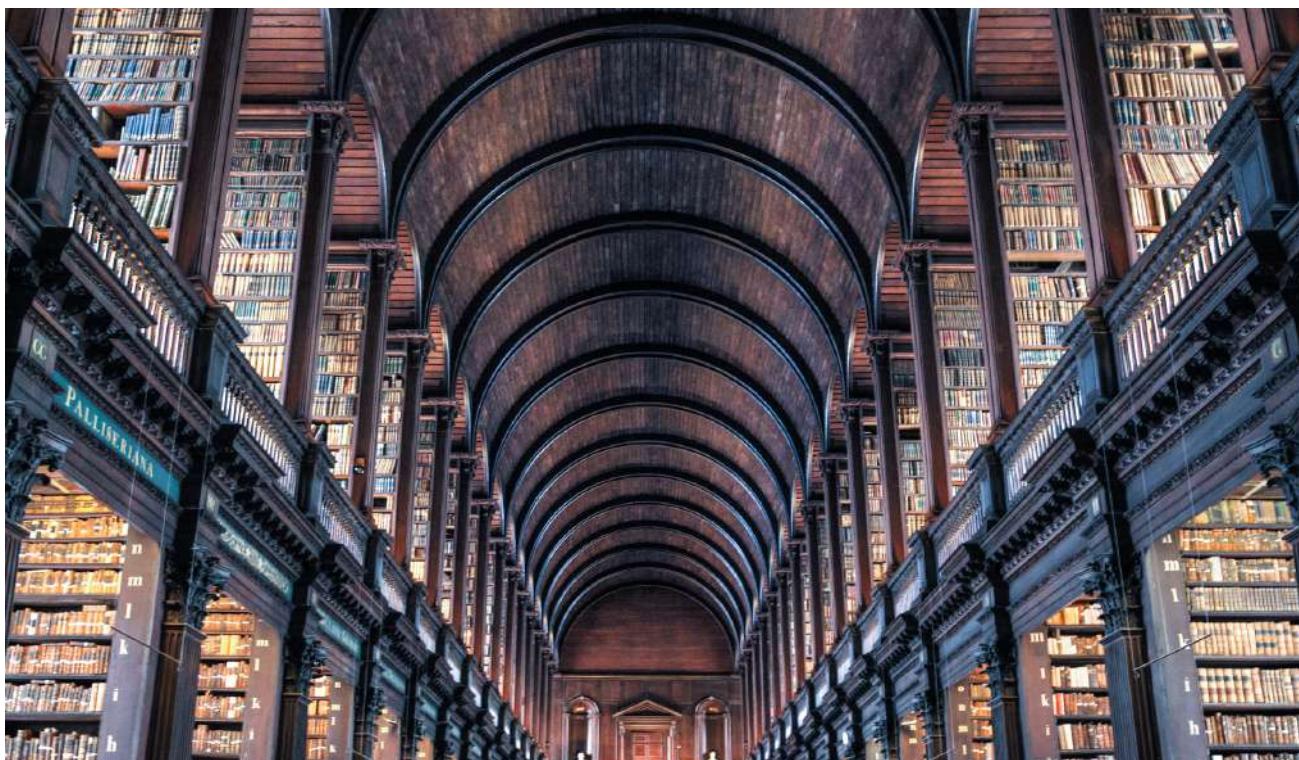


# CERI NEWS

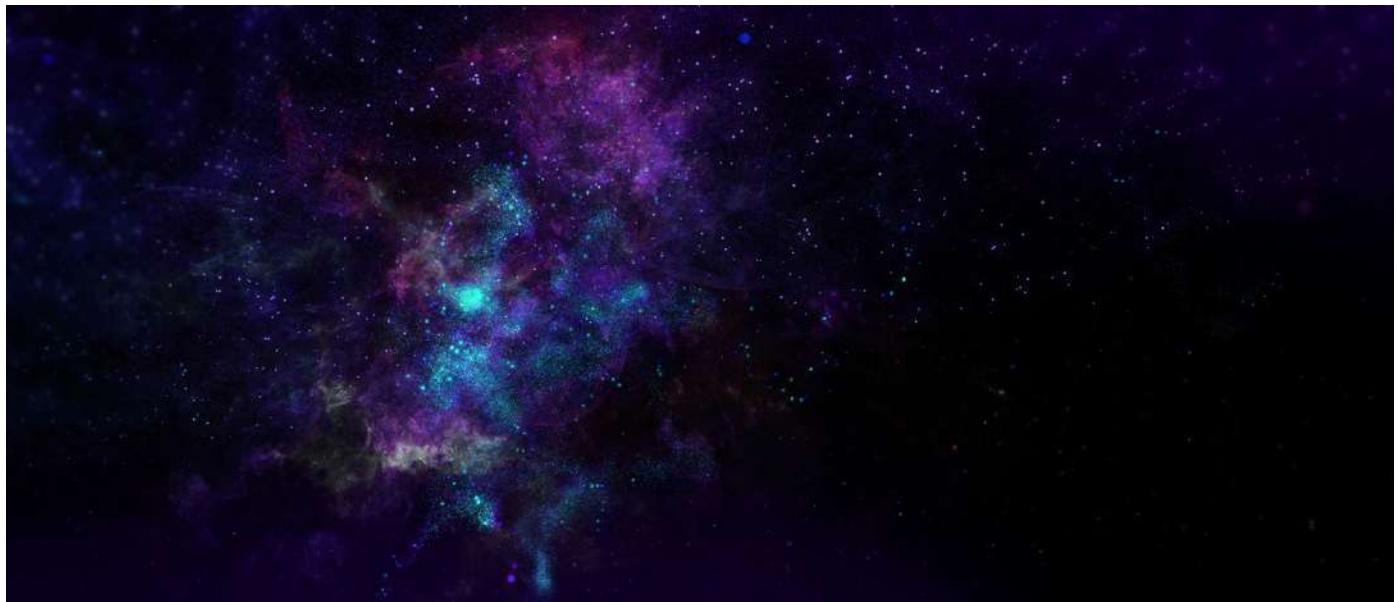
*Le bulletin d'information semestriel du CERI*



CENTRE D'ETUDE ET DE RECHERCHE DE L'ISTEC

# CERI NEWS

*Le bulletin d'information semestriel du CERI*



DANS CE NUMÉRO

**RETOUR SUR LES  
ÉVÈNEMENTS PASSÉS**

**ÉVÈNEMENTS À VENIR**

**PUBLICATIONS DU SEMESTRE  
ÉCOULÉ**

**À L'HONNEUR**

## **L'année 2021 : une année pour aller de l'avant**

*par Dominique Baruel Bencherqui*

L'année 2021 a été une année chargée de nouveautés avec, notamment le rachat de l'ISTEC par un fonds d'investissement, l'arrivée d'un nouveau Directeur Général et celle du Doyen de la faculté.

Cette année a été également mise sous le signe du renouveau dans le corps professoral puisque cinq professeurs chercheurs viennent d'être recrutés.

**"La science est du savoir organisé"**  
(Herbert Spencer)

# CERI NEWS

*Le bulletin d'information semestriel du CERI*



DANS CE NUMÉRO

**RETOUR SUR LES  
ÉVÈNEMENTS PASSÉS**

**ÉVÈNEMENTS À VENIR**

**PUBLICATIONS DU SEMESTRE  
ÉCOULÉ**

**À L'HONNEUR**

## **Retour sur les évènements passés**

*par Rey Dang*

En dépit du contexte sanitaire actuel, le 14ème colloque du CERI a eu lieu le jeudi 9 décembre via Zoom et en présence.

Au cours de cette journée riche et féconde, 10 communications ont été présentées par des chercheurs français et internationaux sur la thématique du "crowdfunding "

Deux numéros spéciaux sont associés au colloque : Gestion 2000 et VSE (Vie et Sciences de l'Entreprise).

# CERI NEWS

*Le bulletin d'information semestriel du CERI*



## DANS CE NUMÉRO

### RETOUR SUR LES ÉVÈNEMENTS PASSÉS

### ÉVÈNEMENTS À VENIR

### PUBLICATIONS DU SEMESTRE ÉCOULÉ

### À L'HONNEUR

## Évènements à venir

- *7 avril 2022: Journée Humanisme & Gestion (organisée par Zahir Yanat)*

« INTÉGRITÉ SCIENTIFIQUE : ENJEUX ET  
CONTINGENCES »

La 18ème journée d'Humanisme et Gestion sera consacrée à des échanges sur les enjeux de l'activité des chercheurs au regard des exigences éthiques, à la lumière des contingences de gestion et en tenant compte des finalités humanistes de la construction des connaissances.

# CERI NEWS

*Le bulletin d'information semestriel du CERI*



DANS CE NUMÉRO

## RETOUR SUR LES ÉVÈNEMENTS PASSÉS

## ÉVÈNEMENTS À VENIR

## PUBLICATIONS DU SEMESTRE ÉCOULÉ

## À L'HONNEUR

## Evènements à venir

- **29 juin 2022: 7ème journée Internationale du Marketing Santé (organisée par Christelle Quero)**

« EVOLUTIONS OU REVOLUTIONS DU MARKETING SANTE LIEES A LA PANDEMIE DE COVID-19 »

Ces septièmes rencontres JIMS, à l'instar des premières, auront pour objet d'approfondir la réflexion sur le champ du marketing de la santé afin de déterminer des perspectives, des stratégies et des pratiques marketing qui ont été mobilisées ou pourraient être mobilisées pour limiter la propagation de la Covid-19 et de ses nombreux variants ainsi que l'impact sur les soignants et les structures de soins. Ces journées, transversales par nature, privilégient le débat et l'échange entre les chercheurs mais surtout l'interaction étroite et le dialogue avec les différents professionnels du secteur lors d'ateliers conjoints orientés vers un thème d'actualité et portés par les différents acteurs.

# CERI NEWS

*Le bulletin d'information semestriel du CERI*



DANS CE NUMÉRO

**RETOUR SUR LES  
ÉVÈNEMENTS PASSÉS**

**ÉVÈNEMENTS À VENIR**

**PUBLICATIONS DU SEMESTRE  
ÉCOULÉ**

**À L'HONNEUR**

## **Publications du semestre écoulé**

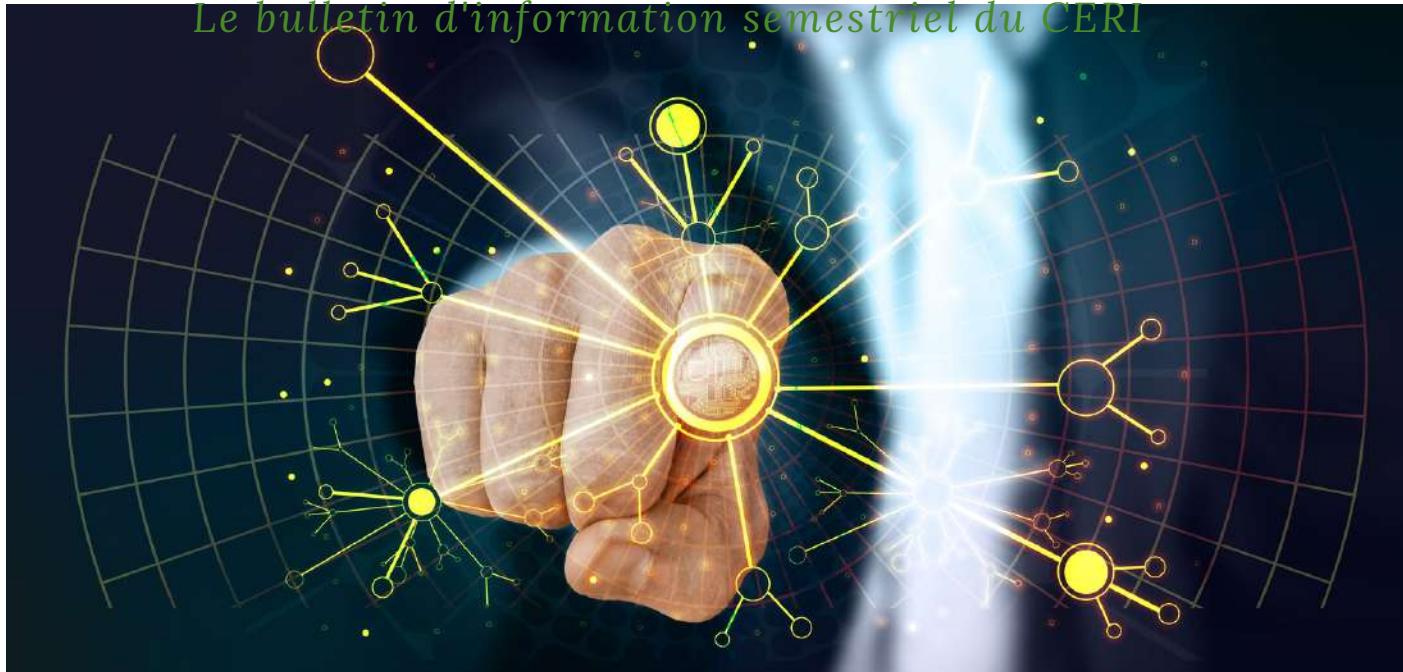
Bezes C. (2021), "At the source of integrated interactions across channels", International Journal of Retail & Distribution Management, vol.49, n°7

### **Résumé**

This research studies what full channel integration means for customers, how channels should be combined so that this integration is perceived by customers and whether a retailer under study can act on the same channel attributes regardless of the type of customer. The research design uses an online survey of a full sample of 1,015 multichannel buyers, extracted from the behavioral databases of a French specialized retailer. This full sample is segmented into four subsamples. The data are treated with backward multiple linear regressions. Based on research in marketing and psychology, this study conceptually demonstrates that integrated interactions perceived by consumers are the outcome of a judgment of congruence that seek to build relationships between them in order to combine them better. Testing three hypotheses, the empirical study shows that channel integration is a psychological process: cumulative (individuals incorporate the information provided by the different channels rather than comparing them), selective (customers never take into account all the attributes of the channels) and subjective (the channel image attributes taken into account differ in number and quality from one type of customer to another).

# CERI NEWS

*Le bulletin d'information semestriel du CERI*



DANS CE NUMÉRO

**RETOUR SUR LES  
ÉVÈNEMENTS PASSÉS**

**ÉVÈNEMENTS À VENIR**

**PUBLICATIONS DU SEMESTRE  
ÉCOULÉ**

**À L'HONNEUR**

## **Publications du semestre écoulé**

Bèzes C., Mercanti-Guérin M. (2021), « Stratégies d'acquisition des GAFAM : derrière le contrôle des technologies, celui des corps. Une analyse inspirée par Michel Foucault », *Management & Avenir*, n° 125

### **Résumé**

Cette recherche vise à mieux comprendre les mutations de la surveillance mise en place dans un univers digital et à éclairer la transformation des corps visée par les GAFAM. Pour cela, elle fait le parallèle entre la société numérique actuelle et celle décrite par Foucault, d'abord sur un plan théorique, puis à un niveau empirique. En menant une analyse sémantique à partir de la base de données CB Insights, cette recherche montre que les stratégies d'acquisition des GAFAM sont incontestablement centrées sur les corps et peuvent être prédites.

# CERI NEWS

*Le bulletin d'information semestriel du CERI*



DANS CE NUMÉRO

**RETOUR SUR LES  
ÉVÈNEMENTS PASSÉS**

**ÉVÈNEMENTS À VENIR**

**PUBLICATIONS DU SEMESTRE  
ÉCOULÉ**

**À L'HONNEUR**

## **Publications du semestre écoulé**

Charfi A., Kaabachi S. Kefi M.K., Kpossa M. (2021), "Celebrity Endorsement vs Influencer Endorsement for Financial Brands: What does Gen-Z think?", *revue Management et Sciences Sociales*, n°31

### **Résumé**

Cette étude étend la recherche sur l'endossement publicitaire par les célébrités et les influenceurs à la communication des institutions financières. Elle explore l'attitude de la génération Z à l'égard des publicités des produits financiers mettant en oeuvre une stratégie d'endossement. Nous analysons l'effet du type d'endosseur (célébrité versus influenceur) sur l'efficacité d'une stratégie d'endossement. Une expérimentation a été menée sur un échantillon de 313 étudiants âgés de 18-25 ans. La modélisation par équations structurelles (Amos graphics 25) et la MANOVA ont été utilisées pour analyser les données. Les résultats montrent que comparé aux célébrités, la génération Z perçoit l'image des influenceurs plus congruente avec celle de la marque financière. Ils sont également plus crédibles et dotés de motivations altruistes. L'étude montre que l'attribution de motivations altruistes à l'endosseur contribue fortement à la perception de sa crédibilité. Une forte congruence entre l'image de l'endosseur et l'image de la marque et une forte congruence entre l'image de l'endosseur avec l'image idéale que la génération Z souhaite avoir d'elle-même contribuent fortement à l'attribution de motivations altruistes à l'endosseur. L'attitude de la génération Z envers la publicité est influencée principalement par l'attrait physique de l'endosseur et la confiance qu'il suscite. Cette recherche met en évidence l'intérêt pour les marques financières d'utiliser les influenceurs pour communiquer efficacement auprès de la génération Z.

# CERI NEWS

*Le bulletin d'information semestriel du CERI*



DANS CE NUMÉRO

**RETOUR SUR LES  
ÉVÈNEMENTS PASSÉS**

**ÉVÈNEMENTS À VENIR**

**PUBLICATIONS DU SEMESTRE  
ÉCOULÉ**

**À L'HONNEUR**

## **Publications du semestre écoulé**

L'Hocine H., Dang R., Scotto MJ., Boyer A., Guechtouli M. (2021), « La féminisation des entreprises algériennes : le cas CEVITAL », , revue *Management et Sciences Sociales*, n°31

### **Résumé**

Ce travail cherche à étudier d'une manière générale l'intégration des femmes algériennes dans le monde du travail, un sujet fort d'actualité mais absent dans la recherche. Pour le faire, nous avons pris le cas d'un géant économique en Algérie, à savoir, le groupe Cevital. Nous avons fait appel à une triangulation de trois sources d'informations : les données statistiques de l'entreprise, la communication digitale et une collecte terrain à travers un questionnaire et des entretiens qualitatifs. Les résultats obtenus montrent clairement une absence d'une stratégie affichée de féminisation des effectifs de Cevital (5 % du total). Cependant, les femmes sont recrutées dans des postes administratifs sous statut cadre et sont souvent diplômées et accumulent une expérience au sein du groupe.

# CERI NEWS

*Le bulletin d'information semestriel du CERI*



## DANS CE NUMÉRO

### RETOUR SUR LES ÉVÈNEMENTS PASSÉS

### ÉVÈNEMENTS À VENIR

### PUBLICATIONS DU SEMESTRE ÉCOULÉ

### À L'HONNEUR

## Publications du semestre écoulé

Sauce L. (2021), « The unintended consequences of the regulation of cryptocurrencies », *Cambridge Journal of Economics*

### Résumé

This paper investigates whether the application of the latest guidance of the Financial Action Task Force (FATF) for regulating cryptocurrencies may engender unintended consequences at odds with the initial purposes of transparency and technology neutrality. For instance, we will ask whether regulation strengthening may incite a category of investors to flight to unregulated and non-compliant decentralised exchange platforms to stay under the radar of regulators. Furthermore, we ask whether regulation may lead to a two-tier industry, fragmented between compliant trading venues that attract mainstream users and non-compliant trading venues that attract privacy-centric users. We argue that somewhat paradoxically, regulation may push part of the crypto-industry to the 'dark side' of financial innovation and drives privacy-centric investors out of the scope of regulators.

# CERI NEWS

*Le bulletin d'information semestriel du CERI*



DANS CE NUMÉRO

**RETOUR SUR LES  
ÉVÈNEMENTS PASSÉS**

**ÉVÈNEMENTS À VENIR**

**PUBLICATIONS DU SEMESTRE  
ÉCOULÉ**

**À L'HONNEUR**

## A l'honneur

**Olivier Bouteille, doctorant à l'ISTEC en 2e année de DBA, lance sa chaîne youtube et son site internet consacrés à la recherche pratique.**

"La Recherche Pratique" est une nouvelle source d'information pour tous les RH, Managers et étudiants sur les pratiques de GRH. La Recherche Pratique illustre, au travers de vidéos de 5 minutes, un article de recherche par semaine sur les innovations RH, en apportant toutes les explications et outils pratiques pour exploiter concrètement la recherche RH (O. Bouteille)

<https://www.larecherchepratique.fr/>

<https://www.youtube.com/channel/UCQPYHrOzfazz2VMiXktXTaQ>

# CERI NEWS

*Le bulletin d'information semestriel du CERI*



DANS CE NUMÉRO

**RETOUR SUR LES  
ÉVÈNEMENTS PASSÉS**

**ÉVÈNEMENTS À VENIR**

**PUBLICATIONS DU SEMESTRE  
ÉCOULÉ**

**À L'HONNEUR**

## A l'honneur

**Le chercheur ayant le plus contribué, en 2021, à la production académique du CERI est : REY DANG qui a eu 8 articles publiés**



# CERI NEWS

*Le bulletin d'information semestriel du CERI*



**TOUTE L'EQUIPE DU CERI VOUS SOUHAITE UNE  
EXCELLENTE ANNEE 2022**

Baruel Bencherqui Dominique, Beau Gaëlle, Bèche Jérôme, Bezes Christophe, Boucher Ronald, Bouteille Olivier, Canevet-Lehoux Sophie, Chaari Jihane, Charfi Anis, Coulibaly Daouda, Dang Rey, Elabidi Houda, Giacomoni Gilbert, Haouat-Asli Meriem, Leblanc Sophie, Sauce Loïc, Soulabail Yves, Vancaelemont Anne, Yanat Zahir.