



ESCP
EUROPE
BUSINESS SCHOOL



50 ans 1968-2018
FNEGE
Semaine du Management 2018

LAREQUOI
Research Center of ISM
Graduate School of Management



8^{ème} Conférence Atlas AFMI

Association Francophone de Management International



« CONTINUITÉ
ET RUPTURES
EN MANAGEMENT
INTERNATIONAL »
**ATLAS AFMI :
10 ANS DÉJÀ !**

21, 22 et 23 mai 2018
à la Cité Universitaire Internationale de Paris,
à l'Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines
et à ESCP Europe

www.atlas-afmi.com

Table des matières

Bienvenue	4
Utilisation du livret.....	5
Plan de la Cité Internationale Universitaire	6
Comité d'organisation	7
Membres du conseil scientifique.....	7
Liste des évaluateurs.....	7
Liste des intervenants invités.....	8
Liste des ateliers.....	10
Programme de la conférence.....	11
Résumés des communications	19
Index des auteurs	81
Partenaires et sponsors	83



Bienvenue

à la Cité internationale universitaire de Paris (CIUP) pour la 8ème Conférence Annuelle d'Atlas-AFMI ! Cette conférence est coorganisée par l'Institut Supérieur du Management de l'Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines, son laboratoire de recherches le Larequoi et ESCP Europe, avec la participation de la FNEGE.

Quel lieu plus symbolique aurions-nous pu trouver pour tenir à Paris la conférence annuelle de la plus internationale des associations scientifiques en management ? 40 maisons, près de 6000 étudiants, chercheurs, artistes et sportifs du monde entier, associant recherche, enseignement et international dans un environnement ouvert au cœur de Paris, la Cité offre depuis près d'un siècle des conditions de logement et d'études exceptionnelles, dans un cadre de vie conçu pour favoriser les rencontres et les échanges au quotidien.

Nous avons ainsi la chance cette année de nous réunir dans ce lieu où se côtoient tous les jours les cultures du monde pour la Semaine du Management de la FNEGE, la 8ème Conférence et le 10ème anniversaire d'Atlas-AFMI. Au moment de fêter cette première décennie d'existence, les membres de la communauté ont été invités à réfléchir ensemble à ce qui perdure, à ce qui a pu changer ou disparaître, à analyser la continuité et les ruptures en Management International. Nous espérons que cette 8ème conférence produira des échanges aussi riches et conviviaux que ceux des années passées.

Nous remercions vivement Annie Bartoli (Directrice du Larequoi), Gilles Rouet (Directeur de l'ISM), Franck Bournois (Directeur général, ESCP Europe), Pramuan Bunkanwanicha (Doyen délégué à la Recherche, ESCP Europe), et Pascale Pernet (European Business Development Director, ESCP Europe), et Maurice Thévenet (Président de la FNEGE), pour leur soutien. Nous remercions également les contributeurs aux différentes étapes de l'organisation de la conférence : le service communication de l'ISM, l'équipe administrative du Larequoi, les services support de ESCP Europe, en particulier le Décanat à la Recherche, le Département Marketing Européen, et le Pôle restauration. Nous adressons aussi nos plus sincères remerciements à Valérie Fourcade et Solène Monteil de la FNEGE pour leur aide si précieuse et leur disponibilité.

Nous souhaitons aussi exprimer toute notre reconnaissance à tous les collègues qui ont organisé les différents ateliers, accepté d'évaluer et de sélectionner des communications proposées au colloque, ou nous ont aidé dans l'organisation de cette manifestation.

Merci enfin à Éric Milliot, Président en exercice d'Atlas-AFMI, et à tous les membres du Conseil d'Administration pour leur confiance et leurs précieux conseils dans ce travail d'équipe.

Nous vous souhaitons une excellente conférence !

François Goxe, Nathalie Prime, Michaël Viegas Pires,

Présidents du Comité scientifique et du comité d'organisation, Paris, 21-23 Mai 2018.

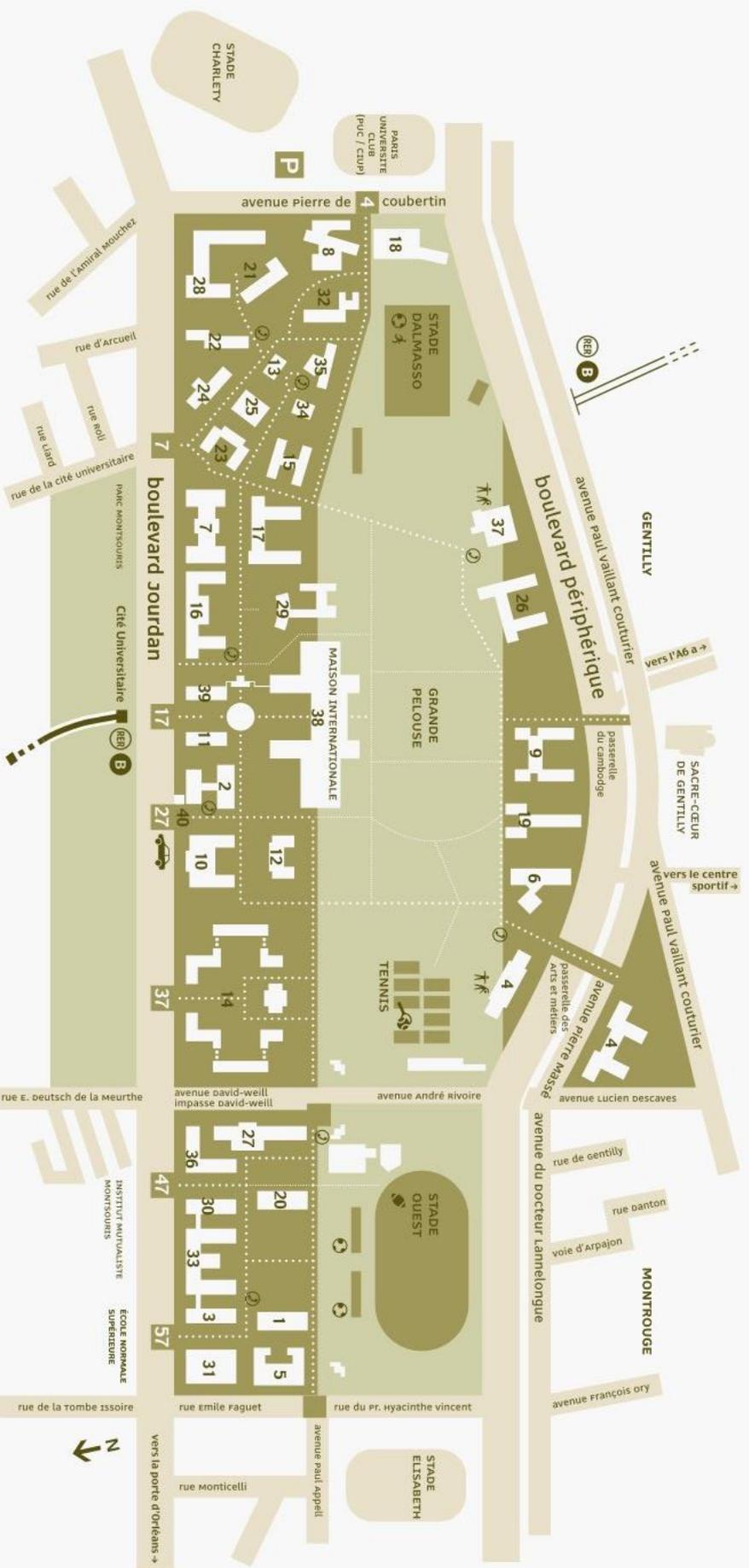
Utilisation du livret

Vous trouverez dans ce livret de nombreuses informations utiles pour que votre conférence se déroule dans les meilleures conditions. Vous y trouverez notamment un programme détaillé avec indication des salles, ainsi que les résumés des communications regroupées par ateliers (et dans l'ordre alphabétique du premier auteur).

Vous pouvez également retrouver de nombreuses autres informations pratiques sur le site de la conférence annuelle, à l'adresse suivante :

<https://atlasafmi2018.sciencesconf.org/>

Si vous souhaitez accéder au texte intégral d'une ou plusieurs communications, nous vous invitons à télécharger le recueil des communications directement sur ce site compagnon.



- 1 Fondation **AVREU DE GRANCHER**
 - 2 Fondation **Argentine**
 - 3 maison des étudiants **Arméniens**
 - 4 maisons des élèves ingénieurs des **ARTS et Métiers**
 - 5 maison des étudiants de **l'Asie du sud-est**
 - 6 Fondation **AVICENNE**
 - 7 Fondation **BIERMANS-LAPOTRE**
 - 8 maison du **brésil**
 - 9 maison du **canbodge**
 - 10 maison des **étudiants canadiens**
- Centre international de courts séjours (CICS) :**
- 11 Résidence **André HONNORAT**
 - 38 résidence **Robert GARRIC**
 - 12 Fondation **victor LYON**
 - 13 Fondation **Danoise**
 - 14 Fondation **DEUTSCH DE LA MEURTHE**
 - 15 collège d'**Espagne**
 - 16 Fondation des **Etats-unis**
 - 17 collège **Franco-britannique**
 - 18 résidence **André DE GOUVERA**
 - 19 maison **Heinrich HEINE**
 - 20 Fondation **hellénique**
 - 21 maison de **l'Inde**
 - 22 maison des **Industries Agricoles et Alimentaires**
 - 23 maison de **l'Institut National Agronomique**
 - 24 maison de **l'Italie**
 - 25 maison du **japon**
 - 26 maison du **liban**
 - 27 résidence **Lucien PAYE**
 - 28 maison du **maroc**
 - 29 maison du **mexique**
 - 30 Fondation de **Monaco**
 - 31 collège **Néerlandais**
 - 32 maison de **Norvège**
 - 33 maison des **Provinces de France**
 - 34 maison des **Etudiants suédois**
 - 35 Fondation **suisse**
 - 36 maison de **Tunisie**
- SERVICES**
- 31 **Centre de ressources sur le patrimoine de la cité**
 - 37 **Espace sud / cité-sport**
 - 38 **maison internationale**
 - 11 **accueil des chercheurs et des étudiants étrangers**
 - Arcup
 - Alliance **internationale**
 - Bibliothèque / **esp@ce Langues**
 - critéculture
 - Orchestre
 - Théâtre
 - 39 **Pavillon administratif**
 - 39 **délégation générale**
 - 40 **Poste de contrôle sécurité**
 - 11 **relais social international**

Comité d'organisation

Bruno Amann (Atlas-AFMI), Emmanuel Aman-Morin (ISM/Larequoi), Quentin Bédard (ISM/Larequoi), Bruno Chassaing (ESCP-Europe), Anne Coquet (ESCP-Europe), François Goxe (Atlas-AFMI, ISM/Larequoi), Chantal Gueudar Delahayes (ESCP-Europe), Éric Milliot (Atlas-AFMI), Karine Picot-Coupey (Atlas-AFMI), Nathalie Prime (Atlas-AFMI, ESCP-Europe), Michaël Viegas Pires (ISM/Larequoi)

Membres du conseil scientifique

Bruno Amann, Anne Bartel-Radic, Hanane Beddi, Ludivine Chalénçon, Foued Cheriet, Eric Davoine, Laure Dikmen, Olivier Furrer, François Goxe, Jacques Jaussaud, Carole Jean-Amans, Jean-Paul Lemaire, Ulrike Mayrhofer, Eric Milliot, Sophie Nivoix, Karine Picot-Coupey, Nathalie Prime, Pierre-Bruno Ruffini, Michaël Viegas-Pires

Liste des évaluateurs

Nous remercions les collègues ayant accepté d'évaluer une ou plusieurs propositions de communication. Leur aide est précieuse et ce travail est essentiel pour le bon déroulement de la conférence.

Boualem Aliouat, Bruno Amann, Suzanne Apitsa, Amélie Artis, Hamza Asshidi, Christophe Barmeyer, Anne Bartel-Radic, Hanane Beddi, Gwenaëlle Bergon, Marie-Estelle Binet, Sandrine Boulerne, Martine Boutary, Matthieu Cabrol, Paul Causat, Gérard Cazabat, Ludivine Chalénçon, Cécile Chamaret, Jean-François Chanlat, Brigitte Charles, Hela Chebbi, Jihene Cherbib, Foued Cheriet, Gérard Cliquet, Isabelle Corbett-Etchevers, Mantiaba Coulibaly, Olivier Coussi, Isabelle Dabadie, Eric Davoine, John Dawson, Thierry Delecolle, Noémie Dominguez, Djamila Elidrissi, Olivier Furrer, Jean-François Gajewski, Florence Gervais, Patrick Giry-Deloison, François Goxe, Mathias Guérineau, Chris Halliburton, Mouhoub Hani, Marco Heimann, Sylvie Hertrich, Marc Hostert, Jacques Jaussaud, Carole Jean-Amans, Sihem Jouini, Joseph Kaswengi, Valéry Krylov, Olivier Lamotte, François Lantin, Paul Lapoule, André Le Roux, Jean-Paul Lemaire, Yves Livian, Sandrine Macé, Remy Magnier-Watanabe, Zoubeyda Mahamadou, Abdellatif Mahamat, Isabelle Maque, Morgan Marchand, Alain Marion, Dominique Martin, Ulrike Mayrhofer, Pierre-Xavier Meschi, Éric Milliot, Emna Moalla, Vincent Montenero, Fabienne Munch, Margit Munzer, Belhoste Nathalie, Sophie Nivoix, Raphaëlle Pandraud, Daniele Pederzoli, Florent Pestre, Karine Picot-Coupey, Anne-Claire Pin, Bruno Ponson, Frederic Prevot, Nathalie Prime, Antonin Ricard, Pierre-Bruno Ruffini, Yasmine Saleh, Jan Schaaper, Julien Schmitt, Dora Triki, Caroline Urbain, Marc Valax, Philippe Very, Michaël Viegas-Pires, Marion Vieu, Robert Wilken, Sophie Wodociag, Dorra Yahiaoui

Liste des intervenants invités

Table Ronde « Coopération scientifique internationale, grands projets internationaux et spatiaux », avec la participation de :

Sophie GODIN-BEEKMAN

Observatoire Versailles Saint Quentin OVSQ /Laboratoire Atmosphères, Milieux, Observation Spatiale LATMOS, Institut Pierre-Simon Laplace IPSL

Directrice de Recherche CNRS, Présidente de la Commission Internationale sur l'Ozone, spécialiste de l'étude de la stratosphère (ozone, aérosols) et des risques du rayonnement ultraviolet.

Alexandra LAVRILLIER

Observatoire Versailles Saint Quentin OVSQ, Cultures, Environnements, Arctique, Représentations, Climat (CEARC)

Maître de Conférences en Anthropologie sociale et culturelle, Coordinatrice du projet BRISK (BRIdging Indigenous and Scientific Knowledge about global change in the Arctic: adaptation and vulnerability of society & environment) (ANR-12-SENV-0005-01), spécialiste des évolutions sociales et culturelles des populations arctiques liées au réchauffement climatique.

Jean-Luc MARIA

Observatoire Versailles Saint Quentin OVSQ

Ingénieur, Responsable Plateforme Intégration et Tests (PIT), Membre de projets d'instrumentation et de transfert technologique, projet nano-propulsifs.

Cyril SZOPA

Observatoire Versailles Saint Quentin OVSQ /Laboratoire Atmosphères, Milieux, Observation Spatiale LATMOS

Maître de Conférences en Astronomie et Astrophysique, Mission Rosetta/Philae pour l'étude d'une comète, Mission Mars Science Laboratory pour l'étude in situ de la surface de Mars, Mission Cassini-Huygens pour l'étude du système de Saturne et Titan, spécialiste de planétologie et exobiologie.

Thomas WIDEMANN

Observatoire de Paris Meudon/ Dynamiques patrimoniales et culturelles (DYPAC-UVSQ)

Maître de Conférences en astrophysique, planétologue et historien des sciences, réseau d'observation mondial de la planète Vénus, programme Sciences et Pouvoir : le prince et le savant dans les cours européennes aux XVIIe et XVIIIe siècles (Centre de recherche du château de Versailles), spécialiste en observation astronomique des atmosphères planétaires, diffusion des sciences.

Table ronde « Nouveaux défis de l'innovation pour l'entreprise internationale : management des processus d'innovation technologique, nouveaux enjeux éthiques et implications organisationnelles », avec la participation de :

André Benoit de Jaeger

Capgemini Consulting
Directeur Innovation

Victoire de Margerie

Rondol Technology
Présidente-directrice générale
World Material Forum
Vice-présidente

Maxime Goualin

Schneider Electric
*Business Ethics & Human Rights Manager,
Sustainable Development, Global Strategy*

Liste des ateliers

- 1 « Continuité et ruptures en management international »
(François Goxe et Michaël Viegas Pires)
- 2 « Mutations de l'environnement international »
(Jean-Paul Lemaire et Pierre-Bruno Ruffini)
- 3 « Stratégie et organisation des firmes multinationales »
(Hanane Beddi et Jacques Jaussaud)
- 4 « Alliances, fusions et réseaux »
(Foued Cheriet et Laure Dikmen)
- 5 « Diversité culturelle et linguistique »
(Anne Bartel-Radic et Eric Davoine)
- 6 « L'engagement international des PME »
(Bruno Amann et Carole Jean-Amans)
- 7 « Performance à l'international et valorisation des firmes »
(Ludivine Chalençon et Sophie Nivoix)
- 8 « Marketing en contexte international »
(Olivier Furrer, Karine Picot-Coupey et Nathalie Prime)
- 9 « Atelier doctoral »
(Ulrike Mayrhofer et Eric Milliot)
- 10 « Etudes de cas pédagogiques en management international »
(Karine Picot-Coupey et Nathalie Prime)

Programme de la conférence

Lundi 21 mai Université de Versailles Saint Quentin en Yvelines (Campus de Guyancourt)

13h00

Accueil des participants et déjeuner

Hall D'Alembert

14h00

Atelier doctoral : sessions parallèles

Session 1 : Internationalisation des PME

Salle B112

Modérateurs : Bruno AMANN, Sébastien LE GALL et Éric MILLIOT

- Oumaima CHAMCHATI (Université Cadi Ayyad Marrakech) : « Modèles d'internationalisation des PME dans une logique de coopération Sud-Sud »
- Elodie DEPRINCE (Université de Mons) : « Internationalisation des PME au travers des réseaux sociaux numériques »

Session 2 : Management des entreprises multinationales

Salle B113

Modérateurs : Jacques JAUSSAUD, Sophie NIVOIX et Frédéric PREVOT

- Scott DUNCAN (Burgundy School of Business et iaelyon School of Management) : « Managing foreign subsidiaries of higher education institutions: A French business school prospective »
- Asma KLAI (Université Paris-Dauphine) : « Religion et identité organisationnelle : le cas d'une banque islamique tunisienne »

Session 3 : Culture et marketing

Salle B114

Modérateurs : Anne BARTEL-RADIC Hanane BEDDI et Ulrike MAYRHOFER

- Ines BOUSSEDRA (ESSEC de Tunis) : « Impact du rebranding post fusion-acquisition sur l'identité organisationnelle : le rôle médiateur du processus d'identification »
- Annette LANG (IAE de Nice, Université Nice Sophia Antipolis) : « Quel est l'impact de l'anglais comme langue d'enseignement et de pratique professionnelle sur la perception des enjeux éthiques et de la responsabilité managériale ? »

Session 4 : Gestion des ressources humaines et innovation

Salle B115

Modérateurs : Jean-François CHANLAT Hela CHEBBI et Éric DAVOINE

- Abderrahmane BELLALI (Business Science Institute - iaelyon School of Management) : « La gestion prévisionnelle de l'emploi et des compétences : Cas des équipementiers automobiles dans la zone de Tanger »
- Solène BILA (IAE de Poitiers) : « Le cluster touristique Néo-Calédonien comme écosystème d'innovation en management »

Atelier études de cas pédagogiques en management international

Amphi Montesquieu

Karine PICOT-COUCPEY et NATHALIE PRIME

- Les machines-outils Almac : De l'horlogerie suisse au medtech américain - *Philippe Lamb, Odile Didier, Oussama Darouichi*
- Innovation Inverse chez Essilor : Prise de décision et risques associés - *Marine Hadengue, Nathalie de Marcellis-Warin, Thierry Warin*
- Focal, un savoir-faire inimitable - *Manal El Bekkari, Catherine Mercier-Suissa*

15h30

Pause-café

Hall D'Alembert

16h00

Atelier doctoral : sessions parallèles

Session 1 : Internationalisation des PME

Salle B112

Modérateurs : Bruno AMANN, Sébastien LE GALL et Éric MILLIOT

- Magdalena TEISSANDIER (Toulouse School of Management) : « L'influence de l'environnement institutionnel local sur le processus d'internationalisation des PME sous-traitantes. Une équation entre le local et le global »
- Jaouad ZOGGARH (Business Science Institute – iaelyon School of Management) : « Les facteurs favorisant l'internationalisation des PME »

Session 2 : Management des entreprises multinationales

Salle B113

Modérateurs : Jacques JAUSSAUD, Sophie NIVOIX et Frédéric PREVOT

- Jasmine SHAHANI (Université de Fribourg) : « Limits and opportunities of a matrix organisation »
- Stefano VALDEMARIN (iaelyon School of Management) : « The role of institutions in the creation of international business networks »

Session 3: Culture et marketing

Salle B114

Modérateurs : Anne BARTEL-RADIC Hanane BEDDI et Ulrike MAYRHOFER

- Ha LUONG (ESCP Europe) : « Impacts of destination personality and self-congruity on tourist behavioral intentions in the context of an emerging market: the case of Vietnam destination »
- Lilia RIGHI (IAE de Toulon, Université Nice Sophia Antipolis) : « L'impact de la culture nationale SUR le processus de neutralisation des consommateurs : le cas des produits issus du commerce équitable »

Session 4 : Gestion des ressources humaines et innovation

Salle B115

Modérateurs : Jean-François CHANLAT Hela CHEBBI et Éric DAVOINE

- Axelle LUTZ (Université de Bourgogne Franche-Comté) : « Quelle gestion des carrières en transfrontalier ? »
- Oumaima RHAZAOUI (ENCG de Tanger) : « Adaptation des cadres expatriés francophones au Maroc : analyse thématique des récits de vie »

Atelier études de cas pédagogiques en management international

Amphi
Montesquieu

Karine PICOT-COUBEY et NATHALIE PRIME

- CODIREL Cameroun : Quelle stratégie pour la durabilité d'un modèle français de distribution au Cameroun ? - Valérie Anglès, Suzanne Apitsa
- ÆON in Vietnam: changing gear in the Asian shift strategy - Nathalie Prime, Lan Huong Bui
- Comment une chaîne de télévision locale peut-elle rester compétitive face à une concurrence de plus en plus internationale ? - Shékina Favre, Gaetan Habegger, Oussama Darouichi, Eric Rakotoasimbola, Philippe Lamb
- The Lenovo Way- Jean-Paul Lemaire

18h00

Cocktail d'anniversaire : Atlas AFMI, 10 ans déjà !

Hall D'Alembert

08h00	Accueil des participants et café de bienvenue	<i>Maison Internationale</i>
08h45	Allocutions d'ouverture	<i>Grand Salon (Fondation des Etats-Unis)</i>
09h00	Table ronde N°1	<i>Grand Salon (Fondation des Etats-Unis)</i>
	« Coopération scientifique internationale, grands projets internationaux et spatiaux »	
10h30	Pause-café	<i>Fondation des Etats-Unis</i>
11h00	2. Mutations de l'environnement international	<i>Mezzanine Est (Collège Franco-Britannique)</i>
	Jean-Paul LEMAIRE	
	<ul style="list-style-type: none">Etat fragile et Investissement Direct à l'Etranger : quel impact dans la région Méditerranéenne ? - <i>Anna Dimitrova, Dora Triki</i>La conflictualité du travail dans le secteur privé en Afrique de l'Ouest : le cas du Burkina Faso - <i>Maimouna Akowoura, Yves Livian</i>Le rôle des firmes de conseil pour l'accompagnement de la stratégie de compétitivité des territoires mal connus : le cas de Bahreïn et de la Floride. - <i>Marine Bernard, Olivier Coussi, Marie Ferru</i>How do entrepreneurs recognise entrepreneurial opportunity? - <i>Abdul Khan, Susan Freeman, S. Tamer Cavusgil, Pervez Ghauri</i>	
	3. Stratégie et organisation des firmes multinationales	<i>Salon Chicago (Fondation des Etats-Unis)</i>
	Hanane BEDDI et Jacques JAUSSAUD	
	<ul style="list-style-type: none">Coordonner la phase aval du processus d'innovation dans les FMN : quelle place pour une fonction de chef de projet - <i>Mathias Guérineau</i>L'internationalisation des entreprises chinoises est-elle différente de celles des multinationales classiques ? Une étude qualitative. - <i>Boqi Zhang</i>Internal networks, successful evolution and integration within the multinational enterprise - <i>Stefano Valdemarin, Ulrike Mayrhofer</i>	
	5. Diversité culturelle et linguistique	<i>Salle Benito Juarez (Maison du Mexique)</i>
	Anne BARTEL-RADIC	
	<ul style="list-style-type: none">Multi-campus teaching of a multicultural student body: exploring the "one size fits all" learning experience - <i>Paul Caussat, Nathalie Prime, Robert Wilken</i>Le développement des compétences interculturelles et transversales en vue de favoriser l'employabilité : le rôle de la mobilité internationale dans l'enseignement supérieur - <i>Patrick Ischer, Sophie Wodociag, Lamia Ben Hamida</i>European cross-border competency: defining a key concept for collaboration between neighbours - <i>Amy Church-Morel, Florence Duchêne-Lacroix, Eric Brunat, Dario Elia Tosi, Cristina Vignali, Laurence Vignollet</i>International study mobility programs and cultural intelligence: an explorative comparative study on german and italian students - <i>Eric Davoine, Sophie Wodociag</i>	

6. L'engagement international des PME

Cafétéria (Maison du Mexique)

Bruno AMANN

- L'innovation, condition de succès de la relocalisation pour la PME - *Céline Bouveret, Catherine Mercier-Suissa*
- Le rôle des collaborations et de l'environnement institutionnel dans l'émergence de l'innovation produit dans les PME exportatrices françaises et ukrainiennes - *Oksana Kantaruk Pierre, Raluca Mogos Descotes, Bjorn Walliser*
- L'innovation ouverte des PME : les effets de l'appartenance à un groupe national ou international - *Sébastien Le Gall*

7. Performance à l'international et valorisation des firmes

*Petit Salon
(Fondation des
Etats-Unis)*

Sophie NIVOIX

- Leadership, business model innovation and internationalization performance of late internationalizing firms - *Ana Colovic, Olivier Lamotte*
- Going private drivers and performance in emerging economies: a comparative study in Latin America and Asia - *Alain Chevalier, Aurélie Sannajust*
- Le marché des actions de Beyrouth est-il efficient ? - *Sophie Nivoix, Mohammad EL Hajj*
- Analyse de l'effet lundi sur les marchés d'Europe Centrale et Orientale - *Sophie Nivoix, Sandrine Boulerne*

13h00

Déjeuner

Maison Internationale

14h30

1. Continuité et ruptures en management international

*Petit Salon
(Fondation des
Etats-Unis)*

François GOXE et Michaël VIEGAS PIRES

- Le rôle de la RSE dans la politisation des entreprises multinationales : le cas de Shell Tunisie dans le contexte de la Révolution - *Inès Dhaouadi*
- Campagne anti-corruption et climat des affaires en Chine - *Gilles Rouet, Lofti Hamzi, Thierry Côme, Huai-Yuan Han*
- Beyond national cultural differences, examining cooperation and conflict (A Chinese mining company in Pakistan) - *Muhammad Qahraman kakar, Jasmin Mahadevan*

2. Mutations de l'environnement international

*Mezzanine Est (Collège
Franco-Britannique)*

Jean-Paul LEMAIRE

- Leading in a Multicultural and Networked Environment: Facilitating Innovation and Collaboration - *Karina Jensen*
- Brazilian Fintechs regulation - *Erika Lisboa, Fabrício Garbi*
- Les institutions financières et leur relation avec les fintechs au Brésil - *Erika Lisboa, Lucas Leão da Silva, Luciene Braz Ferreira*

3. Stratégie et organisation des firmes multinationales

*Salon Chicago
(Fondation des
Etats-Unis)*

Hanane BEDDI et Jacques JAUSSAUD

- Innovation portfolio management by MNC targeting emerging markets the case of a European telco operator in Africa and the middle east - *Sihem Ben Mahmoud-Jouini, Florence Charue-Duboc, Marine Hadengue*
- Impact de la révolution tunisienne sur les relations siège-filiales : enseignements de la stratégie RH des FMN françaises - *Dorra Yahiaoui, Héra Chebbi, Hanane Beddi*

4. Alliances, fusions et réseaux

Grand Salon (Fondation des Etats-Unis)

Foued CHERIET

- Vers une approche typologique des alliances stratégiques : Le cas du secteur sanitaire à l'île de la Réunion - *Boutheina Zouabi, Ali Smida*
- Apprentissage bilatéral, apprentissage conjoint et développement de nouveaux produits et marchés dans les JVI en Tunisie - *Jihene Cherbib, Dora Triki*
- L'opportunisme dans les alliances stratégiques : analyse des déterminants et proposition d'une typologie - *Kaouther Ben Jemaa, Laure Dikmen*

5. Diversité culturelle et linguistique

Salle Benito Juarez (Maison du Mexique)

Anne BARTEL-RADIC

- Language challenges and internationalizing organizations' development dynamics: in search of literature gaps - *Josiane Martin O'Brien, Jean Paul Lemaire*
- Compétence transculturelle au cœur de l'expertise dans les services : cas d'une PME internationale prestataire de services linguistiques - *Zorana Jerinic*
- Langue et pensée dans le champ européen de la recherche en gestion : plaidoyer pour un pluralisme linguistique et la traduction - *Jean-François Chanlat*

6. L'engagement international des PME

Cafétéria (Maison du Mexique)

Bruno AMANN

- Les projets de développement international des start-up incubées - *Tristan Salvadori, Ulrike Mayrhofer*
- Rythme et niveau d'internationalisation des PME des pays émergents - *Natalia Winckler, Aurora C. Zen, Frederic Prévot*
- Internationalisation des MPE au Brésil : Étude de cas sur une petite entreprise du secteur de la chaussure - *Kamila Amorim Noronha Nunes, Luciene Braz Ferreira, Erika Lisboa*

16h00

Pause-café

Fondation des Etats-Unis

16h30

1. Continuité et ruptures en management international

*Petit Salon
(Fondation des
Etats-Unis)*

Michaël VIEGAS PIRES

- Agenda de recherche francophone en Management International (2007-2017) : Entre rupture et continuité thématique et paradigmatique - *Mouhoub Hani* -
- Atlas-Afmi : 10 ans déjà, ça s'arrose ! Rétrospective bibliographique des publications sur l'export de vin - *Carole Maurel, Foued Cheriet*

2. Mutations de l'environnement international

*Mezzanine Est (Collège
Franco-Britannique)*

Pierre-Bruno RUFFINI

- Management international des compétences et fuite des cerveaux algériens : comment passer du brain drain au brain gain ? - *Ouari Meradi*
- The Influence of Institutional Voids on Business Process and Practice in Emerging Economies : The Implications for MNCs - *Ying Zhu, Deepak Sardana*

5. Diversité culturelle et linguistique

Salle Benito Juarez (Maison du Mexique)

Éric DAVOINE

- L'espace, un nouvel outil de management interculturel ? Perceptions croisées d'un environnement de travail à aire ouverte par des salariés francophones et anglophones au Canada. - *Fabienne Munch, Céline Simard*
- Cross Cultural Management Research: Topics, Paradigms and Methods A journal based longitudinal Analysis between 2001 and 2016 - *Christoph Barmeyer, Madeleine Bausch*
- Intégration professionnelle et sociale des immigrants qualifiés en France et au Québec. Une comparaison - *Jean-Pierre Dupuis, Jean-Pierre Segal*

6. L'engagement international des PME

Cafétéria (Maison du Mexique)

Carole JEAN-AMANS

- Les facteurs de poursuite de l'implantation internationale des PME au Maghreb : exploration du rôle de l'expérience du dirigeant et du résultat de la première implantation - *Charles Aymard, Franck Brulhart, Marion Vieu*
- Profils comportementaux et managériaux coévolutifs au sein de groupements de PME exportatrices à Madagascar - *Gilde Ralandison, Éric Milliot, Victor Harison*

20h00

Dîner de gala Atlas AFMI et remise des prix

ESCP Europe

08h00

Accueil des participants et café de bienvenue

Maison Internationale

09h00

1. Continuité et ruptures en management international

Petit Salon

(Fondation des

Etats-Unis)

François GOXE

- La recherche-action coopérative, une méthodologie adaptée dans le champ du management international ? - *Christopher Melin*
- What Place for History in the Future of International Management: Perspective, Cases, Critique. - *John Eustice O'Brien*
- The Corporate Nationality: A Question of Culture and Community? - *Eric Godelier*

3. Stratégie et organisation des firmes multinationales

Salon Chicago

(Fondation des

Etats-Unis)

Hanane BEDDI et Jacques JAUSSAUD

- Vers une responsabilisation totale des cadres locaux aux postes clés dans les multinationales en Afrique : rupture et innovation ou réduction des coûts liés à l'expatriation ? - *Suzanne Apitsa*
- L'échec d'un sous-traitant Européen dans le secteur automobile russe : approche micro-politique - *Valéry Krylov, Vincent Montenero*
- Creating shared value in multinationals firms by implementing corporate social strategy " Volvo Social Strategy Model " - *Ishak Kherchi, Mohamed Fellague, Samira Ahlem Haddou*

4. Alliances, fusions et réseaux

Mezzanine Est (Collège Franco-Britannique)

Laure DIKMEN

- Where to look for an international alliance partner? - *Juliane Engsig, Bo Nielsen, Paul Chiambaretto, Andry Ramarason*
- Analyse du processus de l'alliance Renault Nissan : la continuité comme facteur clé de succès - *Marie-Laure Grillat, Olivier Mérignac*
- Gérer les alliances stratégiques : un éclairage par les interfaces et les acteurs-frontières ? - *Vichara Kin*

5. Diversité culturelle et linguistique

Salle Benito Juarez (Maison du Mexique)

Éric DAVOINE

- La RSE des multinationales contribue-t-elle au processus de paix dans un pays post-crise ? Le cas de la Colombie - *Hamza Asshidi, Anne Bartel-Radic, Mathilde Dessaigne*
- Organizational identification processes across societal contexts: the case of a non-governmental organization for socially responsible entrepreneurs - *Mette Zoelner*
- Organizational Citizenship Behavior in the context of Vietnamese culture - *Thi My Hanh Huynh*

6. L'engagement international des PME

Cafétéria (Maison du Mexique)

Carole JEAN-AMANS

- Réseaux sociaux numériques et pme : quel rôle dans le processus d'internationalisation traditionnel vs born globals ? - *Elodie Deprince, Emna Moalla*
- Values particularism and the family-of-origin effect: A contextualized study of Hipp - *Mark Lehrer, Stefan Schmid*

8. Marketing en contexte international

*Grand Salon
(Fondation des Etats-Unis)*

Karine PICOT-COUCPEY et Nathalie PRIME

- Spécificités du processus d'internationalisation d'une firme africaine : étude du cas de l'entreprise malgache Vidzar - *Foued Cheriet, Franck Duquesnois*
- Traçabilité au sein de la supply chain des alcools, un potentiel de différenciation lié aux bouteilles connectées - *Jennifer Lazzeri, Anne Rollet*
- I want it all and I want it now. Motivations of counterfeit luxury consumption among affluent consumers. - *Julia Pueschel*
- Marketing de l'offre et exportations des vins français : Etude du cas de LGI Wines - *Foued Cheriet*

10h30

Pause-café

Fondation des Etats-Unis

11h00

Table ronde n°2

Grand Salon (Fondation des Etats-Unis)

« Nouveaux défis de l'innovation pour l'entreprise internationale »

12h30

Déjeuner

Maison Internationale

14h00

Assemblée générale Atlas AFMI

Grand Salon (Fondation des Etats-Unis)

15h30

CS (Réservé aux membres)

Salon Chicago (Fondation des Etats-Unis)

16h30

CA (Réservé aux membres)

Salon Chicago (Fondation des Etats-Unis)

17h30

Cérémonie FNEGE

ATLAS-AFMI : 10 ANS DEJA, ÇA S'ARROSE ! RETROSPECTIVE BIBLIOGRAPHIQUE DES PUBLICATIONS SUR L'EXPORT DE VIN

Auteur(s)

Foued CHERIET
Maître de Conférences
UMR 1110 MOISA
Montpellier SupAgro
foued.cheriet@supagro.fr

Carole MAUREL
Maître de Conférences
MRM, Université de Montpellier
carole.maurel@umontpellier.fr

Résumé

Nous proposons une analyse rétrospective des publications et communications entre 2008 et 2017, ayant porté sur l'export de vin et les PME. Nous avons identifié et analysé 91 publications selon l'objet, la démarche méthodologique et les principaux résultats. Nos résultats montrent une importance relative du champ de l'international dans ces publications. Ils soulignent aussi une sous-représentation des analyses portant sur l'entreprise comme unité d'analyse au profit d'études plus macro ou méso-économiques, avec comme thématique récurrente la question de la performance export. Néanmoins, parmi les études qui concernent les entreprises, une très grande partie est consacrée aux PME vitivinicoles.

Mots-clefs

Export ; Vin ; International ; PME ; Analyse Bibliographique

CAMPAGNE ANTI-CORRUPTION ET CLIMAT DES AFFAIRES EN CHINE

Auteur(s)

Thierry COME
Laboratoire de recherche en management LAREQUOI,
Université de Versailles St Quentin en Yvelines

Lotfi HAMZI
NEOMA Business School

Huai-Yan HAN
NEOMA Business School

Gilles ROUET
Laboratoire de recherche en management LAREQUOI,
Université de Versailles St Quentin en Yvelines

Résumé

La Chine a entrepris en 2013 une campagne anti-corruption de grande envergure. La contribution analyse l'impact de cette campagne sur le climat des affaires, à partir de l'exploitation d'une base de données regroupant les condamnations de fonctionnaires pour corruption, en liaison, dans la majorité des cas, avec des entreprises étrangères ou chinoises.

Mots-cléfs

Corruption ; Chine ; Climat Des Affaires ; Campagne Anti-Corruption

LE ROLE DE LA RSE DANS LA POLITISATION DES ENTREPRISES MULTINATIONALES : LE CAS DE SHELL TUNISIE DANS LE CONTEXTE DE LA REVOLUTION

Auteur(s)

Ines DHAOUADI
Enseignante-chercheuse
ESDES the Business School of UCLy
10 Place des archives, 69002 Lyon, France
T +33 (0)4 26 84 52 32
idhaouadi@univ-catholyon.fr

Résumé

La "RSE politique" suscite un intérêt croissant ces dernières années. Elle renvoie à l'investissement de la sphère politique par les entreprises multinationales afin de répondre aux défis sociétaux globaux. Cependant, les travaux qui s'inscrivent dans ce courant de recherche n'analysent pas le processus de politisation des entreprises et ses effets de pouvoir sur leurs parties prenantes. Afin de dépasser ces limites, notre communication se propose de montrer l'éclairage qu'apporte le cadre foucauldien de la gouvernementalité pour l'étude de la politisation de Shell Tunisie et des effets de pouvoir qu'elle implique sur ses parties prenantes avant et après la Révolution.

Mots-clefs

RSE Politique ; Entreprises Multinationales ; Gouvernementalité ; Etude Longitudinale ; Révolution Tunisienne

THE CORPORATE NATIONALITY: A QUESTION OF CULTURE AND COMMUNITY?

Author(s)

Eric GODELIER
Professor
Humanities and Social Sciences Department
Ecole Polytechnique
eric.godelier@polytechnique.edu

Résumé

Today, many scholars in Management and Business History use “Nationality” as a core criterion to classify corporations and to explain their behaviour, values and strategy. In management sciences for instance, G. Hofstede tried to explain the cultural differences. Many authors in management and business history recognized the difficulty of getting rid of the concept of “Nation” in management studies and historical History. This paper discusses the importance of “Nation” in the evolution of Enterprises throughout history and as an intellectual frame for academics involved in management studies and Business history. In one way or another, a better understanding of Corporation Nationality imposes the use of this concept of “cultural identity” rather than “political Identity”.

Keywords

National Culture ; Business History ; Values ; Management Models ; Management Techniques

1. CONTINUITE ET RUPTURES EN MANAGEMENT INTERNATIONAL

AGENDA DE RECHERCHE FRANCOPHONE EN MANAGEMENT INTERNATIONAL : ENTRE RUPTURE ET CONTINUITE THEMATIQUE ET PARADIGMATIQUE

Auteur(s)

Mouhoub HANI
Laboratoire LED
Université Paris 8

Résumé

Ce papier se propose d'étudier les ruptures et les continuités thématiques et paradigmatiques de la recherche francophone en Management International (MI). L'analyse bibliométrique de 526 articles fait ressortir plusieurs résultats. Le premier montre une grille d'analyse intégrant les nouvelles tendances dans ce champ. Le deuxième souligne la spécificité francophone se rapportant à des problématiques comme la RSE, le numérique et l'approche institutionnelle. Le troisième montre une rupture thématique manifeste avec les modèles traditionnellement sollicités (OLI et Uppsala). Enfin, le dernier résultat traduit une rupture avec les paradigmes existants (éclectique, transactionnel et organisationnel), au profit d'autres paradigmes émergents (relationnel, réticulaire, institutionnel).

Mots-clefs

Recherche Francophone ; Management International ; Paradigme ; Rupture ; Continuité

LA RECHERCHE-ACTION COOPERATIVE, UNE METHODOLOGIE ADAPTEE DANS LE CHAMP DU MANAGEMENT INTERNATIONAL ?

Auteur(s)

Christopher MELIN
Enseignant-chercheur en Management et Stratégie
ESDES-Université Catholique de Lyon
10 place des Archives
69002, Lyon
cmelin@univ-catholyon.fr

Résumé

Cet article met en avant le potentiel que représentent les recherches-action coopératives dans le champ du management international principalement dominé par des méthodologies quantitatives ou qualitatives de type étude de cas. Après avoir dressé un état de l'art des méthodologies qualitatives en management international et des recherches-action en Sciences de Gestion, nous présentons le protocole de recherche mis en place lors d'une recherche-action coopérative au sein de Renault Trucks, filiale du groupe Volvo. Ce travail vise à souligner les principaux enjeux méthodologiques d'une recherche-action coopérative liés à la posture du chercheur et à l'intérêt de ce type de recherche dans un projet de conduite du changement.

Mots-clefs

Recherche-Action ; Firme Multinationale ; Méthodologie De Recherche

THE ROLE FOR HISTORY IN THE FUTURE OF INTERNATIONAL MANAGEMENT: PERSPECTIVE, CASES, CRITIQUE.

Author(s)

John Eustice O'BRIEN,
PhD Professor Sociology & Urban Studies
Independent Researcher, Paris

Abstract

History has reemerged as a crucial interest for organizational and management studies, without which the particularity of an international reference to management could lose much of its raison d'être. Opening with a review of the historical turn in management analysis provides a conceptual frame for the text-mining exercise of the 71 papers from the 2013 Annual Meeting of Atlas-AFMI in Toronto. This allowed qualitative, case-study examination of the place of history as analytical concept in international management research. Both the absence in general of the historical figure, and its presence in 11 instances, furnish ammunition for assessing the utility of this concept for research. The paper closes with discussion of the limits of the work, and the descriptive value of the material for teaching and research.

Keywords

Management History; Institutional Theory; Symbolic Power; Corporate Governance; Critical Sociology

BEYOND NATIONAL CULTURAL DIFFERENCES, EXAMINING COOPERATION AND CONFLICT IN A CHINESE MINING COMPANY IN PAKISTAN

Author(s)

Qahraman KAKAR,
Université of Paris- Est Marne-la-Valée, Paris, France,
Qahramankakar1@gmail.com

Jasmin MAHADEVAN,
Pforzheim University, Pforzheim, Germany,
Jasmin.mahadevan@hs-pforzheim.de

Abstract

This article is an attempt to analyse that how conflict and cooperation in cross-cultural set up needs more complex tools than comparative cross-cultural management (CCM) on national level can provide. This study demonstrates that the existing knowledge produced in the field of cross-cultural management do not rest simply on considering culture rather it might be due to conflicts of interest but the constitution of power at micro level among the workers of different nationalities which promotes discrepancies. This brings about the need to investigate how individuals interacting across cultures and organizational borders and hierarchies in such contexts 'make sense' of the organizational and managerial framework imposed on them along with related cultural and organizational challenges.

Keywords

Power Discrepancies ; Cross ; Cultural Management ; National Culture

LA CONFLICTUALITE DU TRAVAIL DANS LE SECTEUR PRIVE EN AFRIQUE DE L'OUEST: LE CAS DU BURKINA FASO

Auteur(s)

Maimouna AKOWOURA
Consultante, Docteur en Gestion (Ouagadougou)
akowoura@hotmail.com

Yves-Frédéric LIVIAN
Professeur honoraire Université de Lyon (IAE)
yves.livian@laposte.net

Résumé

En Afrique sub-saharienne, continent promis à de forts investissements, la conflictualité sociale est "cachée" derrière les troubles politiques et les conflits armés. Elle n'en constitue pas moins un enjeu important pour le management international : grèves, occupations d'installations, éviction de certains cadres, démotivation du personnel... L'article a pour but, à partir de l'étude du cas du Burkina Faso dans le contexte du changement de régime (2014-2015), de dégager quelques caractéristiques de cette conflictualité du travail en Afrique de l'Ouest et d'en examiner les implications pour l'étude des mutations de l'environnement touchant les entreprises internationales concernées par ce continent.

Mots-clefs

Conflits Sociaux ; Droit Du Travail ; Grèves ; Conflits Du Travail

2. MUTATIONS DE L'ENVIRONNEMENT INTERNATIONAL

LE ROLE DES FIRMES DE CONSEIL POUR L'ACCOMPAGNEMENT DE LA STRATEGIE DE COMPETITIVITE DES TERRITOIRES MAL CONNUS: LE CAS DE BAHREÏN ET DE LA FLORIDE.

Auteur(s)

Marine BERNARD
CRIEF EA 2249
Université de Poitiers

Olivier COUSSI
CEREGE EA 1722
Université de Poitiers

Marie FERRU
CRIEF EA 2249
Université de Poitiers

Résumé

Dans la compétition mondialisée pour l'attraction des projets d'investissements directs étrangers, certains territoires souffrent d'un manque de visibilité voire de réputation. Ils choisissent souvent, en plus de leurs propres dispositifs publics de promotion des investissements, d'être accompagnés par des firmes de conseil spécialisées en marketing territorial. Au travers d'une recherche intervention, nous interrogeons le rôle de ces firmes dans la mise en évidence des avantages comparatifs et dans la conception d'actions spécifiques pour l'adaptation de la mobilisation des atouts respectifs d'un territoire selon leur nature et leur dotation. Du recueil d'informations, au pilotage stratégique et à l'évolution du mode d'actions, nous montrons comment les objectifs de rationalisation de la décision finale d'implantation d'un IDE s'adaptent aux obstacles rencontrés pour la perception aux yeux d'investisseurs de deux territoires mal connus : Bahreïn et la Floride.

Mots-clefs

Attractivité, IDE, Compétitivité, Recherche-Intervention, Promotion Des Territoires

ETAT FRAGILE ET INVESTISSEMENT DIRECT A L'ETRANGER: QUEL IMPACT DANS LA REGION MÉDITERRANÉENNE?

Auteur(s)

Anna DIMITROVA
Ph.D., Associate Professor in International Affairs
ESSCA School of Management
anna.dimitrova@essca.fr

Dora TRIKI
Ph.D., Associate Professor in International Business
ESCE International Business School
dora.triki@esce.fr

Résumé

L'objectif de cette étude consiste à introduire une nouvelle variable déterminante de l'IDE dans la recherche en management international, à savoir la « fragilité de l'Etat » mesurée par l'indice de fragilité économique, sociale et politico-militaire de l'Etat (Fragile states index, FSI) en étudiant son impact sur les flux d'IDE entrants dans sept pays du Sud et de l'Est de la Méditerranée (PSEM). Suite au « printemps arabe », les flux d'IDE entrants dans les PSEM ont considérablement diminué. Par conséquent, il est important de tenir compte de la fragilité de l'Etat dans la région et d'examiner l'impact économique, social et politico-militaire du FSI sur les flux d'IDE entrants dans les PSEM.

Mots-clefs

Investissement Direct A L'étranger (IDE), Déterminantes D'ide, Fragilité De l'Etat, Indice De La Fragilité De l'Etat (Fragile States Index, FSI), PSEM

LEADING IN A MULTICULTURAL AND NETWORKED ENVIRONMENT: FACILITATING INNOVATION AND COLLABORATION

Author(s)

Karina JENSEN
NEOMA Business School
59 rue Pierre Taittinger
51726 Reims Cedex - France

Abstract

The inability of MNCs to effectively facilitate collaboration and knowledge-sharing can affect innovation management performance and international market results. A dynamic and changing market demands new competencies for navigating and managing in a cross-cultural and networked world. How can global project leaders effectively conceive and execute innovation strategies for international markets? In responding to this research question, a qualitative study has been conducted concerning the role of cross-cultural collaboration for global innovation, involving interviews with 105 global project leaders at 36 MNCs with headquarters based in Europe, Asia, and North America. Through the development of a model, the study identifies leadership behaviors that influence team success in conceiving and executing innovation strategies for international markets.

Keywords

Global Innovation, Strategy, Organizational Collaboration, Leadership

HOW DO ENTREPRENEURS RECOGNISE ENTREPRENEURIAL OPPORTUNITY?

Author(s)

Abdul KHAN
University of South Australia

Susan FREEMAN
University of South Australia

S. Tamer CAVUSGIL
Georgia State University, University of South Australia

Pervez GHOURI
University of Birmingham, University of South Australia

Abstract:

How do entrepreneurs recognise entrepreneurial opportunity? 'Opportunity recognition' is challenging because opportunities are rarely self-evident, information and context dependent, and time variant. To comprehend the entrepreneurial opportunity recognition process it is essential to explore the black-box of entrepreneurs' sense-making for opportunity conviction, particularly those operating in the smaller Asian emerging market context. These emerging economies are witnessing global economic growth more acutely than elsewhere. Recognising the importance of this, we integrate three theories, actualisation approach, process theory of new venture creation and social network theory to explore the breadth and depth of entrepreneurial experience, and past entrepreneurial experience (both success and failure). We provide a new and holistic conceptual framework that extends previous attempts by integrating economic and non-economic objectives. Our framework more comprehensively explores the nature of entrepreneurial experience by incorporating its full effect on the sense-making process of entrepreneurs for opportunity conviction in an emerging market context.

Keywords

Opportunity Recognition; Actualisation Approach; Process Theory Of New Venture Creation; Social Network Theory; Emerging Market Context.

BRAZILIAN FINTECHS REGULATION

Author(s)

Erika LISBOA
Centro Universitário de Brasília (UnICEUB)

Fabrício GARBI

Abstract

Advocated by some and rejected by others, the regulation of the fintechs market requires knowing the concepts involved, quantifyng current Brazilian market, research the existing regulation, its mechanisms and application (or non - application). The final objective of this study is to identify the eventual need for specific regulation for fintechs in Brazil. To do so, the specific objectives are: describe the Fintech market in Brazil; identify and describe their current regulatory scenario; and to identify the paradox in defense of the need for a specific regulation before the exemption from compliance within the existing regulation.

Keywords

Fintechs ; Brazil ; Startups ; Regulation ; Financial Services

LES INSTITUTIONS FINANCIÈRES ET LEUR RELATION AVEC LES FINTECHS AU BRÉSIL

Auteur(s)

Erika LISBOA
Centro Universitário de Brasília (UniCEUB)

Lucas LEÃO DA SILVA
Centro Universitário de Brasília (UniCEUB)

Luciene BRAZ FERREIRA
Centro Universitário de Brasília (UniCEUB)

Résumé

L'étude vise à identifier comment les Fintech sont caractérisés comme des opportunités et des menaces pour les institutions financières au Brésil. La recherche aborde des thèmes alignés sur le thème, tels que le contexte actuel de l'économie, le système financier national et le scénario des startups au Brésil. Cette étude a un caractère descriptif et qualitatif, et les données ont été recueillies à partir d'entrevues avec des dirigeants d'institutions financières. La recherche a permis d'identifier que les grandes institutions acceptent d'appliquer ce modèle et qu'il y a un besoin de régulation du secteur pour qu'il puisse grandir.

Mots-clefs

Fintechs ; Marché Financier ; Innovation ; Startups

2. MUTATIONS DE L'ENVIRONNEMENT INTERNATIONAL

MANAGEMENT INTERNATIONAL DES COMPETENCES ET FUITE DES CERVEAUX ALGERIENS : COMMENT PASSER DU BRAIN DRAIN AU BRAIN GAIN ?

Auteur(s)

Ouari MERADI
Laboratoire d'Économie & Développement (LED)
Faculté des SECSG Université Abderrahmane MIRA de Bejaia

Résumé

L'objectif de ce travail de recherche est d'élaborer une présentation analytique du phénomène de la fuite des cerveaux afin d'avoir une vision plénière de ce problème qui fait subir des dommages à tant d'économies, dont l'Algérie fait partie. Dans ce sillage, des questions se posent automatiquement : comment se manifeste le phénomène de la fuite des cerveaux en Algérie, quelles sont ses causes et ses conséquences et quel sera leur rôle prospectif dans la diversification de l'économie algérienne (brain gain) ? Pour répondre à toutes ces questions, on a adopté une approche analytique et prospective ayant une focalisation large.

Mots-clefs

Management International Des Compétences ; Cerveaux ; Brain Drain ; Brain Gain ; Causes Et Effets ; Algérie.

THE INFLUENCE OF INSTITUTIONAL VOIDS ON BUSINESS PROCESS AND PRACTICE IN EMERGING ECONOMIES: THE IMPLICATIONS FOR MNCS

Author(s)

Ying ZHU
Professor, Australian Centre for Asian Business,
University of South Australia,
ying.zhu@unisa.edu.au (corresponding author)

Deepak SARDANA
Lecturer, Griffith Business School,
Griffith University and Adjunct Senior Research Fellow,
Australian Centre for Asian Business, University of South Australia,
d.sardana@griffith.edu.au

Abstract

The business process in general, and MNC operation in particular, in emerging economies are bound to be different to the process observed in developed countries with different social, cultural, economic and political environments. This article examines how the institutional framework has the ability to shape the business process and practice within the context of an emerging economy. Using China and India as case studies, we argue that institutionalizing institutional voids in these societies benefits the existing power structure and the associated business. Even so, this set-up is moderated by the socio-cultural context and normative rules; these are themselves greatly influenced by the power structure. In such a context, business practice in general, and MNC operation in particular, reflect the tension between disembodied and corporeal practices.

Keywords

Business Process and Practice; China; Emerging Economies; India; Institutional Voids; MNC Operation.

VERS UNE RESPONSABILISATION TOTALE DES CADRES LOCAUX AUX POSTES CLES DANS LES MULTINATIONALES EN AFRIQUE : RUPTURE ET INNOVATION OU REDUCTION DES COUTS LIES A L'EXPATRIATION ?

Auteur(s)

Suzanne M. APITSA
Membre au Laboratoire CEREGE (Centre de Recherche en Gestion)
EA 1722, IAE - Université de Poitiers, France.

Résumé

Mobilisant une approche qualitative, cette contribution s'intéresse aux enjeux de la responsabilisation des cadres locaux dans quatre filiales de multinationales françaises implantées au Cameroun. L'analyse des résultats empiriques, issus de l'observation diachronique (2007-2017) de la politique de dotation des postes clés dans les multinationales, révèle qu'elles infléchissent leurs choix stratégiques et managériaux par le transfert aux cadres locaux de postes clés. Elle propose un modèle d'appréhension de cette mutation, entendue comme rupture et innovation, dans l'évolution des comportements des firmes à l'étranger, qui laisse clairement entrer en résonance, dans les dynamiques globale et locale, la notion d'hybridation.

Mots-clefs

Multinationale, Expatriation ; Transfert De Responsabilités ; Modèle ESO De Milliot (2013, 2014) ; Afrique/Cameroun

INNOVATION PORTFOLIO MANAGEMENT BY MNC TARGETING EMERGING MARKETS. THE CASE OF A EUROPEAN TELCO OPERATOR IN AFRICA AND THE MIDDLE EAST

Author(s)

Sihem BEN MAHMOUD-JOUINI
HEC Paris, CRG-i3

Florence CHARUE-DUBOC
Polytechnique Paris, CRG-i3

Marine HADENGUE
Polytechnique Paris, CRG-i3 & CIRANO

Abstract

The saturation of domestic markets and the emerging markets growth resulted in the expansion of Multinational Corporations towards these markets in which they created subsidiaries without having significant development resources in the given countries. This raises questions regarding the innovative offers these companies should develop regarding the specificities of these markets. These questions will be addressed through the case of a French telco operator (Orange) that targets Africa and the Middle East. Based on the analysis of seven innovations developed and launched in that zone, we highlight the coexistence of three innovation types (global, intermediate and local).

Keywords

Innovation, Innovation Portfolio, Multinationals, Emerging Markets

COORDONNER LA PHASE AVAL DU PROCESSUS D'INNOVATION DANS LES FMN : QUELLE PLACE POUR UNE FONCTION DE CHEF DE PROJET DEPLOIEMENT

Auteur(s)

Mathias GUERINEAU
i3-CRG
Ecole Polytechnique
Université de Cergy-Pontoise

Résumé

Depuis l'émergence de la notion de chef de projet peu de travaux ont tenté de contextualiser ce rôle à l'échelle des FMNs dans une perspective de projet d'innovation. En effet, comment favoriser d'un point de vue organisationnel le développement local d'innovation et leur commercialisation à l'échelle globale ? Nous proposons dans cette communication d'examiner cette figure de chef de projet au regard des problématiques liées à l'organisation du processus d'innovation des FMNs. À travers une étude exploratoire d'une grande FMN française nous montrons qu'il serait pertinent de repenser cette fonction de chef de projet à l'aune des problématiques soulevées par les tensions liées à l'intégration de la phase de développement de l'innovation à celle de sa commercialisation à l'échelle globale

Mots-clefs

Processus D'innovation ; Déploiement ; Chef De Projet ; Compétences ; FMN

CREATING SHARED VALUE IN MULTINATIONALS FIRMS BY IMPLEMENTING CORPORATE SOCIAL STRATEGY " VOLVO SOCIAL STRATEGY MODEL"

Author(s)

Ishak KHERCHI
Université Hassiba Benbouali de Chlef (UHBC)
Sonaric N 15 Tenes Chlef ALGERIA Chlef - Algérie
k.ishak@univhb-chlef.dz

Mohamed FELLAGUE
Université Hassiba Benbouali de Chlef (UHBC)
Sonaric N 15 Tenes Chlef ALGERIA Chlef - Algérie
mohamed.fellag@gmail.com

Samira Ahlem HADDOU
Université Hassiba Benbouali de Chlef (UHBC)
Sonaric N 15 Tenes Chlef ALGERIA Chlef - Algérie
ahlamhaddou@gmail.com

Abstract:

This paper aims to provide corporate social strategies as an entrance to create shared value, in addition to that we aims to provide a theoretical and practical contributions that ground understanding the concept of creating shared value. The authors analyze a single case study of Volvo corporation. The objective is to evaluate whether the corporate social strategies can yields to a shared value creation. We found that corporate social strategies followed by Volvo Corporation yields to a shared value creation. This single case study provides an entrance to create shared value; however, more research is needed to find other entrances. The paper has practical implications that relate to the design of shared value model. We provide practical well known strategies that could be apply by corporations to reach shared value creation.

Keywords

Creating Shared Value, Corporate Social Strategy, Social Value, Business Value, Business Competitiveness, Volvo Corporation.

L'ÉCHEC D'UN SOUS-TRAITANT EUROPEEN DANS LE SECTEUR AUTOMOBILE RUSSE : APPROCHE MICRO-POLITIQUE

Auteur(s)

Valery KRYLOV
Université de Lorraine
CEREFIGE – EA 3942

Vincent MONTENERO
Université Paris-Dauphine
PSL Research University – DRM

Résumé

Afin de comprendre le rôle du facteur micro-politique dans un projet d'internationalisation, nous étudions le cas d'implantation en Russie d'un fournisseur Européen du secteur automobile, depuis la définition du projet jusqu'à son échec. Nous référant aux apports de l'approche micro-politique au sein des entreprises multinationales, nous nous sommes appuyés sur des documents internes et des entretiens avec les acteurs liés au projet. Nous avons ainsi analysé la (non)prise en compte de la dimension micro-politique lors de l'implantation d'une multinationale en Russie et les conséquences sur l'activité de cette entreprise.

Mots-clefs

Micro-Politiques ; Pouvoir ; Acteurs ; Industrie Automobile ; Sous-Traitance ; Russie.

INTERNAL NETWORKS, SUCCESSFUL EVOLUTION AND INTEGRATION WITHIN THE MULTINATIONAL ENTERPRISE

Author(s)

Stefano VALDEMARIN
PhD Student
iaelyon School of Management,
Magellan Research Centre, Jean Moulin University
6 cours Albert Thomas, 69008 Lyon
stefano.valdemarin@univ-lyon3.fr

Ulrike MAYRHOFER
Full Professor
iaelyon School of Management
Magellan Research Centre, Jean Moulin University
6 cours Albert Thomas, 69008 Lyon
ulrike.mayrhofer@univ-lyon3.fr

Abstract

This paper shows how a multinational enterprise can succeed the reorganization of its internal structures to become more competitive and profitable. Based on the business network view and the revised Uppsala model, the paper proposes a case study on the reconfiguration, through an internal merger of two vertically-related business units, within the Solvay group, a world leader in chemical industry. The reorganization, that represents an evolution following a commitment decision in a specific market, allowed Solvay to become a fully-integrated leader in the polyamide plastics industry. The paper shows, through an analysis of this successful case study, how the reorganization has increased the profitability of the associated business units improving their competitiveness.

Keywords

Multinational Companies, Networks, Evolution, Integration, Uppsala Model.

IMPACT DE LA REVOLUTION TUNISIENNE SUR LES RELATIONS SIEGE-FILIALES: ENSEIGNEMENTS DE LA STRATEGIE RH DES FMN FRANÇAISES

Auteur(s)

Dorra YAHIAOUI
Kedge Business School
dorra.yahiaoui@kedgebs.com

Hela CHEBBI
EDC Paris Business School
hela.chebbi@edcparis.edu

Hanane BEDDI
IAE Lyon
Université Jean Moulin Lyon 3
Centre de Recherche Magellan
Hanane.beddi@univ-lyon3.fr

Résumé

Notre article porte sur les stratégies des firmes multinationales (FMN) occidentales en Afrique du Nord. Il s'intéresse à l'influence de la Révolution tunisienne sur les relations siège-filiales en questionnant l'évolution de l'orientation stratégique des ressources humaines (RH) déployée par deux FMN françaises implantées en Tunisie durant les années 2000 et après 2011. Les résultats montrent une évolution des perceptions et des attentes des salariés tunisiens. Ceci a conduit à une évolution de l'orientation stratégique des FMN, d'une approche ethnocentrique à régiocentrique dans un cas et géocentrique dans l'autre. Nous mettons également l'accent sur les facteurs expliquant cette évolution, dans un contexte post-Révolution tunisienne.

Mots-clefs

Orientation Stratégique Des RH ; Révolution Tunisienne ; Relations Siège-Filiales ; Firmes Multinationales ; Tunisie

L'INTERNATIONALISATION DES ENTREPRISES CHINOISES EST-ELLE DIFFERENTE DE CELLES DES MULTINATIONALES CLASSIQUES? UNE ETUDE QUALITATIVE.

Auteur(s)

Boqi ZHANG

Doctorant

Centre d'Analyse Théorique et de Traitement des données économiques (CATT)

Université de Pau et des Pays de l'Adour (UPPA)

Attaché temporaire d'enseignement et de recherche (ATER)

Centre Européen de Recherche en Economie Financière et Gestion des Entreprises (CEREFIGE)

Université de Lorraine (UL)

Résumé

Ce texte porte sur une analyse des cadres théoriques : le paradigme éclectique et le modèle LLL quant à l'étude des multinationales chinoises. Pour ce faire, nous nous sommes basés sur les recherches antérieures relatives aux multinationales chinoises et celles des pays émergents, ainsi que les recherches centrées sur les deux approches théoriques citées. Nous avons en outre réalisé une étude exploratoire portant sur 8 entreprises chinoises identifiées dans les articles de recherche et de presse économique majeure. Finalement, nous proposons d'intégrer le modèle LLL dans le modèle OLI pour fournir un seul cadre quant à l'étude des multinationales.

Mots-clefs

LLL ; OLI ; Multinationales Chinoises ; Stratégie D'entreprise ; Internationalisation

L'OPPORTUNISME DANS LES ALLIANCES STRATÉGIQUES : ANALYSE DES DÉTERMINANTS ET PROPOSITION D'UNE TYPOLOGIE

Auteur(s)

Kaouther BEN JEMAA
Université de Paris13-Sorbonne Paris Cité,
Membre du laboratoire CEPN - CNRS,
kaouther_benjema@yahoofr

Laure DIKMEN
IAE de Poitiers
Membre du laboratoire : CEREGE
LDikmen@poitiers.iae-france.fr

Résumé

Si l'opportunisme des partenaires dans les alliances stratégiques a fait l'objet de plusieurs recherches en management stratégique, la typologie de ce phénomène demeure peu explorée. Cet article sera l'introduction du concept d'opportunisme « positif ». Une revue de la littérature des déterminants de l'opportunisme des alliances sera établie. La démarche adoptée s'appuie sur l'analyse de 40 entretiens semi-directifs réalisés auprès d'alliances managers, de directeurs d'alliances et de consultants. Les résultats de notre recherche montrent que les déterminants de l'opportunisme dans les alliances internationales seront « internes » ou « externes » et la typologie de ce dernier est « positif » ou « négatif ». L'intérêt managérial réside dans le diagnostic de la situation afin de contribuer à la réussite du management de coopération et à faire face aux difficultés.

Mots-clefs

Alliances Stratégiques, Opportunisme « Négatif », Opportunisme « Positif », Déterminants, Typologie.

APPRENTISSAGE UNILATERAL, APPRENTISSAGE CONJOINT ET DEVELOPPEMENT DE NOUVEAUX PRODUITS ET MARCHES DANS LES JVI IMPLANTEES EN TUNISIE

Auteur(s)

Jihene CHERBIB

Dora TRIKI
Ph.D., Associate Professor in International Business
ESCE International Business School
dora.triki@esce.fr

Résumé

L'objectif de cette étude est de s'intéresser à l'apprentissage organisationnel dans les JVI basées dans le contexte de pays en développement. Dans la littérature, il existe une controverse sur le rôle joué par l'apprentissage dans le cadre des partenariats inter-firmes et les JVI en particuliers. Basée sur sept études de cas de JVI implantées en Tunisie et nouées avec des firmes multinationales européennes, cette recherche montre que l'apprentissage unilatéral se base sur les capacités d'absorption des partenaires et conditionne l'apprentissage bilatéral. Ce dernier ne peut être réalisé que lorsque la relation jouit d'une bonne qualité relationnelle et d'une expérience antérieure entre les partenaires. De plus, nous avons observé dans certains des cas étudiés qu'un apprentissage organisationnel efficace conduit à la création d'une cellule commune de R&D et au développement de nouveaux produits et marchés.

Mots-clefs

Joint-Ventures Internationales, Apprentissage Organisationnel, Capacité D'absorption, Pays En Développement, Innovation.

WHERE TO LOOK FOR AN INTERNATIONAL ALLIANCE PARTNER?

Author(s)

Juliane ENGSIG

Bo NIELSEN

Paul CHIAMBARETTO

Andry RAMAROSON

Abstract

We combine insights from strategic alliance literature, international business and economic geography to explore where firms form international alliances. We focus specifically on the importance of micro-locational factors such as global cities. This paper is an attempt to provide a better understanding of the multilevel factors that interact to make a particular partner in a particular location more likely to be chosen by a focal firm. We take an explorative methodological approach through a cluster analysis of international alliances made by American companies in 2015. One main contribution is the importance of micro-locational characteristics when studying international alliance formation.

Keywords

Alliances, Distances, Micro-Locations, Global Cities

ANALYSE DU PROCESSUS DE L'ALLIANCE RENAULT NISSAN : LA CONTINUITE COMME FACTEUR CLE DE SUCCES

Auteur(s)

Marie-Laure GRILLAT
Université de Pau et des Pays de l'Adour
Avenue de l'Université - BP 576 - 64012 Pau Cedex - France

Olivier MERIGNAC
Université de Pau et des Pays de l'Adour
Avenue de l'Université - BP 576 - 64012 Pau Cedex - France

Résumé

L'article examine les facteurs clés de succès du processus d'alliance stratégique dans le secteur automobile à travers une étude qualitative et longitudinale portant sur le cas Renault-Nissan. L'étude se base sur une analyse approfondie de données secondaires entre 1999 et 2017, complétée par une série d'entretiens semi-directifs auprès de différents dirigeants impliqués dans la création et la gestion de l'alliance. Les résultats mettent en lumière le caractère dynamique et contextuel d'un processus évolutif ponctué de ruptures internes et environnementales et marqué pourtant par une grande continuité et stabilité du pilotage stratégique et managérial de la direction.

Mots-clefs

Alliances Stratégiques, Facteurs Clés De Succès, Continuité.

GERER LES ALLIANCES STRATEGIQUES : UN ECLAIRAGE PAR LES INTERFACES ET LES ACTEURS-FRONTIERES ?

Auteur(s)

Vichara KIN
Laboratoire d'économie et de management de Nantes Atlantique (LEMNA)
Université de Nantes
IUT de St Nazaire

Résumé

Pour soutenir la réussite d'une alliance stratégique, la question du management des interfaces de l'alliance apparaît intéressante à étudier. Or, peu de recherches ont étudié cette « question-frontières » dans les alliances. Au travers dix-huit alliances, la recherche éclaire l'importance de la prise en compte des boundary-spanners, ces acteurs-frontières chargés du management des alliances. Cette étude exploratoire permet d'identifier le rôle de ces acteurs dans une perspective dynamique et de caractériser le concept d'interfaces au travers de plusieurs dimensions (degré de porosité, étendue, rigidité et compatibilité de l'interface). La discussion, les limites et les perspectives de la recherche sont présentées.

Mots-clefs

Alliances Stratégiques ; Interfaces ; Acteurs-Frontières / Boundary-Spanners.

VERS UNE APPROCHE TYPOLOGIQUE D'ALLIANCE STRATEGIQUE : LE CAS DU SECTEUR SANITAIRE A L'ILE DE LA REUNION

Auteur(s)

Boutheina ZOUABI
Centre d'Économie de l'Université Paris Nord (CEPN)
Université Paris 13

Ali SMIDA
Centre d'Économie de l'Université Paris Nord (CEPN)
Université Paris 13

Résumé

Bien que les chercheurs aient proposé des typologies d'alliance stratégique, une connaissance globale de l'ensemble de ces dernières reste peu explorée. Ainsi, cet article envisage la proposition d'une typologie exhaustive de l'alliance stratégique. A cet égard, nous exposerons les différents types des relations d'alliance en mobilisant le modèle SMOCS (Smida, 1995). Ce dernier est basé sur une articulation à trois dimensions : Objectifs, Moyens et Contexte. Ainsi, nous dégagerons en combinant ces dimensions quarante-neuf types d'alliances allant de l'unidimensionnelles, bidimensionnelles au tridimensionnelles. Une méthode de recherche qualitative sera adoptée. Cette démarche s'appuie sur l'analyse de vingt-trois entretiens semi-directifs réalisés avec plusieurs acteurs du secteur sanitaire à l'île de la Réunion et des données secondaires. Les résultats de notre recherche montreront qu'il existe plusieurs formes d'alliances stratégiques entre organisation sanitaire. L'application de notre modèle d'analyse permettra de valider seize types d'alliance dont trois alliances unidimensionnelles, sept alliances bidimensionnelles et six alliances tridimensionnelles. En effet, nous avons dégagé une forte présence de la dimension contexte dans onze types d'alliance stratégique contrairement aux travaux antérieurs qui mettent l'accent sur les moyens ou objectifs. Ce travail présente un double intérêt, un apport conceptuel et empirique, à savoir l'étude des différentes configurations et la proposition d'une typologie exhaustive d'alliance stratégique. Cette approche typologique génère un intérêt managérial quant au choix porté par les managers sur le type d'alliance en adéquation.

Mots-clefs

Alliance Stratégique, Typologie, Modèle Intégrateur, Secteur Sanitaire

5. DIVERSITE CULTURELLE ET LINGUISTIQUE

LA RSE DES MULTINATIONALES CONTRIBUE-T-ELLE AU PROCESSUS DE PAIX DANS UN PAYS POST-CRISE ? LE CAS DE LA COLOMBIE

Auteur(s)

Hamza ASSHIDI
Univ. Grenoble Alpes, Grenoble INP,
CERAG, 38000 Grenoble, France

Anne BARTEL-RADIC
Univ. Grenoble Alpes, Grenoble INP,
CERAG, 38000 Grenoble, France

Mathilde DESSAIGNE
Sciences Po Grenoble
38000 Grenoble, France

Résumé

La Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) multinationales occidentales a-t-elle réellement un impact significatif dans les pays émergents ? Cet article vise à comprendre les actions RSE des multinationales françaises dans le contexte du processus de paix en Colombie. Nous avons étudié les cas de 21 entreprises multinationales françaises installées en Colombie, à travers des entretiens semi-directifs et des données secondaires. Les cas ont été comparés à l'aide de la méthode QCA. Les résultats montrent la persistance d'un calcul coût/bénéfice, mais aussi de réels efforts d'intégration des parties prenantes à travers un panel d'actions. L'impact des pratiques RSE est plus ou moins significatif selon les entreprises.

Mots-clefs

RSE ; Multinationales ; Pays Emergents ; QCA ; Colombie

CROSS CULTURAL MANAGEMENT RESEARCH: TOPICS, PARADIGMS AND METHODS. A JOURNAL BASED LONGITUDINAL ANALYSIS BETWEEN 2001 AND 2016

Author(s)

Christoph BARMEYER
Lehrstuhl für Interkulturelle Kommunikation
Universität Passau

Madeleine BAUSCH
Lehrstuhl für Interkulturelle Kommunikation
Universität Passau

Abstract

Cross Cultural Management research comprises a variety of disciplines with different thematic, paradigmatic and methodological assumptions. Since there has been no systematic analysis of the development of topics, paradigms and methods yet, this paper draws a landscape of these analysing 614 articles published in two leading journals between 2001 and 2016. Results show that cultural dimensions and HRM are main topics and that quantitative papers still outweigh qualitative contributions. However, a sudden drop of the latter in 2016 might indicate an upcoming paradigmatic shift in CCM. Using computer-aided tools, this study serves as a basis for future literature reviews.

Keywords

Cross Cultural Management Research; Longitudinal Analysis; Academic Journals; Topics; Paradigms; Methods

MULTI-CAMPUS TEACHING OF A MULTICULTURAL STUDENT BODY: EXPLORING THE “ONE SIZE FITS ALL” LEARNING EXPERIENCE

Author(s)

Paul CAUSSAT
Greenwich university

Nathalie PRIME
ESCP Europe

Robert WILKEN
ESCP Europe

Abstract

Teaching multicultural student bodies in various locations creates a pedagogical challenge to ensure that students get a consistent curriculum despite various diversity factors. Using a paper-and-pencil survey of 371 students' feedback on a standardized course delivered simultaneously in 3 languages to 27 nationalities across 3 integrated campuses of a European business school, we surprisingly find a no-diversity effect suggesting homogeneous learning style preferences despite the multifaceted diversity that characterizes the students cohort. Our research contributes to the literature on international management education, by pointing towards a possible convergence of management students' learning expectations in a context of increased globalization.

Keywords

International Management Education; Multicultural Student Body; Learning Style; Convergence; Globalization Of Education.

5. DIVERSITE CULTURELLE ET LINGUISTIQUE

LANGUE ET PENSEE DANS LE CHAMP EUROPEEN DE LA RECHERCHE EN GESTION : PLAIDOYER POUR UN PLURALISME LINGUISTIQUE ET LA TRADUCTION

Auteur(s)

Jean-François CHANLAT
Professeur des universités
Université Paris-Dauphine
PSL Research University,
CNRS, [UMR 7088], DRM, M&O, 75016 Paris, France

Résumé

Depuis un certain nombre d'années, nous assistons dans de nombreux pays à des débats nourris et vigoureux autour de la langue de publication à privilégier dans le champ de la recherche en gestion, voire au-delà. Ces débats se retrouvent dans bien des champs linguistiques, notamment dans ceux qui sont les plus importants. Cette question du choix de la langue de publication étant très importante pour ne pas dire essentielle dans l'évolution d'un champ scientifique, nous aborderons dans le cadre de cet article, le cas du champ européen, lequel est caractérisé par une grande diversité linguistique. Notre article partira des principaux constats que nous pouvons faire aujourd'hui, nous poursuivrons ensuite en rappelant quelques éléments clés touchant le lien langue et pensée, les principaux enjeux des choix qui sont ou peuvent être faits en matière de langue de publication et nous terminerons ce propos par les différents atouts que possède, selon nous, aujourd'hui, le champ européen de la recherche en gestion grâce à sa diversité linguistique.

Mots-clefs

Langue ; Pensée ; Management ; Pluralisme Linguistique ; Champ Scientifique Européen

EUROPEAN CROSS-BORDER COMPETENCY: DEFINING A KEY CONCEPT FOR COLLABORATION BETWEEN NEIGHBOURS

Author(s)

Amy CHURCH-MOREL

Université Savoie Mont Blanc, IREGE

Florence DUCHÊNE-LACROIX

Université de Haute-Alsace, LISEC

Eric BRUNAT

Université Savoie Mont Blanc, IREGE

Dario Elia TOSI

Université de la Vallée d'Aoste - Département de Sc. Economiques et Politiques

Cristina VIGNALI

Université Savoie Mont Blanc, LLSETI

Laurence VIGNOLLET

Université Savoie Mont Blanc, SYMME

Abstract

Cross-border cooperation is a priority for the European Union which invests heavily in the development of border regions. Within this context, the notion of cross-border collaboration competency is a key concept but one that is not currently well-defined. This paper proposes a conceptualisation of cross-border competency and suggestions as to how the concept can be operationalized in the field, based on an analysis of eleven existing competency frameworks. Carried out within an Erasmus+ Strategic Partnership project, this research contributes design recommendations for a cross-border skills framework and derives theoretical and empirical implications for cross-border collaboration and international competency modelling.

Keywords

Cross-Border Cooperation (CBC); Knowledge / Skills / Abilities / Other Characteristics (KSAO); Competency Modeling; Europe

INTERNATIONAL STUDY MOBILITY PROGRAMS AND CULTURAL INTELLIGENCE: AN EXPLORATIVE COMPARATIVE STUDY ON GERMAN AND ITALIAN STUDENTS

Author(s)

Eric DAVOINE
Chair HRM and Organization
University of Fribourg
Corresponding author: eric.davoine@unifr.ch

Valentina DOLCE
Psychology Department, University of Turin

Chiara GHISLIERI
Psychology Department, University of Turin

Sophie WODOCIAG
Centre de Recherche en Gestion des Organisations, Université Haute-Alsace.

Abstract

Our study aims to better understand the evolution of cultural intelligence (CQ) during an international student mobility program. CQ refers to the ability to function effectively in culturally diverse settings and is measured by using the multidimensional construct of Ang et al. (2007). We selected two comparable samples of students in Erasmus mobility programs from an Italian and from a German university (58 Italian and 48 German students). Data were collected in two phases of the program: before departure and at re-entry. We look in our paper at the quantitative evolution of CQ in both phases as well as at qualitative cross-cultural student 'critical incident' reports. We analyze these reports by using coding categories associated with the 4 dimensions of CQ. Findings show significant increases of cognitive CQ for the German subgroup and of cognitive, behavioral and motivational CQ for the Italian subgroup. Looking at 'critical incident' reports, we also observed a stronger percentage of cognitive related experiences within the German subgroup.

Keywords

International Mobility; CQ; Intercultural Competence; Students; Erasmus

5. DIVERSITE CULTURELLE ET LINGUISTIQUE

DIPLOME ET MISE A L'EPREUVE DES COMPETENCES DES IMMIGRANTS QUALIFIES. UNE COMPARAISON FRANCE QUEBEC EN TERMES D'INTEGRATION PROFESSIONNELLE ET SOCIALE.

Auteur(s)

Jean-Pierre DUPUIS
HEC Montréal

Jean-Pierre SEGAL
PSL, CNRS, Dauphine Recherche Management

Résumé

Nous analysons, dans une perspective comparative entre la France et le Québec, les conditions spécifiques de réussite d'une intégration en milieu professionnel pour des migrants déjà dotés au départ d'une solide qualification professionnelle. Nous avons interrogé 39 migrants qui nous ont raconté leur parcours migratoire et professionnel. Notre analyse fait ressortir le rôle du diplôme et la mise à l'épreuve des compétences sur le terrain dans chacun des deux contextes. Ces deux dimensions sont centrales dans les deux contextes mais elles sont vécues différemment.

Mots-clefs

France ; Québec ; Comparaison ; Rôle Du Diplôme ; Compétences Sur Le Terrain

ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR IN THE VIETNAMESE CONTEXT

Author(s)

Thi My Hanh HUYNH
Univ. Grenoble Alpes
Grenoble INP
CERAG, 38000 Grenoble, France

Abstract

The literature on organizational citizenship behavior (OCB) is still in debate, especially the cross-cultural transferability of its dimensions. The Vietnamese context is different from the US-American context where the OCB was firstly defined in 1988 by Organ. This article analyzes the dimensions of OCB in the Vietnamese context. The abductive research is based on 50 semi-structured qualitative interviews in public and private organizations in the city of Danang in central Vietnam. Four dimensions appear to be common to both contexts, the USA and Vietnam, but others are specific to the American or the Vietnamese context. This research provides insights for local and foreign managers in Vietnam and, more generally, in the Far-East. Moreover, this research also contributes to the understanding of the impact of Vietnamese culture on business and management in this country, and the cultural relativity of the concept of OCB.

Keywords

Cultural Differences, Organizational Citizenship Behavior, OCB Dimensions, Vietnamese Culture, Vietnam

5. DIVERSITE CULTURELLE ET LINGUISTIQUE

LE DEVELOPPEMENT DES COMPETENCES INTERCULTURELLES ET TRANSVERSALES EN VUE DE FAVORISER L'EMPLOYABILITÉ : LE ROLE DE LA MOBILITE INTERNATIONALE DANS L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR

Auteur(s)

Patrick ISCHER
Adjoint scientifique,
Haute école de gestion Arc, HES-SO

Sophie WODOCIAG
Maitre de conférences en sciences de gestion
Université de Haute-Alsace, CREGO

Lamia BEN HAMIDA
Professeure HES
Haute école de gestion Arc, HES-SO

Résumé

Cette contribution a pour objectif d'identifier les compétences transversales et interculturelles que des étudiants en gestion, santé et ingénierie d'une institution de formation supérieure suisse romande développent dans le cadre de leur expérience de mobilité internationale et d'examiner dans quelle mesure ces compétences particulières favorisent l'insertion sur le marché du travail. S'appuyant sur des méthodes mixtes (qualitatives et quantitatives), l'étude exploratoire exposée démontre que si le séjour à l'étranger demeure un moyen efficace pour affermir d'autres compétences que celles purement techniques ou académiques, sa valorisation au moment de la recherche d'un emploi mériterait d'être davantage soutenue.

Mots-clefs

Compétences Transversales ; Compétences Interculturelles ; Mobilité Internationale Etudiante ; Employabilité

5. DIVERSITE CULTURELLE ET LINGUISTIQUE

COMPETENCE TRANSCULTURELLE AU COEUR DE L'EXPERTISE DANS LES SERVICES : CAS D'UNE PME INTERNATIONALE PRESTATAIRE DE SERVICES LINGUISTIQUES

Auteur(s)

Zorana JERINIC
Doctorante en Sciences de Gestion
Laboratoire GRM EA 4711
Université de Nice Sophia Antipolis, IAE de Nice

Résumé

Dans le contexte international, le service repose essentiellement sur la compétence interculturelle de l'expert vendant un bien immatériel basé sur la parole. L'empathie et la confiance, nécessaires pour l'instauration d'une relation (de service) à succès, sont la base de cette compétence qui repose sur la notion de dualité. L'étude de cas portant sur une PME internationale prestataire de services linguistiques, propose de considérer la compétence transculturelle, qui dépasse le dualisme et va au-delà de la culture. Elle est multi-langue, elle porte l'idée de l'universalisme, et se trouve au cœur de l'expertise dans les services.

Mots-clefs

Compétence ; Expertise ; Service ; Transculturel ; Confiance.

LANGUAGE CHALLENGES AND INTERNATIONALIZING ORGANIZATIONS' DEVELOPMENT DYNAMICS: IN SEARCH OF LITERATURE GAPS

Author(s)

Josiane MARTIN-O'BRIEN
ESCP Europe

Jean-Paul LEMAIRE
ESCP Europe

Abstract

Replaced within the field of Language in International Business, this contribution considers the impact of languages choices on the balance of power between the various internationalizing organizations and their internal and external stakeholders. Encompassing various types and sizes of organizations, we scrutinized it at the successive stages of their international progression, in the various geographical areas, building on the work by Tenzer et al.(2017).The systematic analysis of 79 articles related to Language and International Development Strategy pinpoints the 'fills' and 'gaps' of the existing literature. For each of these stages, early managerial implications are identified and further research developments suggested.

Keywords

Language Choices; International Business; International Development Strategy; Internationalization Stages.

5. DIVERSITE CULTURELLE ET LINGUISTIQUE

L'ESPACE, UN NOUVEL OUTIL DE MANAGEMENT INTERCULTUREL ? PERCEPTIONS CROISÉES D'USAGERS OCCUPANT UN ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL À AIRE OUVERTE DANS UN ESPACE MAJORITAIREMENT FRANCOPHONE ET UN ESPACE MULTICULTUREL AU CANADA

Auteur(s)

Céline SIMARD
Université de Montréal, Canada

Fabienne MÜNCH
Univ. Grenoble Alpes, Grenoble INP
CERAG, 38000 Grenoble, France
University of Chicago, Chicago, Etats-Unis

Résumé

Le développement des environnements de travail à aire ouverte a pour objectif de répondre aux besoins de souplesse structurelle des organisations face à leurs cycles économiques de croissance/décroissance. Au-delà des aspects économiques, ce parti-pris de design soulève beaucoup de questions, à savoir si il répond positivement aux besoins des usagers: besoins de développer leurs apprentissages, de collaborer, de se concentrer et de socialiser. En particulier, est ce que ces environnements créent des espaces «affordants», suggérant l'agir et pas seulement le faire? Qu'en est-il lorsque ces espaces sont occupés par une population multiculturelle? Appuyée par une recherche terrain de deux environnements de travail chez CBC/Radio-Canada, diffuseur public Media au Canada, cette communication présente les différences et similitudes émergentes concernant la perception d'un nouvel environnement de travail à aire ouverte, du point de vue d'usagers anglophones et francophones; elle met également en lumière des réflexions concernant l'utilisation de l'espace comme outil de management d'équipes interculturelles.

Mots-clefs

Management Interculturel, Perception Interculturelle, Environnement De Travail, Affordance, Proxémie.

ORGANIZATIONAL IDENTIFICATION PROCESSES BEYOND AND ACROSS SOCIETAL CONTEXTS: THE CASE OF A NON-GOVERNMENTAL ORGANIZATION FOR SOCIALLY RESPONSIBLE ENTREPRENEURS

Author(s)

Mette ZOELNER
CBS, Denmark

Abstract:

Drawing on organizational studies and intercultural management the paper raises the question of how to comprehend identification processes across societal contexts. The paper conceives of identification as narratives and explores internationalization on the basis of a qualitative analysis of the French NGO, the Centre des Jeunes Dirigeants, in Morocco. The analysis contributes with comprehension of how identity narratives travel across societal contexts. The study illustrates, first, that identification results both from face-to-face social interactions and from imagining a belonging with organizational members that one rarely, if ever, meets. Second, the paper shows that identity narratives with abstract template structures are particularly apt for internationalization.

Keywords

Identification Processes; Organization; Narratives; Internationalization; France And Morocco.

6. L'ENGAGEMENT INTERNATIONAL DES PME

INTERNATIONALISATION DES MPE AU BRÉSIL : ÉTUDE DE CAS SUR UNE PETITE ENTREPRISE DU SECTEUR DE LA CHAUSSURE

Auteur(s)

Kamila AMORIM NORONHA NUNES
Centro Universitário de Brasília (UniCEUB)

Luciene BRAZ FERREIRA
Centro Universitário de Brasília (UniCEUB)

Erika LISBOA
Centro Universitário de Brasília (UniCEUB)

Résumé

Cet article est une approche du contexte de l'internationalisation d'une petite entreprise brésilienne du secteur de la chaussure. Il a pour but d'analyser les processus d'exportation directe et indirecte de l'entreprise, ceux-ci étant la première phase d'internationalisation des entreprises. Pour obtenir les résultats recherchés, les objectifs spécifiques de l'analyse ont consisté à décrire dans le détail l'entreprise par rapport à sa localisation et à son secteur, ainsi que les principales motivations qui l'ont conduite vers une option d'internationalisation, les stratégies adoptées et les résultats de cette internationalisation. Grâce à un entretien semi-structuré et approfondi avec le principal responsable des transactions internationales et une mise en relation avec les principales théories sur le sujet, cette recherche a pu identifier des traits théoriques, aussi bien comportementaux qu'économiques, tant lors des phases de procédure que d'exportation continue. De plus, les facteurs qui font que les entreprises se tournent vers le marché extérieur, comme les pull factors (facteurs d'impulsion), les alliances stratégiques et les facilités de communication, ont été identifiées au sein de l'entreprise. D'autre part, il a également été possible de vérifier la présence de mediating forces (forces de médiation) qui sont liées au produit de l'entreprise, à l'exemple des caractéristiques du produit, du secteur d'activité et du besoin en ressources.

Mots-clefs

Internationalisation, Exportation, MPE.

6. L'ENGAGEMENT INTERNATIONAL DES PME

LES FACTEURS DE POURSUITE DE L'IMPLANTATION INTERNATIONALE DES PME AU MAGHREB : EXPLORATION DU ROLE DE L'EXPERIENCE DU DIRIGEANT ET DU RESULTAT DE LA PREMIERE IMPLANTATION

Auteur(s)

Charles AYMARD

Franck BRULHART

Marion VIEU

Résumé

À partir du modèle d'Uppsala et de la théorie de l'apprentissage organisationnel, l'article interroge le rôle de l'expérience de la PME qui se localise en Afrique ainsi que l'influence du résultat d'une première localisation sur la décision d'une deuxième. L'étude de la PME marseillaise NexVision montre que l'expérience reste une dimension importante du choix de localisation, tout comme la perception du résultat d'une première localisation. Le réseau social du dirigeant, la distance psychique et la stratégie d'internationalisation se présentent également comme des notions cruciales à prendre en compte.

Mots-clef

PME ; Maghreb ; Internationalisation ; Deuxième Localisation

6. L'ENGAGEMENT INTERNATIONAL DES PME

RESEAUX SOCIAUX NUMERIQUES ET PME : QUEL ROLE DANS LE PROCESSUS D'INTERNATIONALISATION TRADITIONNEL VS BORN GLOBALS ?

Auteur(s)

Elodie DEPRINCE
Doctorante-assistante, UMONS

Emna MOALLA
Professeur assistant
ESSCA School of Management

Résumé

Le développement international et la pénétration de nouveaux marchés préoccupent les entreprises et notamment les petites et moyennes entreprises (PME). Les processus d'internationalisation constituent parallèlement un champ de recherche privilégié dans la littérature en management international (MI). Dans la lignée de ces travaux, l'objectif de cette communication est de contribuer à une meilleure compréhension des processus d'internationalisation des PME au travers d'une réflexion théorique sur le rôle des réseaux sociaux numériques (RSN). Plus précisément, cette recherche théorique a pour objectif de comprendre le rôle des RSN selon l'approche d'internationalisation adoptée par la PME : traditionnelle versus « born global ».

Mots-clefs

Réseaux Sociaux Numériques ; PME ; Processus D'internationalisation ; Modèle Uppsala ; Born Global

6. L'ENGAGEMENT INTERNATIONAL DES PME

LE ROLE DES COLLABORATIONS ET DE L'ENVIRONNEMENT INSTITUTIONNEL DANS L'EMERGENCE DE L'INNOVATION PRODUIT DANS LES PME EXPORTATRICES FRANÇAISES ET UKRAINIENNES

Auteur(s)

Oksana KANTARUK PIERRE
Doctorante
Université de Lorraine, CERFIGE, F-54000 Nancy, France

Raluca MOGOS DESCOTES,
Maître de conférences, HDR, Université de Lorraine, CERFIGE,
F-54000, Nancy, France

Bjorn WALLISER
Professeur des Universités, Université de Lorraine, CERFIGE, F-54000,
Nancy, France

Résumé

En explorant des pratiques des PME exportatrices françaises et ukrainiennes, ce travail montre le rôle joué par l'innovation collaborative et par l'environnement institutionnel domestique dans le façonnage de l'innovation produit. Notre travail est fondé sur les travaux empiriques traitant de l'impact des différents types de collaborations sur l'innovation ainsi que sur l'approche par profils institutionnels pour faire état des impacts que peuvent avoir les différents environnements à l'international. Nos résultats soulignent le rôle-clé des collaborations avec les clients pour le développement des nouveaux produits. Nous constatons l'importance des piliers des profils institutionnels pour le développement des activités internationales et innovantes.

Mots-clefs

Innovation Produit ; Collaborations ; Environnement Institutionnel ; PME Exportatrices

6. L'ENGAGEMENT INTERNATIONAL DES PME

L'INNOVATION OUVERTE DES PME : LES EFFETS DE L'APPARTENANCE À UN GROUPE NATIONAL OU INTERNATIONAL

Auteur(s)

Sébastien LE GALL
Maître de Conférences en Sciences de Gestion
Institut de Management de l'Université Bretagne Sud, Laboratoire LEGO
sebastien.le-gall@univ-ubs.fr

Résumé

Les objectifs de la recherche sont d'investiguer les pratiques d'innovation ouverte des PME et d'interroger les effets de leur appartenance ou non à un groupe national ou international. Nous nous appuyons sur une enquête réalisée en 2015 auprès de 1494 PME, dont 1070 sont indépendantes, 266 relèvent de groupes de dimension nationale et 158 de dimension internationale. À partir de ces 3 classes de PME, des tests statistiques d'indépendance et de caractérisation de variables qualitatives sont réalisés. Les résultats traduisent des pratiques d'innovation spécifiques au sein des PME dépendantes de groupes de dimension internationale. Ils rendent également compte d'une ouverture géographique pour l'innovation (sources d'idées, coopération) qui diffère selon l'organisation à laquelle est associée la PME.

Mots-clefs

PME ; Groupe ; Innovation ; Coopération ; International

VALUES PARTICULARISM AND THE FAMILY-OF-ORIGIN EFFECT: A CONTEXTUALIZED STUDY OF HIPPI

Author(s)

Mark LEHRER
Suffolk University, Boston, USA

Stefan SCHMID
ESCP Europe, Germany

Abstract

In this paper, the concept of the country-of-origin (COO) effect is extended to derive a new concept, the family-of-origin (FOO) effect. The FOO effect is shown to be relevant to the German family firm Hipp, which pioneered organic foods in the 1950s, decades before such foods became common in supermarkets. The Hipp case raises the general issue of "values particularism": as documented in a contextualized case study, the pioneering of organic foods by Hipp was not a one-time departure from conventional profit-oriented thinking but fits into a pattern of risk-taking underpinned by deeply held family values. The analysis therefore explores the nexus between family firms, values particularism and the family-of-origin (FOO) effect.

Keywords

Country-Of-Origin Effect, Family Firms, Hipp, Family-Of-Origin Effects, Values Particularism, Organic Food

6. L'ENGAGEMENT INTERNATIONAL DES PME

L'INNOVATION, CONDITION DE SUCCES DE LA RELOCALISATION POUR LA PME.

Auteur(s)

Céline BOUVERET-RIVAT

Catherine MERCIER-SUISSA

Résumé

Les études empiriques ont bien identifié les déterminants de la relocalisation pour les PME françaises au cours des années 2000. Dix ans plus tard, nous avons le recul nécessaire pour analyser les conséquences de la relocalisation sur l'activité de l'entreprise. Si la théorie traditionnelle du commerce international montre que la déspecialisation est irréversible et univoque, la relocalisation des entreprises infirme ce postulat. Le courant néo-technologique (Vernon) montre l'importance de l'innovation. Dès lors, nous entendons montrer : quel type d'innovation est mis en place suite à une relocalisation ? L'étude de cas unique longitudinale sur la coopérative ATOL permet d'étudier les types d'innovation (d'exploration et d'exploitation) mis en place, afin de rendre la relocalisation pérenne.

Mots-clefs

Relocalisation ; Cycle De Vie Du Produit/Du Marché ; Spécialisation ; Innovation D'exploration ; Innovation D'exploitation.

6. L'ENGAGEMENT INTERNATIONAL DES PME

PROFILS COMPORTEMENTAUX ET MANAGERIAUX COEVOLUTIFS AU SEIN DE GROUPEMENTS DE PME EXPORTATRICES A MADAGASCAR

Auteur(s)

Gilde RALANDISON

Eric MILLIOT

Victor HARISON

Résumé

Pour s'internationaliser, les PME exportatrices impliquées durablement dans des groupements plus ou moins formels prennent en considération les avantages des cultures coopératives et les inconvénients des comportements opportunistes de certains acteurs. Pour identifier et analyser les profils qui contribuent au processus de coévolution des membres de ces groupements, cette recherche examine les conditions qui permettent de créer dans le temps un avantage commun tout en permettant de servir un projet individuel. Deux cas complémentaires de groupements associant des PME malgaches et des firmes étrangères sont étudiés, de manière longitudinale, pour comprendre un tel processus. L'étude et la mise en relation de ces deux cas permettent de repérer une trajectoire des postures qui va, pour les acteurs impliqués, de profils comportementaux vers des profils managériaux types.

Mots-clefs

Internationalisation, Coévolution, Profils Comportementaux, Profils Managériaux, PME.

6. L'ENGAGEMENT INTERNATIONAL DES PME

LES PROJETS DE DEVELOPPEMENT INTERNATIONAL DES START-UP INCUBEES

Auteur(s)

Tristan SALVADORI
Doctorant contractuel
IAE Lyon, Centre de Recherche Magellan, Université Jean Moulin
6 cours Albert Thomas, 69008 Lyon
tristan.salvadori@univ-lyon3.fr

Ulrike MAYRHOFER
Professeur des Universités
IAE Lyon, Centre de Recherche Magellan, Université Jean Moulin
6 cours Albert Thomas, 69008 Lyon
ulrike.mayrhofer@univ-lyon3.fr

Résumé

Cet article porte sur l'expansion internationale des start-ups qui sont accompagnées par un incubateur universitaire. Les auteurs étudient les différentes modalités de développement international qui peuvent être utilisées par des start-up. Ils analysent 26 projets de création qui ont été proposés par des étudiants-entrepreneurs à l'incubateur de l'Université Jean Moulin Lyon, et plusieurs entretiens menés avec les entrepreneurs incubés. L'étude empirique réalisée montre que les jeunes entrepreneurs envisagent des trajectoires d'internationalisation variées, notamment au niveau de la sélection des marchés géographiques. Ils privilégient les exportations directes et une internationalisation progressive de leurs activités. Leurs attentes vis-à-vis de l'incubateur concernent également leur démarche d'expansion internationale.

Mots-clefs

Start-Up; Internationalisation; Incubés ; Incubateur ; Entrepreneurial International

6. L'ENGAGEMENT INTERNATIONAL DES PME

RYTHME ET NIVEAU D'INTERNATIONALISATION DES PME DE PAYS EMERGENTS

Auteur(s)

Natália C. WINCKLER
Universidade Federal do Rio Grande do Sul - Escola de Administração
Rua Washington Luiz, 855 - Centro Histórico, Porto Alegre - RS, 90010-460,
Brasil
nataliawinckler@gmail.com

Aurora C. ZEN
Universidade Federal do Rio Grande do Sul - Escola de Administração
Rua Washington Luiz, 855 - Centro Histórico, Porto Alegre - RS, 90010-460,
Brasil
aurora.zen@ufrgs.br

Frédéric PREVOT
Kedge Business School
Domaine de Luminy BP 921 - 13 288 Marseille Cedex 9, France
frederic.prevot@kedgebs.com

Résumé

L'objectif de cette recherche est de montrer l'influence de l'âge, de la rapidité d'internationalisation et de l'expérience internationale sur le degré d'internationalisation des PME de pays émergents. Nos résultats, basés sur une analyse quantitative de données obtenues par l'administration d'un questionnaire auprès de 222 entreprises brésiliennes, montrent que les entreprises les plus jeunes et qui s'internationalisent le plus rapidement présentent un niveau d'internationalisation plus élevée. Ceci souligne l'importance pour les PME de pays émergents de se lancer au plus tôt dans l'internationalisation et indique que pour les entreprises les plus anciennes sur le marché local, l'internationalisation n'est pas nécessairement une stratégie appropriée. Ces résultats apportent un éclairage sur la spécificité des PME de pays émergents par rapport aux approches théoriques construites sur des analyses portant essentiellement sur des entreprises de pays développés.

Mots-clefs

Pays Emergents ; PME ; Internationalisation, Brésil

7. PERFORMANCE A L'INTERNATIONAL ET VALORISATION DES FIRMES

GOING PRIVATE TRANSACTIONS PERFORMANCE IN EMERGING ECONOMIES: A COMPARATIVE STUDY IN LATIN AMERICA AND ASIA

Author(s)

Alain CHEVALIER
ESCP Europe

Aurélie SANNAJUST
University of Saint Etienne
COACTIS EA 4161

Abstract

We extend our worldwide research on private equity by studying the drivers of going private operating performance in emerging countries (Asia and Latin America). We select a large set of candidate drivers (financial, governance, macroeconomics, microeconomics, institutional variables) and we analyze their effects on performance over the short and long-terms. To conduct our study, we use Capital IQ, Thomson One Banker, World Bank as databases. We contribute to the current literature by doing an investigation of the impact of macroeconomics factors and institutional drivers (political stability, rule of law and regulatory quality) on the buyout performance. Positive and significance results are obtained. We use a sample of 248 going private transactions, which occurred between 2000 and 2011. Our results show that GDP growth and political stability are important drivers that significantly contribute to generate performance in going private.

Keywords

Emerging Countries, Going Private, Delisting, Drivers, Institutional Drivers, Macroeconomics Variables.

7. PERFORMANCE A L'INTERNATIONAL ET VALORISATION DES FIRMES

LEADERSHIP, BUSINESS MODEL INNOVATION AND INTERNATIONALIZATION PERFORMANCE OF LATE INTERNATIONALIZING FIRMS

Author(s)

Ana COLOVIC
Neoma Business School

Olivier LAMOTTE

Abstract

This paper investigates the joint impact of business model innovation and entrepreneurial leadership on the internationalization performance of late internationalizing firms. Building on the distinction between incremental and radical business model innovation on one hand and between directive and empowering leadership on the other hand, we developed a 2x2 matrix depicting four combinations of business model innovation and leadership style, which we used to guide our empirical study. We deployed qualitative methods to study business model innovation, leadership style and internationalization outcomes in eight small firms in Japan. Our findings suggest that in rapidly changing, hostile home-country conditions, directive leadership and incremental business model innovation lead to superior performance in the early stages of internationalization as compared to empowering leadership and radical business model innovation. However, as the firms expand foreign operations, there seems to be a need for a change in leadership style with a greater tendency towards empowering leadership.

Keywords

Business Model, Innovation, Leadership, Internationalization.

7. PERFORMANCE A L'INTERNATIONAL ET VALORISATION DES FIRMES

ANALYSE DE L'EFFET LUNDI SUR LES MARCHES D'EUROPE CENTRALE ET ORIENTALE

Auteur(s)

Sophie NIVOIX
Centre de Recherche en sciences de Gestion (CEREGE)
Université de Poitiers : EA1722

Sandrine BOULERNE
Université de Tours

Résumé

L'effet lundi est une anomalie bien connue dans laquelle les rentabilités boursières du lundi sont significativement différentes des autres jours. Plusieurs tests sont réalisés pour détecter la présence de cet effet lundi sur onze marchés boursiers des pays d'Europe centrale et orientale, et portent sur les points suivants : rentabilité, dominance stochastique, changements structurels et volatilité. L'effet lundi existe sur la plupart des marchés boursiers, mais il apparaît inversé pour deux indices. La majorité des marchés boursiers a connu des changements structurels (ruptures) dans les rentabilités et les volatilités quotidiennes, surtout en 2007.

Mots-clefs

Effet Lundi, Europe Centrale Et Orientale, Rentabilité, Actions

7. PERFORMANCE A L'INTERNATIONAL ET VALORISATION DES FIRMES

LE MARCHÉ DES ACTIONS DE BEYROUTH EST-IL EFFICIENT ??

Auteur(s)

Sophie NIVOIX
Centre de Recherche en sciences de Gestion (CEREGE)
Université de Poitiers : EA1722

Mohammad EL HAJJ
American University of Culture and Education

Résumé

L'objectif de cette recherche est d'analyser dans quelle mesure le marché des actions du Liban est efficient. Comparativement aux marchés des pays d'Afrique du Nord et à ceux des pays du Golfe, la Bourse de Beyrouth a jusqu'à présent été assez peu analysée, alors que malgré sa petite taille elle présente un intérêt potentiellement stratégique en termes de diversification pour les investisseurs internationaux. Nos résultats indiquent que l'hypothèse de racine unitaire dans les rentabilités quotidiennes est rejetée et qu'il existe une stationnarité dans ce processus. De plus, l'intégration des aléas sur les rentabilités et les volatilités indique qu'un modèle GARCH(1,1) rend le mieux compte du processus d'évolution des cours. Il en découle que l'on peut rejeter l'hypothèse d'efficience faible sur ce marché.

Mots-clefs

Rentabilité, Volatilité, GARCH, Liban, Marché Des Actions

8. MARKETING EN CONTEXTE INTERNATIONAL

MARKETING DE L'OFFRE ET EXPORTATIONS DES VINS FRANÇAIS : ETUDE DU CAS DE LGI WINES

Auteur

Foued CHERIET
Maître de Conférences en stratégie internationale
Montpellier SupAgro
UMR 1110 MOISA
foued.cheriet@supagro.fr

Résumé

La France est un acteur majeur sur la scène viti-vinicole mondiale : 2nd marché de consommation, 1er exportateur en valeur, 2nd producteur mondial. Néanmoins, et depuis une dizaine d'années, les entreprises françaises enregistrent des baisses importantes de leurs parts de marchés. Cela s'explique par des caractéristiques structurelles de la filière (coûts, atomisation, petite taille, absence de marques fortes) mais aussi par une concurrence forte des nouveaux pays producteurs et une faible adaptation des produits français aux attentes des consommateurs internationaux. Pourtant certains acteurs de la filière arrivent à s'adapter à ce contexte. Nous présentons dans cette étude de cas, le modèle atypique de l'entreprise LGI Wines (basée à Carcassonne, sud de la France) qui adopte un modèle de marketing de la demande et réussit à vendre 36 millions de bouteilles dans le monde, sans disposer de marques propres, ni de vignobles, ni de structures de vinification.

Mots-clefs

Marketing De L'offre Versus Demande, Etude De Cas, Vin, Export, France

8. MARKETING EN CONTEXTE INTERNATIONAL

SPÉCIFICITÉS DU PROCESSUS D'INTERNATIONALISATION D'UNE FIRME AFRICAINE : ETUDE DU CAS DE L'ENTREPRISE MALGACHE VIDZAR

Auteur(s)

Foued CHERIET
Maître de Conférences en stratégie internationale
Montpellier SupAgro
UMR 1110 MOISA
foued.cheriet@supagro.fr

Franck DUQUESNOIS
Université de Bordeaux - IUT TC
IRGO - Equipe Entrepreneuriat
franck.duquesnois@u-bordeaux.fr

Résumé

L'objet de notre travail est d'identifier les spécificités du processus d'internationalisation d'une firme africaine à travers l'étude du cas du développement international du groupe malgache Vidzar, un des leaders africains du Rhum. Deux objectifs sont assignés à cette étude de cas : prendre en compte les spécificités contextuelles (Jackson, 2013 et Devine et Kiggundu, 2016) et adapter la démarche méthodologique (Kriauciunas et al., 2011). Les résultats obtenus montrent certaines spécificités en termes de rythme et de séquences du processus ou encore en termes de gestion des représentations commerciales et des intermédiaires, mais témoignent aussi de facteurs de ressemblances avec des cycles génériques d'internationalisation. Nos résultats plaident fortement pour l'analyse contextualisée du développement international des firmes africaines.

Mots-clefs

Spiritueux, Afrique, Etude De Cas, Développement International

8. MARKETING EN CONTEXTE INTERNATIONAL

TRAÇABILITE AU SEIN DE LA SUPPLY CHAIN DES ALCOOLS, UN POTENTIEL DE DIFFERENCIATION LIE AUX BOUTEILLES CONNECTEES

Auteur(s)

Jennifer LAZZERI
Maître de conférences
Aix Marseille Université, CRET-LOG, Aix-en-Provence,
jennifer.lazzeri@univ-amu.fr

Anne ROLLET
Maître de conférences
Aix Marseille Université, CRET-LOG, Aix-en-Provence,
anne.rollet@univ-amu.fr

Résumé

L'article s'attache à identifier les enjeux stratégiques de la traçabilité par l'utilisation de bouteilles connectée dans le secteur des bières, vins et spiritueux. Les résultats se fondent sur une analyse des sites institutionnels et des rapports d'activité des marques des six produits retenus ainsi que sur une revue de la presse professionnelle. L'analyse met en évidence que la mise en place de ces technologies digitales relève à la fois d'un choix stratégique de différenciation, de motivations marketing (communication avec le consommateur international) et d'une amélioration de la gestion de la supply chain. Les entreprises s'inscrivent dans la continuité de la valorisation du produit traditionnel tout en créant une expérience consommateur inédite.

Mots-clefs

Traçabilité ; Bouteille Connectée ; Enjeux Stratégiques ; Internet Des Objets ; Spiritueux

8. MARKETING EN CONTEXTE INTERNATIONAL

I WANT IT ALL AND I WANT IT NOW. MOTIVATIONS OF COUNTERFEIT LUXURY CONSUMPTION AMONG AFFLUENT CONSUMERS.

Author(s)

Julia PUESCHEL
DRM, CNRS
Université Paris-Dauphine
PSL Research University, 75016 Paris,
Julia.pueschel@gmail.com

Abstract

This research investigates the motivations of counterfeit luxury consumption in the Gulf Cooperation Council (GCC) countries. Using a Means-End-Chain approach, this research uncovers four dominant motivational patterns and complexities that drive affluent GCC consumers to purchase counterfeit luxury products: Value-Consciousness, Belonging, Hedonism and Self-esteem. Luxury brands and policy makers could use these main hidden final values to gain a holistic understanding of consumer motivations and develop stronger anti-counterfeiting strategies to discourage counterfeit consumption.

Keywords

Counterfeiting; Luxury Brand; Means-End Chain; GCC Consumers

Index des auteurs

- AKOWOURA, Maimouna, 13, 27
AMORIM NORONHA NUNES, Kamila, 15, 63
ANGLES, Valérie, 12
APITSA, Suzanne M., 12, 17, 36
ASSHIDI, Hamza, 17, 50
AYMARD, Charles, 16, 64
BARMEYER, Christoph, 16, 51
BARTEL-RADIC, Anne, 17, 50
BAUSCH, Madeleine, 16, 51
BEDDI, Hanane, 15, 42
BELLALI, Abderrahmane, 11
BEN HAMIDA, Lamia, 13, 58
BEN JEMAA, Kaouther, 15, 44
BEN MAHMOUD-JOUINI, Sihem, 15, 37
BERNARD, Marine, 13, 28
BILA, Solène, 11
BOULERNE, Sandrine, 14, 75
BOUSSEDRA, Ines, 11
BOUVERET-RIVAT, Céline, 14, 69
BRAZ FERREIRA, Luciene, 14, 15, 33, 63
BRULHART, Franck, 16, 64
BRUNAT, Eric, 13, 54
CAUSSAT, Paul, 13, 52
CAVUSGIL, S. Tamer, 13, 31
CHAMCHATI, Oumaima, 11
CHANLAT, Jean-François, 15, 53
CHARUE-DUBOC, Florence, 15, 37
CHEBBI, Hela, 15, 42
CHERBIB, Jihene, 15, 45
CHERIET, Foued, 16, 18, 19, 77, 78
CHEVALIER, Alain, 14, 73
CHIAMBARETTO, Paul, 17, 46
CHURCH-MOREL, Amy, 13, 54
COLOVIC, Ana, 14, 74
COME, Thierry, 14, 20
COUSSI, Olivier, 13, 28
DAROUICHI, Oussama, 11, 12
DAVOINE, Eric, 13, 55
DE MARCELLIS-WARIN, Nathalie, 11
DEPRINCE, Elodie, 11, 18, 65
DESSAIGNE, Mathilde, 17, 50
DHAOUADI, Ines, 14, 21
DIDIER, Odile, 11
DIKMEN, Laure, 15, 44
DIMITROVA, Anna, 13, 29
DOLCE, Valentina, 55
DUCHÊNE-LACROIX, Florence, 13, 54
DUNCAN, Scott, 11
DUPUIS, Jean-Pierre, 16, 56
DUQUESNOIS, Franck, 18, 78
EL BEKKARI, Manal, 11
EL HAJJ, Mohammad, 14, 76
ENGSIG, Juliane, 17, 46
FAVRE, Shékina, 12
FELLAGUE, Mohamed, 17, 39
FERRU, Marie, 13, 28
FREEMAN, Susan, 13, 31
GARBI, Fabrízio, 14, 32
GHAURI, Pervez, 13, 31
GHISLIERI, Chiara, 55
GODELIER, Eric, 17, 22
GRILLAT, Marie-Laure, 17, 47
GUERINEAU, Mathias, 13, 38
HABEGGER, Gaetan, 12
HADDOU, Samira Ahlem, 17, 39
HADENGUE, Marine, 11, 15, 37
HAMZI, Lotfi, 14, 20
HAN, Huai-Yan, 14, 20
HANI, Mouhoub, 16, 23
HARISON, Victor, 16, 70
HUONG BUI, Lan, 12
HUYNH, Thi My Hanh, 17, 57
ISCHER, Patrick, 13, 58
JENSEN, Karina, 14, 30
JERINIC, Zorana, 15, 59
KAKAR, Qahraman, 14, 26
KANTARUK PIERRE, Oksana, 14, 66
KHAN, Abdul, 13, 31
KHERCHI, Ishak, 17, 39
KIN, Vichara, 17, 48
KLAI, Asma, 11
KRYLOV, Valery, 17, 40
LAMB, Philippe, 11, 12
LAMOTTE, Olivier, 14, 74

LANG, Annette, 11
 LAZZERI, Jennifer, 18, 79
 LE GALL, Sébastien, 14, 67
 LEÃO DA SILVA, Lucas, 14, 33
 LEHRER, Mark, 18, 68
 LEMAIRE, Jean-Paul, 12, 15, 60
 LISBOA, Erika, 14, 15, 32, 33, 63
 LIVIAN, Yves-Frédéric, 13, 27
 LUONG, Ha, 12
 LUTZ , Axelle, 12
 MAHADEVAN, Jasmin, 14, 26
 MARTIN-O'BRIEN, Josiane, 15, 60
 MAUREL, Carole, 16, 19
 MAYRHOFER, Ulrike, 13, 15, 41, 71
 MELIN, Christopher, 17, 24
 MERADI , Ouari, 16, 34
 MERCIER-SUISSA, Catherine, 11, 14, 69
 MERIGNAC, Olivier, 17
 MILLIOT, Eric, 16, 70
 MOALLA, Emna, 18, 65
 MOGOS DESCOTES, Raluca, 14, 66
 MONTENERO, Vincent, 17, 40
 MÜNCH, Fabienne, 16, 61
 NIELSEN, Bo, 17, 46
 NIVOIX, Sophie, 14, 75, 76
 O'BRIEN, John Eustice, 17, 25
 PREVOT, Frédéric, 15, 72
 PRIME, Nathalie, 12, 13, 52
 PUESCHEL, Julia, 18, 80
 RAKOTOASIMBOLA, Eric, 12
 RALANDISON, Gilde, 16, 70
 RAMAROSON, Andry, 17, 46
 RHAZAOUI, Oumaima, 12
 RIGHI , Lilia, 12
 ROLLET, Anne, 18, 79
 ROUET, Gilles, 14, 20
 SALVADORI, Tristan, 15, 71
 SANNAJUST, Aurélie, 14, 73
 SARDANA, Deepak, 16, 35
 SCHMID, Stefan, 18, 68
 SEGAL, Jean-Pierre, 16, 56
 SHAHANI, Jasmine, 12
 SIMARD, Céline, 16, 61
 SMIDA , Ali, 15, 49
 TEISSANDIER , Magdalena, 12
 TOSI, Dario Elia, 13, 54
 TRIKI, Dora, 13, 15, 29, 45
 VALDEMARIN, Stefano, 12, 13, 41
 VIEU, Marion, 16, 64
 VIGNALI, Cristina, 13, 54
 VIGNOLLET, Laurence, 13, 54
 WALLISER, Bjorn, 14, 66
 WARIN, Thierry, 11
 WILKEN, Robert, 13, 52
 WINCKLER, Natália C., 15, 72
 WODOCIAG, Sophie, 13, 55, 58
 YAHIAOUI, Dorra, 15, 42
 ZEN, Aurora C., 15, 72
 ZHANG, Boqi, 13, 43
 ZHU, Ying, 16, 35
 ZOELNER, Mette, 17, 62
 ZOGGARH, Jaouad, 12
 ZOUABI, Boutheina, 15, 49

Partenaires et sponsors

La Chaire Renault « Management interculturel »¹

GROUPE RENAULT



Cette Chaire, signée le 14 novembre 2017, est née de l'envie commune du Groupe Renault et de ESCP Europe de proposer un lieu privilégié d'expertise et d'apprentissage sur les questions liées au management interculturel. Il s'agit de développer une meilleure compréhension de l'incidence des diversités culturelles sur la structure et le fonctionnement des organisations. Cette Chaire est portée par Madame Mouna Sepehri, EVP, Directeur Délégué à la Présidence du Groupe Renault et est placée sous la direction scientifique du professeur de Gestion des Ressources Humaines et de Leadership Interculturel Marion Festing (campus de Berlin). En cohérence avec le thème de la chaire, Carlos Ghosn, Président-directeur général du groupe Renault a choisi de parrainer la toute première promotion ESCP Europe du full time MBA in International Management.

L'histoire automobile récente a été marquée par des opérations de rapprochement de grande envergure, parmi lesquelles l'alliance, en 1999, entre le groupe français Renault et le groupe japonais Nissan. Dans un secteur très exposé à la conjoncture économique, aux évolutions technologiques, sociétales et aux questions environnementales, Renault, grande entreprise française, est devenue un Groupe mondial avec plus de 120 000 collaborateurs dans 127 pays. L'Alliance, qui inclut aujourd'hui Renault, Nissan et Mitsubishi, unique en son genre, est aujourd'hui le leader mondial du secteur automobile, avec 5,27 millions de véhicules vendus au premier semestre 2017. Au sein du Groupe Renault, la question du management interculturel est au cœur de l'organisation, il est un facteur clé de succès, de progrès, de développement et d'engagement des collaborateurs.

L'objectif de la Chaire est de développer une connaissance sur les pratiques adaptées au management interculturel et d'offrir au monde académique un terrain de recherches relatives à l'organisation et à ces pratiques. Ses activités s'articuleront autour de 3 champs :

- Enrichir et développer les enseignements au sein de ESCP Europe autour du management interculturel, notamment en « blended learning », avec des supports innovants (digitaux, etc.)
- Produire de la recherche sur la thématique au travers d'un réseau de chercheurs en France, en Europe et à l'international, afin de renforcer la position centrale de la France et de l'Europe dans ce domaine. Cela se traduira par la réalisation de mémoires, communications dans des congrès, publications d'articles dans des revues scientifiques, des journaux de transfert, voire dans la presse
- Organiser une série d'événements réunissant praticiens, étudiants, enseignants chercheurs et participants de Renault, constituer et animer une véritable communauté de professionnels et d'étudiants autour de la thématique du management interculturel

¹<http://www.escpeurope.eu/fr/faculte-recherche/chaieres-et-instituts-escp-europe/chaire-management-interculturel-groupe-renault/>

Professorship KPMG « International Corporate Governance »²



Enrichis d'une relation unique tissée depuis 8 ans au travers de la Chaire Gouvernance, Stratégie, Risques et Performance, ESCP Europe et KPMG, du fait des nouveaux enjeux liés aux questions de Gouvernance d'entreprise, et notamment au niveau Européen, ont créé pour 3 années le 14 décembre 2015 le Professorship in International Corporate Governance sous la direction du professeur de droit international David Chekroun. KPMG affiche sa volonté de poursuivre son investissement dans le domaine de la gouvernance internationale d'entreprise qui représente un enjeu majeur pour les sociétés. C'est un domaine en évolution constante et toujours davantage placé sous le regard des investisseurs, des pouvoirs publics, des médias, des salariés et des autres parties prenantes.

Ce Professorship a vocation à analyser les nouveaux enjeux et défis des groupes transnationaux en rassemblant des grands acteurs de la vie économique et sociale, des chefs d'entreprises, des juristes de toutes origines, des hauts fonctionnaires, universitaires et responsables politiques. Il vise à diffuser les bonnes pratiques et à produire un nouveau savoir pour les managers de demain en s'inscrivant dans une approche pragmatique, transdisciplinaire et transfrontière.

Dans ce cadre sont produits des travaux de recherche et des enseignements. La gouvernance internationale à l'épreuve de l'économie numérique et du digital ; les groupes internationaux et l'extraterritorialité des règles de compliance ; Women on board... une feuille de route très riche qui s'accompagne également d'un projet d'étude de cas filmée.



² <https://icgprofessorship.org/?lang=en>

