



La lettre du  
PRISM  
SORBONNE  
Pôle de Recherches  
Interdisciplinaires en  
Sciences du Management

# -EDITORIAL-



**M**algré les moments difficiles vécus par beaucoup d'entre nous, nos activités de recherche n'en ont pas moins continué au cours de cette année 2020. Si les colloques en présentiel ont été moins fréquents, nous avons tiré au mieux parti de ces trop rares occasions ; en témoigne le succès de la 19ème édition du colloque sur le marketing digital qui s'est déroulé en Sorbonne, les 3 et 4 septembre. Nous avons, autant que la sécurité sanitaire le permettait, conservé un accès physique aux locaux. Merci à notre référente Covid, Abida Saïdyassine, qui a grandement contribué à cette bonne organisation. Le laboratoire a cherché à accompagner au mieux cette continuité d'activité, acquisition de licences informatiques pour le travail à domicile, prise en charge des frais de soumission et de copy-editing. Les séminaires des pôles thématiques du PRISM Sorbonne se sont poursuivis en Zoom, à leur rythme normal et avec une excellente participation. Pour rompre l'isolement, les doctorants du laboratoire ont organisé des rencontres informelles lors des moments de confinement. Recrutement de collègues, nouvelles inscriptions en thèse, soutenances de thèse, publications ont continué à un bon rythme. Ces mots d'introduction sont donc avant tout un grand et très sincère merci à tous les membres du PRISM Sorbonne, qui le font vivre au jour le jour. En second lieu, cette année a été l'occasion de commencer à préparer le prochain emménagement du laboratoire, espéré à la rentrée prochaine, dans ses nouveaux locaux : acquisition notamment de matériel de visio-conférence qui facilitera de futurs séminaires ou colloques en mode hybride, mobilier, ouvrages, équipement informatique, bases de données. Ce sera aussi l'occasion de poursuivre nos collaborations avec nos amis de l'IAE de Paris, via notre structure commune « Sorbonne Recherche en Management », qu'il s'agisse de nos séminaires et colloques et de la communication autour de cette belle marque.

Très bonne lecture de cette nouvelle édition de la lettre du laboratoire.



Jean-Paul Laurent  
Professeur, Université Paris 1 Panthéon - Sorbonne  
Directeur PRISM Sorbonne

# -VIE DU LABORATOIRE-



## NOUVEAUX MAÎTRES DE CONFÉRENCES ET MEMBRES DU LABORATOIRE

Le laboratoire accueille deux enseignants-chercheurs **Raouf Zafri** et **Caroline Mattelin-Pierrard**, Maîtres de Conférences.



**RAOUF ZAFRI**  
MAÎTRE DE CONFÉRENCES

Raouf Zafri est Maître de Conférences à l'Ecole de Management de la Sorbonne (Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne) et chercheur rattaché au pôle marketing du PRISM Sorbonne. Il a soutenu sa thèse en Sciences de Gestion et du Management à l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne sous la direction du Professeur Jean-François Lemoine. Il a obtenu le prix Etienne Thil de la meilleure thèse en distribution et commerce pour sa recherche intitulée « *L'influence de la typographie des sites web marchands sur les réactions des internautes* ». Il a également reçu deux autres prix de la meilleure thèse en sciences de gestion (ANDESE et Sphinx).

Ses travaux de recherche portent sur le marketing digital et plus précisément sur l'expérience client on line, l'influence des caractéristiques graphiques des Interfaces Homme-Machine sur le comportement des internautes et la web atmosphere.

Il a notamment produit les articles suivants :

- Lemoine J.F. et Zafri R., Typography of commercial websites: the effects of the interline spacing on internet users' reactions, AMS (2020) ;
- Lemoine J.F. et Zafri R., Les effets de la taille de caractère des sites web marchands sur les réactions des internautes, AFM (2020) ;
- Lemoine J.F. et Zafri R., Typographie des sites web et réactions des internautes : une expérimentation portant sur l'espacement interligne, AIM (2019) ;
- Lemoine J.F. et Zafri R., La perception de la typographie du site web marchand : quelles caractéristiques attendues ?, AFM (2018) ;
- Lemoine J.F. et Zafri R., L'influence de la typographie sur les réactions de l'internaute : une étude exploratoire, AFM (2017).



CAROLINE  
MATTELIN-PIERRARD  
MAÎTRE DE CONFÉRENCES

Caroline Mattelin-Pierrard est rattachée au pôle « *Stratégie et Economie d'Entreprise* » du laboratoire. Elle a soutenu sa thèse en management stratégique intitulée « *Des antécédents managériaux à la performance sociale de l'entreprise libérée : une lecture intégrative par l'innovation managériale* » à l'Université Savoie Mont Blanc (2019). Ses thèmes de recherche actuels portent sur les innovations organisationnelles et managériales. Plus précisément, elle s'intéresse aux nouvelles organisations, en particulier à l'entreprise libérée, et aborde l'innovation managériale (de ses antécédents à ses effets) sous l'angle du management responsable. Un autre axe de recherche concerne les freins et leviers à l'adoption de l'innovation ouverte. Lauréate du prix de thèse ADERSE, ses travaux ont également été finalistes de plusieurs prix (prix de thèse, prix meilleures contributions managériales et prix Roland Calori de l'AIMS).

Principales publications et communications :

- MATTELIN-PIERRARD, C., BOCQUET, R., DUBOULOZ, S. (2020). L'entreprise libérée : un vrai concept ou une simple étiquette ? Une revue systématique de la littérature, *Revue Française de Gestion*, 291(6), 23-51. <https://doi.org/10.3166/rfg.2020.00464>
- MATTELIN-PIERRARD C., BATTISTELLI M., DUBEY A.S., 2020, Libération d'entreprises et pratiques managériales : quelle(s) temporalité(s) d'adoption ?, 29ème congrès de l'Association International de Management Stratégique (AIMS), Online, 3-5 juin.
- BOURGEL B., MATTELIN-PIERRARD C., 2020, Tackling Grand challenges through unconventional organisational forms. An evaluation through perceptions and representations of liberated companies' top managers, 17ème congrès de l'ADERSE (reporté).
- MATTELIN-PIERRARD, C., DUBOULOZ, S. (2019). Le phénomène d'adoption d'une innovation managériale au prisme de la représentation sociale des dirigeants, *La Revue des Sciences de Gestion*, 297, 113-126.
- MATTELIN-PIERRARD, C. 2019, Liberated companies: Are they more socially responsible? A quasi-experiment in a partially liberated firm, 39th R&D Management Conference, Paris, 17-21 juin.

---

## DISPARITION DU PROFESSEUR CHARLES-HENRI D'ARCIMOLES

---

Notre collègue, le professeur **Charles-Henri d'Arcimoles** nous a quitté de façon soudaine dans la nuit du 12 avril 2020, à l'âge de 59 ans.

---



CHARLES-HENRI  
D'ARCIMOLES

---

Charles-Henri d'Arcimoles était apprécié et reconnu par tous les membres de notre laboratoire pour ses compétences, l'élégance de son esprit et sa bienveillance. Son décès est une perte cruelle pour tous. Nous renvoyons nos lecteurs au numéro 1007 de la lettre de l'AGRH consacré à la carrière de notre collègue et aux hommages personnels.

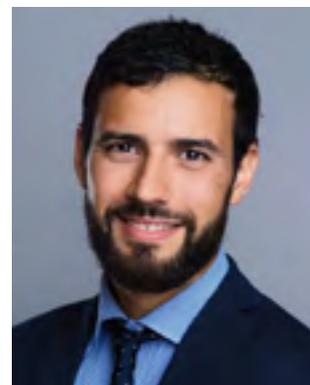
Le PRISM Sorbonne est rattaché à l'Ecole Doctorale de Management Panthéon - Sorbonne. Six doctorants du laboratoire ont soutenu leur thèse au cours de l'année 2020.

---



RUI ZHU

«The Corporate social Responsibility Orientation as a New Strategy to Build an Efficient Chinese Corporate Brand: the Case of the Real Estate Sector.» Sous la direction du Professeur Catherine de La Robertie, le 13 mars 2020 - Salle Duroselle - Sorbonne.



THOMAS THOUILLEZ

«Anatomie des Marchés Financiers à Haute Fréquence : Analyse de l'Influence de l'Automatisation sur la Microstructure des Marchés Financiers.» sous la direction d'Erwan Le Saout, le 22 Octobre 2020 en visioconférence.



HAMZA EL KHALLOUFI

« Liquidité de Marché : de l'interaction avec la Politique Monétaire à l'impact sur l'Allocation Optimale de Portefeuille » sous la direction du Professeur Constantin Mellios, le 11 septembre 2020 - Visioconférence.



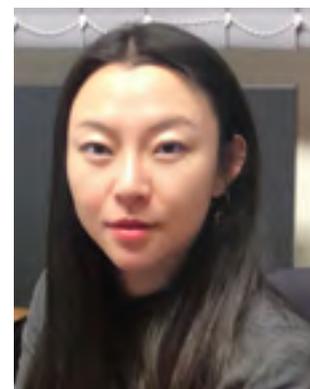
AMINE LOUTIA

«La financiarisation des matières premières et marchandises : formation des prix et mouvements.» sous la direction du Professeur Constantin Mellios, le 18 septembre 2020 à 16h30 - Visioconférence.



GRÉGOIRE BOTHOREL

«L'influence de la Stratégie omni-canal des marques sur le comportement du consommateur» sous la direction du Professeur Régine Vanheems, le 21 septembre 2020 - Salle Duroselle - Sorbonne.



FEN LYU

«The Path of the Adoption of Digital Technology to SMEs' Business Performance : Evidence from China.» sous la direction du Professeur Catherine de La Robertie, le 08 décembre 2020 en visioconférence.

**Jean-François Sattin**, Maître de Conférences et membre du laboratoire, a soutenu son Habilitation à Diriger des Recherches le 6 janvier 2021.

---



Jean-François **SATTIN**  
MAÎTRE DE CONFÉRENCES

---

Jean-François Sattin, Maître de Conférences et membre du laboratoire, a soutenu son Habilitation à Diriger des Recherches le 6 janvier 2021 à l'IAE de Paris intitulée « **Cadre institutionnel, stratégies de financement et dynamiques entrepreneuriales : apports méthodologiques et investigations empiriques** »

Lors de la soutenance Jean-François Sattin a illustré à partir de ses travaux l'importance des enjeux associés au développement de l'analyse institutionnelle en finance entrepreneuriale. Il a par ailleurs souligné les perspectives de recherche offertes par les nouveaux outils de financement à la disposition des entrepreneurs, tout en rappelant la nécessité de décloisonner la recherche en finance entrepreneuriale afin de mieux faire dialoguer les différents travaux entrepris dans ce domaine.

Le Jury était composé de M. Stéphane Saussier (IAE de Paris), Mme Sophie Cros (Université Le Havre Normandie), Mme Emmanuelle Dubocage (Université Paris-Est Créteil), M. Didier Chabaud (IAE de Paris), Mme Catherine Léger-Jarniou (Université Paris Dauphine -PSL), M. Franck Barès (HEC Montréal).



Par ailleurs, Nabil Kahale a soutenu son HDR dans notre université, le 21 octobre 2020. Il a présenté des travaux intitulés « **Contributions à l'évaluation robuste des dérivés financiers et à la simulation Monte Carlo** ».

Le jury était composé des professeurs Darrell Duffie (Stanford Graduate School of Business, rapporteur), Paul Glasserman (Columbia University, rapporteur), Bertrand Lapeyre (Ecole des Ponts Paristech, président), Jean-Paul Laurent (Université Paris 1 Panthéon – Sorbonne, garant) et Yannick Malevergne (Université Paris 1 Panthéon – Sorbonne, rapporteur).

---

## NOUVEAUX DOCTORANTS DU LABORATOIRE

---

Le PRISM Sorbonne est rattaché à l'Ecole Doctorale de Management Panthéon - Sorbonne. Le laboratoire a accueilli neuf nouveaux doctorants.

---



**NICOLE  
MATAR HOAYEK**

«Politique comptable des banques et crises financières : Identification et analyse des interactions.», sous la direction du professeur Philippe Touron, pôle Finance.



**REDA MAAROUFI**

«Politique de couverture des entreprises et comptabilité.», sous la direction du professeur Philippe Touron, pôle Finance.



**BICONG WU**

«Analysis and evaluation of enterprise sustainable development system based on innovation ecosystem strategy.», sous la direction du professeur Syoum Negassi, pôle SEE.



**IMÈNE ROUIDJALI**

«Modélisation de l'écosystème d'innovation du véhicule autonome.», sous la direction du professeur Syoum Negassi et la co-direction du Professeur Ana Colovic, pôle SEE.



**EGWEN KERVIZIC**

«L'impact des avis client en ligne sur la réaction des internautes.», sous la direction du professeur Jean-François Lemoine, pôle marketing.



**MYLÈNE LIPP DE MOYA**

«La socialisation des adolescents consommateurs dans le social commerce.», sous la direction du professeur Jean-François Lemoine, pôle marketing.



**ROMAIN ROUSSEAU**

«Le lien idiosyncratique entre le luxe et le temps : Étudier la corrélation entre l'épaisseur temporelle d'un objet de luxe et la perception de sa valeur.», sous la direction de Jean-Marc Lehu, pôle Marketing.



**XAVIER SCHNEIDER**

«Le rôle de la réflexivité dans la formation des managers en marketing.», sous la direction du professeur Isabelle Barth et la co-direction du professeur Frank Bournois, pôle Marketing.



**ADRIEN RAYMOND**

«Les stratégies d'influences dans la sécurisation d'un segment de marché. L'utilisation de tiers de confiance dans la construction d'une émotion collective pour définir et influencer une opinion.», sous la direction du professeur Alexandre Steyer, pôle Marketing.

Le laboratoire organise des séminaires réguliers dans les champs de la stratégie et de l'économie d'entreprise, du marketing, des ressources humaines et de la finance (y compris comptabilité, audit et contrôle de gestion)

### PÔLE MARKETING

---

JEUDI 16 JANVIER 2020

- Héla Chérif : *« Strong bonds and close fit of luxury brands with e-opinion leader »*
- 

JEUDI 06 FÉVRIER 2020

- Thomas Sender : *« Influence du design des sites web sur le comportement des internautes »*
  - Nawel Dehiri : *« Les stratégies de marque sur le marché religieux : résultats de l'étude qualitative »*
- 

JEUDI 30 AVRIL 2020

- Demba Diouf : *« Influence de la couleur et de la typographie des sites web marchands sur les réactions de l'internaute »*
  - Ghalia Boustani : *« L'influence de l'atmosphère du point de vente sur l'expérience des consommateurs : le cas des magasins éphémères à vocation commerciale ou événementielle »*
- 

JEUDI 11 JUIN 2020

- Baptiste Billon : *« L'influence des éléments visuels liés aux avis en ligne sur les réponses des internautes : le cas du secteur de l'hébergement touristique »*
  - Christela Leroy : *« Rôles des normes sociales, des événements de vie et de l'âge subjectif sur le comportement de consommation des femmes quinquas »*
- 

JEUDI 17 SEPTEMBRE 2020

- Ghalia Boustani : *« L'influence de l'atmosphère d'un point de vente sur les réactions des consommateurs : le cas des magasins éphémères à caractère commercial ou événementiel »*
- 

JEUDI 05 NOVEMBRE 2020

- Camille Cornudet : *« Responsabilité sociale de la marque : Stratégies de légitimation des pratiques et perceptions des consommateurs »*
  - Mohammad Sadegh : *« The effect of digital influencers on destination image formation: the data collection protocol »*
  - Demba Diouf : *« L'influence des interactions couleur/typographie d'un site web sur les réactions des internautes »*
- 

JEUDI 10 DÉCEMBRE 2020

- Maximilien N'Tary Calaffard : *« Rôle et dimensions de la crédibilité de l'influenceur digital : application à la décision d'achat de sneakers »*
  - Nicolas Kusz : *« Les facteurs d'adoption d'un assistant vocal : influence de la voix sur les réactions des utilisateurs »*
- 

### PÔLE GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

---

MARDI 29 SEPTEMBRE 2020

- Patrice Eyraud : *« L'influence du contrat psychologique (PCO) sur l'organisation de la repatriation »*
  - Lucie Gabriel : *« Le charisme organisationnel : un outil pour les managers »*
  - Clémence Heimburger : *« Temps d'utilisation des outils numériques et engagement organisationnel : causes ou conséquences de l'absentéisme »*
- 

MARDI 06 OCTOBRE 2020

- Antoine Achard : *« Approches théoriques et méthodologiques de l'influence des réseaux sur la carrière »*
  - Kevin Camhi : *« Pratiques de coaching : Leurs rôles et impact sur la perte de sens et dans la question de mal-être au travail. »*
-

## PÔLE FINANCE

JEUDI 06 FÉVRIER 2020

- Alessandro Ravina : « *On stock and bond returns in a time of climate change* »
- Khalil Hatoum : « *Décisions d'investissement et excès de confiance managériale* »

JEUDI 12 MARS 2020

- Giuseppe Arcuri : « *Firm financial soundness and knowledge externalities: a comparative regional analysis* »

JEUDI 02 AVRIL 2020

- Jérôme Caby : « *The determinants of climate change voluntary disclosure commitment and quality in the banking industry* »
- Eric Lamarque : « *Peut-on parler de création de valeur sociétariale ?* »

JEUDI 14 MAI 2020

- Christophe Lam : « *Evaluation des droits de vote par un modèle optionnel* », sous la direction de Philippe Raimbourg »
- Khalil Hatoum : « *CEO Overconfidence Impact on Corporate Investments* », sous la direction de Roland Gillet »

JEUDI 4 JUIN 2020

- Elisabeth Albertini : « *Corporate legitimization discursive strategies on Twitter: The case of European companies* »
- Présentation de deux doctorants en fin de première année de thèse : Mohammad Ahnouch et Michael Gouthéraud

MARDI 06 OCTOBRE 2020

- Présentation de deux doctorants en fin de première année de thèse : Edem Dawui (dir. J. Da Fonseca et Y. Malevergne) et Lei Wei (dir. E. Le Saout).

MARDI 03 NOVEMBRE 2020

- Jean-Paul Laurent : « *Looking for a good correlation structure ?* »
- Jean-Jacques Pluchart : « *Les nouveaux systèmes de pilotage des entreprises* »

MARDI 01 DÉCEMBRE 2020

- Hubert de La Bruslerie : « *The Dynamics of Leverage at the Target Firm: Evidence after an Acquisition* »
- Guillaume Chanson et Evelyne Sakka : « *Hedonic Analysis of the Impact of Third Spaces on Real Estate Prices* »

## PÔLE STRATÉGIE ET ÉCONOMIE D'ENTREPRISE

VENDREDI 28 FÉVRIER 2020

- Ali Ankouni : recherche doctorale
- Aidin Vahedi : recherche doctorale

VENDREDI 24 AVRIL 2020

- Pierre-Luc Passy : « *Startup et succès entrepreneurial* »

MERCREDI 16 SEPTEMBRE 2020

- Caroline Mattelin-Pierrard : champs de recherche
- Projets de recherche du pôle SEE

VENDREDI 02 OCTOBRE 2020

- Ali Ankouni : avancement de recherche doctorale

JEUDI 12 NOVEMBRE 2020

- Caroline Mattelin-Pierrard : « *Social responsibility of liberated companies: myth or reality?* »
- Stéphane Lhuillery : « *Knowledge sources of internal audit innovation* »

JEUDI 10 DÉCEMBRE 2020

- Guillaume Chanson & Evelyne Sakka : « *The impact of third spaces proximity on real estate prices in Paris: a hedonic approach* »
- Mounir Amdaoud, Giuseppe Arcuri, Nadine Levratto : « *Are regions equal in adversity? A spatial analysis of spread and dynamics of COVID-19 in Europe* »



## FINANCEMENT ET COLLOQUES

Compte-tenu de la crise sanitaire, les financements pour des participations à des colloques n'ont représenté que 14% du budget 2020. 40 000 euros ont été reportés au titre du budget 2021 en prévision de l'aménagement des nouveaux locaux du laboratoire.



## OUVRAGES ET REVUES

Environ 200 ouvrages ont été acquis, pour un montant de 14 500 euros, dans le cadre de la remise à niveau du fonds de bibliothèque.



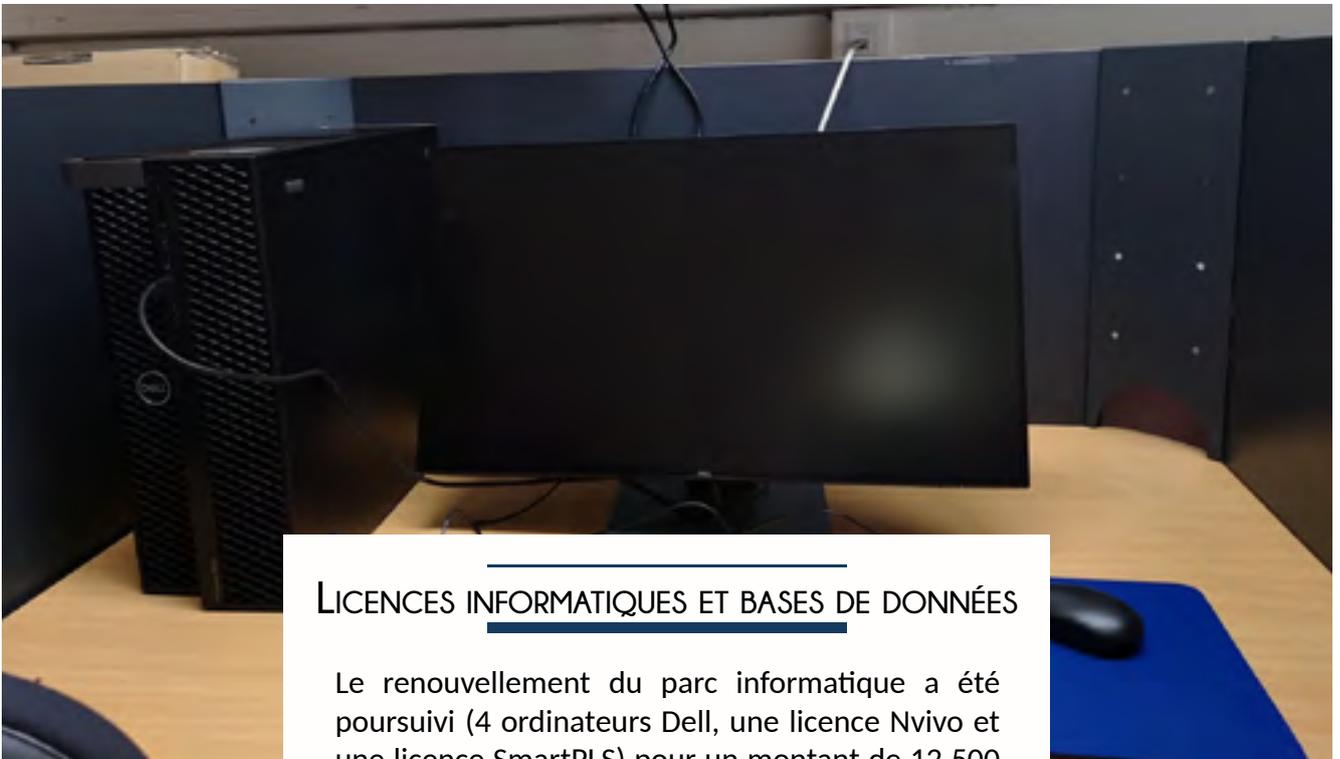
---

## ACQUISITION DE MATÉRIEL

---

La nouvelle salle pédagogique disposera de cinq espaces de travail supplémentaires. Le mobilier nécessaire a été acquis pour un montant de 9 500 euros.

---



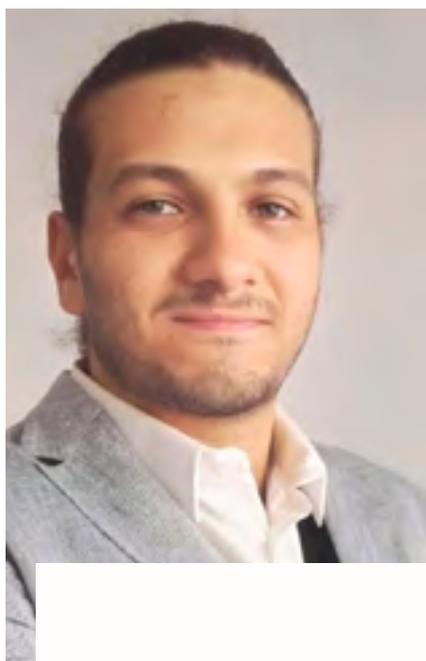
---

## LICENCES INFORMATIQUES ET BASES DE DONNÉES

---

Le renouvellement du parc informatique a été poursuivi (4 ordinateurs Dell, une licence Nvivo et une licence SmartPLS) pour un montant de 12 500 euros.

---



## CONVIVALITÉ

Outre la traditionnelle « Galette des Rois », deux réunions ont été organisées par les représentants des doctorants (Ahmed Khaled Soliman et Patricia Dos Santos), afin de garder un lien pendant la période de confinement. Ces deux réunions en Zoom ont eu lieu le 25 mai et le 26 juin.

Le 25 Mai - Présentation des séminaires entre doctorants du laboratoire : partage de connaissance, renforcer la cohésion de groupe et l'entraide. Présentation des travaux de recherche de Lucie Gabriel (GRH), de la thèse d'Amine Loutia (Finance). Partage d'expériences à partir du déroulé des thèses. Comment améliorer l'entraide entre doctorants du laboratoire ? Synthèse et préparation du prochain séminaire.

Le 26 Juin - Présentation du candidat/nouveau représentant des doctorants : Thomas Sender (élection ayant lieu ce jour), des travaux d'Antoine Achard – GRH, d'Hamza EL Khalloufi – Finance. Synthèse & Questions diverses (points à faire remonter, sollicitation d'entraide ...).

# -DISTINCTIONS SCIENTIFIQUES-



Toutes nos félicitations à notre jeune collègue Raouf Zafri, qui a rejoint l'EMS depuis septembre dernier, pour les 3 prix de la meilleure thèse qu'il a obtenus au cours des derniers mois (Etienne Thil, Andese et Sphinx) pour sa recherche soutenue dans notre université et intitulée «L'influence de la typographie des sites web marchands sur les réactions des internautes».

Jean-François Lemoine

Responsable axe marketing PRISM Sorbonne

# - COLLOQUE MARKETING DIGITAL -



La 19<sup>ème</sup> édition du Colloque sur le Marketing Digital s'est tenue les 3 et 4 septembre 2020 à l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne. Pour la première fois depuis sa création en 2002, cette manifestation se déroulait sur deux jours. 200 participants ont été accueillis à cette occasion, dans le strict respect des consignes sanitaires.

Sur les 50 papiers reçus cette année, 17 ont été retenus soit un taux de sélection de 34 %. Les thématiques abordées étaient les suivantes :

- l'expérience de consommation en réalité virtuelle ;
- les plateformes collaboratives ;
- l'influence des technologies interactives en magasin sur le comportement du consommateur ;
- le rôle des réseaux sociaux dans la stratégie des organisations ;
- l'utilisation des données personnelles sur Internet.

Une table ronde dédiée aux nouvelles technologies informatiques en matière d'analyse des data a également été organisée. Elle réunissait les Professeurs Christophe Bénavent (Université de Nanterre) et Jean-Fabrice Lebraty (IAE de Lyon). Le papier qui a obtenu les meilleures évaluations des lecteurs cette année est celui de Hafida Boudkouss et de Souad Djelassi de l'Université de Lille. Il s'intitule « les technologies interactives en magasin : vers une compréhension des relations entre l'interactivité et la valeur perçue ». Les auteurs pourront le présenter au Colloque de l'Association Française du Marketing (AFM) de mai prochain sans qu'il fasse l'objet d'un processus de reviewing supplémentaire. Tous les papiers présentés depuis 2002 ainsi que les photos de l'édition 2020 sont accessibles sur le site du colloque : [www.colloquemarketingdigital.com](http://www.colloquemarketingdigital.com)

# - PRODUCTION SCIENTIFIQUE -

## ARTICLES

- Abdel Fattah, L., Arcuri G., Garsaa A. & Levratto, N. (2020). Firm financial soundness and knowledge externalities: a comparative regional analysis, *Papers in Regional Science* 9 (55): 1459-1486
- Adam, A., Cherrat, H., Houkari, M., Laurent, J. P. & Prigent, J. L. (2020). On the risk management of demand deposits: quadratic hedging of interest rate margins. *Annals of Operations Research*, 1-37.
- Astolfi, P. (2021). Did the International Financial Reporting Standards Increase the Audit Expectation Gap? An Exploratory Study. *Accounting in Europe*, 1-30.
- Clauzel, A. (2020). L'approche spatiale de Mantel: une application au cas des restaurants. *Recherche*

et Applications en Marketing (French Edition), 35(4), 46-72.

- Clauzel, A., Guichard, N. & Damay, C. (2020). Exploring emotional traces in families' recollection of experiences. *Qualitative Market Research: An International Journal*.
- Clauzel, A., Riché, C., Le Hegarat, B. & Zerbib, R. (2020). Co-presence and mobile apps: Technology's impact on being with others. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 37(1), 30-44.
- Collectif AEI (2021). L'entrepreneur, le formateur et le cygne noir : Quelle résilience pour l'écosystème entrepreneurial face à la crise ?, *Revue Française de Gestion*, à paraître.
- Condomines, B. & Hennequin, E. (2020). Le syndrome du vilain petit canard : de l'ostracisme à la vénération ? Le cas des lanceurs d'alerte. *@grh* 37(4): 13-38.
- Cros S. & Pralong. F. (2021). Prise en compte des aménités liées à la trame verte urbaine dans le management public territorial. Cas d'un espace périurbain, *Management International*.
- d'Armagnac, S., Guettiche, F., Janand, A., Klarsfeld, A. & Cloet, H. (2020). French Insights on Defining and Managing Talents. *European Management Review*, 17(2), 449-465.
- Baruel Bencherqui, D., Beau G. & Bazin, Y. (2020), Problèmes et enjeux de l'accueil d'étudiants étrangers sur les campus universitaires : diversité, exclusion, inclusion et cosmopolitanisme, *Ripco*, Volume XXVI, Numéro 66.
- Hemici, F. & Kontogeorga, G. (2020). Performance measurement in public auditing and challenges for supreme audit institutions (SAIs). *Journal of Turkish Court of Accounts/Sayistay Dergisi*, 32(117).
- Hennequin, E. (2020). What motivates internal whistle blowing? A typology adapted to the French context, *European Management Journal*, 38, p. 804-813.
- Hennequin, E. (2020). La gestion des alertes en entreprise : de la confiance à la défiance. Analyse de douze récits de vie de lanceurs d'alerte, *Revue Interdisciplinaire Management, Homme(s) & Entreprise*, 41, p.3-30.
- Janicot, C., Mignon, S. & Gratacap, A. (2020). Knowledge Management Strategies Combinations: A Typology Based on the Case of Audit and Consulting Firms. *Journal of Innovation Economics & Management*, 185-31.
- Kilic, S. & Karakas S. (2020). The determinants of subjective career success among managers: a moderating effect of the lifestyle anchor, *RIHME : Revue interdisciplinaire Management, Homme & Entreprise*, n°39, p.51-78.
- Loubergé, H., Malevergne, Y. & Rey, B. (2020). New Results for additive and multiplicative risk apportionment, *Journal of Mathematical Economics*, 90, 140-151.
- Monnier, C. & Combe, E. (2020). Why Managers Engage in Price Fixing? An Analytical Framework. *World Competition*, 43(1).
- Pommet, S. & Sattin, J. F. (2020). Faut-il assurer les entrepreneurs ? Assurance chômage, liquidation judiciaire et rebond entrepreneurial. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 19(2), 43-65.
- Raimbourg, P. & Salvadè, F. (2021). Rating Announcements, CDS Spread and Volatility During the European Sovereign Crisis. *Finance Research Letters*, 40, 101663.
- Sleiman, M. W., Aloui, A. & Bencherqui, D. B. (2020). Sens et performativité dans les discours de RSE. *Recherches en Sciences de Gestion*, (2), 369-396.
- Touron, P. & Daly, P. (2020). International accounting standards in French companies in the 1990s: an institutionalization contested by US GAAP, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 33, 2027-2051.

## CHAPITRES D'OUVRAGES

- Pluchart J.J., Les nouvelles formes du patriotisme économique, in C. de Boissieu (dir.), *Le patriotisme économique a-t-il un sens aujourd'hui ?*, Eds Maxima, novembre 2020, p.139-164.
- Pluchart J.J., L'accompagnement financier des PME face à la crise sanitaire, in Ph. Dessertines (dir), *Dettes publiques, poison mortel ou potion magique*, Préface de J.C. Trichet, décembre 2020, p.141-152.

- Pluchart J.J., L'accompagnement phygital et societal des entrepreneurs et des managers, in RSE et révolution numérique, collectif de l'ADERSE, à paraître.
- Pluchart J.J., L'emprise des plateformes in D. Bretonnes (coor.), les organisations face au défi technologies (Eds Eska), 2020.
- Uzan O. (2020). Comment penser et pratiquer la transdisciplinarité ? Une question épistémologique in Approches critiques des organisations. Mélanges en l'honneur du Professeur Alain Briole, Editions EMS.

## O U V R A G E S   S C I E N T I F I Q U E S   E T   D I D A C T I Q U E S

- Föll C., Comptabilité de gestion, Paris, Archetype 82.
- Föll C., Comptabilité financière Cas corrigés et rappels de cours, Paris, Archetype 82.
- Guillot-Soulez, C., Cloet, H., Landrieux-Kartochian, S. (2020). Exercices de gestion des ressources humaines (2020/2021), Gualino Lextenso Editions (No. halshs-02915962).
- Lafay T., Techniques Quantitatives de Gestion, deuxième édition, Janvier 2020, Economica.
- Lombardot Eric (2020), Probabilités, cours et exercices corrigés, Archétype 82.
- Lombardot Eric (2020), Statistiques descriptives, cours et exercices corrigés, Archétype 82.
- Pluchart J.J., Les nouveaux systèmes de pilotage des entreprises, Eds Eska, Préface d'AP. Bahuon et de D.Bacquerot, avant-propos de F. Bournois, 148 pages.

## C O M M U N I C A T I O N S   À   D E S   C O L L O Q U E S   O U C O N F É R E N C E S   A C A D É M I Q U E S

- Alaoui M.D., Papetti C., Lemoine J.F. et Kacha M., L'effet d'adéquation entre la couleur de fond d'un email et les émojis sensoriels : une approche par la théorie des niveaux de représentation, XXXVIème Congrès International de l'Association Française du Marketing (AFM), Biarritz, 5-7 mai 2020.
- Alaoui M.D., Papetti C., Lemoine J.F. et Kacha M., The Interplay between Sensory Emojis and Background Color of an email: A Construal Level Approach: Structured abstract, 2020 Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference, Floride, 15-17 décembre.
- Baruel Bencherqui, D., Limiter le risque dans l'innovation pédagogique : présentation du modèle IDEA (Instructional Design and Evaluation Approach), 18e colloque francophone sur le risque Oriane, 24-25 septembre 2020.
- Ben Zarb K., « Ambidextrie contextuelle au sein des start-up : quels facteurs facilitateurs ? », ISEOR Colloque International en partenariat avec l'Academy Of Management, 16-17 Juin 2020, Lyon, France.
- Boustani G. et Lemoine J.F., An ephemeral's store atmospheric characteristics, The 5th Colloquium on European Research in Retailing (CERR 2020), Université de Valence, Espagne, 31 août-2 septembre 2020.
- Boustani G. et Lemoine J.F., The effect of social media messages on consumer/internet-user responses: The case of ephemeral stores, 23ème Colloque International Etienne Thil, Paris, 15 et 16 octobre.
- Boustani G. et Lemoine J.F., The ephemeral point of sale's atmospheric dimensions, The 49th European Marketing Academy (EMAC) Annual Conference, Budapest, 26-29 mai 2020.
- Boustani G. et Lemoine J.F., The ephemeral point of sale's atmospheric dimensions, 11th International Research Meeting in Business and Management, IPAG Business School, Nice, 2-4 juillet 2020.
- Boustani G. et Lemoine J.F., The ephemeral point of sale's atmospheric dimensions. Proceedings of the European Marketing Academy, 49th annual EMAC Conference, Budapest, May 26-29, 2020.
- Boustani, G. & Lemoine, J. F., The effect of social media messages on consumer/internet-user responses: the case of ephemeral stores, 23ème colloque Etienne Thill, Paris, France, 14, 15, 16 octobre 2020.
- Boustani, G. & Lemoine, J-F. An ephemeral store's atmospheric characteristics. 5th Colloquium on European Research in Retailing (CERR 2020), Valencia, Spain, 2 September 2020.

- Boustani, G., L'adoption des magasins éphémères par les marques, 19th International Congress Marketing Trends, Paris, France, January 16-18, 2020.
- El Abed M. et Lemoine J.F., Aides à l'achat et dimension affective de l'expérience de magasinage : une application aux magasins connectés, 23ème Colloque International Etienne Thil, Paris, 15 et 16 octobre 2020.
- El Abed M. et Lemoine J.F., Comprendre les effets des aides à l'achat sur la dimension affective de l'expérience de magasinage : Une application aux magasins connectés, XXXVIème Congrès International de l'Association Française du Marketing (AFM), Biarritz, 5-7 mai 2020. El Abed M. et Lemoine J.F., Understanding the effects of smart in store technology on the shopping experience dimensions: an application to connected stores, 19th International Marketing Trends Conference, Paris, 16-18 janvier 2020.
- El Abed, M. et Lemoine, J-F., Aides à l'achat et émotions : Cas des magasins connectés, 25ème conférence de l'Association Information et Management (AIM), Marrakech, 11-12 Juin.
- El Abed, M. et Lemoine, J-F., Aides à l'achat et expérience de magasinage : Cas des magasins connectés. 25ème conférence de l'Association Information et Management (AIM), Marrakech, 11-12 juin 2020.
- El Abed, M. et Lemoine, J-F., Comprendre les effets des aides à l'achat sur la dimension affective de l'expérience de magasinage : Une application aux magasins connectés. 36ème congrès de l'Association Française du Marketing (AFM), Biarritz, 5-7 mai 2020.
- El Abed, M., et Lemoine, J-F., Understanding the effects of smart in store technology on the shopping experience dimensions: An application to connected stores. 19th International Marketing Trends Conference (IMTC), Paris, Escp-Europe, 16-18 January 2020.
- Gillet, R., What about the economy? Economy, tax, financial crises, Forum For the Future, Brussels, November 24, 2020.
- Gratacap, A., en collaboration avec S. Edouard, Innover à l'ère des IT : quels enjeux pour les IT capabilities, AIM, 10 -12 juin 2020.
- Jacquinot P. et Pellissier-Tanon A., L'émergence de la dimension communautaire de l'entreprise : vulnérabilité, bienveillance, attachement, communication au 8ème Congrès de la SPSSG, Philosophie(s) du management : pourquoi philosopher en sciences de gestion ?, Cergy, 19-21 novembre 2020.
- Lemoine J.F. et Zafri R., Les effets de la taille de caractère des sites web marchands sur les réactions des internautes, 36ème Congrès International de l'Association Française du Marketing, Biarritz, France, 5-7 mai 2020.
- Lemoine J.F. et Zafri R., Les effets de la taille de caractère des sites web marchands sur les réactions des internautes, XXXVIème Congrès International de l'Association Française du Marketing (AFM), Biarritz, 5-7 mai 2020.
- Lemoine J.F. et Zafri R., Typographie des sites web marchands et réactions des internautes : le cas de la taille de caractère, 25ème Conférence de l'Association Information et Management, Marrakech, Maroc, 10-12 juin 2020.
- Lemoine J.F. et Zafri R., Typography of commercial websites: the effects of the interline spacing on internet users' reactions, 2020 Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference, Floride, 15-17 décembre.
- Lemoine J.F. et Zafri R., Typography of commercial websites: the effects of the interline spacing on internet users' reactions, 2020 Academy of Marketing Science Annual Conference, Floride, Etats-Unis d'Amérique, 20-22 mai 2020.
- Miliani V. et BenMiled-Cherif H., Contemporary artist co-creator of value, 19ème International Marketing Trends Conference, Paris, 16-18 January 2020.
- N'Tary Calafard M., Colloque doctoral de l'AFM, Les leviers de confiance chez les influenceurs de mode : application au cas des sneakers, 12 octobre 2020.
- Pratlong F., Smart City et Attractivité du Territoire pour l'Entrepreneuriat Urbain : Une comparaison Asie Europe, 9ème Colloque Association Internationale de Recherche en Management Public AIRMAP, Montpellier, octobre 2020.



UNIVERSITÉ PARIS 1  
**PANTHÉON SORBONNE**

---

**PRISM Sorbonne**  
Pôle de Recherches  
Interdisciplinaires en  
Sciences du Management  
(EA 4101)