliser tout en justifiant leur place dans l'organisation**. Afin d'éclairer la littérature sur le commerce de gros, je vais exploiter comme terrain de recherche le **secteur de la construction**. En effet, c'est un secteur que je connais bien et qui est **en retard dans la digitalisation de sa filière par rapport à d'autres secteurs**.

Témoignage de chercheur

Bertrand BELVAUX est professeur des universités.



Face à la révolution numérique qui s'opère au sein de la presse papier, le journal *Le Monde* a fait appel à une équipe de trois chercheurs en marketing. Ainsi, un chercheur du CREGO (Bertrand Belvaux), accompagné de Rémi Mencarelli (Université de Savoie) et d'Arnaud Rivière (Université de Tours) étudient depuis 2014 **l'évolution des comportements de lecture sur les principaux médias (papier, ordinateur, smartphone et tablette numérique).**

Pour cela, un panel de consommateurs a spécialement été mis en place dans l'objectif d'observer les mêmes individus à travers le temps concernant leur équipement digital, leurs consommations d'actualité à travers les différents médias et ce qu'ils en retirent.

Les résultats issus de ces premières années montrent que loin de substituer, **les différents moyens de s'informer s'additionnent, voire s'associent**, chacun occupant une fonction spécifique dans la consommation médias. **Le format papier reste**

bien adapté à la lecture d'articles de fond et constitue un facteur de visibilité sociale indéniable (sur la terrasse d'un café par exemple), tandis que **le format électronique propose des mises à jour fréquentes, des contenus multimédias et la possibilité d'échanger avec d'autres lecteurs.**

Les médias digitaux sont ensuite également très complémentaires, chacun étant consommé dans des moments et des environnements différents.

Les résultats ont permis d'alimenter les réflexions du journal sur les questions de contenus et d'organisation de l'information à proposer sur chacun des médias. Les changements apportés par le journal *Le Monde* ont ainsi contribué à renforcer leur attractivité sur le marché jusqu'à se hisser en tête des titres de presse les plus lus en France tous supports confondus.

A venir...

1^{ère} Journée de la Relation à la Marque dans un Monde Connecté

Colmar – 9 novembre 2018

A la faveur de la digitalisation de l'économie, la consommation collaborative devient une tendance de fond qui affecte la plupart des marchés grand public. Qu'il s'agisse de revendre des produits, échanger des services, partager l'accès d'un bien ou participer à des modes de distribution alternatifs comme ceux proposés par les circuits courts, la consommation collaborative n'est plus un microphénomène : 95% des Français déclarent avoir déjà réalisé au moins une fois une pratique de consommation collaborative et 62% sont des consommateurs réguliers (Enquête CSA Research pour Cofidis France, Novembre 2016).

Pour les marques, le défi lancé par l'économie collaborative est redoutable. Il prend le visage des nouveaux acteurs qui, en quelques années, ont su attirer à eux des parts significatives des marchés traditionnels. En structurant leurs prestations autour de la mise à disposition de plateformes collaboratives, des marques pionnières comme **Blablacar**, **Autolib**, **Le Bon Coin**, **Vinted** ou **Airbnb** se sont ainsi positionnées avec efficacité sur les nouveaux segments du service collaboratif. Les marques traditionnelles, quant à elles, tâtonnent encore pour intégrer les nouveaux codes de l'économie collaborative et mettre en place des relations plus horizontales avec leurs clients. Toutefois, le **recours de plus en plus fréquent au crowdsourcing** créatif ou encore le développement de plateformes propriétaires pour permettre à leurs clients de développer des activités de troc et d'échanges témoignent de leur ambition d'élaborer de nouveaux modes relationnels en phase avec le phénomène collaboratif.

Pour sa première édition, la « Journée de la Relation à la Marque dans un Monde Connecté » réunira des chercheurs qui s'intéressent à l'évolution des relations marque-consommateurs. Ils s'efforceront d'éclairer **les enjeux relationnels qui découlent de l'essor de la consommation collaborative** et examineront **comment les marques peuvent répondre à ce nouveau défi**.

Cette journée ouverte aux praticiens aura lieu à Colmar, le 9 novembre 2018.

Tous les détails : <https://jr2mc2018.sciencesconf.org/>

Aperçu de la production scientifique :

- 17 communications lors de congrès
- 10 publications dont 9 dans des revues classées
- 4 contributions à des ouvrages
- 6 séminaires internes

Médias et sentiment sur les marchés actions européens - Management International
HERVE Fabrice, ZOUAOUI Mohamed, BOITOUT Nicolas

L'actionnariat salarié à la croisée des chemins de la performance et de la gouvernance des entreprises béninoises - Revue Echanges
ALIDOU Djaoudath

Difficultés et risques des coopérations inter-PME : Les solutions apportées par les sociétés de capital-investissement - Revue Internationale PME
BURKHARDT Kirsten

The effect of CEOs' turnover on the Corporate Sustainability Performance of French firms - Journal of Business Ethics
BERNARD Yohan, GODARD Laurence, ZOUAOUI Mohamed

Earnings Management to Exceed Thresholds in Continental and Anglo-Saxon Accounting Models: The British and French Cases - Research in International Business and Finance
HALAOUA Sameh, HAMDY Badreddine, MEJRI Tarek

Investors' sentiment and accruals anomaly: European evidence - European Management Journal
BEER Francisca, HAMDY Badreddine, ZOUAOUI Mohamed

The Role of Private Equity-Firms in the Formation of Alliances: a Knowledge-based Perspective. Une approche cognitive du rôle des sociétés de capital-investissement dans la formation d'alliances - Finance Contrôle Stratégie
BURKHARDT Kirsten

La gestion managériale du flottant ou du prix d'offre : un enjeu de réussite de l'introduction en bourse sur Euronext Paris ? - Finance Contrôle Stratégie
POINCELOT Evelyne, POINCELOT Dominique

La pertinence de l'information comptable en juste valeur dans le contexte de la crise financière: le cas de l'industrie bancaire européenne - Comptabilité-Contrôle-Audit
HAMDY Badreddine, MEJRI Tarek

Finance et politique : la bourse préfère-t-elle la gauche ? - Revue d'Economie Financière
CHARREAUX Gérard

Les grands auteurs en finance, 2e édition, EMS, septembre 2017
ALBOUY M., CHARREAUX Gérard

Pour rappel...

L'axe FARGO, Finance, ARchitecture et GOurnance des organisations s'intéresse à toutes les questions relevant de la finance (ou plus exactement des « finances ») dans la mesure où les travaux réalisés peuvent relever aussi bien de la **finance traditionnelle** (étude de la politique financière des entreprises, comme la politique d'investissement, de financement ou de dividendes...), que de la **finance organisationnelle**, centrée sur les interactions entre le financement, la *gouvernance* et l'architecture organisationnelle, de la **finance comportementale** (étude de l'impact des « travers de comportements » sur les marchés financiers ou les décisions financières des entreprises) ou encore de la **finance entrepreneuriale** (étude du financement des *jeunes entreprises innovantes*). Pour la finance entrepreneuriale ou organisationnelle, le lecteur intéressé pourra trouver de plus amples informations notamment dans la présentation de l'axe transversal Crego « Gouvernance » ou « Entrepreneuriat/PME ».

Focus sur une recherche en cours

Les normes comptables peuvent-elles influencer les pratiques financières ? : éléments de réponse dans le cadre des opérations de macro-couverture bancaires.

Recherche en cours initiée par Evelyne Poincelot (CREGO - FARGO), I. Chambost (LIRSA -CNAM), S. Lefrancq (LIRSA-CNAM)



Evelyne POINCELOT

La publication des normes comptables depuis la publication de l'IAS 39 en 2004 jusqu'à l'approche PRA « approche de la macro-couverture par la réévaluation des portefeuilles » proposée par l'IASB en 2014 peut ne pas être neutre sur les pratiques c'est-à-dire, dans le cas présent, sur la gestion globale et dynamique du risque de taux d'intérêt.

L'objectif de l'article est de montrer, afin d'obtenir cette neutralité ou au moins conserver la possibilité de gérer globalement les risques sans conséquences indésirables sur leurs états financiers, comment certains établissements financiers ont constamment cherché à influencer le processus d'élaboration de la norme et/ou quand elle est publiée, à demander à ce qu'ils ne soient pas concernés par toutes les dispositions.

Exemples de recherches achevées

BERNARD, Y, GODARD L. et ZOUAOUI M., « The effect of CEOs' turnover on the Corporate Sustainability Performance of French firms », **Journal of Business Ethic.**

L'objet de cette recherche est d'étudier la relation entre la RSE et un des aspects de la gouvernance: le changement de dirigeant. Il consiste à offrir un test empirique de l'influence des dirigeants sur la performance RSE des entreprises françaises, en examinant si les changements de dirigeants à la tête de grandes entreprises cotées ont un impact sur la performance RSE de ces mêmes entreprises.

Nos résultats suggèrent que les changements de dirigeants exercent un effet positif sur la performance RSE de l'entreprise, mais après un délai de 5 ans. Cet effet est d'autant plus fort que le nouveau dirigeant a été recruté à l'extérieur à l'entreprise. Le type de changement (volontaire, involontaire...) n'affecte pas l'intensité de cet effet du recrutement extérieur. L'impact du changement de dirigeant est par contre moins fort (mais toujours positif) lorsque l'entreprise adhère à un espace commun de réflexion de type GRI (*Global Reporting Initiative*).

HAMDI B., MEJRI T., « La pertinence de l'information comptable en juste valeur dans le contexte de la crise financière: le cas de l'industrie bancaire européenne », **Revue Comptabilité-Contrôle-Audit.**

L'objet de ce papier est de s'interroger sur le contenu informatif des données comptables en juste valeur, publiées dans les annexes aux comptes selon les prescriptions des normes IAS 32 et IFRS 7. A partir d'une étude menée auprès d'un échantillon de 102 banques commerciales européennes sur la période allant de 2005 à 2012, nous montrons que les données comptables en juste valeur ont un contenu informationnel additionnel par rapport aux valeurs historiques. Nos résultats nous conduisent également à montrer que les banques en bonne santé financière et domiciliées dans des pays à forte protection des investisseurs sont celles qui affichent les chiffres comptables en juste valeur les plus informatifs. En outre, cette étude semble valider l'hypothèse que la juste valeur est significativement moins pertinente pendant la période d'instabilité financière.

A venir...

1^{ère} Journée des 3 F

Recherches sur la Finance organisationnelle, la Finance comportementale et la Finance entrepreneuriale

Dijon – 8 juin 2018

Cette journée sera l'opportunité d'échanges supplémentaires qui s'ajoutent aux traditionnels séminaires organisés par cet axe et réservés à ses membres, en permettant aux enseignants-chercheurs ou doctorants travaillant sur ces thématiques de présenter leurs travaux.

A cette occasion, une dizaine de communications sera sélectionnée par un comité scientifique. Les modélisations mathématiques sans déclinaison ou tests empiriques ne seront pas prioritaires. Les articles aboutis seront en revanche privilégiés. Les articles seront prioritairement soumis en français mais les communications en anglais pourront être acceptées également.

Les travaux sélectionnés par le comité scientifique devront être en lien avec les trois thématiques de l'axe du laboratoire.

Thématique 1 : *Les recherches en finance organisationnelle*

Recherche portant sur l'articulation entre la finance, la gouvernance et la théorie des organisations.

Cette articulation permet de développer des recherches qui font également intervenir des aspects liés à la stratégie, la comptabilité, à la fiscalité, au contrôle de gestion, aux systèmes d'information et à la gestion des ressources humaines...

Thématique 2 : *Les recherches en finance comportementale*

Etude de l'impact des « biais comportementaux » sur les marchés financiers ou sur les décisions financières des entreprises.

Thématique 3 : *Les recherches en finance entrepreneuriale*

Problématique liée au capital-investissement, financement des entreprises innovantes.

Plus d'information sur le site du [CREGO](#)

Aperçu de la production scientifique :

Bourse PARC : Coopération réussie entre profession comptable et chercheurs en sciences de gestion - Revue française de comptabilité

BOLLECKER Marc

Le contrôle de gestion dans les banques : de la démocratisation des outils au renforcement de l'expertise d'un métier ? - Revue Finance et Gestion

BOLLECKER Marc et DISCOURS I.

Etude de la complémentarité entre le BSC et SCOR. Le cas d'un prestataire de services logistiques - Revue des sciences de gestion

BOLLECKER Marc et LEPORI E.

L'adoption de la comptabilité de gestion à l'université : la présence de clivages internes dans un contexte de demandes institutionnelles contradictoires - Revue Comptabilité, Contrôle et Audit

BOLLECKER Marc

Des indicateurs pour optimiser l'allocation des ressources ? Une enquête exploratoire au sein d'un réseau administré - Gestion et Management Public

FABRE Pascal et DUBOST N.

Aux frontières du contrôle de gestion : l'invention du contrôle externe dans les collectivités, Mélanges en l'honneur du professeur Marc Nikitin - L'Harmattan, pp. 149 – 166

FABRE Pascal, LETORT Frédérique

L'audit environnemental : un dispositif de gestion à l'épreuve de logiques institutionnelles hétérogènes – Finance, Contrôle, Stratégie

RENAUD Angèle

Récompense

Angèle RENAUD a été primée par l'EFMD et la FNEGE pour son ouvrage "Management et Contrôle de gestion environnemental". La cérémonie de remise des prix a eu lieu au Conseil Économique, Social et Environnemental (CESE) le 20 avril 2017 à Paris.



Angèle RENAUD

« Management et contrôle
de gestion environnemental »

Éditions EMS



Workshop

En partenariat avec l'AFIGESE et l'AFC, la 3^{ème} édition du **Workshop Contrôle de Gestion et Management Public**, s'est tenue le lundi 27 mars 2017 à la MSH de Dijon et a remporté un franc succès.

Organisée par le CREGO, cette **manifestation scientifique a réuni une quarantaine d'universitaires et de praticiens de la sphère publique (collectivités territoriales, établissements de santé, mutuelles, universités).**

En ouverture, Angèle RENAUD et Pascal FABRE les organisateurs de l'événement ainsi que Pascal BELLEMIN le représentant de l'AFIGESE, ont rappelé les enjeux du management public dans un contexte politique, économique et social en pleine mutation.

Ils ont également souligné **l'importance des relations entre les universitaires et les professionnels du management public.** La journée a été rythmée par une table ronde, des sessions plénières et parallèles. Les intervenants de la table ronde ont débattu des **enjeux de la fonction des directeurs financiers et contrôleurs de gestion dans le secteur public.**

Les réflexions ont permis, d'une part, de dresser un **état des lieux sur les missions, les outils, le positionnement et l'influence des acteurs financiers et les difficultés de déploiement des systèmes de contrôle dans les organisations publiques** et, d'autre part, de **s'interroger sur les perspectives d'évolution et les formations pour ce métier.**

Les sessions plénières et parallèles ont accueilli les communications scientifiques d'enseignants-chercheurs ainsi que les **témoignages de praticiens (directeurs financiers et contrôleurs de gestion de diverses organisations publiques).** **Les travaux ont porté sur le rôle des acteurs face aux mutations des territoires et des universités, l'effcience des services publics, le métier de contrôleur de gestion territorial, les outils du contrôle de gestion public et de l'évaluation des politiques publiques.**

Ayant apprécié la qualité des présentations et la richesse des débats, les participants se sont **donné rendez-vous pour la 4^{ème} édition du Workshop qui aura lieu en mars 2018 à Dijon.**



Aperçu de la production scientifique :

Services à la personne et services d'aide à domicile au Québec : difficultés des conditions de travail et de la conciliation travail-vie personnelle - in Des services à la personne à la silver économie. Comment accompagner le vieillissement de la population à domicile sur les territoires aujourd'hui et demain ?

ILAMA Ilda Ilse, TREMBLAY D.G.

Attributing credit to coauthors in academic publishing: The 1/n rule, parallelization, and team bonuses - European Journal of Operational Research

DE MESNARD Louis

Crowdfunding et numérique : la culture par les foules ?

Le numérique : entre Big Data et Big Brother.

Numérique et entrepreneuriat : quand le numérique facilite la création d'entreprise.

Le numérique et la responsabilité sociale des universités.

in Collections 100 notions « management et numérique

LUANGSAY-CATELIN Carine

Etude de la coopération au sein d'une coopérative artisanale - Revue Interdisciplinaire sur le Management et l'Humanisme

LAPAYRE Nathalie, PIERSON Françoise et RYMEYKO Karine

Qui tire profit des expatriations – Revue PERSONNEL

VIGNAL Jérémie, OIRY Ewan et MENDEZ Ariel

Le réseau d'anciens diplômés : une ressource stratégique pour les diplômés de l'université ? -

Finance Contrôle Stratégie

VENTOLINI Séverine et MERCIER Samuel

Recherches soumises et en cours

La nouvelle donne des métiers de l'Expertise Comptable dans un contexte digital

LUANGSAY-CATELIN Carine

Peut-on parler de performance à l'université ? Rôle et influence des technologies de l'information

LUANGSAY-CATELIN Carine, ROYBIER-MTANIOS R.

Analyse des différentes formes d'innovations environnementales et de leur impact en termes d'externalités positives et d'avantage concurrentiel : cas du groupe Decathlon

GASMI Nacer

Les innovations hybrides, une nouvelle pratique managériale de la RSE pour les entreprises

GASMI Nacer

60' pour démystifier la RSE

Le 13 juin 2017, une quarantaine de professionnels a assisté à la matinale RSE organisée à l'atheneum de l'uB.

La RSE - Responsabilité Sociétale des Entreprises, peut être envisagée comme une réelle opportunité de croissance durable pour les entreprises. A ce titre, l'Espace Entreprises de l'université de Bourgogne, l'atheneum et le CREGO ont co-organisé avec le MEDEF Côte d'Or une matinale consacrée à cette thématique.

Samuel MERCIER (Professeur à l'université de Bourgogne et Chercheur au CREGO, Observateur des pratiques RSE dans les organisations depuis 1995) et **Nicolas HÉRON** (RRH Business ESSILOR et Professeur Associé à l'université de Bourgogne) ont animé en binôme les échanges. Ils sont notamment intervenus sur les points suivants :

- Rappel des 3 axes majeurs de la RSE : Economique, Social et Environnemental.
- Prise de conscience des conséquences de l'activité de l'entreprise sur son environnement,
 - La RSE pour générer des richesses et créer de la valeur,
 - L'intérêt de planifier une stratégie (action volontaire qui va générer du lien et de la relation).

Les nombreux exemples dispensés par Nicolas HÉRON sont venus illustrer les pratiques applicatives de la RSE : *"Grâce à la fondation "Vision for Life" d'ESSILOR, nous valorisons l'imbrication entre les dimensions économiques et sociétales et nous agissons tant au niveau mondial (actions en Inde), qu'au niveau local. A cet effet, le 12 octobre 2017 nous profiterons de la Journée Mondiale de la Vue pour organiser un événement sur le campus en partenariat avec l'université de Bourgogne".*

L'atheneum, qui accueillait la matinale, a également rappelé que les entreprises pouvaient envisager des actions RSE en soutenant le projet culturel du centre.

Enfin, en guise de conclusion, Samuel MERCIER a rappelé que *"La RSE est au coeur d'un travail normatif intense (Soft Law), c'est un savoir-être sociétale. Finalement, la RSE s'apparente un peu à un ré-enchantement du monde !"*



Conférence

Philippe DESBRIÈRES, professeur des universités, membre du CREGO et responsable de l'axe *Gouvernance des organisations*, a organisé en collaboration avec le laboratoire RITM (Réseau Innovation, Territoire et Mondialisation) de l'université de Paris Sud – Paris Saclay, une **conférence le 30 mars 2017**.



Les participants à cette conférence étaient donc amenés à s'interroger sur les deux questions suivantes :

- **Quels rôles jouent les acteurs du financement de l'innovation dans la conduite des start-ups de haute technologie ?**
- **Comment analyser le processus d'innovation et de création de valeur en dépassant le cadre de la gouvernance disciplinaire ?**

Les meilleures contributions à cette conférence seront publiées dans un numéro spécial de la Revue de l'Entrepreneuriat.

Cette conférence avait pour thème les **liens entre financement et gouvernance des entreprises innovantes**.

A l'heure de la révolution numérique, la recherche de rentes sur l'innovation est au coeur des préoccupations des économies contemporaines.

Ceci place, au centre des défis, les questions du financement de l'innovation, que cette dernière soit radicale ou incrémentale.



ACADEMIE DE L'ENTREPRENEURIAT
ET DE L'INNOVATION



Aperçu de la production scientifique :

La pépinière, dispositif activateur de l'entrepreneuriat créatif ? - Revue de l'Entrepreneuriat
DECHAMP G., HORVATH Isabelle

Quand les pouvoirs publics favorisent la proximité pour stimuler la créativité du territoire -
Gestion et Management Public
HORVATH Isabelle, DECHAMP G.

When the arts inspire businesses: Museums as a heritage redefinition tool of brands - Journal of
Business Research
CHANEY D., MENCARELLI R. and PULH Mathilde.

Transport narratif, expérience de consommation et intentions à l'égard d'un dispositif transmédia - Journal of Marketing Trends
BOURGEON-RENAULT Dominique, DERBAIX M., JARRIER E. et PETR C.

Soutenance de thèse

Marta DE MIGUEL DE BLAS a soutenu le 15 juin 2017 une thèse en marketing intitulée

Impact de la proximité identitaire « publics-musée d'art » sur la fréquentation des lieux culturels : le cas des musées d'art.

Lors de ces dernières décennies, nous avons assisté à d'importants changements technologiques, identitaires et démographiques au sein de notre société.

En conséquence, les musées doivent s'adapter pour devenir des lieux où tous les membres d'une société pourraient se sentir représentés.

L'impact de l'environnement socioculturel semble déterminer les rapports de force

symboliques établis entre divers groupes sociaux. La valeur qu'attachent les individus à l'égard d'un objet culturel peut être expliquée, entre autres, par leur projet identitaire d'appartenance à un groupe.

Conceptualiser la proximité identitaire « publics-musée d'art » constitue l'objectif de cette recherche afin de pouvoir analyser l'influence de ce concept sur la fréquentation des musées d'art.



De nouvelles orientations stratégiques muséales sont proposées permettant d'atteindre plusieurs objectifs en direction des publics (ou non public) : augmenter la fréquentation muséale, changer le rapport du musée d'art aux publics et attirer ainsi d'autres individus.

Journée « Management des Activités Culturelles, Artistiques et Touristiques »

Le 10 avril 2017 à l'Opéra de Dijon

La Journée « Management des Activités Culturelles, Artistiques et Touristiques » organisée par **Dominique BOURGEON-RENAULT**, Professeure des Universités et membre du CREGO s'est tenue le 10 avril 2017 à l'Opéra de Dijon. Cette journée de séminaire transversal, ouverte aux doctorants et enseignants chercheurs, s'adressait également aux professionnels des structures culturelles et artistiques.

Elle a permis de favoriser des échanges, et de futures collaborations entre les chercheurs universitaires et les professionnels autour de thèmes d'actualité : expérience de consommation des amateurs d'art et valeur attachée à l'objet culturel, financement de la culture par le *crowdfunding*, expérience de consommation transmédia et critique cinématographique comme outil promotionnel. L'entrepreneuriat culturel et créatif était aussi à l'honneur.



Cette troisième édition de la *Journée « Management des Activités Culturelles, Artistiques et Touristiques »* a été l'occasion de présenter les travaux de recherche du CREGO dans le domaine des industries culturelles et créatives. Les présentations du matin étaient consacrées au marketing et celles de l'après-midi à l'entrepreneuriat. L'ensemble des travaux de recherche proposés confirment l'évolution du secteur créatif et culturel qui connaît une profonde mutation de son modèle économique devenu hybride. L'axe de recherche « Entrepreneuriat culturel et créatif » a permis de croiser le champ du marketing et de la gouvernance des organisations.

Nous tenons à remercier tout particulièrement Julia DEHAIS, Directrice des publics de l'Opéra de Dijon, du mécénat et de l'action culturelle, ainsi que toute son équipe pour leur accueil et pour le très bon déroulement de cette journée ainsi que pour la visite de l'Auditorium.

Pour rappel...

L'axe « Entrepreneuriat/PME » s'intéresse à toutes les questions sur la création, la découverte, l'évaluation, la mise en œuvre et l'exploitation des opportunités de production de biens/services dans le contexte spécifique des PME.

Il s'agit d'un axe transversal de recherche, faisant intervenir tous les champs de la gestion (stratégie, finance, marketing, contrôle de gestion...).

Au-delà des publications scientifiques, les objectifs sont d'établir des contrats de projets avec les entreprises et institutions concernées et d'introduire ces thématiques au niveau de l'enseignement.

Au niveau recherche, les investigations s'orientent autour de thèmes liés aux stratégies entrepreneuriales, assurant l'innovation, et au financement des PME/TPE françaises via nos expertises spécifiques dans les domaines de la finance entrepreneuriale, l'extrapreneuriat et l'entrepreneuriat social.

Les membres de l'axe se sont réunis à 5 reprises à l'occasion de l'année 2016-2017. Ces séminaires ont permis d'aborder les thèmes ci-dessous à travers les articles en cours de soumission et/ou de publication.

L'animation de cet axe est sous la responsabilité de **Kirsten BURKHARDT**.



Ouverture de la licence professionnelle en Management des Organisations à l'IUT de Dijon

Une licence professionnelle Management des Organisations a été ouverte en septembre 2016 à l'IUT de Dijon avec comme spécificité locale un parcours axé sur le développement de projet et l'esprit d'entreprendre.

La formation repose sur une pédagogie par projet, autour de la création d'un Business Plan et surtout la recherche d'un Business Model pertinent.

Elle s'appuie sur les membres de l'axe transversal Entrepreneuriat et développement des PME/PMI, des professionnels de l'accompagnement de la création d'entreprise et des créateurs d'entreprises, parrains de la formation.

Christine BELIN-MUNIER, Directrice



Aperçu de la production scientifique

Difficultés et risques des coopérations inter-PME : Les solutions apportées par les sociétés de capital-investissement - Revue internationale PME

BURKHARDT Kirsten

Une approche cognitive du rôle des sociétés de capital investissement dans la formation d'alliances - Finance Contrôle Stratégie

BURKHARDT Kirsten

Etude de la coopération au sein d'une coopérative artisanale - Revue Interdisciplinaire de Management, Homme & Entreprise

LAPAYRE Nathalie, PIERSON Françoise et RYMEYKO Karine

Recherches soumises et en cours

Innovation et logistique : la place de la logistique et du SCM dans les modèles d'affaires du e-commerce

BELIN-MUNIER Christine

Certification des compétences entrepreneuriales de l'étudiant entrepreneur : enjeux et questionnements

BRENET Pascale, AUTHIER J. et SCHIEB-BIENFAIT N.

Le rôle des acteurs publics dans l'émergence des spin-offs académiques – une approche à l'aide de l'effectuation

BRENET Pascale

Latitude discrétionnaire de l'artiste entrepreneur dans le secteur de l'art vivant

BURKHARDT Kirsten, BOURGEON-RENAULT Dominique, JARRIER Elodie

Vers une gouvernance d'entreprise effectuale ?

BURKHARDT Kirsten

Les sociétés françaises de capital-investissement comme entremetteurs

BURKHARDT Kirsten

Quels sont les facteurs dynamisants d'une organisation collaborative ? Etude d'une pépinière créative

HORVATH Isabelle, DESCHAMPS G.

L'Industrie 4.0 et business models

LAPAYRE Nathalie et RYMEYKO Karine

Conception organisationnelle, managériale, et stratégique de l'hôpital intelligent

LAPAYRE Nathalie et RYMEYKO Karine

Avancées PÉPITE

PEPITE

BOURGOGNE ■ FRANCHE-COMTÉ

Depuis sa labellisation en mars 2014, les actions menées ou coordonnées au sein du PEPITE BFC ont permis de créer une véritable dynamique autour de l'entrepreneuriat et de l'innovation. Les actions menées, les projets qui ont émergé, les innovations pédagogiques engagées, les étudiants entrepreneurs identifiés et soutenus, les collègues impliqués

... sont autant d'éléments qui donnent vie dans la région au plan national en faveur de l'entrepreneuriat étudiant. Ces actions préparent la pérennisation et la poursuite du déploiement du projet au sein d'UBFC pour la période 2017/2021.

Le PEPITE BFC, laboratoire d'idées, est au service des étudiants et du développement du territoire. Depuis sa conception, il met l'accent sur l'innovation sous toutes ses formes. Une phrase permet de résumer le lancement du projet PEPITE BFC, mais sans doute également son développement futur : Comment conduire un projet agile et innovant dans un environnement institutionnel complexe ? Cette question est bien souvent partagée au sein des 29 PEPITE, dont la communauté et le coordinateur sont des soutiens précieux.

Pour en savoir plus : www.pepите-bfc.fr

Une ouverture vers un thème de recherche

Auditrice de l'IHEST (Institut des Hautes Etudes pour la Science et la Technologie, promotion 2011), **Pascale BRENET** devient collaboratrice de l'IHEST sur la conception et l'animation d'un atelier portant sur l'innovation et la dynamique des territoires.

Conçu sur un format de 5 jours destiné à des acteurs de la vie économiques, des élus et des décideurs, cet atelier explorera les territoires de faible densité d'innovation, avec une approche fondée sur la géographie économique et la gestion de l'innovation et des réseaux.

Cet atelier est monté avec l'appui de la Caisse des Dépôts qui élargit ses modalités et domaines d'intervention dans les régions au delà du soutien à l'innovation technologique, avec des questions portant sur l'innovation de basse intensité, la circularité et les effets d'entraînement entre les différentes formes de l'innovation, la co-conception et l'appropriation des effets de l'innovation par les citoyens.

Une première édition de cet atelier aura

lieu en novembre 2017, avec d'autres ateliers lors des prochaines années afin de suivre la temporalité du PIA 3 TIGA (territoires innovants de grande ambition).

Cette implication au sein de l'IHEST fait suite à une journée organisée en septembre 2016 qui a permis de mettre en lumière trois initiatives entrepreneuriales régionales partenaires du PEPITE BFC : le modèle d'affaires social de Juratri, la méthodologie d'accompagnement de projets entrepreneuriaux du Cluster Jura et le Pôle entrepreneurial de Lons le Saunier. Cette journée a été l'amorce d'une réflexion sur les réseaux de valeur territoriaux.





Centre de REcherche en
Gestion des Organisations

Centre de Recherche en Gestion des Organisations (CREGO) - EA 7317

IAE DIJON – Pôle d'Économie et de Gestion

2 boulevard Gabriel - BP 26 611 - 21066 DIJON Cedex

03 80 39 54 00

<http://crego.u-bourgogne.fr>