COLLEGE DOCTORAL BRETAGNE ECONOMIE ET GESTION

COLLEGE DOCTORAL PAYS DE LA LOIRE ECONOMIE ET GESTION

27 MAI 2025

WORKSHOP DES DOCTORANTS EDGE

DAMIEN CONARÉ
CHAIRE UNESCO - ALIMENTATIONS DU MONDE
KEYNOTE SPEAKER

CONFÉRENCE
"REPENSER NOTRE ALIMENTATION POUR FAIRE SOCIÉTÉ"

SESSIONS DE PRESENTATIONS DE DOCTORANTS

ATELIER CARRIERES ACADEMIQUES

L'INSTITUT agro Rennes Angers

Institut Agro - Rennes
ed-edge@doctorat-bretagne.fr

PROGRAMME

Accueil des participants et mot d'ouverture 9h30 –10h

Sessions parallèles I **10h – 11h15**
Sessions parallèles de présentation de doctorants

Pause-café 11h15-11h30

Conférence plénière – salle 4A **11h30 -12h30**

Damien CONARÉ

"***Repenser notre alimentation pour faire société*** "

Déjeuner (buffet) 12h30 – 13h45

Ateliers Carrières Académiques – salle 4A **13h45 – 15h05**

- **Rémi Avignon** (Chargé de recherche INRAe)
- **Dorgylès Kouakou** (MCF Université de Rennes)
- **Franck Moraux** (PR Université de Rennes IGR-IAE)
- **Ida Fartsi** (MCF - IUT de Laval)

Pause 15h05-15h20

Sessions parallèles II **15h20 – 17h**
Sessions parallèles de présentation de doctorants

***

Keynote Speaker : Damien Conaré

Ingénieur agronome, Damien Conaré a collaboré à divers magazines de la presse agricole. Il a ensuite rejoint l'ONG Solagral (Solidarités agricoles et alimentaires) où il a assuré la rédaction en chef de la revue trimestrielle *Courrier de la planète*, traitant des enjeux globaux de développement, environnement et agriculture.

En 2011, il a été nommé secrétaire général de la Chaire Unesco Alimentations du monde, hébergée par L'Institut Agro Montpellier, pour y développer des activités de recherche, formation et de dialogues sciences-société.

SESSIONS PARALLELES I — 10h-11h15

Salle 1A

Session I-1 COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR

Présidence de session : Christine Gonzalez

FAUVEL Léa — **GRANEM**
« La perception des consommateurs face à la stratégie de rupture des codes de la masculinité par les marques dans la publicité »

LEMARIÉ Jeanne — **LEGO**
« Mieux comprendre la construction des stéréotypes de genre pour mieux les déconstruire : une approche marketing social systémique»

BARBOT Apolline — **LEGO**
« Etude de l'acceptabilité des algues en tant que sources de protéines par les personnes âgées en EHPAD »

Salle 2A

Session I-2 MARKETING DIGITAL – ÉCONOMIE EXPÉRIMENTALE

Présidence de session : Éric Malin

RICHARD Tanguy — **CREM**
« Public Support of Environmental Taxes on Transportation Choices – A Laboratory Experiment »

Discutante : Laure Kuhfuss

CAUDAN Paul — **LEGO**
« Expérimenter un outil digital et participatif pour réduire les tensions touristiques : une étude sur une petite commune du Golfe du Morbihan »

Discutante : Amélie Bellion

EL BOUYAHYAOUI IDRISSI Maroua — **LEGO**
« Le phygital dans l'automobile : une adoption contrastée entre la France et le Maroc »

Salle 3A

Session I-3 INEGALITÉS, TRANSPORT

Présidence de session : François-Charles Wolff

MORENO-FLOREZ Carolina — **GAINS**
« Looking for optimality while reducing inequalities? The role of transfers in an income redistribution system »

VELOZARA Julianot — **LEMNA**
« Innovations dans les modes de transport urbain en Afrique; une revue systématique comparative des dynamiques régionales »

SESSIONS PARALLELES II **15h20 -17h**

Salle 1A

Session II-1 PRIX, MARCHÉS

Présidence de session : Franck Moraux

BEN AOUN Abir **GRANEM**
« l'impact de la crise Covid sur la performance financière et boursière
- cas des sociétés cotées sur l'Euronext»

Discutant : Franck Moraux

SKALSKI Emma **CREM**
« What drives urea price fluctuations? »

Discutant : François-Charles Wolff

PELLOQUIN Thomas **ARENES**
« Revisiting the Causal Impact of Response Time on Health Outcomes:
a Non-Parametric Estimation Using Air Temperature as an instrumental variable »

Discutant : François-Charles Wolff

Salle 2A

Session II-2 ALIMENTATION ET SYSTEMES ALIMENTAIRES

Présidence de session : Christine Gonzalez

AZIB Sarra **LEGO**
« Réutiliser ses fruits et légumes abîmés :
le rôle de la valeur résiduelle perçue et ses antécédents »

VALLERIE Hugo **LEGO**
« L'érosion de la confiance dans les systèmes alimentaires :
une analyse multi-acteurs des valeurs et des perceptions »

Discutante : Maud Daniel-Chever

BOUIC Soline **CREM**
« Que nous apprend la recherche en marketing alimentaire.
Un état de l'art de 40 ans de publications scientifiques francophones »

Discutante : Christine Gonzalez

Salle 3A

Session II-3 ORGANISATIONS ET ENTREPRENEURIAT

Présidence de session : Aude Ridier

BOUCHET Lucie **LEMNA**
« Au-delà des clichés sur la pluriactivité : le cumul d'activités,
socle commun et impensé des organisations »

Discutante: Amélie Bellion

ANDRIAMBAHINY Kanto Ny Aina **LEMNA**
« Entrepreneuriat chez les NEETS : analyse du profil entrepreneurial et des défis rencontrés »

Discutant : Julien Bouillé

ABDULLATIF Dana **LEGO**
« La résilience organisationnelle dans les organisations hautement fiables face à l'imprévu »

TROTIN NEIGER Aurélie **GAINS**
« Freins et leviers au déploiement de la pratique avancée : accompagner la transition (infirmier de pratique avancée) »

Discutant : Julien Bouillé

RÉSUMÉS DES PRÉSENTATIONS

FAUVEL Léa **GRANEM**

La perception des consommateurs face à la stratégie de rupture des codes de la masculinité par les marques dans la publicité

Résumé: Notre société a connu de nombreuses revendications sociétales ayant eu pour objectif de rééquilibrer les rapports entre hommes et femmes (Arsel et al., 2022). Aujourd'hui, l'égalité hommes-femmes est devenue un sujet prioritaire, au cœur de notre société (Tildesley et al., 2022). Dans cette dynamique, le marketing a un rôle à jouer. En effet, il a utilisé et utilise encore dans ces stratégies, la différenciation hommes-femmes, cultivant ainsi les différents stéréotypes liés au genre (Eisend, 2010, 2019). Les consommateurs sont confrontés dans leur quotidien à de nombreuses normes sociales, stéréotypes et symboles qui régissent leur apparence physique, leurs comportements et leurs ressentis. Selon la théorie des normes sociales initiée par Micheal Haines dans les années 90, les comportements sont reproduits par les individus en fonction de ce qu'ils voient et de ce qu'ils entendent. En ce sens, les publicités visionnées et écoutées par les individus les encouragent à adopter certains comportements mis en scène dans les publicités (Burchell, Rettie, & Patel, 2013). Leader (2021) pointe du doigt l'utilisation abusive des stéréotypes dans les publicités. En réponse, certains marketeurs revoient leurs stratégies en accordant une place plus importante à la diversité, avec une mise en avant des minorités (Sternadori et Abitbol, 2022 ; Rößner et Eisend, 2023). C'est le cas de certaines pratiques marketing comme le femvertising qui rompt les codes et normes associés aux femmes (Åkestam, 2017). Concernant les hommes, l'impact des stéréotypes liés au genre et l'étude de la déconstruction des codes de la masculinité semblent être moins approfondis dans les recherches en marketing (Edelblum & Warren, 2024). L'objectif de cette thèse est de définir le menvertising et de comprendre ses impacts sur les consommateurs à travers plusieurs démarches méthodologiques. Pour ce faire, trois articles rythmeront la thèse : un premier qui a pour objectif de mieux comprendre l'évolution de la masculinité au travers d'une revue systématique (Paul et Barari, 2022) et d'une analyse bibliométrique (Adali et al., 2024) ; un second avec une méthode Delphi (Murry et Hammons, 1995) et une analyse de la presse (Blandin, 2018) offrant une première approche sur l'évolution de la masculinité et de sa représentation dans notre société et un troisième avec des entretiens semi directifs pour comprendre l'impact de ces publicités non stéréotypées sur les consommateurs et consommatrices.

Keywords : publicité non stéréotypée, menvertising, masculinité hégémonique, nouvelle masculinité, normes sociales

Sujet de thèse : La perception des consommateurs face à la stratégie de rupture des codes de la masculinité par les marques dans la publicité

Encadrant(s) : Directrice : PANTIN-SOHIER Gaëlle - Co encadrant : SOHIER Romain

LEMARIÉ Jeanne **LEGO**

Mieux comprendre la construction des stéréotypes de genre pour mieux les déconstruire : une approche marketing social systémique

Résumé: Cette étude, la première composante d'une recherche doctorale plus vaste, se penche sur la question fondamentale de la construction des stéréotypes de genre. Ancrée dans une perspective de marketing social systémique, cette recherche vise ultimement à déconstruire les interactions entre ces stéréotypes et les décisions d'orientation scolaire. Plus précisément, cette recherche doctorale s'intéresse au phénomène de sous-représentation des femmes dans les filières scientifiques. Phénomène aujourd'hui largement attribué aux stéréotypes de genre qui affirment une prétendue infériorité des femmes dans les domaines scientifiques. Il est impératif, dans un premier temps, de comprendre en profondeur les mécanismes et les facteurs qui sous-tendent la formation des stéréotypes de genre eux-mêmes. L'étude se consacre donc à une analyse approfondie du processus de stéréotypisation. Pour cela, une méthodologie bibliométrique sur un corpus interdisciplinaire sera employée. Les contributions attendues de cette première étude sont multiples et interconnectées. Tout d'abord, cette étude visera à conceptualiser de manière systémique les facteurs explicatifs des stéréotypes de genre, en adoptant une grille d'analyse multiniveaux (micro, méso, exo, chrono) qui permette d'appréhender la complexité des interactions qui contribuent à la construction des stéréotypes de genre. Cette démarche implique une analyse approfondie de la littérature scientifique afin de délimiter précisément le concept de stéréotype de genre par rapport à d'autres notions connexes telles que les croyances, les préjugés, la discrimination. Il s'agira d'identifier les nuances conceptuelles et les liens théoriques entre ces différents construits. Une meilleure compréhension de la construction des stéréotypes de genre est une étape cruciale pour ensuite identifier des pistes d'actions de déconstruction. Cette étude fournira des informations précieuses pour la conception d'interventions de marketing social visant à déconstruire les stéréotypes de genre et à remettre en question, in fine, la division sexuée de l'orientation. Enfin, en offrant aux praticiens du marketing une compréhension approfondie du concept de stéréotype de genre, cette étude visera à les aider à créer des campagnes de communication plus diversifiées et inclusives.

Keywords : stéréotypes, stéréotypes de genre, approche systémique, marketing social, bibliométrie

Sujet de thèse : (Titre provisoire) : Déconstruire les interactions entre stéréotypes de genre et décisions d'orientation scolaire : une approche marketing social systémique

Encadrant(s) : PIRIS Yolande et RENIOU Fanny

BARBOT Apolline **LEGO**

Etude de l'acceptabilité des algues en tant que sources de protéines par les personnes âgées en EHPAD

Résumé: Face au vieillissement de la population française et à l'augmentation de la dépendance, la dénutrition protéique constitue un problème majeur chez les personnes âgées, particulièrement en EHPAD (15-38% de prévalence) et à l'hôpital (50-60%) (Pitard & Gabach 2020). Dans un contexte de transition vers des modes de vie plus durables, le secteur de la santé doit aussi réduire son impact environnemental. Les protéines issues d'algues marines représentent une alternative prometteuse et durable aux protéines animales face aux carences nutritionnelles des séniors. Cependant, leur introduction se heurte à des obstacles : résistance culturelle des personnes âgées attachées à la viande, réticences du personnel soignant et de restauration, défis logistiques et qualitatifs de la restauration collective.

La recherche sur l'acceptabilité des algues en tant que source de protéines par les consommateurs, notamment les séniors en institution, est extrêmement limitée (Birch et al., 2019). Ce travail de recherche, qui s'inscrit dans le cadre du projet PROMALG-Health, vise à identifier les freins et leviers à l'acceptabilité des algues par les personnes âgées, le personnel soignant et de restauration. L'objectif est de déterminer sous quelles formes et modalités les algues pourraient être présentées pour favoriser leur adoption.

La consommation alimentaire en hôpital ou en EHPAD relève d'un contexte de "captivité des services" (Guillemot et al., 2022). Cette situation se caractérise par un déséquilibre de pouvoir : l'usager (patient) a besoin d'un service (repas) mais dispose d'un pouvoir d'action limité sur celui-ci. Pour faire face, les individus mettent en place des stratégies d'adaptation. Dans cette dynamique, le Life Course Paradigm offre un cadre théorique adapté pour comprendre l'évolution des pratiques alimentaires (Moschis, 2007, 2021). La méthodologie du terrain de recherche comprend trois phases : 1) une étude qualitative auprès des patients pour évaluer leurs attitudes et leur acceptabilité ; 2) une étude qualitative auprès des professionnels de santé et de restauration pour comprendre leurs représentations ; 3) une expérimentation avec introduction de plats à base d'algues (via des technologies immersives) pour caractériser l'acceptabilité et les adaptations comportementales. Si la proposition de communication est retenue, cela sera l'occasion de proposer une première discussion du cadre théorique, et éventuellement, un premier retour sur la phase qualitative.

Keywords : acceptabilité, algues, vieillissement, stratégies d'adaptation, pratiques alimentaires

Sujet de thèse : Acceptabilité des algues en tant que sources de protéines par les personnes âgées en institution

Encadrant(s) : Samuel Guillemot - Marine Le Gall-Ely

RICHARD Tanguy **CREM**

Public Support of Environmental Taxes on Transportation Choices - A Laboratory Experiment

Résumé: Environmental taxes are an effective but unpopular instrument for reducing greenhouse gas emissions. Several studies have shown a link between the experience of the positive effects of Pigouvian taxes and their acceptance. However, the question of the simultaneous experience of different taxes on different externalities remains open. This article proposes an experimental design where residents of two cities interact when making individual transport choices. These choices potentially generate three levels of externalities: congestion, air pollution and CO2 emissions. Participants are asked to vote for taxes on each environmental externality, creating potential trade-offs among voters between a local tax on air pollution and a global tax on greenhouse gas emissions. We show that experiencing taxes does have a positive effect on their acceptability, but this effect is not linear. A preliminary tax experience has a positive effect on the acceptability of all taxes, but experiencing additional taxes brings little or no change in acceptability. Nevertheless, taxes remain highly effective as they induce participants to internalise the pollution in question by changing their behaviour in favour of the least polluting mode of transport. Important determinants of behaviour and acceptability are identified: aversion to inequality and psycho-social constructs. Acceptance is also explained by behaviour: participants who prefer private cars are also the least convinced by Pigouvian taxes. Making the benefits of taxation more visible can have a positive effect on its acceptance. However, we must remain cautious in recommending this solution to policy makers, as it may not be sufficient to convince the least convinced and heaviest car users.

Keywords : Environmental taxation, Road Transport, Acceptability, Behavioural Economics, Laboratory Experiment

Sujet de thèse : Design de politiques publiques encourageant les mobilités bas-carbone et compréhension des nouveaux comportements de déplacements : quelles données pour quels usages ?

Encadrant(s) : Denant-Boemont Laurent

CAUDAN Paul **LEGO**

Expérimenter un outil digital et participatif pour réduire les tensions touristiques : une étude sur une petite commune du Golfe du Morbihan

Résumé: Cette communication s'intéresse à la mobilisation croisée des sciences participatives (Bonney et al., 2009) et d'un outil digital pour objectiver les tensions touristiques et les gérer dans la durée. Expérimentée dans le village de St Armel (56), cette démarche vise à répondre à l'irritation des habitants locaux vis-à-vis du tourisme (Doxey, 1975) en construisant des solutions avec les résidents. Les résidents participants ont pendant 4 mois relevé quotidien des nuisances via un outil digital. Les concepts UTAUT (Venkatesh et al., 2003) ont été pris en compte pour maximiser l'usage de l'outil par les résidents qui ont pu partager leur expérience lors d'entretiens individuels approfondis. L'originalité de cette approche de recherche est la mobilisation des citoyens au-delà de la collecte de données : structuration des formulaires, interprétation des résultats, élaboration du tableau de bord et suites de l'étude. Les résultats de cette expérimentation au long cours de sciences participatives montrent l'importance de l'accompagnement à l'usage (motivation et soutien technique) d'un outil numérique de collecte scientifique auprès des citoyens.

Keywords : Numérique, Tourisme durable, sciences participatives, UTAUT, inclusion

Sujet de thèse : Adapter le marketing touristique : la dépossession psychologique du lieu de vie ressentie par les résidents : pouvoir explicatif et de segmentation des tensions sur les territoires

Encadrant(s) : PETR Christine

EL BOUYAHYAOUI IDRISSI Maroua **LEGO**

Le phygital dans l'automobile : une adoption contrastée entre la France et le Maroc

Résumé: Le phygital (physique + digital) a été exploré dans divers secteurs. Une revue de littérature menée sur le phygital en marketing révèle un manque de recherches en Afrique et dans le secteur automobile. Cette absence d'adoption a été confirmée par une visite de terrain, mettant la lumière sur la fermeture du premier showroom phygital au Maroc (Fiat Chrysler Automobile), soulevant ainsi des questions sur les obstacles de son adoption. En parallèle, la France, un pays proche géographiquement du Maroc, se distingue par une avancée du phygital. A titre d'exemple, le groupe PSA (Peugeot Société Anonyme), partie de Stellantis, a déployé en concessions des tables numériques, des casques de réalité virtuelle et des configurateurs (Leroy, 2017). En outre, le groupe David Gerbier a adopté des concessions phygitales avec des tablettes et des écrans interactifs pour la vente des véhicules d'occasion (Landré, 2018). La recherche vise donc à identifier les facteurs de succès et d'échec d'intégration du phygital en comparant la France et le Maroc. La recherche prend la forme d'étude de cas visant à analyser les facteurs influant l'adoption du phygital. Ainsi, une démarche interprétativiste et abductive est adoptée pour comprendre la manière dont les organisations et les consommateurs accueillent l'intégration du phygital. Une netnographie et des entretiens semi-directifs sont menés dans ce cadre. La netnographie analyse l'impact du showroom FCA sur l'expérience client perçu par les internautes en mobilisant la théorie du marketing expérientiel. Les entretiens semis-directifs, sont quant à eux sont menés avec les responsables des showrooms marocains suivant un échantillonnage raisonné en boule de neige. L'analyse thématique continue (Paillé & Mucchielli, 2021), met en évidence les freins entravant l'adoption du phygital, les motivations et les besoins de son intégration, les rôles des commerciaux, les outils technologiques intégrés et l'acceptation technologique des clients. Les prochaines étapes incluent la théorisation des résultats, puis des entretiens semi-directifs complémentaires en France pour comparer les résultats des deux pays et des observations non participantes afin de décrire les outils intégrés et le parcours d'achat des consommateurs. La recherche permettra de faire des recommandations stratégiques aux entreprises marocaines et multinationales souhaitant intégrer le phygital.

Keywords : Phygital, Expérience client, Secteur automobile, Maroc, France

Sujet de thèse : Le comportement du consommateur dans un magasin phygital

Encadrant(s) : LE GALL-ELY Marine

MORENO FLOREZ Carolina **GAINS**

Looking for optimality while reducing inequalities? The role of transfers in an income redistribution system

Résumé: Redistribution is a vast subject with many different aspects. In this paper, we focus on income redistribution through taxes and transfers, and we propose different basic setups to study optimal redistribution, depending on the level and the progressivity of taxes and types of transfers, which could be Bismarckian and/or Beveridgien. We study the mechanisms of redistribution and the trade-offs involved in the design of a redistribution system, so that the system can be redistributive and efficient at the same time. Besides, different countries implement different strategies of redistribution with different outcomes in terms of output (efficiency concern) and inequalities (redistribution concern). So then, who is doing better ? Or from a theoretical point of vue: what does optimality look like when redistribution takes place?. We address this question in two stages : in a first step, we use exogenous incomes, determined solely by "chance" (rich or poor by luck) ; in a second step, we implement endogenous labor supply, i.e. incomes depend not only on "chance" but also on "merit", determined by labor supply decisions or individual effort. In the first case, we show that optimal redistribution always results in complete equality. In the second case, adding "merit" shifts the result away from the equality previously found.

Keywords : Optimal Redistribution, Income Inequality, Social Assistance, Social Insurance, Fiscal Policy

Sujet de thèse : Inégalités des salaires, des revenus et de la richesse et crise de la Covid-19. Quelles différences entre les États-Unis et l'Europe?

Encadrant(s) : François Langot

VELOZARA Julianot **LEMNA**

Innovations dans les modes de transport urbain en Afrique : une revue systématique comparative des dynamiques régionales.

Résumé: La rapide urbanisation que connaît l'Afrique génère des défis considérables en matière de mobilité urbaine. Avec des taux de croissance urbaine parmi les plus élevés au monde, les villes africaines font face à une demande croissante de services de transport efficaces, accessibles et durables (UN-Habitat, 2020). Dans ce contexte, diverses innovations émergent pour répondre aux besoins spécifiques des populations urbaines, souvent dans des environnements caractérisés par des contraintes infrastructurelles, institutionnelles et financières (Ferro et al., 2013).

Cette revue systématique vise à analyser comment les innovations dans les modes de transport urbain se développent et s'adaptent aux différents contextes régionaux en Afrique, et à identifier les facteurs qui déterminent leur réussite ou leur échec. Notre étude adopte une approche comparative entre trois grandes régions africaines – l'Afrique de l'Ouest, l'Afrique de l'Est et l'Afrique australe – afin de mettre en lumière les similitudes et les différences dans les dynamiques d'innovation selon les contextes locaux.

L'identification croisée des tendances communes et des spécificités régionales pour une meilleure compréhension des mécanismes d'innovations dans les transports urbains en Afrique permet de retenir la problématique centrale suivante : « Comment les innovations dans les modes de transport urbain se développent-elles dans différents contextes régionaux africains ? »

Pour analyser les dynamiques d'innovation dans les transports urbains en Afrique, l'étude s'appuie sur une revue systématique de la littérature réalisée selon les directives PRISMA (Page et al., 2021) sur la période 2010-2024, complétée par des études de cas représentatifs dans chaque région. Notre cadre d'analyse va intégrer trois dimensions principales : la typologie et l'origine des innovations, les écosystèmes d'acteurs impliqués et les facteurs contextuels influençant l'adaptation et l'adoption des innovations. L'article vise à cartographier les innovations majeures dans les transports urbains africains selon leur typologie et leur région d'implantation, tout en identifiant les facteurs déterminants de leur succès ou échec. L'analyse des interactions entre systèmes formels et informels permettra d'évaluer comment les innovations transforment ces dynamiques historiquement complexes.

Keywords : mobilité urbaine africaine, innovations en transport, analyse comparative régionale, revue systématique, transport urabin

Sujet de thèse : Processus d'appropriation d'innovation frugale au sein du secteur de transport public. Le cas d'initiatives prises par la Commune Urbaine Antananarivo.

Encadrant(s) : Pr. MILLIOT Eric

BEN AOUN Abir **GRANEM**

l'impact de la crise Covid sur la performance financière et boursière -cas des sociétés cotées sur l'Euronext-

Résumé: La crise sanitaire Covid-19 a provoqué un choc économique sans précédent, depuis la crise de 1929 , les marchés boursiers en mars 2020 ont vécu une chute brutale. Les entreprises ont essayé de s'en sortir en cherchant des solutions et des alternatives hors de ceux présenter ordinairement; pour faire face à cette crise, et préparer la reprise et la croissance économique . Entre autres, elles ont augmenté leurs investissements dans le capital immatériel/ intellectuel (CI).

Les sociétés cotées sur Euronext, qui regroupe les Bourses de Paris, Amsterdam, Bruxelles, Lisbonne, Dublin, Milan et Oslo, ont été affectées de manière hétérogène selon les secteurs (par exemple, tourisme et aéronautique lourdement touchés, biotechnologie et numérique en croissance).

Nous analysons la performance financière et boursière avant, pendant et après la crise, pour décortiquer comment et pourquoi certaines sociétés ont su résister et profiter de la crises mieux que les autres .

Keywords : COVID, Investissement, capital intellectuel, MVAIC, performance

Sujet de thèse : L'investissement dans le capital intellectuel : impact sur la Performance dans le contexte de la crise COVID

Encadrant(s) : Pr Lionel Escaffre

SKALSKI Emma **CREM**

What drives urea price fluctuations?

Résumé: This paper examines the key drivers of global urea price fluctuations. As a key agricultural input boosting yields per hectare, urea reached a record $925 per metric ton in April 2022 in the context of the COVID-19 pandemic and the onset of the war in Ukraine. This price increase raised production costs for farmers, thereby presenting a substantial threat to global food security. This study employs a Vector Error Correction Model (VECM) on monthly data from 1985 to 2023 to examine the effects of energy prices, agricultural commodity prices, the real effective exchange rate (REER) and temperature anomalies on urea price dynamics, while also assessing the impact of the COVID-19 pandemic and the war in Ukraine. The main results indicate that energy and agricultural prices positively affect urea prices in the long run, while the REER has a negative impact. Furthermore, increasing temperature anomalies are associated with higher urea prices. Finally, I find that the COVID-19 pandemic significantly contributed to increases in urea prices. These findings provide valuable insights on the dynamics of urea prices, enabling the development of agricultural policies and decision making to stabilize urea prices and ensure stable access to this fertilizer, which plays a crucial role in global food security.

Keywords : Urea prices, Fertilizers, Energy, Markets, VECM

Sujet de thèse : Input price trends: determinants and issues for global food security in a context of climatic variations

Encadrant(s) : HUCHET Marilyne - HUBERT Marie-Hélène

PELLOQUIN Thomas **ARENES**

Revisiting the Causal Impact of Response Time on Health Outcomes: a Non-Parametric Estimation Using Air Temperature as an IV

Résumé: Obtaining reliable estimates from observational or experimental data for evidence-based healthcare policy presents a significant challenge, as many factors influencing health outcomes are either unobserved or subject to endogeneity. This study focuses on response time (RT), defined as the time elapsed from disease onset to treatment. Delays in treatment can lead to irreversible deterioration in health status, yet the true relationship between RT and health outcomes is often confounded by selection on both levels and slopes.

The data used in this analysis come from two sources: the Endovascular Treatment in Ischemic Stroke (ETIS) Registry, which includes hospital stays between March 2017 and November 2023 (the largest available database on acute ischemic stroke (AIS) in France), and hourly weather data collected by the French National Weather Service. The temperature data are employed as an instrumental variable (IV). Each hospital stay is matched with the relevant weather data at the time of patient admission. The final sample includes 15,467 hospital stays.

A non-parametric control function approach is applied, following the methodology outlined by Newey et al. (1999, Econometrica), using exogenous variation in temperature. Intuitively, cold weather influences individual behaviour, such as reduced outdoor activity and less interaction with others, both of which lower the probability of early stroke detection. Hospital congestion is known to increase during cold weather events, which in turn delays access to treatment. Additionally, cold weather can disrupt transportation networks, further exacerbating delays. Consistent with this, a negative relationship is observed between temperature and response time.

On average, the instrumented curve is five times steeper than the naive regression model with controls: 8 to 9% reduction in utility stock for an additional hour of delay. This suggests that even a specification that attempts to capture as much information as possible from severity does not provide as accurate an estimate as the instrumented curve. Moreover, the Average Treatment Effect on the Treated (ATT) curve lies, as expected, between the Average Treatment Effect (ATE) and the naive curve in terms of slope, as it accounts for each patient's sensitivity to time. Unsurprisingly, individuals treated later are less sensitive to RT, which aligns with the self-selection hypothesis.

Keywords : Econometrics, Healthcare, Control function, non-parametric estimation, healthcare system effectiveness

Sujet de thèse : Care Fragmentation and the Vertical Coordination of Healthcare Providers

Encadrant(s) : Nicolas Sirven / Lise Rochaix

AZIB Sarra **LEGO**

Réutiliser ses fruits et légumes abîmés : le rôle de la valeur résiduelle perçue et ses antécédents

Résumé: L'Union Européenne vise à réduire de moitié le gaspillage alimentaire (GA) par habitant d'ici 2030, notamment au niveau des consommateurs, responsables de 39 % du GA total (SDES, 2024). Dans ce contexte, de nombreux travaux en comportement du consommateur ont cherché à analyser les mécanismes sous-jacents aux comportements de GA, en mobilisant notamment la théorie du comportement planifié (Graham-Rowe et al., 2014 ;Visschers et al., 2016) ou la théorie de la pratique (Cappellini, 2009 ; Evans, 2011). Si ces approches ont permis d'identifier des déterminants sociodémographiques, psychologiques ou situationnels expliquant le GA, les comportements anti-gaspillage alimentaire, quant à eux, ont été moins investigués. En particulier, la manière dont la valeur perçue par le consommateur peut encourager ou freiner ces comportements reste peu explorée (Cherrier et Ture, 2020). Dans le domaine des objets durables, plusieurs travaux ont pourtant souligné le rôle crucial de la valeur résiduelle perçue (VRP), c'est-à-dire la valeur attribuée à un produit après usage ou au moment de sa potentielle élimination, dans l'adoption de comportements anti-gaspillage (Ture, 2014 ; Kréziak et al.,2016). En transposant cette approche au champ alimentaire, cette étude examine comment la VRP appliquée aux produits périssables, et en particulier aux fruits et légumes (F&L) abîmés, influence les comportements de réutilisation.

A partir de deux études quantitatives menées respectivement sur 400 et 817 consommateurs français, ce travail (1) conceptualise la VRP d'un produit périssable alimentaire (2) examine le lien entre cette variable, ses antécédents et leur effet combiné sur le comportement de réutilisation des F&L. Les résultats révèlent une structure multidimensionnelle de la VRP, composée de : la VRP orientée vers soi (utilitaire et hédonique), la VRP biosphérique et la VRP symbolique. Seule la 1ère dimension influence significativement le comportement de réutilisation, soulignant l'importance des bénéfices individuels dans l'adoption de pratiques anti-gaspillage, et montrant que la simple sensibilisation au problème ne suffit pas à entraîner un comportement effectif. Enfin, l'étude souligne le rôle médiateur de la VRP orientée vers soi entre ses antécédents (l'implication pour les F&L, la sensibilité au dégoût et le risque perçu) et le comportement de réutilisation, offrant un modèle théorique qui capture à la fois les déterminants et les conséquences de la valeur résiduelle.

Keywords : gaspillage alimentaire, théorie de la valeur, valeur résiduelle, comportements anti-gaspillage, fruits et légumes

Sujet de thèse : Valeur résiduelle perçue d'un produit alimentaire en fin de vie : conceptualisation, antécédents et conséquences sur les pratiques anti-gaspillage du consommateur

Encadrant(s) : URIEN Bertrand et INNOCENT Morgane

VALLERIE Hugo **LEGO**

L'érosion de la confiance dans les systèmes alimentaires : une analyse multi-acteurs des valeurs et des perceptions

Résumé: La confiance des consommateurs envers le système alimentaire s'est progressivement érodée, posant des défis majeurs aux acteurs du secteur. En Europe, seuls 47 % des consommateurs déclarent faire confiance à ce système (EIT Food Trust, 2021). Dans ce contexte, cette étude fait avancer les recherches en intégrant la méfiance et la défiance, deux dimensions souvent négligées mais essentielles dans la formation des attitudes. Si la confiance a été largement explorée en marketing et dans le champ alimentaire (Tonkin et al., 2021 ; Wang et al., 2024 ; Kühn et al., 2023 ; Anisimova et Vrontis, 2024 ; Macready et al., 2025 ; Nuttavuthisit et Thøgersen, 2017), son érosion et sa transformation en attitudes plus complexes restent peu explorées (Bertsou, 2019 ; Citrin et Stoker, 2018). En mobilisant une approche multidimensionnelle et multi-acteurs, cette recherche apporte une lecture plus fine des jugements portés par les consommateurs sur les acteurs du système alimentaire, à travers leurs pratiques perçues et leur alignement sur des valeurs fondamentales des consommateurs. Une étude qualitative exploratoire fondée sur des laddering interviews menées auprès de 15 participants examine des liens entre la perception des consommateurs vis-à-vis de quatre acteurs (agriculteurs, fabricants, distributeurs, autorités) et leurs attitudes de confiance, méfiance et défiance à leur égard. Des cartes hiérarchiques agrégées illustrent comment certaines pratiques déclenchent des réponses différenciées, en révélant les valeurs sous-jacentes. Les résultats remettent en question le continuum confiance-méfiance-défiance conventionnel, démontrant une coexistence des trois attitudes. Les agriculteurs bénéficient d'une confiance relative, fondée sur leur compétence et leur attention perçue, tandis que fabricants et distributeurs suscitent un scepticisme marqué, en lien avec des attentes insatisfaites en matière de transparence et de durabilité. Les autorités, quant à elles, occupent une position intermédiaire, entre légitimité experte et doutes relatifs à leur réactivité. La sécurité, l'honnêteté et l'autonomie apparaissent comme des valeurs structurantes de ces attitudes. Cette étude contribue à affiner le cadre théorique de la « famille de la confiance » en intégrant la méfiance et la défiance comme des concepts interdépendants, tout en identifiant les mécanismes complexes qui orientent les perceptions des consommateurs et ouvrent des pistes d'action pour renforcer la confiance.

Keywords : Confiance, Méfiance, Défiance, Consommateur, Système alimentaire

Sujet de thèse : Comprendre la confiance, la méfiance et la défiance des consommateurs envers les acteurs du système alimentaire : une approche multi-acteurs et multimensionnelle

Encadrant(s) : INNOCENT Morgane - GABRIEL Patrick

BOUIC Soline **CREM**

QUE NOUS APPREND LA RECHERCHE EN MARKETING ALIMENTAIRE ? : UN ETAT DE L'ART DE 40 ANS DE PUBLICATIONS SCIENTIFIQUES FRANCOPHONES

Résumé: Cet article explore les productions de recherche francophones en marketing traitant de l'alimentation. Une analyse scientométrique de 105 articles publiés dans les revues de l'association française du marketing, Recherche et Applications en Marketing et Décisions Marketing, révèle les types de recherche menés et les grands thèmes exploités, ainsi que leur évolution sur les 40 dernières années.

Il ressort que la recherche en marketing alimentaire : 1) reste plus focalisée sur l'étude des comportements des consommateurs, que sur les entreprises et le marketing management ; 2) développe de plus en plus les travaux intégrant les enjeux de durabilité en lien avec la santé, l'environnement et le territoire ; 3) génère toujours des enseignements actionnables en termes de marketing mix. Un regard critique est mobilisé pour interpréter les résultats et conduit à discuter, dans cet article, de l'opportunité pour les chercheurs en marketing d'exploiter de nouvelles pistes de recherche.

Ce travail contribue à synthétiser les thèmes étudiés dans la recherche en marketing et analyser leur évolution au cours de quarante ans de recherche des deux revues. Il a pour but de faire un bilan et de se projeter dans de nouvelles contributions.

Dans le cadre de ce colloque doctoral, nous présenterons la méthodologie de constitution du corpus et d'analyse de celui-ci. Nous exposerons dans un second temps les résultats. Enfin, nous discuterons ces résultats et nous proposerons des voies de recherche, notamment en lien avec les limites de l'étude.

Keywords : recherche en marketing, marketing alimentaire, état de l'art, analyse scientométrique, revue de littérature narrative

Sujet de thèse : Vers des Systèmes Alimentaires Durables & Territorialisés : Comment (ré)concilier les enjeux respectifs des parties prenantes (entreprises-distributeurs-consommateurs) d'un système alimentaire territorialisé ?

Encadrant(s) : Fanny Reniou - Catherine Laroche Dupraz

BOUCHET Lucie **LEMNA**

Au-delà des clichés sur la pluriactivité : le cumul d'activités, socle commun et impensé des organisations

Résumé: Cet article en science de gestion étudie les pratiques de cumul d'activités pour en déterminer l'impact sur les organisations. Il adopte pour ce faire une perspective rarement exploitée : celle des organisations elles-mêmes. En s'appuyant particulièrement sur l'histoire et en dialoguant avec d'autres disciplines, il met en évidence le caractère stable et permanent de la pluriactivité dans les sociétés humaines, et ce indépendamment des contextes économiques et politiques dans lesquels le cumul s'exerce. Il détermine également ses fonctions et enjeux pour les organisations contemporaines par une étude qualitative originale portant sur 23 organisations.

Ce papier contribue de trois manières à la compréhension de la pluriactivité.

Tout d'abord, il dévoile la dispersion sémantique et conceptuelle du phénomène à travers une analyse terminologique originale des mots désignant le cumul d'activités. Il propose également une nouvelle terminologie « chapeau » permettant de penser la pluriactivité dans son ensemble pour désigner toute personne exerçant plusieurs activités, quelle qu'en soit la durée ou le statut : « le cumulateur ».

Ensuite, il complète la compréhension des fonctions organisationnelles remplies par la pluriactivité au fil des siècles et fait la démonstration de sa permanence et sa stabilité dans les sociétés humaines depuis le Moyen Âge.

Dans le contexte des organisations françaises contemporaines, enfin, et par la présentation des résultats d'une enquête qualitative menée en 2023 auprès de 23 organisations françaises, il révèle la discrète omniprésence des cumulateurs au sein des organisations, et la faible instrumentalisation de cette pratique en termes d'outils de gestion. Il offre ainsi un éclairage inédit sur la perception managériale de ces profils pluriactifs, et sur les opportunités ou risques que les managers projettent sur les cumulateurs. Il formule enfin quelques préconisations pour une gestion mutuellement bénéfique de ces individus.

Keywords : pluriactivité, cumul d'activités, multiple jobholding, polyactivité, moonlighting

Sujet de thèse : L'organisation face au cumul d'activités : opportunités, défis et conditions d'une pluriactivité mutuellement bénéfique

Encadrant(s) : JOURNE Benoit

ANDRIAMBAHINY Kanto Ny Aina **LEMNA**

ENTREPRENEURIAT CHEZ LES NEETS : ANALYSE DU PROFIL ENTREPRENEURIAL ET DES DEFIS RENCONTRES

Résumé: Cette recherche s'inscrit dans le champ de l'entrepreneuriat de nécessité, en se focalisant sur une catégorie d'acteurs encore peu étudiée dans la littérature, les NEETs, une catégorie de personne socialement vulnérable, sans emploi, formation ni scolarisation. Madagascar, le pays de l'étude, marqué par une jeunesse nombreuse, un faible taux de scolarisation et un accès à l'emplois limité, présente à la fois un contexte contraignant et un potentiel entrepreneurial important. À travers une étude de cas menée auprès d'un projet des Salésiens de Don Bosco, ce papier explore le profil entrepreneurial des NEETs et les défis rencontrés dans leur processus entrepreneurial.

Les résultats indiquent que les entrepreneurs NEETs, issus de milieux défavorisés, ont souvent abandonné l'école pour des raisons économiques ou familiales. Néanmoins, ils développent des compétences techniques et artisanales, acquises de manière informelle, qui deviennent leur principal levier d'insertion professionnelle. Leur motivation à entreprendre repose à la fois sur la contrainte économique et la recherche d'autonomie. Le processus entrepreneurial chez les NEETs se distingue du modèle classique : il s'appuie sur des activités souvent informelles, à petite échelle, et répondant à un besoin immédiat de survie. Les obstacles majeurs identifiés sont le manque de ressources, d'accompagnement, de formation structurée, ainsi que la difficulté d'accès au marché. Ces entrepreneurs expriment un fort besoin de soutien dans leur parcours entrepreneurial, notamment, des formations à la fois théoriques et pratiques sur les compétences techniques, managériales et comportementales, des appuis matériels, et des accès à des réseaux professionnels. L'étude conclut que l'entrepreneuriat peut être une solution viable pour cette catégorie de personne marginalisée, à condition d'un accompagnement adapté, valorisant leurs compétences pratiques et répondant à leurs réalités.

Keywords : Entrepreneurs NEETs, Entrepreneuriat de nécessité, Profil entrepreneurial, Processus entrepreneurial, Personne socialement vulnérable

Sujet de thèse : DIMENSIONS SOCIALES D'UN DISPOSITIF D'INCUBATION LIE A DES ENTREPRENEURS VULNERABLES

Encadrant(s) : Pr Eric Milliot

ABDULLATIF Dana **LEGO**

La résilience organisationnelle dans les organisations hautement fiables face à l'imprévu

Résumé: Ruiz-Martin et al. (2018) ont distingué quatre niveaux de résilience organisationnelle, parmi lesquels deux permettent de gérer des événements imprévus : le niveau résilient et le niveau anti-fragile. Cette étude s'intéresse aux organisations hautement fiables (HROs) (par exemple, les secteurs nucléaire, de la santé et des opérations militaires), malgré leur exposition à des accidents pouvant avoir des conséquences catastrophiques (Roberts et al., 1994), peuvent néanmoins atteindre un niveau élevé de résilience organisationnelle en développant des capacités spécifiques leur permettant d'anticiper et de s'adapter aux imprévus (Christianson et al., 2011). La Marine Nationale repose sur des systèmes mécanistes fondés sur l'application stricte des procédures, un modèle généralement adapté aux environnements stables (Burns & Stalker, 1961). Cependant, certaines situations comme les situations normalement perturbées correspondent à des événements imprévus non couverts par des procédures (Journé & Raulet-Croset, 2008). De même, certaines études ont souligné que ces règles peuvent également limiter la flexibilité et les capacités d'adaptation en situation critique (Eberl et al., 2015). Cette réflexion soulève la problématique suivante : comment les HROs, malgré leurs contraintes par des règles strictes, préservent-elles leur résilience face à des situations normalement perturbées qui requièrent des capacités d'adaptation et de flexibilité, rendant ainsi l'application stricte des procédures inefficace ?

Une méthode qualitative a été adoptée pour répondre à la problématique de recherche, comprenant une observation à bord d'un bâtiment de la Marine nationale, suivie de 16 entretiens avec des officiers. L'observation a montré que la formation se concentre sur la préparation aux événements imprévus, et l'importance des capacités individuelles pour répondre aux situations critiques et renforcer la résilience. Les entretiens ont révélé que les capacités adaptatives sont essentielles pour ajuster les actions face à l'imprévu, ce qui pourrait caractériser une organisation résiliente. En revanche, les capacités dynamiques interviennent après la situation pour reconfigurer les routines et les ressources, ce qui pourrait qualifier une organisation antifragile, car cela permet non seulement de surmonter les menaces, mais aussi de les transformer en opportunités pour se renforcer et mieux répondre aux situations futures.

Keywords : Résilience, HRO, Imprévu, Capacités adaptatives, Capacités dynamiques

Sujet de thèse : Résilience organisationnelle, maîtrise des actions réflexes et rôle des compétences adaptatives individuelles ou d'équipe

Encadrant(s) : Honoré Lionel

TROTIN NEIGER Aurélie **GAINS**

Freins et leviers au déploiement de la pratique avancée : accompagner la transition

Résumé: Dans le contexte de l'augmentation de la population générale d'une part, et de la démographie médicale qui ne s'ajuste pas encore aux besoins de la population vieillissante d'autre part, l'introduction de la pratique avancée semble être une réponse aux problématiques de recours aux soins et d'accès aux soins que rencontrent les français sur le territoire . Les infirmiers de pratique avancée (IPA), après 2 années supplémentaires d'études à un niveau Master, peuvent assurer le suivi de patients très spécifiques effectué dans le cadre d'un protocole d'organisation établi entre le médecin et l'IPA. Dans ce contexte, l'introduction des IPA semble être une réponse favorable à la problématique d'amélioration d'accès aux soins et donc à la réduction des inégalités sociales et territoriales : objectif de santé publique majeur. L'implantation de ces nouveaux professionnels semble cependant très hétérogène et semble recueillir des réticences, notamment par le corps médical (Luan et al., 2023). Les professionnels eux-mêmes et les nouveaux IPA qui débutent la pratique avancée, ont à construire leur identité professionnelle dans l'esprit du travail en coopération, où chacun sait où se trouve son rôle, sa place, sa mission (Denny et al., 2024). L'inadéquation entre les besoins de santé et l'offre de soins peut être explorée à travers différents prismes. L'un d'eux consiste à s'interroger sur l'impact d'un choc d'offre, à savoir l'introduction de nouveaux intermédiaires de santé, tels que les IPA, et sur la manière dont cette réorganisation des soins pourrait améliorer l'accès aux soins. Plus précisément, la question est de savoir de quelle manière l'adaptation de l'offre de soins peut être accompagnée de manière harmonieuse, en intégrant une redéfinition complémentaire des rôles et des métiers soignants. Pour cela, il a été choisi d'adopter une vision qualitative pour comprendre les freins organisationnels et identifier les leviers susceptibles de favoriser l'adhésion des différents acteurs – patients, soignants et établissements de santé – à ce nouveau système.

Keywords : Infirmier de pratique avancée, organisation, parcours de soins, politique publique, accompagnement

Sujet de thèse : Inadéquation entre besoins de santé et offre de soins : quels leviers pour améliorer l'accès aux soins des populations ?

Encadrant(s) : Arnaud CHERON, Mathieu LEVAILLANT et Christophe MAUREL