

SEMINAIRE 4 : « RECOMPOSITION DES FILIERES ET DYNAMIQUES ORGANISATIONNELLES »

**Coordination : Carole Donada (Essec)
Frédéric Fréry (ESCP-EAP)
Emmanuelle Lenard (Essec)**

Objectifs du séminaire

L'évolution des frontières des organisations a conduit ces dernières à redéfinir leur rôle au sein d'un processus de création de valeur : quelle valeur ajoutée, générée par quelle organisation, pour quel client, au sein de quelles " frontières " ? Ces questions débouchent sur une interrogation plus fondamentale qui met en cause l'objet même des sciences de gestion : qu'est-ce qu'une entreprise ?

Le séminaire aborde cette problématique sous trois angles : stratégique, organisationnel et marketing.

Le stratège examine les frontières de la firme (théorie de la firme, coûts de transaction) et définit une entreprise virtuelle (entreprise composée d'entreprises), en évoquant les problèmes de contrôle et de gouvernance.

Le manager cherche à optimiser les relations entre les acteurs d'une filière et vise à définir les jeux de pouvoir entre les partenaires.

Le marketing montre la nécessité de mieux connaître, gérer et, *in fine*, " capturer " le client ; ce qui mène la firme à repenser ces métiers traditionnels.

Mode de fonctionnement :

Enseignants et étudiants travaillent ensemble sur des articles de recherche portant sur le thème du séminaire. Les papiers théoriques, fondateurs des approches explicatives de l'évolution des frontières des organisations sont présentés. Une grande partie du séminaire porte aussi sur l'analyse et la mise en perspective d'articles empiriques. A la fin du séminaire, les étudiants auront un état des lieux des travaux s'inscrivant dans les trois champs du séminaire.

Lieu

Le séminaire (40 heures) a lieu dans les locaux de l'ESCP-EAP, 79, avenue de la République, Paris (11^{ème}). Les séances ont lieu mardi et jeudi matin (2h) à partir de janvier.

Bibliographie introductive :

Quelques ouvrages

Besson P. (ed.), *Dedans, Dehors. Les nouvelles frontières de l'organisation*, Vuibert, Paris, 1997.
Fréry F., *Benetton ou l'entreprise virtuelle*, Vuibert, Paris, 1999.
Jallat F., *A la reconquête du client : stratégies de capture*, Village Mondial, 2001.
Normann R., *Reframing Business*, John Wiley & Sons, 2001.
Kay J., *Foundations of Corporate Success*, Oxford University Press, 1993.

Une trentaine d'articles empiriques publiés dans les revues internationales de gestion.