



**HAL**  
open science

## NIMEC - Normandie innovation marché entreprise consommation

Rapport Hcéres

► **To cite this version:**

Rapport d'évaluation d'une entité de recherche. NIMEC - Normandie innovation marché entreprise consommation. 2011, Université de Caen Normandie - UNICAEN, Université de Rouen. hceres-02034628

**HAL Id: hceres-02034628**

**<https://hal-hceres.archives-ouvertes.fr/hceres-02034628v1>**

Submitted on 20 Feb 2019

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



agence d'évaluation de la recherche  
et de l'enseignement supérieur

Section des Unités de recherche

Rapport de l'AERES sur  
l'unité :

Normandie Innovation Management Entreprise

Consommation (NIMEC)

sous tutelle des  
établissements et organismes :

Université de Caen Basse-Normandie

Novembre 2010



agence d'évaluation de la recherche  
et de l'enseignement supérieur

Section des Unités de recherche

## Rapport de l'AERES sur l'unité :

Normandie Innovation Management Entreprise

Consommation (NIMEC)

sous tutelle des  
établissements et organismes :

Université de Caen Basse-Normandie

Le Président de l'AERES

Didier Houssin

Section des unités  
de recherche

Le Directeur

Pierre Glorieux

Novembre 2010



# Unité

Nom de l'unité : Normandie Innovation Management Entreprise Consommation (NIMEC)

Label demandé : EA

N° si renouvellement : 969

Nom du directeur : Joël BRÉE

## Membres du comité d'experts

Président :

M. Alain JOLIBERT, université Grenoble 2

Experts :

M. David ALIS, université Rennes 1

M. Frédéric LEROY, université Montpellier 1

Mme Géraldine MICHEL, université Paris 1

NB : Aucun représentant du CNU n'a pu se rendre disponible ce jour.

## Représentants présents lors de la visite

Délégué scientifique représentant de l'AERES :

M. Frédéric LOBEZ

Représentant(s) des établissements et organismes tutelles de l'unité :

M. Pierre DENISE, 2ème vice président du Conseil Scientifique de l'université Caen Basse-Normandie.



## 1 • Introduction

- Date et déroulement de la visite :

Jeudi 4 novembre

- 10H30-11H00 : huis clos du comité
- 11H00-12H30 : l'activité de l'unité

A/ Présentation de l'activité de l'unité par M. Joël BREE

B/ Membres présents :

- Le directeur de l'unité
- Son conseil

- 12H30-14H00 : déjeuner
- 14H00-14H30 : rencontre avec le vice président CS
- 14h30-15H00 : rencontre avec les doctorants à huis clos
- 15H00-17H00 : bilan à huis clos
- 17H00-17H10 : validation du décompte des producteurs (comité et directeur)
- 17H10 : fin de la visite

- Historique et localisation géographique de l'unité et description synthétique de son domaine et de ses activités :

L'unité a été créée par fusion en 2008 de deux EA, l'une de Université de Caen Normandie (CIME), l'autre de l'université de Rouen (CREGO) afin d'obtenir une plus grande synergie régionale et d'atteindre une taille suffisante. Le CIME étant le laboratoire de l'IAE de Caen, le NIMEC a conservé des liens très étroits avec l'IAE de Caen qui héberge le laboratoire, lui fournit un poste de secrétaire, une salle pour les doctorants et met à sa disposition un informaticien. L'université de Rouen met à disposition du laboratoire un ingénieur d'études à mi-temps. Le NIMEC est un laboratoire support de l'école doctorale d'Economie-Gestion de Normandie (ED 242).

Le NIMEC est un laboratoire UPRES A qui comprend 4 équipes : Stratégie, Marketing, Ressources Humaines et Psychologie sociale. Il effectue ses recherches selon 7 axes :

3 axes en Stratégie : Les processus innovants et les réseaux qui les soutiennent, les territoires dans lesquels s'inscrivent ces projets et ces réseaux, le management public.

2 axes en Marketing : Jeunes et pratiques responsables de la consommation ; Marketing, consommation et vécu d'expérience.

2 axes en Ressources Humaines : Contrepouvoirs institués et mutation du travail ; prospective des métiers

L'équipe psychologie sociale est en cours d'intégration.



- Equipe de Direction :

Directeur : M. Joël BRÉE, et 2 directeurs adjoints (M. Eric REMY, université de Rouen et M. Franck BIETRY, université de Caen).

- Effectifs de l'unité : (sur la base du dossier déposé à l'AERES) :

	Dans le bilan	Dans le projet
N1 : Nombre d'enseignants-chercheurs (cf. Formulaire 2.1 du dossier de l'unité)	50	50
N2 : Nombre de chercheurs des EPST ou EPIC (cf. Formulaire 2.3 du dossier de l'unité)	0	0
N3 : Nombre d'autres enseignants-chercheurs et chercheurs y compris chercheurs post-doctorants (cf. Formulaire 2.2, 2.4 et 2.7 du dossier de l'unité)	11	11
N4 : Nombre d'ingénieurs, techniciens et de personnels administratifs titulaires (cf. Formulaire 2.5 du dossier de l'unité)	0	
N5 : Nombre d'ingénieurs, techniciens et de personnels administratifs non titulaires (cf. Formulaire 2.6 du dossier de l'unité)	1	
N6 : Nombre de doctorants (cf. Formulaire 2.8 du dossier de l'unité)	75	
N7 : Nombre de personnes habilitées à diriger des recherches ou assimilées	18	18

## 2 • Appréciation sur l'unité

- Avis global sur l'unité :

L'unité a effectué de gros efforts d'intégration mais doit se recentrer autour d'un plus faible nombre d'axes.

Le nombre et la qualité des publications sont faibles, le laboratoire étant plus centré sur la production de thèses.

Le laboratoire contient parmi ses membres un trop grand nombre de non producteurs.

La gouvernance du laboratoire est peu claire et établit une distinction entre professeurs et maîtres de conférences sans prendre en compte le statut de produisant.

Il y a deux équipes fortes, en marketing et en stratégie, qui comptent des producteurs.

Le laboratoire a une activité contractuelle forte, notamment sous forme de contrats ANR, mais celle-ci, pour l'instant, ne donne pas naissance à des publications de qualité suffisante.



- **Points forts et opportunités :**

Le laboratoire a déployé une grande activité contractuelle qui se traduit par des contrats ANR (MARCO ET SACACEP).

Il y a deux équipes principales, en marketing et en stratégie, qui se distinguent par le nombre de leurs producteurs.

- **Points à améliorer et risques :**

L'unité a effectué un gros effort de regroupement accompagné de publications autour des équipes Stratégie et Marketing. Cependant l'effort de regroupement original selon ces deux équipes se trouve minoré par la création de deux nouvelles équipes, l'une en Ressources humaines, l'autre en Psychologie sociale, due à l'intégration de nouveaux enseignants chercheurs au sein du laboratoire. Compte tenu du nombre d'axes de recherche (7) au sein des 4 équipes et du nombre de producteurs (18), les nombres d'équipes et d'axes de recherche sont trop élevés (par exemple 2,6 producteurs par axe, ce qui est faible).

Sur le plan des publications, le laboratoire a eu des difficultés d'utilisation des marqueurs AERES. Le laboratoire affichant un effectif de 50 personnes (Hors PREM, PRAG et PRCE (11)), seuls 18 sont producteurs au sens de l'AERES ; le taux de producteurs rapporté à l'effectif du laboratoire ( $18/50=36\%$ ) est donc faible.

De nombreuses publications du laboratoire sont effectuées dans une revue publiée localement « Management et Avenir » classée 4 par le CNRS. Il serait souhaitable de diversifier les publications vers d'autres supports.

Le laboratoire a une activité contractuelle forte notamment sous forme de contrats ANR mais cette activité, pour l'instant, ne donne pas naissance à des publications de qualité suffisante.

- **Recommandations:**

- 1) Recentrer l'activité du laboratoire sur les producteurs.
- 2) Diminuer le nombre d'axes et faire émerger des axes transversaux en rapprochant ou fusionnant autour de thématiques fédératrices du type « management de la santé ».
- 3) Mieux coordonner l'activité du laboratoire avec celle de l'ED d'Economie-Gestion de Normandie (ED 242) à laquelle le laboratoire est adossé. Le suivi et la formation des doctorants et les relations entre les doctorants et leurs directeurs de thèse sont du ressort de l'ED.
- 4) Mettre en œuvre une politique incitative visant à faire croître le nombre de producteurs en recherche.
- 5) Simplifier la gouvernance et ses modalités.
- 6) Veiller à centrer l'activité contractuelle sur des contrats débouchant sur des publications de qualité.

- **Données de production :**

(cf. [http://www.aeres-evaluation.fr/IMG/pdf/Criteres\\_Identification\\_Ensgts-Chercheurs.pdf](http://www.aeres-evaluation.fr/IMG/pdf/Criteres_Identification_Ensgts-Chercheurs.pdf))

A1 : Nombre de producteurs parmi les chercheurs et enseignants chercheurs référencés en N1 et N2 dans la colonne projet	21
A2 : Nombre de producteurs parmi les autres personnels référencés en N3, N4 et N5 dans la colonne projet	
A3 : Taux de producteurs de l'unité $[A1/(N1+N2)]$	42%
A4 : Nombre d'HDR soutenues (cf. Formulaire 2.10 du dossier de l'unité)	7
A5 : Nombre de thèses soutenues (cf. Formulaire 2.9 du dossier de l'unité)	33



### **Autres données :**

Le nombre de thèses soutenues par HDR est de 33 pour 18 encadrants, soit environ 2 thèses/HDR.

S'agissant du nombre de thèses encadrées/HDR, l'unité compte 75 doctorants pour 18 HDR, soit 4,2 thèses par encadrant, ce qui est un taux raisonnable.

La durée de réalisation d'une thèse est de 66 mois pour les thèses soutenues, soit 5,5 ans. En analysant plus finement, et en rapportant le nombre de doctorants inscrits (75) au flux annuel moyen de soutenances (8 par an), il est possible d'observer qu'en fait la durée moyenne est proche de 9 ans.

### **3 • Appréciations détaillées :**

- **Appréciation sur la qualité scientifique et la production :**

La qualité de la production est relativement faible (4 articles rang A, 16 articles de rang B, 39 articles de rang C). Quantitativement, et rapportée au nombre de producteurs ayant publié au moins deux articles sur la période de référence, soit 18, la production est beaucoup plus satisfaisante.

La quantité de production autre est abondante : 27 autres publications, 70 publications dans des actes de colloques, 68 participations à des colloques nationaux, 66 ouvrages ou chapitres d'ouvrage et 6 ouvrages et chapitres de vulgarisation.

Le nombre important d'actes de colloque et d'autres publications en regard des publications de qualité (20 articles de rang A et B au sens de l'AERES) suggère que le laboratoire doit inciter plus à la production d'articles de qualité.

Le laboratoire est reconnu par les pôles de compétitivités régionaux (TES) ainsi que par l'ANR.

- **Appréciation sur le rayonnement, l'attractivité, et l'intégration de l'unité de recherche dans son environnement :**

Le rayonnement est tout à fait satisfaisant ; c'est l'un des points forts du laboratoire, puisqu'il a eu en son sein deux présidents d'association (AIMS et AFM) et qu'il recèle 4 rédacteurs en chef de revues classées AERES.

Un autre point fort du laboratoire est sa capacité à obtenir des financements externes, à répondre ou susciter des appels d'offres et à participer à des pôles de compétitivité. Le NIMEC a obtenu deux contrats du pôle TES terminés en 2009 (NFC containers, PERSEPOLIS), deux contrats ANR (ANR Marco que pilote le laboratoire, 140000 euros étant alloués au NIMEC ; et ANR Sacacep dans lequel le laboratoire est partenaire, sa dotation étant de 17 680 euros), et deux autres contrats ENEIDES et OSCIA.

La valorisation des recherches et les relations socio économiques ou culturelles sont bonnes puisque le laboratoire est bien intégré dans son tissu économique local (voir relations avec pôles de compétitivité).

- **Appréciation sur la gouvernance et la vie de l'unité :**

La gouvernance du laboratoire nécessite des ajustements sur le plan de l'organisation :

- Le conseil de laboratoire comprend 7 professeurs membres de droit et 6 MCF élus. Cette discrimination est difficile à justifier d'autant plus que certains des professeurs ne sont pas publiants.
- Les directeurs d'équipe sont élus mais ne figurent pas dans la composition du conseil de laboratoire alors qu'ils devraient y être.
- Il n'existe pas de bureau qui permette une réflexion et des prises de décision rapides.
- Le conseil des directeurs de recherche et le conseil des doctorants ont des rôles ambigus puisque certains directeurs de recherche et doctorants figurent dans le conseil de laboratoire. Cette double représentation n'a pas d'intérêt. Par ailleurs, quelle est l'étendue de leur pouvoir par rapport à celui du conseil de laboratoire ? Ce point n'est pas précisé.





- L'animation scientifique du laboratoire est bonne et a permis l'intégration des deux laboratoires alors qu'il s'agit d'une fusion difficile.
- Les membres sont impliqués dans les enseignements de leurs universités respectives.

- **Appréciation sur la stratégie et le projet :**

Il n'existe pas de projet clair dans la mesure où les publications ne sont pas mises en avant alors que la production de thèses paraît l'objectif principal du laboratoire.

La prolifération des axes et des équipes nécessite un recentrage.

La politique d'affectation des moyens (mécanique en fonction du nombre de publiants pour l'université) est peu claire à l'intérieur du laboratoire. Ceci étant, les doctorants expriment leur satisfaction (moyens matériels, séminaires, logiciels).

Le laboratoire effectue un gros effort de restructuration et de rapprochement scientifique de deux composantes éloignées géographiquement l'une de l'autre et la définition d'un projet scientifique est en cours. Certains des axes retenus sont originaux et doivent de ce fait être privilégiés puisque le nombre d'axes est trop important.

Le laboratoire est bien intégré dans son tissu économique local et est reconnu par les décideurs de la région.

#### 4 • Analyse équipe par équipe et/ou par projet (partie à dupliquer si nécessaire pour chaque équipe)

- **Intitulé de l'équipe et nom du responsable :**

Responsable : M. Patrick JOFFRE, M. Thomas LOILLIER et M. Gérald ORANGE

- **Effectifs de l'équipe ou affectés au projet (sur la base du dossier déposé à l'AERES) :**

	Dans le bilan	Dans le projet
N1 : Nombre d'enseignants-chercheurs (cf. Formulaire 2.1 du dossier de l'unité)	18	18
N2 : Nombre de chercheurs des EPST ou EPIC (cf. Formulaire 2.3 du dossier de l'unité)	0	0
N3 : Nombre d'autres enseignants-chercheurs et chercheurs y compris chercheurs post-doctorants (cf. Formulaires 2.2, 2.4 et 2.7 du dossier de l'unité)	2	2
N4 : Nombre d'ingénieurs, techniciens et de personnels administratifs titulaires (cf. Formulaire 2.5 du dossier de l'unité)	0	0
N5 : Nombre d'ingénieurs, techniciens et de personnels administratifs non titulaires (cf. Formulaire 2.6 du dossier de l'unité)	0	
N6 : Nombre de doctorants (cf. Formulaire 2.8 du dossier de l'unité)	29	
N7 : Nombre de personnes habilitées à diriger des recherches ou assimilées	9	9



- **Appréciation sur la qualité scientifique et la production :**

La pertinence et originalité des recherches, qualité et impact des résultats

L'équipe Stratégie s'articule autour d'un axe générique de recherche : le management stratégique des projets et des réseaux. Cet axe se décline en trois thèmes : 1) les processus innovants et les réseaux qui les soutiennent, 2) les territoires dans lesquels s'inscrivent ces projets et ces réseaux et 3) le management public. Les deux premiers thèmes sont des objets de recherche pertinents dans le domaine de la stratégie. Le troisième relève d'un autre champ, bien qu'il ait été agrégé dans cette équipe. Parmi ces trois thèmes, la contribution la plus originale et la plus forte est apportée par les recherches portant sur les processus innovants. Dans le domaine du management stratégique en France, le site caennais est connu pour ses recherches sur l'innovation, qu'elle soit de nature technologique ou de nature stratégique. La recherche sur le management de projet connaît également une certaine audience. La problématique des territoires est plus récente mais sans doute porteuse d'un certain potentiel. Les recherches sur le management public semblent pour l'instant moins développées.

En termes de publications, le nombre de producteurs est inférieur au nombre total de membres de l'équipe. Au total on peut dénombrer 10 producteurs sur les 18 membres de l'équipe. Les publications sont elles-mêmes centrées sur un nombre de revues assez limité et à audience essentiellement francophone. Sur les 30 articles publiés, 26 l'ont été dans des revues référencées par l'AERES. Sur ces 26 articles, seuls 4 sont publiés dans des revues anglophones.

Revue classée AERES	Quantités
- Revue Française de gestion	5
- Economie et Société	2
- Gestion 2000	2
- Finance-Contrôle-Stratégie	3
- Management & Avenir	7
- Revue Internationale PME	2
- Politique et Management Public	1
- Management Accounting Research	1
- International Journal of Transport Economics	1
- Journal of Enterprise Information and Management	1
- Géographie, Economie et Société	1
<b>Total revues AERES</b>	<b>26</b>
Revue non classée AERES	4
<b>Total</b>	<b>30</b>

Le total des publications montre que l'équipe Stratégie a un niveau correct de publications. Il faut noter une forte représentation de certaines revues comme la Revue Française de Gestion et, surtout, la revue Management et Avenir. Dans l'ensemble la production est très francophone et les revues ne sont pas celles qui disposent des meilleures places dans les classements comme celui du CNRS.



- **Appréciation sur le rayonnement, l'attractivité, et l'intégration de l'équipe de recherche dans son environnement :**

L'équipe Stratégie dispose d'un certain rayonnement en France sur l'axe générique du management de projet et sur le thème des processus d'innovation au sein de l'AIMS (Association Internationale de Management Stratégique). Elle a notamment organisé un atelier AIMS sur le thème de l'Innovation Ouverte. La publication d'un numéro spécial de la Revue Française de Gestion sur ce thème en 2011 devrait conforter une certaine reconnaissance nationale sur ce thème. En revanche sur le thème du territoire, il y a encore une visibilité limitée.

Le thème du Management Public est au centre d'un réseau national, le Recemap, Un prix national est décerné chaque année et une collection est ouverte sur ce thème chez l'Harmattan. Un des enseignants-chercheurs occupe un poste clé dans la revue Politique et Management Public.

- **Appréciation sur le projet :**

- **Points à améliorer et risques :**

L'équipe Stratégie est animée par un dynamisme certain autour de son axe générique, le management de projet et de son thème phare, les processus d'innovation. Ces recherches se traduisent par des publications à un rythme et à un niveau correct sur le plan national. Sur le thème du territoire, les recherches sont plus récentes mais disposent sans doute d'un potentiel intéressant. Le thème du management public semble plus en retrait au niveau du dynamisme et du nombre de publications effectives. Pour toutes ces recherches, la diffusion au niveau international est très limitée.

De façon générale, l'axe générique est peu affirmé. Il semble plus être un quatrième thème à côté des trois autres thèmes énoncés. La cohérence globale de l'équipe Stratégie autour de ces quatre thèmes n'est pas franchement claire. Le management de projet, les processus d'innovation et le management des territoires ne sont pas sans liens, mais ces derniers ne sont pas évidents alors que le thème du management public est plus isolé. Il semble donc nécessaire de repenser la dynamique globale de cette équipe.

- **Recommandations :**

Le développement de la recherche dans l'équipe Stratégie passe par deux réflexions. Une première réflexion doit porter sur la cohérence interne de l'équipe. Dans cette perspective, une possibilité est de centrer celle-ci sur un thème considéré par ses membres comme le plus fort. Ce thème fort peut être celui des processus d'innovation, tant dans leur dimension technologique que stratégique. Dans cette voie, les thèmes du projet, du territoire et du management public ont pour vocation à trouver une articulation ou un lien avec la thématique des processus d'innovation. L'objectif de ce recentrage thématique est clairement de donner une identité et une image à l'équipe Stratégie et, ainsi, de développer une notoriété nationale et internationale. Il semble absolument nécessaire pour publier régulièrement dans les revues internationales de bon rang académique. Une deuxième réflexion doit porter sur l'articulation de l'équipe Stratégie avec la dynamique d'ensemble du laboratoire. Une réflexion collective doit être menée pour recentrer le laboratoire sur un nombre restreint de thématiques transversales communes aux différentes fonctions (stratégie, marketing, RH). Ce sont ces thèmes sur lesquels le NIMEC pourra acquérir une audience nationale et internationale.



- Intitulé de l'équipe et nom du responsable Marketing

Responsable : M. Joël BRÉE

- Effectifs de l'équipe ou affectés au projet (sur la base du dossier déposé à l'AERES) : 14

	Dans le bilan	Dans le projet
N1 : Nombre d'enseignants-chercheurs (cf. Formulaire 2.1 du dossier de l'unité)	13	13
N2 : Nombre de chercheurs des EPST ou EPIC (cf. Formulaire 2.3 du dossier de l'unité)		
N3 : Nombre d'autres enseignants-chercheurs et chercheurs y compris chercheurs post-doctorants (cf. Formulaires 2.2, 2.4 et 2.7 du dossier de l'unité)	1	1
N4 : Nombre d'ingénieurs, techniciens et de personnels administratifs titulaires (cf. Formulaire 2.5 du dossier de l'unité)	0	0
N5 : Nombre d'ingénieurs, techniciens et de personnels administratifs non titulaires (cf. Formulaire 2.6 du dossier de l'unité)	0	
N6 : Nombre de doctorants (cf. Formulaire 2.8 du dossier de l'unité)	25	
N7 : Nombre de personnes habilitées à diriger des recherches ou assimilées	5	5

- Appréciation sur la qualité scientifique et la production :

- La pertinence et originalité des recherches, qualité et impact des résultats

L'équipe marketing s'organise autour de 2 axes « Jeunes et pratiques responsables de la consommation » et « Marketing, consommation et vécu d'expérience ».

Les publications issues des recherches en marketing s'inscrivent autour de deux thématiques d'actualité qui sont la consommation des enfants et le marketing expérientiel. Ce positionnement permet un affichage clair en concordance avec les problématiques actuelles des entreprises mais n'est pas particulièrement original.

Les recherches en marketing font l'objet de publications et communications relativement nombreuses dans divers revues et congrès pour la plupart à réputation nationale et qui restent de qualité moyenne.

Le nombre de publiants reste faible : sur 14 membres de l'équipe, on comptabilise 5 publiants. Ce qui illustre la difficulté à définir une politique de publication claire.

Revue classées AERES	Quantités
- Décision Marketing	9
- Economie et Société	1
- Gestion 2000	1
- Journal of Marketing Management	1
- Management & Avenir	8
- Recherche et Applications en Marketing	2
Total revues AERES	22
Revue non classées AERES	13
Total	35



Le bilan des publications de l'équipe Marketing montre un certain dynamisme avec un total de 35 publications en 4 ans (soit en moyenne 8,75 par an).

Toutefois, en termes de qualité, le bilan est mitigé. Sur 35 publications, 22 sont dans des revues classées par l'AERES, soit 66%, et, parmi ces 22 publications, 8 sont publiées dans une revue (Management et Avenir) qui est localisée au NIMEC, ce qui fait que 36% des papiers classés émergent de cette revue. Par ailleurs, sur les 23 publications classées par l'AERES, deux uniquement se trouvent dans une revue de haut rang (RAM).

Cette analyse montre qu'il faut définir une véritable stratégie de publication car l'équipe risque de s'épuiser à publier dans des revues non classées par l'AERES (parmi les 35 publications, 13 sont dans des revues non classées par l'AERES, soit 37%).

Le contrat ANR Marco permet à l'équipe de trouver des synergies de recherche. Toutefois, à l'heure actuelle, la production scientifique associée à ce contrat reste limitée à des publications dans « Management et Avenir » et à un ouvrage collectif à paraître. Le contrat prend fin dans six mois.

- **Appréciation sur le rayonnement, l'attractivité, et l'intégration de l'unité de recherche dans son environnement :**

L'équipe marketing bénéficie d'un rayonnement national grâce notamment au dynamisme de l'équipe autour de différentes activités :

- Organisation du colloque annuel « société et consommation » qui a fêté sa neuvième édition en 2010.
- Localisation de 3 revues, 1 en Management et 2 en marketing, un enseignant-chercheur étant rédacteur en chef de « Management & Avenir » et un autre, rédacteur en chef de la revue Recherche et Applications en Marketing, le NIMEC abritant par ailleurs la nouvelle revue « Perspectives Culturelles de la Consommation ». Ces différentes activités rejaillissent indirectement sur la notoriété du laboratoire NIMEC et notamment sur son équipe Marketing.

- **Appréciation sur le projet :**

Le projet reproduit l'organisation de l'équipe Marketing en deux grands axes « Jeunes et pratiques responsables de la consommation » et « Marketing, consommation et vécu d'expérience ».

La fin du contrat ANR Marco est marquée par le projet de dépôt d'un nouveau dossier ANR sur la thématique de « La consommation alimentaire des enfants » ou « Génération écran ».

Ce projet montre le dynamisme de l'équipe, mais cette initiative doit s'accompagner d'une politique de publication d'une plus grande ambition pour aboutir à davantage de papiers dans des revues de meilleure facture et de renommée internationale.

Au niveau global, le projet ne prévoit pas de synergies transdisciplinaires avec les autres équipes du NIMEC, ce qui est bien dommage dans la mesure où la définition de thématiques transversales permettrait un positionnement plus original. Il semble par exemple très intéressant de définir une thématique où les équipes Marketing et Psychologie sociale pourraient collaborer.



- Conclusion :

- Avis global sur l'équipe :

L'équipe est dynamique mais la quantité et la qualité des publications sont moyennes. Il y a 5 publiants sur 14 ; il faudrait mettre en place une politique d'appartenance au laboratoire beaucoup plus claire en présentant les nouvelles règles de publications (2 articles tous les 4 ans).

Points forts et opportunités : L'équipe Marketing est dynamique et visible au niveau national. En effet, les membres de cette équipe participent à de nombreux colloques et communiquent dans des revues de l'AFM. Par ailleurs, l'hébergement de 2 revues, dont la revue phare française de marketing (RAM) apporte une certaine réputation.

Points à améliorer et risques : il faut améliorer la politique de publications. Il existe un risque de développer une politique qui soutient surtout les doctorants (alors qu'il s'agit du rôle de l'école doctorale), donc un risque de perte d'efficacité dans la publication de papiers.

- Recommandations :

Le comité recommande de développer une véritable stratégie de publications pour publier dans des revues de meilleure qualité et au niveau international et de s'inscrire dans des thématiques plus transversales ce qui permettra d'avoir un positionnement beaucoup plus original.

- Intitulé de l'équipe et nom du responsable : Gestion des Ressources Humaines

Responsable : Mme Aline SCOUARNEC

- Effectifs de l'équipe ou affectés au projet (sur la base du dossier déposé à l'AERES) : 6

	Dans le bilan	Dans le projet
N1 : Nombre d'enseignants-chercheurs (cf. Formulaire 2.1 du dossier de l'unité)	5	5
N2 : Nombre de chercheurs des EPST ou EPIC (cf. Formulaire 2.3 du dossier de l'unité)	0	0
N3 : Nombre d'autres enseignants-chercheurs et chercheurs y compris chercheurs post-doctorants (cf. Formulaires 2.2, 2.4 et 2.7 du dossier de l'unité)	1	1
N4 : Nombre d'ingénieurs, techniciens et de personnels administratifs titulaires (cf. Formulaire 2.5 du dossier de l'unité)	0	0
N5 : Nombre d'ingénieurs, techniciens et de personnels administratifs non titulaires (cf. Formulaire 2.6 du dossier de l'unité)	0	
N6 : Nombre de doctorants (cf. Formulaire 2.8 du dossier de l'unité)	17	
N7 : Nombre de personnes habilitées à diriger des recherches ou assimilées	2	2



- Appréciation sur la qualité scientifique et la production :
  - La pertinence et originalité des recherches, qualité et impact des résultats

Les recherches en gestion des ressources humaines font l'objet de publications. Sur les 5 enseignants chercheurs de l'équipe, la productivité de 4 collègues est satisfaisante. Le cinquième collègue n'a pas de publications.

Au niveau qualitatif, la majorité des articles sont publiés dans des revues classées (9 /14). L'équipe doit cependant mieux utiliser les listes de classements de revues par l'AERES : ainsi la revue Humanisme et Entreprise est cotée différemment selon les enseignants-chercheurs. La majorité des articles publiés dans des revues classées le sont dans la revue locale (5/9), ce qui constitue une fragilité : l'atteinte d'un nombre suffisant de publications ne peut reposer uniquement sur cette revue locale. L'objectif doit bien être la qualité des revues, ce qui passe à terme par une internationalisation des supports de publication.

A cet égard, l'adhésion à des colloques internationaux et la collaboration avec des collègues étrangers doit être poursuivie (Academy of Management, ACRI...). Des efforts sont faits en ce sens et doivent être prolongés (liens avec des professeurs étrangers, participation à des réseaux de recherche). Il faut noter l'absence de publications en langue anglaise. Il convient de poursuivre l'internationalisation du laboratoire.

Revue classées AERES	Quantités
- Management et avenir	5
- Revue Française de gestion	1
- Revue Pistes (classée en psychosociologie)	1
- Relations industrielles	1
- Science de gestion	1
-	
<b>Total revues AERES</b>	<b>9</b>
Revue non classées AERES	
- Education permanente	1
- Humanisme et entreprise	2
- Nouvelle Revue de Psychosociologie	2
<b>Total revues non classées</b>	<b>5</b>

- Appréciation sur le rayonnement, l'attractivité, et l'intégration de l'unité de recherche dans son environnement :

L'équipe GRH bénéficie d'un rayonnement grâce à l'action de ses fondateurs et de ses responsables. Elle organise un colloque national sur la prospective des métiers en liaison avec l'université Paris Dauphine. La responsable de l'équipe est rédacteur en chef de « Management & Avenir ». Les membres sont bien implantés dans la communauté académique de l'AGRH. L'équipe mène actuellement plusieurs contrats de recherche sur la prospective et bénéficie d'une audience et d'une reconnaissance sur ce thème. Le thème du dialogue social est actuellement bien exploré, avec des publications.

La dynamique apparaît positive et les quatre collègues impliqués.

- Appréciation sur le projet :
  - Points forts et opportunités :

L'équipe, malgré sa petite taille, est dynamique et productive et ses membres occupent des responsabilités au sein de la communauté. Elle compte 17 doctorants.



#### ▪ Points à améliorer et risques :

- Il faut combler le manque de transversalité intra équipe et inter équipe:
- Les axes « COSSI » et « prospective » correspondent aux spécialités de deux enseignants-chercheurs. Ce schéma ne paraît pas satisfaisant au niveau intra équipe (les thématiques des deux autres membres de l'équipe ne rentrent que partiellement dans ces deux axes). Il n'est pas plus satisfaisant au niveau inter équipe : deux axes pour une équipe de quatre producteurs.
- L'axe Management Public (qui fait appel aux travaux de la GRH) ne fait pas a priori l'objet de collaborations inter équipes. Les chercheurs en psychologie sociale ne sont pas cités par l'équipe GRH. Pourtant les risques psychosociaux font l'objet de recherches.
- Le projet doit valoriser les projets de recherche tournés vers la publication. Le thème de la prospective apparaît très appliqué (nombreux contrats d'études) et le lien vers la recherche académique et la publication est à renforcer.
- On note l'absence de référence à une politique claire de publications à l'international. Cette internationalisation et cette recherche de publications à l'international doit être un signal fort également à l'attention des doctorants. Il convient de ne pas compter uniquement sur la revue locale.
- Pour l'encadrement de thèses, l'équipe compte 17 doctorants pour seulement 2 HDR (1Pr et 1 MCF HDR) dans le dossier. Après analyse, 6 doctorants sur 17 sont suivis par des collègues reconnus (émérites) qui n'apparaissent plus dans l'effectif de l'équipe Il est important d'assurer une relève.

#### ▪ Recommandations :

Le comité recommande d'intégrer davantage l'équipe dans le laboratoire en recentrant les thématiques. Le dynamisme et la productivité sont réels, mais la question de la pérennité de l'équipe est posée du fait de sa taille. Le fait de se rapprocher d'autres équipes (intégration) pour accentuer les coopérations et synergies doit être envisagé.

Le comité recommande également de favoriser la transversalité :

- au niveau intra équipe, les deux axes (dialogue social et prospective métiers) devraient être rapprochés.
- Au niveau inter équipe, une collaboration devrait être envisagée avec les chercheurs en Management Public de l'équipe Stratégie. De même une collaboration avec les chercheurs en psychologie sociale peut être envisagée sur la thématique de la santé au travail et des risques psychosociaux. Cette inscription dans des thématiques transversales doit constituer un atout pour le laboratoire. La définition des équipes sous forme fonctionnelle (marketing, stratégie, ressources humaines) apparaît peu adaptée. Des thématiques transversales (innovation, changement, santé, management public et des territoires...) seraient plus adaptées pour favoriser les synergies inter-équipes et les transversalités.
- Il conviendra aussi de privilégier la recherche contractuelle favorisant les publications.
- Les contrats de recherche doivent donner lieu à publications dans des bonnes revues. La recherche d'une utilité sociale (qui apparaît comme un souci légitime et un point fort de l'équipe) va de pair avec cet objectif.
- La possibilité de renforcer les thèses CIFRE devra également être encouragée compte-tenu du souci fort du laboratoire de valorisation, avec ce même souci de publication.
- Il faudra renforcer la stratégie de publications à l'international. Cette internationalisation doit être un signal fort également à l'attention des doctorants. La participation aux colloques internationaux (cf. participation aux colloques de l'Academy of Management) doit être recherchée en vue de publications ultérieures. Les moyens de l'équipe et du laboratoire devraient être consacrés à cet objectif. Au niveau thématique, il serait intéressant de mener les travaux sur la prospective dans une perspective internationale en renforçant le réseau de recherche avec pour objectif des publications internationales.





- Enfin, il faudra poursuivre le renforcement du nombre de collègues habilités à diriger des recherches pour favoriser une dynamique globale et assurer un bon encadrement.

- Intitulé de l'équipe et nom du responsable : Psychologie Sociale

Responsable M. Patrice GEORGET

- Effectifs de l'équipe ou affectés au projet (sur la base du dossier déposé à l'AERES) : 3

	Dans le bilan	Dans le projet
N1 : Nombre d'enseignants-chercheurs (cf. Formulaire 2.1 du dossier de l'unité)	3	3
N2 : Nombre de chercheurs des EPST ou EPIC (cf. Formulaire 2.3 du dossier de l'unité)	0	0
N3 : Nombre d'autres enseignants-chercheurs et chercheurs y compris chercheurs post-doctorants (cf. Formulaires 2.2, 2.4 et 2.7 du dossier de l'unité)	0	0
N4 : Nombre d'ingénieurs, techniciens et de personnels administratifs titulaires (cf. Formulaire 2.5 du dossier de l'unité)	0	0
N5 : Nombre d'ingénieurs, techniciens et de personnels administratifs non titulaires (cf. Formulaire 2.6 du dossier de l'unité)	0	
N6 : Nombre de doctorants (cf. Formulaire 2.8 du dossier de l'unité)	0	
N7 : Nombre de personnes habilitées à diriger des recherches ou assimilées	1	1

- Appréciation sur la qualité scientifique et la production :

- La pertinence et originalité des recherches, qualité et impact des résultats

L'équipe compte plusieurs publications notamment internationales avec une dynamique positive. Cependant, la majorité des articles sont publiés dans des revues non classées par l'AERES. L'équipe est engagée dans une politique de valorisation et de recherche contractuelle. Le lien avec les sciences de gestion n'apparaît pas dans les publications.

- Appréciation sur le rayonnement, l'attractivité, et l'intégration de l'unité de recherche dans son environnement :

L'équipe est récente (créée au 1<sup>er</sup> janvier 2010). Elle affiche son souci de transversalité. Elle bénéficie d'un programme de recherche financé par l'ANR SACACEP, dont l'efficacité est de tester l'efficacité théorique de la communication persuasive dans un contexte spécifique (la promotion de don du sang). Elle est également engagée dans un programme de recherche avec le pôle TES (transaction et échanges sécurisés) et collabore avec l'équipe Marketing.



- **Appréciation sur le projet :**
  - **Points forts et opportunités :**
    - Le projet de l'équipe porte principalement sur trois axes : les déterminants de la formation des attitudes et des comportements, les conditions d'obtention et les mécanismes psychologiques sous-jacents au changement individuel, la résistance au changement. Ces thèmes sont prometteurs avec de nombreuses possibilités d'application.
    - L'équipe poursuit une dynamique positive de recherche avec des publications à l'international. Elle renforce sa bonne intégration dans le laboratoire.
  - **Points à améliorer et risques :**
    - La taille de l'équipe est trop faible et le renforcement de la transversalité nécessaire en lien avec les équipes gestionnaires:
    - L'équipe n'a pas la taille critique pour constituer une équipe autonome. Elle n'a pas non plus de doctorant. Elle doit poursuivre sa recherche de synergie avec les équipes gestionnaires. Le rattachement au NIMEC a ainsi des conséquences sur le type de recherche et les supports de publications.
    - Les publications dans les revues classées doivent être renforcées. Les membres de l'équipe doivent systématiquement rechercher des publications dans des revues classées par l'AERES. L'appartenance à un laboratoire de sciences de gestion doit favoriser des applications gestionnaires.
  - **Recommandations :**
    - L'équipe doit être intégrée dans une autre équipe (Marketing, RH) ou dans un axe fédératif (santé, innovation et changement...).
    - Il faut favoriser la transversalité avec les équipes marketing et RH.
    - Il convient aussi de privilégier la recherche contractuelle favorisant les publications dans les revues classées.

Le comité recommande enfin de poursuivre la stratégie de publications à l'international en se rapprochant des sciences de gestion.



Intitulé UR / équipe	C1	C2	C3	C4	Note globale
Normandie Innovation Marché Entreprise Consommation (NIMEC)	B	A	C	B	B

C1 Qualité scientifique et production

C2 Rayonnement et attractivité, intégration dans l'environnement

C3 Gouvernance et vie du laboratoire

C4 Stratégie et projet scientifique

### Statistiques de notes globales par domaines scientifiques (État au 06/05/2011)

#### Sciences Humaines et Sociales

Note globale	SHS1	SHS2	SHS3	SHS4	SHS5	SHS6	Total
A+	2	8	2	11	5	6	34
A	12	33	12	13	32	18	120
B	11	37	6	22	19	5	100
C	8	4	2	6	1		21
Non noté	1						1
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>82</b>	<b>22</b>	<b>52</b>	<b>57</b>	<b>29</b>	<b>276</b>
A+	5,9%	9,8%	9,1%	21,2%	8,8%	20,7%	12,3%
A	35,3%	40,2%	54,5%	25,0%	56,1%	62,1%	43,5%
B	32,4%	45,1%	27,3%	42,3%	33,3%	17,2%	36,2%
C	23,5%	4,9%	9,1%	11,5%	1,8%		7,6%
Non noté	2,9%						0,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

#### Intitulés des domaines scientifiques

#### Sciences Humaines et Sociales

SHS1 Marchés et organisations

SHS2 Normes, institutions et comportements sociaux

SHS3 Espace, environnement et sociétés

SHS4 Esprit humain, langage, éducation

SHS5 Langues, textes, arts et cultures

SHS6 Mondes anciens et contemporains



La Présidente de l'Université de Caen  
Basse-Normandie

à  
Monsieur le Directeur  
Section des Unités de Recherche  
AERES

Caen, le 10/03/2011

V/Réf. : Evaluation - S2UR120001228 - Normandie Innovation Marché Entreprise Consommation (NIMEC) - 0141408E

Monsieur le Directeur,

Les enseignants-chercheurs du NIMEC, les vice-présidents du Conseil Scientifique et moi-même avons pris connaissance avec beaucoup d'intérêt du rapport d'évaluation qui fait suite au comité de visite de l'AERES du 4 novembre 2010. Tous les moyens seront bien sûr mobilisés pour intégrer les remarques et les recommandations qui sont faites au sein de ce rapport, notamment en ce qui concerne le taux de producteurs qui reste, nous en sommes parfaitement conscients, trop faible.

Trois points, qui font l'objet de remarques, vont concentrer tous les efforts des membres de l'unité au cours des prochains mois et des prochaines années.

#### **1. Le premier point concerne la gouvernance.**

Il est assez facile à corriger. Lors de la prochaine assemblée générale du laboratoire, sera voté un projet de modification du périmètre des membres qui forment le Conseil de Laboratoire. Le nombre de Professeurs des Universités sera ramené à parité avec celui des Maîtres de Conférences, c'est-à-dire 6, selon les mêmes règles électives. Même si cela changera peu de chose, dans les faits, compte tenu du petit nombre de PU en 6<sup>ème</sup> section, c'est un principe d'équité qui paraît en effet sain ; d'autant plus que certains d'entre eux ne sont pas producteurs et n'ont pas, il est vrai, vocation à siéger dans cette instance.

#### **2. Le deuxième point concerne la réduction du nombre des axes de recherche.**

Il est à noter qu'un important recentrage avait déjà été initié lors de la fusion du CIME et du CREGO en 2008. Nous sommes prêts à aller encore plus loin dans cette démarche afin de redonner un élan de recherche et de publication au plus grand nombre de collègues.

La structuration qui est présentée recentre les recherches du NIMEC autour de 2 axes principaux. Cette structuration sera affinée au cours de l'année à venir car nous souhaitons mener une vraie réflexion pour assurer la cohérence de l'ensemble et amener chacun à s'appropriier ces nouvelles orientations. Il conviendra ensuite de faire approuver le projet par le Conseil de Laboratoire.

Au vu des compétences qui sont celles des membres du NIMEC, un **premier axe s'articulera autour du concept d'organisation vu comme un panier de projets innovants**. Il permettra d'intégrer à la fois les enseignants-chercheurs de l'actuelle équipe « stratégie », ceux des axes COSSI (Comportements, Organisations, Syndicats, Soutiens, Implications) et « prospective des métiers » issus de l'équipe « Gestion des Ressources Humaines », et des collègues isolés, dont le domaine d'expertise concerne essentiellement soit la finance, soit la gestion de production, soit la supply-chain.

Cette thématique de recherche est importante. Que l'on soit dans le domaine des nouveaux produits, des relations sociales, des flux matériels ou d'information, des montages financiers... les firmes les plus performantes seront de plus en plus celles qui parviennent à maîtriser la vitesse et le séquençage du montage et de la mise en œuvre de projets innovants et, plus largement, à « construire » leur environnement par des dispositifs organisationnels propices au changement continu. Les projets qui représentent une démarche d'anticipation pertinente dans un environnement véloce seront appelés à devenir un élément de plus en plus fondamental de la dynamique des ressources et des expertises, car ils représentent tout à la fois le renforcement des compétences centrales existantes et le développement de compétences inédites. Par ailleurs, cette vision de l'organisation constitue un double enjeu sur le plan des ressources humaines dans la mesure où celles-ci peuvent y trouver leur place, soit directement en tant que projet (nouvelles manières d'aborder le dialogue social, réflexions sur la santé au travail...), soit indirectement en tant que conséquences de projets mobilisateurs qui vont permettre à la fois d'améliorer l'implication et l'engagement des collaborateurs et de réduire les tensions entre partenaires sociaux. Enfin, toute la réflexion sur la prospective des métiers devra nous aider à comprendre comment ceux-ci doivent évoluer pour permettre de repenser véritablement l'organisation autour de ces projets innovants.

**Le deuxième axe concernera la socialisation et le vécu du consommateur responsable** (le vocable consommateur étant ici à prendre dans son acception globale, c'est-à-dire relevant à la fois de la sphère marchande et non-marchande). Cet axe permettra de regrouper l'actuelle équipe « marketing » ainsi que les trois collègues issus de la psychologie sociale autour d'un projet commun. Au sein de cet axe, différents travaux seront conduits dont la finalité visera clairement à promouvoir une consommation maîtrisée : mieux appréhender tous les mécanismes et les contenus des apprentissages du jeune consommateur afin de ne pas rater les enjeux fondamentaux qui sont ceux d'aujourd'hui et d'en faire un consommateur citoyen à même d'orienter l'offre des entreprises de demain ; appréhender le vécu et l'expérience des consommateurs face à un produit et/ou un point de vente afin de lui permettre d'en garder le contrôle ; mieux comprendre les logiques de communication à privilégier pour promouvoir certains comportements socialement désirables (le don de sang) ou pour combattre des pratiques à risque (l'alcoolisation des jeunes).

**3. Le troisième et dernier point concerne, bien sûr, l'amélioration du nombre de producteurs.**

De ce point de vue, nous pouvons espérer jouer sur l'effet combiné de plusieurs leviers. Le premier d'entre eux est un levier conjoncturel puisque plusieurs collègues, pour qui la recherche ne constituait pas une priorité dans leur portefeuille d'activités, vont nous quitter. Leur remplacement par des enseignants-chercheurs plus jeunes et producteurs en recherche doit constituer une opportunité pour agir dans ce sens. La structuration en équipes qui avait déjà été amorcée, et qui sera encore renforcée par le recentrage sur les deux thématiques évoquées constituera le second levier. Il devrait permettre de créer une dynamique de collaboration et un effet d'entraînement de la part des enseignants-chercheurs producteurs. La vraie interrogation porte sur les enseignants-chercheurs en poste dans des IUT d'antennes délocalisées, pour lesquels cette dynamique sera beaucoup plus difficile à instaurer en raison de leur éloignement géographique et de leurs charges d'enseignement. L'objectif visé est, sur la base des critères actuels, d'atteindre 80% d'enseignants-chercheurs producteurs (hors personnels IUT).

Par ailleurs deux petites erreurs ou imprécisions du rapport doivent être signalées :

- a) Il est mentionné que les productions des trois collègues du NIMEC appartenant au champ de la psychologie sociale ne sont pas référencées par l'AERES :

« Les membres de l'équipe doivent systématiquement rechercher des publications dans des revues classées par l'AERES. L'appartenance à un laboratoire de sciences de gestion doit favoriser des applications gestionnaires ».

Certes, leurs publications ne figurent pas dans la liste libellée « économie/gestion », mais elles appartiennent, par ailleurs, à celle qui a été établie en psychologie. Elles devraient donc être reconnues comme des publications de rang A. Il ne peut être reproché à ces collègues de privilégier des supports qui sont en rapport avec leur champ disciplinaire, même s'ils sont maintenant membres d'un laboratoire à forte dominante en sciences de gestion. A l'heure où le Président du comité de visite, lui-même, préconise à juste titre la transversalité, il serait dommage que les coopérations qui en découlent se fassent dans un climat de corporatisme disciplinaire. Les collaborations de recherche entre gestionnaires et psychologues devraient favoriser la diffusion et le rayonnement de travaux gestionnaires au-delà de son périmètre habituel.

- b) La durée moyenne des thèses est bien de 5,5 ans lorsqu'on calcule avec précision le temps écoulé entre la première inscription et la date de soutenance.

Ce calcul intègre malheureusement quelques soutenances qui ont lieu après 8 ans, mais il intègre aussi des thèses dont la durée n'a été que de 4 ans, voire moins pour quelques-unes d'entre elles. L'objectif est clairement de tendre vers 4,5 ans, qui correspond à peu près au mode de distribution observé lors de la session de qualification du CNU de 6<sup>ème</sup> section. Et d'ailleurs, les règles instituées par l'école doctorale normande « Economie-Gestion » pour le prochain quadriennal, rendront beaucoup plus difficile la dérogation pour une inscription en 5<sup>ème</sup> année et très exceptionnelle celle pour une 6<sup>ème</sup> année.

En conclusion, je remercie le comité de visite pour ses commentaires et suggestions qui contribueront à faire progresser l'unité de recherche NIMEC vers les objectifs fixés pour le projet 2012-2015.

La Présidente de l'Université  
de Caen Basse-Normandie



Josette TRAVERT