

Elodie Manthé

elodie.manthe@univ-smb.fr



ACTIVITES PROFESSIONNELLES

MAITRE DE CONFERENCES – USMB, IUT Annecy-le-Vieux, IREGE France 2020 - actuel

ENSEIGNANTE DU SECONDAIRE – AEFÉ - Madagascar 2017 - 2019

RESPONSABLE RECHERCHE & DÉVELOPPEMENT CROWDFUNDING – WISEED – France 2015 - 2017
WiSEED est la 2e plateforme européenne d'equity crowdfunding (financement d'entreprise par des particuliers).

CONSULTANTE INNOVATION & STARTUP – BPI GROUP – France 2014 - 2015

COORDINATRICE CLUB D'INVESTISSEMENT – ALUMNI BUSINESS ANGELS – France 2013 - 2014

FORMATION

09/2015-09/2018 : Doctorat de Sciences de Gestion — Univ. de Bourgogne, CREGO, IAE Dijon

2013-2014 : Master Gestion des Organisations — Institut d'Études Politiques d'Aix-en-Provence, Univ. Aix-Marseille

Mémoire de fin d'études : « Peut-on faire confiance à l'equity crowdfunding ? »

2009-2013 : Diplôme de l'IEP — Mention Bien — Institut d'Études Politiques d'Aix-en-Provence

2012 : Échange Erasmus — Université Luiss Guido Carli Roma — Italie (6 mois)

2011 : Échange Erasmus — Université d'Oslo — Norvège (6 mois)

2007-2009 : Baccalauréat scientifique, section européenne anglais, mention très bien

ACTIVITES DE RECHERCHE

THÈSE DE DOCTORAT

Titre : Analyse du comportement d'investissement en equity crowdfunding : une approche par la valeur consommateur.

Soutenue le 11 décembre 2018 à l'Université de Bourgogne, IAE Dijon devant un jury composé de :

LEMOINE Jean-François	Rapporteur, Professeur, Université Sorbonne-Paris I, IAE Paris
BESSIÈRE Véronique	Rapporteur, Professeur, Université de Montpellier, IAE Montpellier
BELVAUX Bertrand	Suffragant, Professeur, Université de Bourgogne, CREGO
LAMARQUE Éric	Suffragant, Professeur, Université Sorbonne-Paris I, IAE Paris
HERVÉ Fabrice	Directeur, Professeur, Université de Bourgogne, IAE Dijon, CREGO
FILSER Marc	Co-directeur, Professeur, Université de Bourgogne, IAE Dijon, CREGO

Résumé de la thèse

L'*equity crowdfunding* (ECF) est un mode d'investissement récent, accessible au grand public, qui a pour caractéristiques de se dérouler en ligne, au sein d'une communauté virtuelle, dans l'environnement d'une plateforme intermédiaire.

Ce travail doctoral a pour objectif de mieux comprendre le comportement des investisseurs particuliers qui achètent des produits financiers en ECF, les *crowdinvestors*.

En s'inscrivant dans le courant de la valeur de consommation, cette recherche contribue à définir les sources de valorisation d'investissement en ECF et en étudie spécifiquement la dimension participative et son influence sur la décision d'investissement.

Une revue de littérature en finance entrepreneuriale sur le profil, les motivations, le comportement d'investissement et les facteurs d'influence de la décision d'investissement des *crowdinvestors* est proposée. Une enquête exploratoire reposant sur 13 entretiens et une étude empirique testant un modèle d'équations structurelles sur la base de 436 questionnaires ont été menées auprès de membres de la plateforme d'ECF française WiSEED.

L'analyse des données menée avec l'approche PLS montre que la valeur perçue de l'expérience de participation a une influence significative sur la valorisation de l'investissement, mais pas sur la décision d'investissement. Nous mettons en évidence le rôle central de l'expertise subjective du capital-amorçage des individus comme antécédent de la décision d'investissement, de la valorisation de l'expérience de participation et de l'engagement dans la communauté en ligne.

Enfin, les résultats indiquent que le risque perçu n'est pas un modérateur du modèle tandis que la sophistication de l'investisseur en est un.

Mots clés : equity crowdfunding ; expérience d'investissement ; valeur consommateur ; expérience de participation ; finance participative ; comportement du consommateur ; plateforme.

PUBLICATIONS DANS DES REVUES CLASSÉES

1. 2023 - The Unexpected Consequences Of Involving Tourists In Destination Social Responsibility Through Check-Out-Charity. The Case Of Ski Stations In The French Alps.

Revue : *Current Issues in Tourism* [ABS 2, Cat. 3 FNEGE]

En collaboration avec : Anil Bilgihan (Florida Atlantic University)

Référence bibliographique: Manthé E. & Bilgihan A. (2023) The unexpected consequences of engaging tourists in destination social responsibility through check-out-charity: the case of ski resorts in the French alps, *Current Issues in Tourism*

DOI : 10.1080/13683500.2023.2229936

Résumé : Cette communication présente les résultats d'une expérimentation menée en stations de ski dans les Alpes Françaises. Sur une période d'un mois, des clients de commerce d'une station de moyenne montagne ont voté au moyen d'une pièce de 50cts factice pour soutenir au choix un projet local ou international (n=282). En parallèle, 20 interviews de type « micro-trottoir » ont été menées en sortie de magasin afin de capturer l'attitude des clients vis-à-vis du don en caisse et de la station, ainsi que les conséquences de cette sollicitation.

2. 2023 - « Similarity is not everything: The influence of personal characteristics of entrepreneurs and investors on their fit »

Revue : *International Entrepreneurship and Management Journal* [ABS 1, Cat. 4 FNEGE]

En collaboration avec : Caroline TARILLON (IAE Grenoble), Geoffroy ENJOLRAS (IAE Grenoble), Ludvine ADLA (IAE Grenoble)

Référence bibliographique : Tarillon, C., Yu, H., Adla, L. *et al.* Similarity is not everything: the influence of personal characteristics of entrepreneurs and investors on their fit. *Int Entrep Manag J* **19**, 709–732 (2023).

DOI : <https://doi.org/10.1007/s11365-023-00837-6>

Résumé : cette communication vise à mieux comprendre la construction, la nature et les facteurs clefs de succès de la relation unissant l'entrepreneur et l'investisseur au cours du processus de financement des start-ups. Pour analyser l'influence exercée par les caractéristiques personnelles de ces acteurs, la théorie des échelons supérieurs a été mobilisée. Une recherche qualitative exploratoire, fondée sur la conduite de 18 entretiens en "miroir" réalisés auprès de binômes d'entrepreneurs et d'investisseurs, a été menée. Les résultats de l'étude ont permis de définir un processus en trois étapes, commun aux relations entrepreneur-investisseur étudiées et d'identifier les facteurs clés d'une relation fructueuse, dont la nature évolue tout au long du processus.

3. 2019 - « **Determinants of Individual Investment Decisions in Investment-Based Crowdfunding** »

Revue : *Journal of Business Finance and Accounting* [Rang A HCERES, Cat.2 CNRS, Cat. 2 FNEGE]

En collaboration avec : Aurélie Sannajust (COACTIS, Univ. St Etienne), Fabrice Hervé (CREGO, Univ. Bourgogne, IAE Dijon) et Armin Schwienbacher (SKEMA Business School-Univ. Côte d'Azur)

Référence bibliographique: *Journal of Business Finance and Accounting*, 2019, Volume 46(5-6), May/June.

DOI : <https://doi.org/10.1111/jbfa.12372>

Cet article explore les facteurs d'influence des décisions d'investissement des particuliers en *equity crowdfunding* (financement participatif par acquisition d'actions ou d'obligations émises par des entreprises privées). Ma contribution à cet article consiste en la rédaction des parties concernant le fonctionnement de la plateforme (WiSEED) et des différents sous-jacents financiers (*startups* et projets immobiliers), ainsi que la compréhension de l'échantillon de données et de ses éventuelles incohérences.

4. 2019 - « **Identifying Start-up Success: Testing-the-Waters Policy with Hypothetical Investment** »

Revue : *Entrepreneurship : Theory and Practice (ETP)* [Cat. 1 FNEGE]

Statut : publié

En collaboration avec : Douglas Cumming (Florida Atlantic University, College of Business), Fabrice Hervé (CREGO, Univ. Bourgogne, IAE Dijon) et Armin Schwienbacher (SKEMA Business School-Univ. Côte d'Azur).

Cet article étudie le caractère prédictif des intentions d'investissement récoltées auprès d'investisseurs en *equity crowdfunding* sur les succès futurs des levées de fonds de *startups*. Une nette différence entre intention émise et investissement effectif est mise en évidence à l'échelle de chaque individu et l'existence de biais d'hypothèse est analysée. Ma contribution à cet article a trait à la connaissance du terrain (la plateforme WiSEED), des sous-jacents financiers proposés à l'investissement et à la compréhension de l'échantillon de données.

COMMUNICATIONS EN CONGRÈS SCIENTIFIQUES

Trespeuch L.*, Robinot E. **Manthé E.**, Fioretto A-S, Schegg R., Kreziak D. (2024), "Quels sont les impacts du financement du tourisme d'aventure sur l'expérience vécue et les répercussions sur les territoires ? », AFMAT, Mai 2024 (à venir).

Manthé, E.* et Bilgihan A. (2023), "The Unexpected Consequences Of Engaging Tourists In Destination Social Responsibility Through Check-Out-Charity. The Case Of Ski Resorts In The French Alps."

1. **American Marketing Association Conference**, San Francisco, 4 août.
2. **Congrès Annuel de l'Association Française de Marketing**, Vannes, 10-12 mai.
3. **TTRAÉ**, Dijon, 24-26 avril.
4. **JRMGE**, Namur, 29-30 mars.

Manthé, E.* (2023), '#Stop Asking Me To Donate: Understanding Causes Of Fundraisers Perceived Illegitimacy From A Classification Of Resistant Donors' Tweets.'

5. **American Marketing Association Conference**, San Francisco, USA, 4 août.

6. **European Research Network on Philanthropy Conference**, Zagreb, Croatia, 29-30 juin.

Bezançon, M., Bonnefoy-Claudet L.*, **Manthé, E*., Morrongiello C.* (2023), « Aidez-Nous A Protéger Notre Planète » : Les Efforts Pro-Environnementaux Des Hotels Conduisent-Ils Les Clients A Adopter Des Comportements Durables ? Le Rôle De La Gratitude.**

7. **Congrès Annuel de l'Association Française de Marketing**, Vannes, 10-12 mai.

8. **TTRAÉ**, Dijon, 24-26 Avril

Manthé, E.* (2022), « Nos clients ont le don d'en faire un » : quel rôle la proximité enseigne-client joue-t-elle dans la décision de faire un don en caisse ? »,

9. **Congrès Annuel de l'Association Française de Marketing, Tunis.**

10. **3eme Journée de la Relation à la Marque, Strasbourg**, 10 décembre. **Prix de la meilleure communication de la JR2MC 2021.**

11. Adla L., Enjolras G., **Manthé E., Tarillon C.* (2021), L'alchimie de la relation entrepreneur-investisseur : une clef de compréhension du financement des start-up, 12eme de l'Académie de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation (AEI)**, Sousse, Tunisie (en virtuel), 13-15 octobre.

12. Hervé F.*, **Manthé, E. (2021), The equity crowdfunding paradox: when investors do not need the wisdom of the crowd, 5th Entrepreneurial Finance Conference (ENTFIN)**, Lyon, 25 Juin.

Cumming, D.*, Hervé, F., **Manthé, E. & Schwienbacher, A.* (2018) Identifying Start-up Success: Testing-the-Waters Policy with Hypothetical Investment.**

13. **3rd Entrepreneurial Finance Conference (ENTFIN)**, Milan, 26-27 juin.

14. **2nd Emerging Trends in Entrepreneurial Finance Conference**, Steven Institute of Technology, Hoboken, 31 mai- 1er juin.

Hervé, F., Sannajust, A.*, **Manthé, E. & Schwienbacher, A.* (2018), Determinants of individual investment decision in investment-based crowdfunding.**

15. **3rd Entrepreneurial Finance (ENTFIN) Conference**, Milan, 26-27 juin.

16. **Summer Conference on Financial Implications of sustainability and Corporate Social Responsibility**, Nice, 22 juin.

17. **Financial Management Association (FMA) Asia Annual Meeting**, Hong-Kong, 16 mai.

Hervé, F., Sannajust, A.*, **Manthé, E.* & Schwienbacher, A.* (2017), Investor Motivations in Investment Based Crowdfunding,**

18. **Financial Management Association (FMA) Annual Meeting**, Lisbonne, 22-23 juin.

19. **Conférence internationale Femmes & Gouvernance**, Lyon, 1er décembre.

Hervé, F., Sannajust, A., **Manthé, E. & Schwienbacher, A.* (2016), Investor Motivations in Investment Based Crowdfunding.**

20. **2nd Entrepreneurial Finance Conference (ENTFIN)**, Lyon, 8-9 juillet.

21. **33rd Spring International Conference of French Finance Association (AFFI)**, Liège, 23-25 mai.

* Présentation assurée par.

- Manthé, E., “Ukraine, Syrie, « pièces jaunes » : Quand l’arrondi solidaire en caisse agace le consommateur, 15 mars 2023. <https://theconversation.com/ukraine-syrie-pieces-jaunes-quand-larrondi-solidaire-en-caisse-agace-le-consommateur-201802> (consulté le 12/02/2024).

Audience = 160 000 lecteurs. TOP 10 des articles les plus lus sur 20 minutes dans le weekend suivant la publication.

- Livre Blanc du Tourisme par l’Agence Savoie Mont-Blanc

RECHERCHES EN COURS

- **Projet MICRODON**

Ce projet de recherche fait suite à une première phase exploratoire réalisée sur la base d’un jeu de données unique ($n = 83\,417$) concernant des campagnes de micro-donation en caisse proposées par des magasins *retail*, appartenant à des réseaux d’enseignes nationaux. En nous appuyant sur le concept de proximité, mobilisé dans le cadre de l’étude de la relation enseigne-client, nous suggérons que des dimensions affinitaires et spatiales puissent avoir une influence positive sur la propension des clients à donner en caisse. Les premiers résultats indiquent que la proximité géographique de l’enseigne et du projet soutenu avec les clients semblent influencer le taux de participation à une campagne de donation en caisse, mais appelle des tests complémentaires afin de distinguer l’effet de la localisation de l’enseigne et de la cause soutenue.

Afin de répondre à nos questions de recherches et poursuivre ce travail préliminaire, nous proposons de mener une expérimentation dans le contexte des stations de montagne qui constituent un lieu de l’expérience touristique présentant un fort ancrage local, à la fois dans la représentation que les consommateurs en ont, dans le type d’enseignes présentes et dans les besoins de financement de projets sur les territoires. De plus, ces écosystèmes économiques montagneux requièrent un renouveau des modèles d’affaires qui se doivent de plus en plus d’intégrer une dimension durable (Geissdoerfer, Vladimirova, & Evans, 2018 ; Bourgel, 2018), *a fortiori* dans le contexte de crise écologique et sanitaire dont nous pouvons imaginer les impacts à moyen et long-terme pour ces espaces touristiques.

L’objectif de ce projet – qui s’intègre dans la ligne de recherche de la Chaire Tourisme Durable pilotée par l’IREGE et son axe thématique Environnement, Consommation Durable, Tourisme (ECDT) - est de mesurer comment la dimension locale des initiatives soutenues par la micro-donation pourrait augmenter la valeur perçue des clients de stations et améliorer leur expérience globale tout en assurant aux stations des revenus complémentaires fléchés vers le financement de projets spécifiques (sauvegarde de la faune et la flore, soutien aux producteurs locaux, etc.).