

Stéphane SALGADO
22 rue Demouilles
31400 Toulouse
Port. : 06 87 49 03 71
stephane.salgado@iae-toulouse.fr



47 ans
Nationalité française
Marié (2 enfants)

FORMATION ACADEMIQUE

- 2015 Docteur en Sciences de Gestion (thèse soutenue le 18/03/2015 à l'IAE d'Aix-en-Provence), mention « félicitations du jury à l'unanimité » :
« Expérience de co-crédation d'innovation, développement de nouveaux produits, et créativité : conceptualisation, mesure et test d'un modèle intégrateur ».
Directeurs de recherche : Virginie de BARNIER
Présidente du jury : Elyette ROUX, Membres du jury : Jean-François LEMOINE, Pierre VALETTE-FLORENCE, Améziame AOUSSAT.
- 2002 Agrégation « Economie et Gestion commerciale »
- 1999 DESS « Etudes Ibériques et Latino-américaines Appliquées à la Gestion des Entreprises. » Université de Paris IV Sorbonne

RECHERCHES ET PUBLICATIONS

Publications dans des revues à comité de lecture

- 2016 Salgado S. et De Barnier V. (2016) « **Favoriser et récompenser la créativité du consommateur dans le processus de développement du nouveau produit : comment motiver ces consommateurs qui participent à des concours de créativité ?** » Recherche et Actualité en Marketing (Rang 2 CNRS).

Actes de conférences (révisées par des pairs)

- 2017 Banoun, A., Hamdi-Kidar L., Salgado S. "**Exploring the influence of rewards on participant's empowerment in open innovation challenges**". In *International Product Development Management Conference*, Reykjavik, Juin.
Hemonnet-Goujot, A., Salgado S. "**Co-creation experience for innovation: the critical role of perceived challenge**". In *International Product Development Management Conference*, Reykjavik, Juin.
Salgado S., Banoun, A., Hamdi-Kidar, L. « **Explorer l'influence des récompenses sur la prise de pouvoir des participants à un challenge d'innovation** ». In 33^{ème} Congrès de l'Association Française de Marketing, Tours, France, Mai.
- 2016 Salgado S. & Hemonnet-Goujot A. « **Mieux comprendre l'expérience de co-crédation dans la phase d'idéation** », 32^{ème} Congrès de l'Association Française du Marketing, Lyon, France, Mai.
- 2014 Salgado S. et De Barnier V. "**What is the appropriate reward during an ideation contest: monetary, reputational or brand feedback?**" EMAC Conference Valencia 2014.
Salgado S. et De Barnier V. "**Consumer Co-creation as an Experience : What Are the Dimensions at Stake in an Ideation Challenge?**" EMAC Conference Valencia 2014
- 2013 Salgado S. et De Barnier V. "**Creativity in New Product Development with Communities: the Role of Cognition and Emotions**".
International Research Seminar on Marketing Communication and Consumer Behavior, The 2013 La Londe Conference.
Salgado S. et De Barnier V. "**Does Cognition matter more than Emotion for Creativity in New Product Development with Communities ?**"
Society for Marketing Advances, (SMA).
Salgado S. et De Barnier V. « **La co-crédation de nouveaux produits avec des communautés : étude de la formation de la créativité et du processus de co-crédation** ». Colloque Entrepreneuriat, Innovation & DEVeloppement (EIDDEV), Faculté d'Economie et de Gestion Aix-Marseille. Prix IPAG meilleure papier catégorie jeune chercheur.

PROJETS DE RECHERCHE EN COURS

Projet 1 : la propension à devenir entrepreneur des « utilisateurs-innovateurs » du Fablab Artilect (Toulouse).
Projet en cours, collecte de données prévue courant juin. Recherche menée avec les chercheurs de l'IRIT (UT1) et C. Vellera du CRM (UT1).

Projet 2 : Exploring the influence of rewards on participant's empowerment in open innovation challenges.
Recherche menée avec M. Banoun (EDC) et L. Hamdi-Kidar (TBS). Papier rédigé et retenu à la conférence internationale IPDMC 2017 et à l'AFM 2017. Une deuxième collecte de donnée est prévue en septembre 2017, rédaction d'un article en décembre 2017. Revue visée Marketing Science (Rang 2 CNRS).

Projet 3 : Co-creation experience for innovation: the critical role of perceived challenge.
Recherche menée avec D. Henard (NCSU), A. Hemonnet-Goujeot (IAE aix), V. De Barnier (IAE Aix). Papier retenu à la conférence internationale IPDMC 2017. Soumission à la revue de rang I CNRS JPIM prévue pour juillet 2017.

Projet 4 : Brand Fans Make Products Be Perceived Innovative: Empirical Evidence of the Effect of Uniqueness, Made with Love and Brand Innovation Ability.
Recherche menée avec R.Huaman (KEDGE) soumission prévue à JBR (Rang 2 CNRS) courant 2017.

ACTIVITES SCIENTIFIQUES

Reviewing
European Management Journal (HCERES B, CNRS 3)