

Questions  de société

Coordonné par Sonia CAPELLI,
Chloé GUILLOT-SOULEZ et William SABADIE

MANAGEMENT DES COOPÉRATIVES

Une différence créatrice de valeur(s)



— éditions —
ems
MANAGEMENT
& SOCIÉTÉ
www.editions-ems.fr

SOMMAIRE

Préface.....	9
<i>Monique F. Leroux</i>	
Avant-propos	13
<i>Sonia Capelli, Chloé Guillot-Soulez et William Sabadie</i>	
Chapitre 1. Les leviers du capital de marque des coopératives	17
<i>Sonia Capelli, William Sabadie et Michel Séguin</i>	
1. La perception des coopératives par les clients	18
2. Une étude internationale de la perception des principes des coopératives	22
3. Le glissement d'un système de solidarité entre membres vers une organisation socialement responsable	25
4. Comment valoriser les principes coopératifs ?	25
<i>Réaction de Jean-Louis Bancel, Crédit Coopératif</i>	
L'identité coopérative : un concept vivant et source d'action	29
Chapitre 2. La représentation sociale des coopératives en France	33
<i>Axelle Faure-Ferlet, Sonia Capelli et William Sabadie</i>	
1. La coopérative, un objet de représentation sociale	35
2. La représentation sociale des consommateurs français au sujet des coopératives	38

