

Université d'économie nationale et mondiale, Sofia
Université de Versailles St-Quentin-en-Yvelines
Institut Supérieur de Management - LAREQUOI
Chaire Jean Monnet *ad personam* « Identités et cultures en Europe »
Université Matej Bel, Banská Bystrica, Slovaquie
Faculté d'économie
RIMHE - Revue Interdisciplinaire Management, Homme & Entreprise

La RSE/RSO, convergences des discours, diversité des pratiques

*CSR, convergences of discourses,
diversity of practices*

*КСО - сближаване на дискурса,
разнообразие на практиките*



Colloque international - International Conference - Международна конференция
Sofia - София (Bulgaria)

8 octobre 2018 - 8th October 2018 - 8 октомври 2018

La RSE/RSO, convergences des discours, diversité des pratiques

CSR, convergences of discourses, diversity of practices

КСО - сближаване на дискурса, разнообразие на практиките

La responsabilité sociétale des entreprises (RSE) est un « concept dans lequel les entreprises intègrent les préoccupations sociales, environnementales, et économiques dans leurs activités et dans leurs interactions avec leurs parties prenantes sur une base volontaire » (Commission européenne, 2001), une définition qui s'étend à toutes les organisations (RSO). Malgré l'implication plus ou moins croissante des organisations sur les sujets de la protection environnementale et l'amélioration des conditions sociales sur leur territoire d'implantation, le concept et les pratiques RSE souffrent d'une empreinte instrumentaliste.

Rapidement, la RSE/RSO est devenue incontournable pour le management et la communication organisationnelle, mais cette notion reste encore ambiguë et les tentatives de définitions communes traduisent la difficulté à tenir compte des différents usages et pratiques liés à la RSE. Par exemple, la RSE est-elle instrumentalisée pour des fins de légitimité organisationnelle ou s'agit-il d'une philosophie et de pratiques identitaires ? La RSE suppose-t-elle une démocratie participative qui s'invite dans les affaires ou bien s'agit-il d'une tentative des organisations de s'approprier le rôle de porte-parole de la société civile ? La définition de la RSE est-elle universelle, voire universaliste, ou bien doit-on accepter (voire revendiquer) une polysémie et une dynamique selon les contextes économiques et culturels variés ?

Corporate Social Responsibility (CSR) is a "concept which meaning is that companies integrate social, environmental, and economic concerns into their activities and their interactions with their stakeholders on a voluntary basis" (European Commission, 2001). This definition extends to all organizations. Despite the more or less increasing involvement of organizations in environmental protection issues and in the improvement of social conditions in their territory, the concept and the practices of CSR suffer from an instrumentalist imprint.

CSR has quickly become inescapable for management and organizational communication, but this notion remains ambiguous and the attempts to define in common reveal the difficulty of taking into account the different uses and practices related to CSR. For example, is CSR instrumentalized for purposes of organizational legitimacy or is it a philosophy and identity practices? Does CSR imply a participatory democracy that invites itself into business or is it an attempt by organizations to appropriate the role of spokesperson for civil society? Is the definition of CSR universal, even universalist, or should one accept (or even claim) a polysemy and a dynamic according to the varied economic and cultural contexts?

Корпоративната социална отговорност (КСО) е «концепция, при която компаниите интегрират на доброволна основа грижа за обществото и околната среда в своите бизнес дейности и във взаимоотношенията си със заинтересованите страни» (Европейска комисия, 2001). Това е дефиниция, която може да се разшири за всички типове организации. Въпреки нарастващата активност на организациите по въпросите на опазването на околната среда и подобряването на социалните условия в общността, концепцията за КСО и нейните практики страдат от липса на задълбочени изследвания.

КСО бързо се превърна в неизбежен инструмент за управление и комуникация на организациите. В същото време, това понятие остава двусмислено и опитите за общи определения отразяват трудността да се вземат предвид различните употреби и практики. Например, дали КСО е инструментализирана за целите на легитимността на организациите или става дума за философия и практики за утвърждаване на идентичността? Дали КСО предполага партисипативна демокрация или е опит на организациите да поемат ролята на говорител на гражданското общество? Универсално ли е определението за КСО или трябва да се приеме в неговата многозначност и динамика според различния икономически и културен контекст?

La RSE a été problématisée très progressivement dans le champ managérial (Acquier & Aggeri, 2008) et, désormais, le modèle de l'entreprise capitaliste de Carr (1968) ou de Friedmann (1970) n'est plus dominant. La poursuite d'intérêts individuels n'est plus en contradiction avec l'intérêt collectif ni avec la réalisation d'une harmonie sociale et d'un climat positif. Elle facilite la gestion du personnel, contribue à faire diminuer les risques de conflits et, en fin de compte, préserve le capitalisme lui-même.

Les « parties prenantes » au sein des entreprises comprennent et parfois revendiquent que les processus de production affectent des aspects non économiques de la société, comme le bien-être des employés, des clients, le développement des communautés locales, ou bien l'environnement naturel (Freeman, 1984).

A priori, les stratégies et les pratiques RSO devraient prendre en compte toutes les externalités négatives et positives et tous les publics concernés par l'activité de l'organisation. En pratique, il est difficile d'identifier et de mesurer tous les impacts d'une organisation sur l'ensemble des parties prenantes concernées. Ces dernières vont au-delà des actionnaires, des salariés et des clients. Les pouvoirs publics et les citoyens, en particulier, sont à prendre en compte. Ainsi, étant donné que la RSO est une activité volontaire, le top management peut s'approprier le pouvoir de décider quels sont les publics concernés et quelles sont leurs attentes respectives. En particulier, une entreprise n'est pas toujours (souvent ?) une

CSR has been problematized very gradually in the managerial field (Acquier & Aggeri, 2008) and, from now on, the capitalist enterprise model of Carr (1968) or Friedmann (1970) is no longer dominant. The pursuit of individual interests is no longer in contradiction with the collective interest or with the achievement of social harmony and a positive climate. It facilitates the management of staff, helps to reduce the risk of conflict and, ultimately, preserves capitalism itself.

"Stakeholders" within companies understand and sometimes claim that production processes affect non-economic aspects of society, such as the well-being of employees, customers, the development of local communities, or the natural environment (Freeman, 1984).

A priori, CSR strategies and practices should take into account all the negative and positive externalities and all the publics concerned by the activity of the organization. In practice, it is difficult to identify and measure all the impacts of an organization on all relevant stakeholders. These go beyond shareholders, employees and customers. Public authorities and citizens, in particular, need to be taken into account. Thus, since CSR is a voluntary activity, top management can take ownership of the power to decide which audiences are concerned and what their respective expectations are. In particular, a company is not always (often?) a democratic structure, so can CSR management be inspired by the practices of participatory democracy? Can multi-

КСО в сферата на управлението се изследва прогресивно (Acquier & Aggeri, 2008), но днес моделът на капиталистическото предприятие според Carr (1968) и Friedmann (1970) вече не е доминиращ. Преследването на лични интереси не е в противоречие с обществения интерес и постигането на социална хармония, на добър работен климат, който да улеснява управлението на персонала, намаляването на риска от конфликти и в крайна сметка запазването на капиталистическите взаимоотношения.

По-общо казано, «заинтересованите страни» от дейността на компаниите разбират и често твърдят, че производственият процес засяга не само икономическите аспекти на обществото, но и благосъстоянието на служителите, клиентите, развитието на местните общности, както и опазването на околната среда (Freeman, 1984).

Априори, стратегиите и практиките за КСО следва да отчитат всички отрицателни и положителни външни фактори, като и всички публики, засегнати от дейността на организацията. На практика е трудно да се идентифицират и измерят всички въздействия на дадена организация върху всички заинтересовани страни. Те обхващат, както акционерите, служителите и клиентите, така и държавните органи и гражданите. Следователно, тъй като КСО е доброволен подход, висшето ръководство може има собствени правомощия да решава кои са засегнатите публики и какви са техните очаквания? По-специално, една бизнес организация не винаги (често?) представлява

structure démocratique, alors le management de la RSE peut-il s'inspirer des pratiques de la démocratie participative ? Peut-on envisager des forums d'expression des multiples parties prenantes, notamment pour les groupes internationaux dont les influences sont globales ? Comment mesurer le degré de représentativité sociale des publics et des attentes pris en compte dans le cadre de la RSO ? Dans quelle mesure l'écart entre le discours des organisations et leurs pratiques, assimilé à de l'hypocrisie organisationnelle, peut-il impacter la RSE/RSO ?

Comme aucune stratégie ne peut réussir sans l'implication des acteurs, il est aussi intéressant d'étudier le sens, pour les salariés, de la RSE/RSO et d'envisager une étude des capacités d'influence des salariés dont l'entreprise dispose (Barnett, 2007). Les salariés, acteurs principaux de la RSO, peuvent en effet en être à l'origine, en développant des pratiques qui ne s'articulent pas forcément avec les discours.

Les pratiques de responsabilité sociale des organisations sont des constructions sociales qui dépassent les organisations et sont façonnées par les différentes entités d'une organisation comme par les parties prenantes telles que les États, les ONG, les consommateurs, les médias, etc.

Les salariés (comme les clients) étant eux-mêmes aussi citoyens, il est important d'envisager comment les salariés s'engagent dans des attitudes et des

stakeholder forums be envisaged, especially for international groups whose influences are global? How to measure the degree of social representativeness of the public and the expectations taken into account in the framework of the CSR? To what extent can the gap between organizations' discourse and their practices, assimilated to an organizational hypocrisy, have an impact on CSR?

Since no strategy can succeed without the involvement of stakeholders, it is also interesting to study the meaning of CSR for employees and to consider a study of the influence capacities of employees whose company has (Barnett, 2007). Employees, main actors of the CSR, can indeed be at its origin, by developing practices which do not necessarily articulate with the discourses.

Corporate social responsibility practices are social constructs that transcend organizations and are shaped by the different entities of an organization as well as by stakeholders such as states, NGOs, consumers, the media, and so on.

Since employees (like customers) are themselves citizens, it is important to consider how employees engage in attitudes and actions that may exceed formal

démocratique structure, така че управлението на КСО да бъде вдъхновено от практиките на партисипативната демокрацията? Могат ли да се предвидят форуми на многобройните заинтересовани страни, особено за международни групи с глобално влияние? Как да се измери степента на обществената представителност на публиките и да се вземат предвид техните очакванията в рамките на КСО? До каква степен несъответствието между дискурса на организациите и техните практики, отъждествявано с организационно лицемерие, могат да окажат влияние върху КСО?

Тъй като няма стратегия, която може да успее без участието на всички актьори, служителите могат да бъдат изучавани като специфична заинтересована страна. Интересно ще бъде изучаването на КСО да се насочи в посока към служителите като се предвидят изследвания на капацитета за влияние на служителите, с който разполага организацията (Barnett, 2007). Служителите като ключови играчи също могат да бъдат причина за създаване на дадена практика на КСО.

Практиките за социална отговорност на организациите са социални конструкции, които излизат извън организациите и са оформени, както от различните субекти на една организация, така и от заинтересованите страни като правителство, неправителствени организации, потребители, медии и т.н.

Важно е да се разгледа как служителите, в същото време потребители и част от гражданското общество, се ангажират в отношения

actions qui peuvent dépasser les prescriptions formelles. La citoyenneté organisationnelle, intégrant la RSE, est une source d'avantage compétitif, car elle contribue à la performance globale de l'organisation (Frimousse & Peretti, 2015).

La communication organisationnelle s'est emparée du concept RSE probablement plus que bien d'autres thématiques managériales. Pratiquement toutes les organisations communiquent sur leurs pratiques RSO. Certaines vont même jusqu'à prétendre que leur existence même est fondée sur cette responsabilité sociétale, et des entreprises en répercutant les coûts sur leurs clients. Dans certains cas, une telle mobilisation de la RSO dans la communication institutionnelle ne décrédibilise-t-elle en fin de compte à la fois les entreprises et les actions menées ? On peut aussi se demander si la communication RSO est ou non éthique ?

La communication RSO peut-elle permettre un dialogue entre les intérêts et les voix des différentes parties prenantes ou bien la contrainte de loyauté vis-à-vis du top management la cantonne-t-elle dans un monologue avec peu d'intérêt pour les audiences visées ? S'agit-il d'une sous-discipline de la communication organisationnelle ou bien d'un principe de déontologie professionnelle ?

La RSO est présentée par toutes les organisations communicantes comme une philosophie au cœur de leur fonctionnement. Pourtant, certains rapports d'activité annuels destinés aux investisseurs présentent les problématiques RSO non pas comme une implication sociétale, mais comme un risque pour les propriétaires

requirements. Organizational citizenship, integrating CSR, is a source of competitive advantage because it contributes to the overall performance of the organization (Frimousse & Peretti, 2015).

Organizational communication has seized the CSR concept probably more than many other managerial topics. Virtually all organizations communicate on their CSR practices. Some claim that their very existence is based on this social responsibility, and companies pass on the costs to their customers. In some cases, does such mobilization of CSR in institutional communication ultimately discredit both the companies and the actions carried out? One can also wonder whether CSR communication is ethical or not?

Can CSR communication allow a dialogue between the interests and voices of different stakeholders, or is the constraint of loyalty to top management confining it to a monologue with little interest for targeted audiences? Is it a sub-discipline of organizational communication or a principle of professional ethics?

The CSR is presented by all communicating organizations as a philosophy at the heart of their operation. Yet, some annual activity reports intended for investors present CSR issues not as a societal implication, but as a risk for the owners of the company. On this point, the case of companies in the social and solidarity sector is interesting.

и действия, които могат да надхвърлят формалните изисквания. Организационната общественост, интегрираща се в КСО, е източник на конкурентно предимство, тъй като допринася за цялостното функциониране на организацията (Frimousse & Peretti, 2015).

Организационната комуникация е възприела концепцията за КСО вероятно повече от останалите управленски теми. Почти всички организации комуникират чрез своите практики за КСО. Някои дори твърдят, че самото им съществуване се основава на тази социална отговорност и прехвърлят разходите си на своите клиенти. Дали подобна мобилизация на КСО в институционалната комуникация в крайна сметка не води до дискредитация, както на компаниите, така и на извършените действия? Тук можем да зададем въпроса дали е етична КСО комуникацията?

Може ли КСО комуникацията да позволи диалог между интересите и гласовете на различни заинтересовани страни или ограничена от лоялността към висшето ръководство да се превърне в монолог, който да не интересува аудиторията? Дали можем да я разглеждаме като елемент на организационната комуникация или като принцип на професионалната етика?

КСО е представена от всички организации, които комуникират успешно, като философия в основата на тяхното функциониране. Въпреки това, някои годишни отчети, предназначени за инвеститорите, представят въпросите, свързани с КСО, не толкова чрез тяхното социално

de l'entreprise. Sur ce point, le cas des entreprises du secteur social et solidaire est intéressant.

L'ambition de ce colloque est d'offrir une opportunité d'échanges sur toutes ces questions, dans une démarche pluridisciplinaire (économie, management, sociologie, philosophie, droit, communication, RH...). Quatre axes sont proposés :

The ambition of this conference is to offer an opportunity for exchanges on all these issues, in a multidisciplinary approach (economics, management, sociology, philosophy, law, communication, HR...). Four axes are proposed:

въздействие, а като риск за собствениците на дружеството. По този въпрос е интересно да се разгледат казуси на компании, функциониращи в социалния и солидарния сектор.

Конференцията има амбицията да предостави възможност за обмен на информация по всички тези въпроси използвайки мултидисциплинарен подход (икономика, управление, социология, философия, право, комуникация, човешки ресурси и др.). Предлагат се следните четири тематични направления:

Axe 1 : Les discours sur la RSO

L'évolution actuelle des conceptions relatives à la responsabilité des organisations vis-à-vis des sociétés semble avoir pour effet une convergence des discours, stratégiques en particulier. Est-il possible de vérifier cette convergence ? En particulier, l'analyse de cas d'organisations regroupant des entités implantées dans des pays différents est intéressante, tout comme celle d'entreprises du secteur de l'économie sociale et solidaire ou encore les établissements publics. Dans ce type d'organisations, la RSO peut-elle être envisagée comme un choix possible qui fait appel au volontarisme des organisations ? Existe-t-il des discours « communs » à visée universelle relatifs à la RSO ?

Axis 1: The discourses on the CSR

The current evolution of conceptions of the responsibility of organizations vis-à-vis societies seems to have the effect of a convergence of discourses, strategic in particular. Is it possible to check this convergence? In particular, the case analysis of organizations grouping entities located in different countries is interesting, as is that of companies in the social and solidarity economy sector or public institutions. In this type of organization, can CSR be considered as a possible choice that relies on the voluntarism of organizations? Are there "common" discourses with a universal focus on CSR?

Тематично направление 1: Дискурсите за КСО

Съвременното развитие на концепциите за социална отговорност на организациите изглежда води до ефект на сближаване на дискурсите, в частност стратегическите. Възможно ли е да се провери тази конвергенция? По-конкретно, интересен би бил анализът на казуси на: глобални организации, съставени от филиали, които оперират в различни държави; дружества в сектора на социалната и солидарната икономика; публични институции. Може ли КСО в този тип организации да се разглежда като възможен избор, свързан с волонтаризма на организациите? Откриват ли се «общи» дискурси с универсалния фокус към КСО?

Axe 2 : Le ciblage des discours RSO

Comment sont construits les discours en fonction de leurs cibles ? Une distorsion discours à usage interne vs discours à usage externe est-elle manifeste ? Existe-t-il une forme de « globalisation » des discours ? La situation des

Axis 2: Targeting CSR Speeches

How are discourses constructed according to their targets? Is a distortion of discourses for internal use vs discourses for external use obvious? Is there a form of "globalization" of speech? The situation of subsidized organizations, in particular, or

Тематично направление 2: Насоченост на дискурсите за КСО

Как се формират дискурсите според техните цели? Има ли изкривяване на дискурсите вътре в организацията спрямо тези, насочени навън? Има ли някаква форма на «глобализация»

organisations subventionnées, en particulier, ou bien concourant pour l'obtention d'un budget européen est intéressante à analyser.

competing for a European budget is interesting to analyse.

на дискурсите? Интересна за анализ би била ситуацията на субсидираните организации или на организациите, конкуриращи се за европейско финансиране.

Axe 3 : La diversité des pratiques

Au-delà des discours, qu'ils soient ou non convergents, comment s'articulent-ils avec les pratiques qui peuvent être différentes en fonction des pays et des secteurs d'activité. Quel ancrage sociétal peut-on mettre en évidence dans le cas d'entreprises implantées dans plusieurs pays, par exemple ? Dans quelle mesure l'ancrage territorial peut-il constituer un vecteur de RSO ? Les discours ont-ils réellement des impacts sur une normalisation des pratiques, y compris organisationnelles ?

Axis 3: The diversity of practices

Beyond the discourses, whether or not they converge, how do they articulate with practices that may be different depending on the countries and sectors of activity? Which societal anchoring can be highlighted in the case of companies located in several countries, for example? To what extent can territorial anchorage constitute a vector of CSR? Do speeches really have impacts on standardization of practices, including organizational ones?

Тематично направление 3: Разнообразието на практиките

Независимо от това дали има сближаване на дискурсите би било интересно да се изучи как те се свързват с практиките, които могат да бъдат различни в зависимост от страните и секторите на дейност. Какво социално закотвяне може да се разкрие в случаите на компании, разположени в няколко държави, например? До каква степен териториалното закрепване може да бъде вектор на КСО? Дали дискурсите наистина оказват въздействие върху стандартизирането на практиките, включително организационните практики?

Axe 4 : Réalité stratégique de la RSO

Il est intéressant d'interroger les « stratégies RSO » et d'envisager, au-delà des discours et du déclaratif induits souvent par une stratégie communicationnelle, leur pertinence. S'agit-il réellement de « stratégies » ? Est-il possible, désormais, de mettre en évidence des « stratégies RSO » bien identifiable et opérationnelle ?

Axis 4: Strategic Reality of the CSR

It is interesting to question the "CSR strategies" and to consider their relevance, beyond the discourses and the declarative often induced by a communication strategy. Are these really "strategies"? Is it now possible to highlight clearly identifiable and operational "CSR strategies"?

Тематично направление 4: Стратегическата реалност на КСО

Интересно е да се поставят под въпрос « стратегиите за КСО » и да се обмисли тяхната релевантност, отвъд изказванията и декларативните стратегии, често предизвикани от комуникационната стратегия на фирмата. Това наистина ли са « стратегии »? Възможно ли е да се подчертаят ясно разграничими и оперативни « стратегии на КСО »?

Références / References / Литература

- Acquier, A., & Aggeri, F. (2008), « Une généalogie de la pensée managériale sur la RSE », *Revue française de Gestion*, 1(80), pp. 131-157.
- Barnett, M. L. (2007), "Stakeholder influence capacity and the variability of financial returns to corporate social responsibility", *Academy of Management Review*, 32, pp. 794-816.
- Carr, A. Z. (1968), « Is Business Bluffing Ethical », *Harvard Business Review*, janvier-février, pp. 2-8.
- Commission européenne, 2001, « Green paper: Promoting a European framework for corporate social responsibility », Brussels, European Commission.
- Freeman, R. E. (1984), *Strategic Management. A Stakeholder Approach*, Boston, Pitman.
- Friedman, M. (1970), "The Social Responsibility of Business Is to Increase its Profits", *New York Times Magazine*, 13 septembre.
- Frimousse, S., & Peretti J.-M. (2015), « Regards croisés sur Engagement RSE & performance », *Question(s) de management*, 1(9), pp. 65-89.

Propositions de contributions / Proposal for papers / Покана за участие

Langues du colloque

Communication : Anglais,
Français
Contributions écrites : Anglais,
Français, Bulgare

Les propositions de contributions
(titre, résumé de la proposition en
anglais ou en français – 150 mots
–, 4 à 6 mots-clés, présentation
personnelle du ou des auteurs)
sont à adresser **avant le 15
septembre 2018**, simultanément à

Emmanuel Aman-Morin
emmanuel.aman-morin@uvsq.fr

Stela Raytcheva
stela.raytcheva@uvsq.fr

Elka Vasileva
elkav@unwe.bg

Les auteurs retenus recevront
des instructions de mise en
forme et devront adresser leur
texte **avant le 30 octobre 2018**.
Un numéro thématique de la
revue *Alternative économique et
sociale* (en bulgare et en anglais)
est prévu et une sélection des
meilleures contributions sera
proposée pour publication à la
RIMHE.

Conference languages

Presentation: English, French
Contributions: English, French,
Bulgarian

Proposals for contributions (title,
summary of the proposal in
English or French - 150 words -,
4 to 6 keywords, and personal
presentation of the author (s))
must be sent before **September,
15th, 2018**, to both

Emmanuel Aman-Morin
emmanuel.aman-morin@uvsq.fr

Stela Raytcheva
stela.raytcheva@uvsq.fr

Elka Vasileva
elkav@unwe.bg

The selected authors will receive
formatting instructions and will
have to send their text **before
October 30th, 2018**. A thematic
issue of the journal *Economic and
Social Alternative* (in Bulgarian
and English) is planned and a
selection of the best contributions
will be proposed for publication
in RIMHE.

Език на конференцията

Комуникации: Английски и
френски език
Писмени материали: Английски,
френски и български език

Предложенията за публикации
(заглавие, кратко резюме на
английски или френски език до
150 думи, 4 - 6 ключови думи,
представяне на автора/ авторите)
се изпращат **преди 15 септември
2018**, едновременно на:

Emmanuel Aman-Morin
emmanuel.aman-morin@uvsq.fr

Stela Raytcheva
stela.raytcheva@uvsq.fr

Elka Vasileva
elkav@unwe.bg

Авторите на приетите
предложения ще получат
указания за тяхното оформяне
и ще трябва да изпратят своите
материали **до 30 октомври
2018**. Планира се да се издаде
тематичен брой на списанието на
УНСС „Икономически и социални
алтернативи“ (на български и на
английски език), а избраните най-
добри предложения ще бъдат
предложени за публикуване
във френското списание
RIMHE - *Revue Interdisciplinaire
Management, Homme &
Entreprise*.

Comité scientifique et d'organisation / Scientific and Organizing Committee / Научен и организационен комитет

Emmanuel Aman-Morin, *ISM - Larequoi, UVSQ*
Mourad Attarça, *ISM - Larequoi, UVSQ*
Imane Bouterfas, *ISM - Larequoi, UVSQ*
Martine Brasseur, *Université Paris Descartes*
Hervé Chomienne, *ISM - Larequoi, UVSQ*
Thierry Côme, *Université de Reims-Champagne-Ardenne*
Maria Horehajová, *UMB*
Daniela Ivanova, *Université d'économie nationale et mondiale, Sofia*
Žaneta Lacová, *UMB*
Aline Lemeur, *ISM - Larequoi, UVSQ*
Carine Luangsay-Catelin, *Université de Dijon*
Jana Marasova, *UMB*
Delphine Philip de Saint Julien, *ISM - Larequoi, UVSQ*
Stela Raytcheva, *ISM - Larequoi, UVSQ*
Gilles Rouet, *ISM - Larequoi, UVSQ*
Nina Tipova, *Université d'économie nationale et mondiale, Sofia*
Elka Vasileva, *Université d'économie nationale et mondiale, Sofia*