

L'UNIVERSITÉ DE VERSAILLES SAINT-QUENTIN-EN-YVELINES
présente

L'AVIS DE SOUTENANCE

Concernant Monsieur Stéphane Magne qui est autorisé à présenter ses travaux en vue de l'obtention de l'Habilitation à Diriger des Recherches à l'Université de Versailles-Saint-Quentin-en-Yvelines en :

SCIENCES DE GESTION ET DU MANAGEMENT

**« *Innover pour cocréer de la valeur avec le client-citoyen :
le rôle médiateur des expériences individuelles vécues*»**

LE 12 FEVRIER 2026 A 13 HEURES

AU

**UVSQ - BATIMENT VAUBAN
47 BD VAUBAN – 78047 GUYANCOURT CEDEX, FRANCE
en
SALLE 523 (5EME ETAGE)**

MEMBRES DU JURY :

M. Thierry Côme – Garant

Professeur des universités en sciences de gestion et du management
Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines – Directeur du laboratoire LAREQUOI

Mme Véronique Des Garets – Rapporteur

Professeure des universités en sciences de gestion et du management
Université de Tours – IAE de Tours

Mme Émilie Hennequin – Rapporteur

Professeure des universités en sciences de gestion et du management
Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne – Laboratoire PRISM

M. Pierre-Charles Pupion – Rapporteur

Professeur des universités en sciences de gestion et du management
Université de Poitiers – Laboratoire CEREGE

M. Gilles Rouet – Président du jury

Professeur des universités en sciences de gestion et du management
Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines – Laboratoire LAREQUOI

M. Alexandre Steyer

Professeur des universités en sciences de gestion et du management
Ancien Recteur des académies de Reims et de Rennes
Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne – Laboratoire PRISM

Mme Muriel De Fabrègues

Maître de conférences Habilitée à Diriger des Recherches en sciences de gestion et du management
Université Paris 2 Panthéon-Assas – Laboratoire LARGEPA

« Innover pour cocréer de la valeur avec le client-citoyen : le rôle médiateur des expériences individuelles vécues»

Présenté par : **Stéphane Magne**

Résumé :

Cette habilitation propose une lecture renouvelée de l'innovation à partir de ce que vivent concrètement les individus, qu'ils soient consommateurs, usagers ou citoyens. Elle interroge la manière dont les expériences individuelles vécues – esthétiques, digitales, culturelles ou civiques – jouent un rôle médiateur central dans la cocréation de valeur, aussi bien dans les relations de marché que dans l'action publique.

Les travaux analysent un continuum de formes d'innovation, allant des dispositifs les plus visibles (design, esthétique, packaging) aux transformations contemporaines du management public, de l'innovation digitale et de l'innovation responsable. Ils mettent en évidence un déplacement progressif des cadres théoriques, du marketing expérientiel centré sur le client vers une transposition de ces concepts au champ public, où l'engagement citoyen devient un levier clé de création de valeur.

Au cœur de cette recherche se trouve l'étude des expériences vécues : expérience esthétique du consommateur, expérience des usagers face aux civic techs, expérience des visiteurs dans les institutions culturelles. Ces expériences sont analysées comme des révélateurs des transformations des organisations et des modes de gouvernance.

Mobilisant des méthodologies qualitatives et quantitatives complémentaires, ainsi que des outils d'analyse avancés inspirés de la data science, cette habilitation ouvre trois perspectives majeures : la cocréation de valeur publique entre citoyens et organisations, l'expérience digitale dans les services publics, et l'émergence de parcours hybrides combinant dispositifs physiques et numériques.

Mots-clés : innovation, expérience, client-citoyen, valeur, cocréation, digital.

Abstract:

This research offers a renewed perspective on innovation by focusing on individuals' lived experiences, whether as consumers, users, or citizens. It examines how esthetic, digital, cultural, and civic experiences mediate processes of value co-creation across both market and public-sector contexts.

The work explores a continuum of innovation forms, ranging from tangible dimensions such as design, aesthetics, and packaging to broader dynamics of digital, responsible, and public transformation. It highlights a progressive shift in theoretical frameworks, moving from consumer-centered experiential marketing toward their application in public management, where citizen engagement emerges as a central driver of value creation.

At the core of the research lies the analysis of lived experiences, including consumers' esthetic experience, users' interactions with civic technologies, and visitors' experiences in cultural institutions. These experiences are approached as key lenses through which organizational change and evolving modes of governance can be understood.

Drawing on complementary qualitative and quantitative methodologies, as well as advanced analytical tools inspired by data science, the research outlines three main future directions: the co-creation of public value between citizens and public organizations; individual digital experience in public services; and the development of hybrid user journeys combining physical and digital environments.

Keywords: innovation, experience, customer-citizen, value, co-creation, digital.