

Management international International Management Gestión Internacional

Mot de la rédaction Word from the editors Palabras de los redactores

Bachir Mazouz and Patrick Cohendet

Volume 20, Number 2, Winter 2016

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1046557ar>
DOI: <https://doi.org/10.7202/1046557ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

HEC Montréal
Université Paris Dauphine

ISSN

1206-1697 (print)
1918-9222 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this document

Mazouz, B. & Cohendet, P. (2016). Mot de la rédaction / Word from the editors / Palabras de los redactores. *Management international / International Management / Gestión Internacional*, 20(2), VI–XI.
<https://doi.org/10.7202/1046557ar>

Ce nouveau numéro de *Mi* est composé de deux parties : d'une part, un dossier thématique sur le thème « Entrepreneuriat et société : de nouveaux enjeux », et d'autre part dans le cadre des numéros réguliers de *Mi*, un dossier d'articles portant sur divers aspects du management international.

1^{ère} Partie. Le dossier thématique sur le thème « Entrepreneuriat et société : de nouveaux enjeux a été coordonné par nos collègues Alain Bloch (HEC Paris), Nazik Fadil (EM Normandie), Olivier Germain (ESG-UQAM), et Frank Janssen (Louvain School of Management, Université catholique de Louvain). Ce dossier fait suite aux 5^{èmes} journées Georges Doriot organisées par le groupe HEC Paris, l'EM Normandie et l'ESG-UQAM, qui se sont tenues en mai 2014 à Rabat. À partir des 94 propositions qui avaient été soumises au Comité scientifique des Journées, le processus de sélection scientifique rigoureux mené selon les règles traditionnelles en double aveugle suivies par *Mi* a abouti à retenir quatre excellents articles qui ouvrent différentes perspectives autour de la relation entre entrepreneuriat et société. À cette occasion, nous tenons à remercier très vivement Alain Bloch, Nazik Fadil, Olivier Germain et Frank Janssen d'avoir bien voulu se charger du travail d'édition et de suivi de ce dossier, avec une grande rigueur et beaucoup de professionnalisme.

2^e partie : La deuxième partie de ce numéro de *Mi* est une partie de numéro régulier de *Mi*, composée de 6 articles et d'une note de recherche, autant de contributions portant sur des sujets très divers, mais tous de grande actualité dans la littérature de gestion. Ces contributions sont les suivantes :

Nos collègues Julien Granata, Marie Clémence Da Fonseca, Pierre Marquès, et Mickaël Géraudel, dans leur article « Dynamique d'évolution d'une stratégie collective entre PME : le cas des vigneron du Pic Saint-Loup » s'intéressent aux stratégies des PME qui sont plus vulnérables aux forces de l'environnement et qui cherchent à compléter l'insuffisance de leurs ressources en adoptant des stratégies collectives afin de réduire cette incertitude. Les auteurs s'appuient sur une étude longitudinale du syndicat de producteurs de vin du Pic Saint-Loup. Leur étude repose sur plusieurs temps de collecte et quarante-cinq entretiens semi-directifs, et permet de comprendre la façon dont des PME peuvent développer des stratégies collectives. Nos collègues identifient les phases du développement de la stratégie collective ainsi que le rôle joué par les parties prenantes. Puis, ils soulignent les stratégies de *tertius* des dirigeants de PME et leur combinaison favorisant le développement de ces stratégies collectives.

Dans la contribution « L'effet d'e-WOM sur l'image de marque, l'attitude et l'intention d'achat : une étude empirique sur l'industrie agroalimentaire en Tunisie », Houda Zouabi et Mohamed Kammoun traitent de l'émergence d'internet qui a permis au bouche-à-oreille électronique (e-WOM) de se développer. Ce moyen de communication facilite aux consommateurs en ligne d'accéder à plus d'informations d'une part, et de faciliter la communication interpersonnelle via les commentaires en ligne, d'autre part. L'objectif

de l'article est d'examiner dans quelle mesure l'e-WOM peut influencer l'image de marque, l'attitude et l'intention d'achat dans l'industrie agroalimentaire en prenant, comme champ d'étude, le contexte tunisien. À partir d'une enquête réalisée auprès de 270 répondants, les résultats montrent que l'e-WOM a des effets positifs sur l'image de marque, l'attitude et l'intention d'achat.

L'article « La Présence des Femmes au Conseil d'Administration fait-elle la Différence ? Une Analyse par la Régression Quantile » de Rey Dang et Duc Khuong Nguyen, examine le lien entre la diversité des genres au conseil d'administration et la performance des firmes à l'aide de la méthode de Régression Quantile. Cette approche dynamique permet en effet de capturer l'impact de la présence des femmes sur les différents quantiles de la distribution conditionnelle de la performance, au lieu de sa moyenne. Les résultats obtenus à partir d'un échantillon de firmes faisant partie du SBF 120, montrent que l'impact de la diversité des genres sur la performance varie en fonction des quantiles et dépend de la mesure de performance en question. En particulier, les auteurs montrent la diversité des genres influence négativement le Q de Tobin et positivement le taux de rendement de l'actif investi.

Nicolas Arnaud, Colleen E. Mills, et Céline Legrand, dans l'article « La libération par la narrativité : Un cas de reconstruction organisationnelle par le 'strategic storytelling' » examinent les dynamiques de pouvoir et de contrôle lors d'un changement organisationnel au cours duquel un CEO a recours à la narration pour libérer son entreprise d'un fonctionnement trop rigide. Le modèle conceptuel qui émerge de leur analyse donne un sens à ce qui semble être un trouble discursif – une cacophonie narrative. La contribution est double : Tout d'abord, en identifiant trois 'récits en construction' – récit initial, contre-récit et récit-correctif, les résultats mettent en lumière les mécanismes narratifs de niveau méso au cœur des luttes discursives du changement et étendent également la théorie de la triade narrative de Boje (2010). Deuxièmement, les résultats confirment l'utilité des perspectives des processus organisant permanents et CCO pour la compréhension des changements organisationnels.

La contribution « Développement d'une typologie de la maîtrise de l'intelligence économique : le cas des PME françaises et des programmes d'intervention subventionnés » de Sophie Larivet, Jamie Smith, et Sheila Wright présente une étude sur l'évolution des pratiques d'Intelligence Économique (IE) des PME, dans le contexte de la politique publique française d'IE. Nos collègues ont interrogé quinze directeurs de programmes d'IE des chambres de commerce et 176 dirigeants de PME. Il en résulte une typologie de PME intégrant contraintes perçues, conseillers et attitudes envers l'IE. Les auteurs concluent que les PME trouvent dans les programmes subventionnés un soutien pertinent aux premiers stades de pratique de l'IE, alors que les consultants sont efficaces aux stades supérieurs. Les résultats intéresseront les gestionnaires de PME, les professionnels de l'IE et les décideurs publics.

Nicolas Boitout, Fabrice Hervé, Mohamed Zouaoui dans leur contribution « Médias et sentiment sur les marchés actions européens : influence de la culture nationale » développent une nouvelle mesure du sentiment des investisseurs en Europe à partir d'une analyse de contenus d'articles issus du Financial Times. Dans la lignée des travaux de finance comportementale, ils trouvent que la mesure du sentiment qu'ils proposent influence la performance boursière des entreprises difficiles à évaluer et à arbitrer. Par ailleurs, les auteurs montrent que la culture nationale influence le lien entre sentiment des investisseurs et rentabilités boursières. L'impact du sentiment se révèle plus prononcé pour les pays les plus culturellement enclins à des comportements de sur-réaction ou grégaires.

Dans la note de recherche « Les limites des analyses et préconisations pour la gestion des « risques psychosociaux » dans les organisations en France : quel apport la pensée anthropologique de Georges Bataille pourrait-elle constituer? », François De March s'intéresse au développement de troubles psychosociaux dans les organisations pouvant aller jusqu'au suicide. Les travaux sur ce thème ont donné lieu ces dernières années à de nombreuses publications, analyses et préconisations (souvent dans des rapports officiels) et à des décisions conventionnelles ou réglementaires. Leurs limites pourraient-elles être dépassées par le recours à la pensée de l'écrivain français Georges Bataille (1897-1962)? Ses notions anthropologiques de « dépense », de « souveraineté » et de « communication » sont sollicitées dans cette note de recherche pour penser autrement les « risques psychosociaux » et pour suggérer des pistes pour un management respectueux de l'humanité des hommes au travail.

Nous vous souhaitons une excellente lecture!

This new issue of *MI* comprises two parts: a thematic feature on “Entrepreneurship and society: new issues” and a regular feature of articles on various aspects of international management.

1st Part: The thematic feature on “Entrepreneurship and society: new issues” was coordinated by our colleagues Alain Bloch (HEC Paris), Nazik Fadil (EM Normandie), Olivier Germain (ESG-UQAM) and Frank Janssen (Louvain School of Management, Université catholique de Louvain). This feature is a follow-up to the 5th Journées Georges Doriot, organized by HEC Paris, EM Normandie and ESG-UQAM, held in May 2014 in Rabat. Ninety-four proposals were submitted to the Journées scientific committee. Through a rigorous scientific selection process carried out according to IM’s double-blind, traditional rules, four excellent articles that take various perspectives of the relationship between entrepreneurship and society were selected. We would like to take this opportunity to thank Alain Bloch, Nazik Fadil, Olivier Germain and Frank Janssen for the rigorous and professional editing and follow-up of this feature.

2nd Part: The second part of this issue of *MI* is a regular feature comprising six articles and a research note that discuss diverse subjects and are current in the management literature. These contributions are the following:

In their article, “The dynamic of SMEs’ collective strategy: the case of Pic Saint-Loup winemakers,” our colleagues Julien Granata, Marie Clémence Da Fonseca, Pierre Marquès and Mickaël Géraudel examine the strategies of SMEs, which are more vulnerable to environmental forces and seek to adopt collective strategies in order to supplement their inadequate resources, thereby reducing uncertainty. The longitudinal study of the Pic Saint-Loup union of wine producers provides an understanding of how SMEs can develop collective strategies. The case study is based on several data collections and 45 semi-structured interviews. The authors identify the stages of SMEs’ collective strategies development and the role of stakeholders. Then, they highlight the *tertius* strategies of SME owner-managers and the positive influence of their combination.

In the contribution “The effect of e-WOM on brand image, attitude and purchase intent: an empirical study on the food industry in Tunisia,” Houda Zouabi and Mohamed Kammoun discuss electronic Word-of-Mouth (e-WOM), which developed as a result of the emergence of the Internet. This means of communication enables online consumers to access further information and promotes interpersonal communication via online reviews. The objective of this paper is to examine the extent to which e-WOM can affect brand image, attitude and purchase intention in the agri-food industry in the Tunisian context. A survey was conducted among 270 respondents. The results show that e-WOM has a positive impact on brand image, attitude and purchase intention.

The article “Does Board Gender Diversity Make a Difference? New Evidence from Quantile Regression Analysis,”

by Rey Dang and Duc Khuong Nguyen, examines the link between board gender diversity and firm performance from a dynamic perspective through quantile regression, which allows us to capture the potential impact of female representation at different points of the distributions of the performance measure. Their results, from a panel of French listed companies (SBF 120), show that the impact of board gender diversity on firm performance differs across quantiles and depends on the measure of performance under consideration. The authors show that board gender diversity negatively affects Tobin’s Q and positively affects the return on the asset when these variables are high and low, respectively.

In their article, “Liberation through narrativity: A case of organization reconstruction through strategic storytelling,” Nicolas Arnaud, Colleen E. Mills and Céline Legrand examine the ebb and flow of organizational power and control during an organizational change where a CEO mobilized narratives to liberate his company from top-down control. The emergent conceptual model makes sense of what appears to be discursive disorder—a cacophony of change narratives. The contribution is twofold. Firstly, by identifying three ‘narratives in the making’—the initial, counter and corrective narratives, it elaborates the meso-level narrative mechanisms at the heart of discursive struggles during change and extends Boje’s (2010) triad of narrativity. Secondly, it confirms the utility of the ‘organizational becoming’ and CCO perspectives of organizing for understanding change.

The contribution “Developing a typology of competitive intelligence proficiency: The case of French SMEs and Funded Intervention Programs,” by Sophie LARIVET, Jamie SMITH and Sheila Wright, reports on a study about the evolution of SMEs’ Competitive Intelligence (CI) practices, in the French context of a public CI policy. Fifteen Directors of CI programs at Chambers of Commerce were interviewed, and 176 SME decision-makers surveyed. An important contribution is a typology of SMEs including perceived constraints, advisors, and attitudes towards CI. The authors conclude that SMEs find appropriate help through publicly funded programs at the early stages of CI practice, whereas consultants are effective to guide them towards higher levels of performance. The findings are of significance to SME managers, CI providers and policy decision-makers.

In their contribution, “Impact of sentiment media on European stock markets: Influence of national culture,” Nicolas Boitout, Fabrice Hervé and Mohamed Zouaoui develop a new measure of investor sentiment in Europe using daily content from a Financial Times column. Consistent with the behavioural approach, they find that their investor sentiment measure impacts the returns of stocks hard to value and difficult to arbitrage. Furthermore, the authors show that the culture influences the relationship between investor sentiment and stock returns. In particular, the impact of sentiment on stock returns is more pronounced in countries culturally more prone to herd-like behaviour and overreaction.

In the research note “The limitations of analyses and recommendations for the management of ‘psychological risks’ in organizations in France: is Georges Bataille’s anthropological thinking of any relevance?” François De March asserts that the development of psychosocial disorders in organizations, sometimes resulting in work-related suicide, has lately given rise to a spate of publications, analyses and recommendations (often in official reports) and to decisions both contractual and statutory. Could their limitations be overcome by referring to the works of the French writer Georges Bataille (1897-1962)? His anthropological notions of ‘expense,’ ‘sovereignty’ and ‘communication’ are used in this paper to rethink ‘psychosocial risks’ and to suggest ways of management which respect the humanity of the working-man.

Enjoy your reading!

Este nuevo número de la revista *Mi* se compone de dos partes: de un lado, un dossier temático dedicado al tema “Espíritu empresarial y sociedad: nuevas cuestiones”; del otro, y en el marco de los números regulares de *Mi*, un dossier de artículos que tratan diversos aspectos de la gestión internacional.

1ª Parte: El dossier temático sobre “Espíritu empresarial y sociedad: nuevas cuestiones” fue coordinado por nuestros colegas Alain Bloch (HEC Paris,) Nazik Fadil (EM Normandie), Olivier Germain (ESG-UQAM) y Frank Janssen (Louvain School of Management-Université catholique de Louvain). Este dossier resulta de las 5^{émes} *Journées Georges Doriot* organizadas por el grupo HEC Paris, el EM Normandie y el ESG-UQAM, jornadas que tuvieron lugar en Rabat, Marruecos, en mayo de 2014. Sobre la base de las 94 propuestas que se presentaron al comité científico de las jornadas, la revista *GI* realizó el proceso de selección científica aplicando como siempre las reglas tradicionales de doble ciego y seleccionó cuatro excelentes artículos que presentan diferentes perspectivas en torno a la relación entre espíritu empresarial y sociedad. Por ello, expresamos nuestro profundo agradecimiento a Alain Bloch, Nazik Fadil, Olivier Germain y Frank Janssen quienes se hicieron cargo del trabajo de edición y de seguimiento de ese dossier con sumo rigor y profesionalismo.

2ª Parte: La segunda parte de *Mi* constituye un número regular de la revista y se compone de seis artículos y una nota de investigación, los cuales tratan temas diversos, pero de estricta actualidad en la literatura de la gestión. Estas contribuciones son las siguientes:

Nuestros colegas Julien Granata, Marie Clémence Da Fonseca, Pierre Marquès y Mickaël Géraudel, en su artículo “Dinámica de evolución de una estrategia colectiva entre PyMEs: el caso de los productores de vino de Pic Saint-Loup”, se interesan en las estrategias de las PyMEs más vulnerables a las fuerzas del entorno y que tratan de completar la insuficiencia de recursos adoptando estrategia colectiva con el fin de reducir esa incertidumbre. Los autores se basan en un estudio longitudinal del sindicato de productores de vino de Pic Saint-Loup. Su estudio reposa en varios tiempos de recolección de datos y en 45 entrevistas semidirrectivas. El mismo permite comprender la manera en que las PyMEs pueden desarrollar estrategias colectivas. Nuestros colegas identifican las etapas del desarrollo de la estrategia colectiva así como el papel que desempeñan las partes involucradas. A continuación, los autores subrayan la estrategia de *tertius* de los dirigentes de PyME y su combinación que favorece el desarrollo de esas estrategias colectivas.

En el trabajo “El efecto del e-WOM en la imagen de marca, la actitud y la intención de compra: un estudio empírico en la industria agroalimentaria en Túnez”, Houda Zouabi y Mohamed Kammoun tratan el tema de la emergencia de Internet, el cual ha permitido que se desarrolle una transmisión de tipo “de boca en boca” en versión electrónica (e-WOM). Este medio de comunicación facilita al

consumidor en línea el acceso a mucha información, de una parte, y también la comunicación interpersonal por medio de los comentarios en línea, de la otra. El objeto del artículo es examinar en qué medida el e-WOM puede influir la imagen de marca, la actitud y la intención de compra en la industria agroalimentaria tomando, como terreno de estudio, el contexto tunecino. Sobre la base de un sondeo a 270 participantes, los resultados muestran que el e-WOM tiene efectos positivos en la imagen de marca, la actitud y la intención de compra.

En el artículo “¿La presencia de las mujeres en el consejo de administración produce una diferencia?: un análisis de regresión cuantil”, de Rey Dang y Duc Khuong Nguyen, se examina, con el método de regresión cuantil, la relación entre la diversidad de los géneros en el consejo de administración y el desempeño de las empresas. Este enfoque dinámico permite, en efecto, captar el impacto de la presencia de las mujeres en los diferentes cuantiles de la distribución condicional del desempeño, en lugar de su promedio. Los resultados obtenidos a partir de una muestra de empresas que forman parte del SBF 120 demuestran que el impacto de la diversidad de géneros en el desempeño varía en función de los cuantiles y depende de la medida del desempeño en cuestión. En particular, los autores muestran que la diversidad de géneros influye negativamente sobre la *Q* de Tobin y positivamente sobre la tasa de rendimiento del activo invertido.

Nicolas Arnaud Colleen E. Mills y Céline Legrand, en el artículo “La liberación mediante la narratividad: un caso de reconstrucción de la organización a través del ‘relato’” examinan las dinámicas del poder y del control durante un cambio en la organización, en el curso del que un CEO recurre a la narración para liberar su empresa de un funcionamiento demasiado rígido. El modelo conceptual que emerge de ese análisis da un sentido a lo que pareciera ser un trastorno discursivo – una cacofonía narrativa. La contribución es doble: en primer lugar, al identificar tres ‘relatos de construcción’ – un relato inicial, uno de oposición y uno correctivo – los resultados ponen en evidencia los mecanismos narrativos de nivel intermedio en el centro de las luchas discursivas del cambio y se extienden a la teoría de la triada narrativa de Boje (2010). En segundo lugar, los resultados confirman la utilidad de las perspectivas de los procesos organizativos y de las perspectivas del CEO para la comprensión del cambio organizativo.

El artículo “Desarrollo de una tipología en el conocimiento de la Inteligencia Económica: el caso de las PyMEs francesas y de los programas de intervención subvencionados” de Sophie Larivet, Jamie Smith y Sheila Wright, presenta un estudio acerca de la evolución de las prácticas en Inteligencia Económica (IE) de las PyMEs, en el contexto de la política pública francesa de IE. Nuestros colegas entrevistaron a 15 directores de programas de IE de Cámaras de Comercio y a 176 dirigentes de PyMEs. De ello resulta una tipología de PyMEs que integra las restricciones y las actitudes percibidas hacia la IE, y los asesores. Los autores llegan

a la conclusión que las PyMEs encuentran en esos programas subvencionados una ayuda pertinente en las primeras etapas de la práctica de la IE, mientras que los asesores son eficaces en las etapas superiores. Los resultados podrán interesar a los administradores de PyMEs, a los profesionales de la IE y a los responsables de la toma de decisiones públicas.

Nicolas Boitout, Fabrice Hervé y Mohamed Zouaoui, en su trabajo “Los medios y el sentimiento en los mercados financieros europeos: influencia de la cultura nacional”, desarrollan una nueva medida del sentimiento de los inversores en Europa a partir del análisis de contenidos de artículos del *Financial Times*. Situándose dentro del conjunto de los trabajos sobre finanza comportamental, los autores consideran que la medida del sentimiento que ellos proponen influye el desempeño bursátil de las empresas que son difíciles de evaluar y de arbitrar. Además, los autores muestran que la cultura nacional influye en la relación entre sentimiento, inversores y rentabilidad bursátil. El impacto del sentimiento es más pronunciado en los países que tienden culturalmente a comportamientos de reacción excesiva o de gregarismo.

En la nota de investigación “Límites de los análisis y recomendaciones para la gestión de los “riesgos psicosociales” en las organizaciones francesas: ¿qué aporte podría constituir el pensamiento antropológico de Georges Bataille?”, François de March se interesa en el desarrollo de trastornos psicosociales en las organizaciones que pueden dar lugar a actos, incluso al suicidio. Los trabajos sobre ese tema resultaron, en estos últimos años, en una serie de publicaciones, análisis y recomendaciones (a menudo en informes oficiales), y en decisiones convencionales o reglamentarias. ¿Se podría superar esos límites recurriendo al pensamiento del escritor francés Georges Bataille (1897-1962)? En esta nota de investigación se apela a las nociones antropológicas de Bataille de “gasto”, “soberanía” y “comunicación” para pensar de otra manera los “riesgos psicosociales” y para sugerir alternativas para una gestión respetuosa de la humanidad de la persona en el trabajo.

¡Les deseamos una excelente lectura!