



Special Issue 2027—Call for Papers *M@n@gement*

**‘Cold Cases’: Revisiting founding myths, iconic cases,
and forgotten stories in management**

Guest Editorial Team

Anaïs Boutru

DRM M-Lab, Université Paris-Dauphine, PSL
anaïs.boutru@dauphine.psl.eu

Linda Rouleau

HEC Montréal
linda.rouleau@hec.ca

Géraldine Schmidt

IAE Paris, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne
schmidt.iae@univ-paris1.fr

Albéric Tellier

DRM M-Lab, Université Paris-Dauphine, PSL
alberic.tellier@dauphine.psl.eu

'Cold Cases': Revisiting founding myths, iconic cases, and forgotten stories in management

IBM's blindness to the rise of personal computing, Xerox's strategic myopia toward the graphical user interface developed in its own Palo Alto Research Center, the fall of Nokia overtaken by smartphones, the Mann Gulch fire, Elton Mayo's Hawthorne experiments: these are among the celebrated cases that populate the collective memory of management scholars. These 'cold cases', endlessly cited and taught, have become genuine founding myths of the field. They structure ways of thinking and play a central role in the construction of epistemic communities by providing a shared foundation of representations (Brown, 1998).

Yet, despite their ubiquity, few studies scrutinize the empirical robustness, theoretical validity, or performativity of these emblematic cases. In management research, and particularly in qualitative research, the risk of circularity (Dumez, 2013) is significant. While the material collected by researchers is inevitably heterogeneous and incomplete, the theories they mobilize are general and decontextualized. As a result, researchers may, even unconsciously, select data that confirm their theoretical priors, set aside disconfirming evidence, and ultimately favor demonstrations of the 'as if' type.

Management research, in its pursuit of 'theoretical gaps' (Alvesson & Sandberg, 2011), has often privileged the production of new concepts at the expense of verification, reinterpretation, or falsification (Popper, 1959, 2005). This predilection leads to a stratification of knowledge: certain studies become canonical and generate 'halo effects' (Rosenzweig, 2009), while others sink into oblivion, not because they are invalid, but because they do not fit the dominant narratives of the discipline (Bourdieu, 2001).

The aim of this special issue is to 'reopen the files of management': to challenge established truths, revisit myths, excavate forgotten cases, and analyze the processes of canonization and erasure that structure disciplinary memory.

Famous, emblematic cases, sometimes elevated to the status of 'textbook cases', are not mere illustrations: they are performative of the managerial realities they purport to describe (Callon, 1998; MacKenzie & Millo, 2003). They shape analytical frameworks and influence how researchers conceptualize their objects of study (Latour, 2005). In this sense, such cases (Kodak, IBM, Enron, Nokia, etc.) must be regarded as epistemic artifacts, produced, reproduced, and sometimes distorted by scholarly communities, and bearing a narrative, moral, and institutional dimension (Czarniawska & Joerges, 1996).

M@n@gement has established itself since its founding as a privileged venue for critical, reflexive, and interdisciplinary approaches in management research. With this special issue, we wish to continue this tradition by inviting the community to undertake an archaeology of its own knowledge (Foucault, 1969). More broadly, revisiting 'cold cases' means interrogating how management research constructs its own history, its certainties, and its silences. It is also a call to strengthen the cumulative and self-critical dimension of the field, by restoring a rightful place to research grounded in the replication of experiments, the challenging of established findings, and recontextualization. Furthermore, at a time when researchers are constantly pressured to produce 'new' knowledge, this special issue proposes to rehabilitate slow, reflexive research, research capable of revisiting taken-for-granted assumptions, reopening closed debates, and reinvigorating the controversies that are constitutive of knowledge production.

THEMATIC AXES

The special issue welcomes theoretical, empirical, and methodological contributions from all management disciplines. Proposals may fall within the following four axes, which are not intended to be exhaustive:

- Axis 1—Replicating, revisiting, and stress-testing iconic cases
- Axis 2—Studying the mechanisms of selection and scientific memory through forgotten and invisible cases
- Axis 3—Mobilizing new methods or new data to reopen cold cases
- Axis 4—Reinterpreting textbook cases in light of contemporary issues of sustainability, social justice, and ecological transition

Please note that submissions are expected in English; contributions in French will equally be considered.

Axis 1—Replicating, revisiting, and stress-testing iconic cases

Replication and reproduction are cornerstones of scientific validation, yet they remain relatively marginal in management research (Hubbard & Vetter, 1996). As Pascale (1996) demonstrated with the Honda case, revisiting an iconic case allows not only for testing the robustness of original conclusions and proposing alternative explanations, but also for assessing the effects of time, institutional context, and new data sources on case interpretation.

Moreover, classic narratives of a case are often constructed from dominant models or explanatory frameworks. Proposing alternative readings enriches the theoretical scope of cases and identifies mechanisms frequently overlooked by canonical interpretations (Alvesson & Sandberg, 2011).

Within this axis, contributions might include:

- Studies that build on the protocols originally used in celebrated works to test them in identical or different contexts (period, sector, sample, etc.).
- Studies that apply quantitative methods to assess the external validity of findings from celebrated case studies.
- Studies that rigorously and systematically investigate emblematic cases that are frequently cited but rarely deeply explored, as proposed for example with the Kodak case (Tellier, 2023).

Questions that contributors might explore include:

- Do the originally proposed results hold when the scale of observation is broadened (time, countries, organizational units, etc.)?
- Are conclusions widely accepted in the media or popular literature verified when a rigorous methodological apparatus is applied?
- Can alternative approaches be mobilized to redraw the narrative of a case?

Axis 2—Studying the mechanisms of selection and scientific memory through forgotten and invisible cases

The selection of textbook cases is not neutral: it follows institutional and social mechanisms that valorize certain theories and objects while erasing others. Studying these processes of selection and forgetting sheds light on the formation of disciplinary canons and identifies aspects of managerial reality that remain understudied (Walsh & Ungson, 1991).

Universities, business schools, the media, and consultants all play an active role in constructing and stabilizing managerial myths. Understanding the chain of diffusion, from research to teaching and then to professional practice, allows us to analyze how narratives circulate, transform, and are sometimes simplified or distorted.

Within this axis, contributions might include:

- Studies that aim to understand through which processes poorly documented and/or poorly robust cases acquire a quasi-mythical status in certain communities, their conclusions appearing unquestionable.
- Studies that propose renewed explanations for those developed in celebrated case studies, drawing on alternative theoretical approaches.
- Studies that draw on 'forgotten' cases or contexts to show how they relativize conclusions considered established.

Questions that contributors might explore include:

- What are the mechanisms of exclusion or invisibilization of cases that do not conform to dominant paradigms (Haraway, 1988; Hardy & Clegg, 1997)?
- How do certain cases become 'cold cases'? What actors, networks, and devices participate in their legitimation? (Deuten & Rip, 2000)
- What does the circulation of cases tell us about the production and diffusion of management knowledge? (Alvesson et al., 2008; Weick, 1995)
- How does the analysis of forgotten cases enable us to relativize or challenge the conclusions of more emblematic ones?
- Through what processes do researchers and their outputs transform heterogeneous events into universal lessons?
- What role do business media (specialized press, podcasts, conferences) play in the 'mythification' of these narratives?

Axis 3—Mobilizing new methods or new data to reopen cold cases

Reopening a historical case involves methodological challenges. The emergence of new methods (network analysis, text mining, etc.) and new data sources (open databases, digitized archives, collaborative platforms) also opens unprecedented possibilities for revisiting cold cases.

Within this axis, contributions might include:

- Studies that seek to improve upon the methodological designs originally used in celebrated research.
- Studies that mobilize recent research methods or new data to address limitations observed in celebrated studies, or to offer alternative explanations (Benabdelkrim et al., 2020).
- Works that aim to provide methodological benchmarks and guidelines for conducting such research with rigor and transparency (e.g., recoding original data according to new analytical categories).

Questions that contributors to this axis might explore include:

- To what extent do classic conclusions (e.g., Kodak's organizational myopia) hold up against new methods or data?
- What can the attempt to replicate a method used in a celebrated case teach us?
- How do new data sources (digitized archives, open databases, social networks, etc.) enable the revisiting or broadening of a classic case?

Axis 4—Reinterpreting textbook cases in light of contemporary issues of sustainability, social justice, and ecological transition

Classic management cases were analyzed within specific political, social, economic, and theoretical contexts (Cummings et al., 2026). Yet contemporary transformations, the climate crisis, social inequalities, the imperative of sustainability, compel us to revisit these narratives in a new light. What do these 'successes' or 'failures' become when evaluated in terms of their social, environmental, or ethical impact?

Within this axis, contributions might include:

- Studies that undertake a critical reassessment of emblematic cases.
- Studies that revisit the conclusions of certain cases in light of contemporary challenges (Acquier et al., 2011).

Questions that contributors to this axis might explore include:

- What happens to the lessons drawn from textbook cases when they are repositioned within the current context of ecological transition, energy sobriety, or inclusion?
- Can the implicit norms of performance, rationality, and efficiency that structured initial interpretations be interrogated?
- Can new logics of sustainability (Banerjee, 2003), corporate social irresponsibility (Lin-Hi & Müller, 2013), or post-growth management (Spicer, 2020) modify our analyses and understanding of celebrated cases?

SUBMISSION FORMATS

For this special issue, we invite researchers to submit contributions on revisited cold cases through three distinct sections: 'Original research articles', 'Business Voice', and 'Essays'. Each section addresses different audiences and objectives, offering a diversity of opportunities for both researchers and practitioners to enrich our understanding of the mechanisms that shape strategic thinking.

For each of these sections, submissions must comply with the format indicated on the *M@n@gement* website at: <https://management-aims.com/index.php/mgmt/preparation>

Original Research Articles

Researchers are invited to submit conceptual/theoretical or empirical contributions. This special issue will welcome works that revisit, reinterpret, or stress-test emblematic, forgotten, or invisible cases in management, from different angles. We encourage contributions from a variety of management disciplines mobilizing different research methods (replication, case studies, quantitative analyses, archival work, text mining, meta-analyses,

etc.). Works that bridge several axes of the special issue, for instance, combining an innovative methodological approach with a critical rereading through the lens of contemporary challenges will find a natural place in this issue.

Business Voice Section

The 'Business Voice' section invites contributions focused on the 'cold cases' of management, clearly highlighting the practical implications for practitioners. Articles should demonstrate how reopening an emblematic case, challenging a founding myth, or unearthing a forgotten case can generate directly actionable insights to improve managerial decision-making and organizational practices. Contributions might explore, for example, what a critical re-reading of famous cases (Nokia, Kodak, etc.) teaches us about innovation dynamics, change management, or organizational resilience in the face of contemporary disruptions. In-depth case studies, empirical analyses, or intervention research illustrating the transferability of lessons drawn from these revisited cases to various current professional contexts will constitute valuable contributions to this issue.

Essays Section

The 'Essays' section is a dedicated space for critical and innovative reflections on disciplinary memory and the founding myths of management. It welcomes bold contributions that challenge, problematize, or enrich our understanding of the mechanisms of canonization, forgetting, and performativity at work in the construction of management knowledge. Authors are encouraged to offer original perspectives that revisit or even contest dominant narratives, or that open up unexpected new avenues of research. Essays may address the relevance or epistemic limitations of canonical case studies, propose new interpretive frameworks, or introduce interdisciplinary perspectives that have yet to be widely mobilized in questioning the collective memory of the field. The aim is to stimulate scholarly debate and foster in-depth reflection within the management sciences research community on the ways in which the discipline constructs and forgets its own knowledge.

REFERENCES

- Acquier, A., Daudigeos, T., & Valiorgue, B. (2011). Corporate social responsibility as an organizational and managerial challenge: The forgotten legacy of the Corporate Social Responsiveness movement. *M@n@gement*, 14(4), 222–250. <https://doi.org/10.3917/mana.144.0222>
- Alvesson, M., Hardy, C., & Harley, B. (2008). Reflecting on reflexivity: Reflexive textual practices in organization and management theory. *Journal of Management Studies*, 45(3), 480–501. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2007.00765.x>
- Alvesson, M., & Sandberg, J. (2011). Generating research questions through problematization. *Academy of Management Review*, 36(2), 247–271. <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/amr.2009.0188>
- Banerjee, S. B. (2003). Who sustains whose development? Sustainable development and the reinvention of nature. *Organization Studies*, 24(1), 143–180. <https://doi.org/10.1177/0170840603024001341>

- Benabdelkrim, M., Levallois, C., Savinien, J., & Robardet, C. (2020). Opening fields: A methodological contribution to the identification of heterogeneous actors in unbounded relational orders. *M@n@gement*, 23(1), 4–18. <https://doi.org/10.37725/mgmt.v23.4245>
- Bourdieu, P. (2001). *Science de la science et réflexivité. Cours du collège de France (200–2001)*. Raisons d'agir.
- Brown, A. D. (1998). Narrative, politics and legitimacy in an IT implementation. *Journal of Management Studies*, 35(1), 35–58. <https://doi.org/10.1111/1467-6486.00083>
- Callon, M. (1998). *The Laws of the Markets*. Blackwell.
- Czarniawska, B., & Joerges, B. (1996). Travels of ideas. In B. Czarniawska & G. Sevón (Eds.), *Translating Organizational Change* (pp. 13–48). De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110879735.13>
- Cummings, S., Bridgman, T., Hassard, J., & Rowlinson, M. (2026). Why we needed (and still need) new histories of management and organization. *Management & Organizational History*, 21(1–2), 10–20. <https://doi.org/10.1080/17449359.2026.2626424>
- Deuten, J. J., & Rip, A. (2000). Narrative infrastructure in product creation processes. *Organization*, 7(1), 69–93. <https://doi.org/10.1177/135050840071005>
- Dumez, H. (2016). *Méthodologie de la recherche qualitative. Les 10 questions clés de la démarche compréhensive* (2nd ed.). Vuibert.
- Foucault, M. (1969). *L'archéologie du savoir*. Gallimard.
- Haraway, D. (2013). Situated knowledges: The science question in feminism and the privilege of partial perspective. In M. Wyer, M. Barbercheck, D. Cookmeyer, H. Ozturk, & M. Wayne (Eds.), *Women, Science, and Technology* (pp. 455–472). Routledge.
- Hardy, C., & Clegg, S. (1997). Relativity without relativism: Reflexivity in post-paradigm organization studies. *British Journal of Management*, 8(S1), 5–17. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.8.s1.2>
- Hubbard, R., & Vetter, D. E. (1996). An empirical comparison of published replication research in accounting, economics, finance, management, and marketing. *Journal of Business Research*, 35(2), 153–164. [https://doi.org/10.1016/0148-2963\(95\)00084-4](https://doi.org/10.1016/0148-2963(95)00084-4)
- Latour, B. (2005). *Reassembling the Social: An introduction to actor-network-theory*. Oxford University Press.
- Lin-Hi, N., & Müller, K. (2013). The CSR bottom line: Preventing corporate social irresponsibility. *Journal of Business Research*, 66(10), 1928–1936. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.02.015>
- MacKenzie, D., & Millo, Y. (2003). Constructing a market and performing theory: The historical sociology of a financial derivatives exchange. *American Journal of Sociology*, 109(1), 107–145. <https://doi.org/10.1086/374404>
- Mintzberg, H., Pascale, R. T., Goold, M., & Rumelt, R. P. (1996). CMR Forum: The 'Honda effect' revisited. *California Management Review*, 38(4), 77–117. <https://doi.org/10.2307/41165855>
- Popper, K. (2005). *The Logic of Scientific Discovery*. Routledge.
- Rosenzweig, P. (2009). L'effet halo, ou les mirages de la performance. *Le Journal de l'École de Paris du management*, (79), 9–16. <https://doi.org/10.3917/jepam.079.0009>
- Spicer, A. (2020). Playing the bullshit game: How empty and misleading communication takes over organizations. *Organization Theory*. <https://doi.org/10.1177/2631787720929704>
- Tellier, A. (2023). La chute de Kodak : une affaire classée? *Annales des Mines – Gérer et comprendre*, (151), 42–52. <https://doi.org/10.3917/geco1.151.0042>
- Weick, K. E. (1995). *Sensemaking in Organizations*. Sage.
- Walsh, J. P., & Ungson, G. R. (1991). Organizational memory. *Academy of Management Review*, 16(1), 57–91. <https://doi.org/10.2307/258607>

SUBMISSION PROCEDURE

Submissions must be made through the *M@n@gement* journal website at: <https://management-aims.com/index.php/mgmt/about/submissions>

Authors should select the title of the special issue as the section to which they are submitting. It is also important to specify in the cover letter whether you wish to submit to the 'Original research articles', 'Business Voice', or 'Essays' section.

Submission deadline: December 31, 2026

PRE-SUBMISSION WORKSHOP

Authors considering submitting a paper to this special issue will have the opportunity to participate in a paper development workshop dedicated to the special issue. This workshop, which will be held online, is scheduled for October 14, 2026. Authors who submit their articles (either a complete article or a long abstract of 2–3 pages) to the workshop will have the opportunity to present their research, receive feedback on the relevance of their article for the special issue, and use these comments to improve their work before the final submission deadline in December 2026. Participation in the workshop is not mandatory for submission to the special issue.

Step	Date
Submission of intention (full article or long abstract of 2–3 pages) to: anis.boutru@dauphine.psl.eu and alberic.tellier@dauphine.psl.eu	September 20, 2026

Special issue workshop (online): October 14, 2026



Appel numéro spécial 2027 *M@n@gement*

« Affaires classées » : revisiter les mythes fondateurs,
les cas d'école et les histoires oubliées du management

Équipe éditoriale du numéro spécial

Anaïs Boutru

Université Paris-Dauphine, PSL
anaïs.boutru@dauphine.psl.eu

Linda Rouleau

HEC Montréal
linda.rouleau@hec.ca

Géraldine Schmidt

IAE Paris, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne
schmidt.iae@univ-paris1.fr

Albéric Tellier

Université Paris-Dauphine, PSL
alberic.tellier@dauphine.psl.eu

« Affaires classées » : revisiter les mythes fondateurs, les cas d'école et les histoires oubliées du management

L'aveuglement d'IBM face à la micro-informatique, la myopie stratégique de Xerox devant l'interface graphique développée pourtant dans son Palo Alto Research Center, la chute du leader Nokia dépassé par les smartphones, l'incendie de Mann Gulch, l'expérience d'Hawthorne menée par Elton Mayo : autant de cas célèbres qui jalonnent la mémoire collective des enseignants-chercheurs en management. Ces « affaires classées » souvent citées et enseignées constituent de véritables mythes fondateurs du champ. Elles structurent les manières de penser et jouent ainsi un rôle central dans la construction des communautés épistémiques en offrant un socle commun de représentations (Brown, 1998).

Pourtant, malgré leur omniprésence, rares sont les recherches qui se penchent sur la robustesse empirique, la validité théorique ou la performativité de ces cas devenus emblématiques. Or, dans les sciences de gestion, et notamment dans les recherches qualitatives, le risque de circularité (Dumez, 2013) est souvent important. Tandis que le matériau collecté par le chercheur est hétérogène et inévitablement lacunaire, les théories qu'il mobilise sont générales et décontextualisées. Dès lors, le chercheur peut, même inconsciemment, sélectionner les données qui confirment la théorie, laisser de côté tout ce qui pourrait l'amener à nuancer sa position, et finalement privilégier les démonstrations du type « tout se passe comme si ».

Les sciences de gestion, dans leur quête de « gaps théoriques » (Alvesson et Sandberg, 2011), ont souvent privilégié la production de concepts nouveaux au détriment d'un travail de vérification, de réinterprétation ou de falsification (Popper, 1959, 2005). Cette prédilection entraîne une stratification de la connaissance : certaines études deviennent canoniques, créent des « effets de halo » (Rosenzweig, 2009), tandis que d'autres sombrent dans l'oubli, non parce qu'elles seraient invalides, mais parce qu'elles ne s'inscrivent pas dans les récits dominants de la discipline (Bourdieu, 2001).

Le projet de ce numéro spécial propose de « rouvrir les dossiers du management » : interroger les vérités établies, revisiter les mythes, exhumer les cas oubliés, et analyser les processus de canonisation et d'effacement qui structurent la mémoire disciplinaire.

Les cas célèbres, emblématiques, qui s'imposent parfois comme des « cas d'école » ne sont pas de simples illustrations : ils sont performateurs des réalités managériales qu'ils prétendent décrire (Callon, 1998 ; MacKenzie et Millo, 2003). Ils façonnent les cadres d'analyse et influencent la manière dont les chercheurs conçoivent leurs objets (Latour, 2005). En ce sens, ces cas (Kodak, IBM, Enron, Nokia, etc.) doivent être considérés comme des artefacts épistémiques, produits, reproduits, parfois déformés, par des communautés savantes, porteurs d'une dimension narrative, morale et institutionnelle (Czarniawska et Joerges, 1996).

M@n@gement s'est imposée depuis sa création comme un lieu d'expression privilégié des approches critiques, réflexives et interdisciplinaires en sciences de gestion. En proposant ce numéro spécial, nous souhaitons prolonger cette tradition en invitant la communauté à une archéologie de ses savoirs (Foucault, 1969). Plus largement, revisiter les « affaires classées », c'est interroger la manière dont les sciences de gestion construisent leur propre histoire, leurs certitudes et leurs oublis. C'est aussi un appel à renforcer la dimension cumulative et autocritique du champ, en redonnant sa place à des recherches fondées sur la reproduction d'expériences, la remise en cause de résultats établis, ou encore la recontextualisation. En outre, à une époque où les chercheurs sont sommés de produire sans cesse du « nouveau », ce numéro spécial propose de réhabiliter la recherche lente et réflexive, capable de revisiter les évidences, de rouvrir les débats clos et de dynamiser les controverses qui participent de la construction de connaissances.

Axes de contributions possibles

Le numéro spécial accueillera des contributions théoriques, empiriques et méthodologiques relevant de toutes les disciplines des sciences de gestion. Les propositions pourront s'inscrire dans les quatre axes suivants, qui n'ont cependant pas vocation à être exhaustifs :

- Axe 1 – Reproduire, revisiter et mettre à l'épreuve les cas emblématiques
- Axe 2 – Étudier les mécanismes de sélection et de mémoire scientifique à partir de cas oubliés et invisibilisés
- Axe 3 – Mobiliser de nouvelles méthodes ou de nouvelles données pour rouvrir des affaires classées
- Axe 4 – Réinterpréter les cas d'école à la lumière des enjeux contemporains de durabilité, justice sociale et transition écologique

Axe 1 – Reproduire, revisiter et mettre à l'épreuve les cas emblématiques

La réplication et la reproduction constituent des piliers de la validation scientifique, mais elles restent relativement marginales en sciences de gestion (Hubbard et Vetter, 1996). Comme l'a montré Pascale (1996) avec le cas Honda, revisiter un cas emblématique permet non seulement de tester la robustesse des conclusions originelles, de proposer des explications alternatives, mais aussi d'évaluer l'effet du temps, du contexte institutionnel et des nouvelles sources de données sur l'interprétation du cas.

En outre, les narrations classiques d'un cas sont souvent construites à partir de modèles ou de cadres explicatifs dominants. Proposer des lectures alternatives permet d'enrichir la portée théorique des cas et d'identifier d'autres mécanismes souvent ignorés par l'interprétation canonique (Alvesson et Sandberg, 2011).

Dans cet axe, on pourrait ainsi envisager :

- Des recherches qui s'appuient sur les protocoles initialement utilisés dans des travaux célèbres pour les tester dans des contextes identiques ou non (époque, secteur, échantillon...).
- Des recherches qui mettent en place des méthodes quantitatives pour évaluer la validité externe de résultats obtenus dans des études de cas célèbres.
- Des recherches qui visent à étudier de manière fine et robuste des cas emblématiques souvent évoqués mais jamais vraiment explorés comme cela a pu être proposé avec le cas Kodak (Tellier, 2023).

Parmi les questions que pourront explorer les chercheurs souhaitant contribuer à cet axe du numéro spécial, on peut citer :

- Les résultats initialement proposés se vérifient-ils lorsque l'on élargit l'échelle d'observation (temps, pays, unités organisationnelles...)?
- Des conclusions généralement admises (notamment dans les médias ou des ouvrages grand-public) sont-elles vérifiées quand on met en place un dispositif méthodologique rigoureux?
- Peut-on mobiliser des approches alternatives pour redessiner le récit d'un cas?

Axe 2 – Étudier les mécanismes de sélection et de mémoire scientifique à partir de cas oubliés et invisibilisés

La sélection des cas d'école n'est pas neutre : elle obéit à des mécanismes institutionnels et sociaux qui valorisent certaines théories et certains objets et en effacent d'autres. Étudier ces processus de sélection et d'oubli permet d'éclairer la formation des canons

disciplinaires et d'identifier des pans de la réalité managériale restés peu étudiés (Walsh et Ungson, 1991).

Par ailleurs, les universités et écoles, les médias et les consultants jouent un rôle actif dans la construction et la stabilisation des mythes managériaux. Comprendre la chaîne de diffusion – de la recherche à l'enseignement puis au champ professionnel – permet d'analyser comment des récits circulent, se transforment et sont parfois simplifiés voire dénaturés.

Au sein de cet axe, on pourrait envisager :

- Des recherches qui visent à comprendre par quel(s) processus des cas peu documentés et/ou peu robustes acquièrent une dimension quasi-mythique dans certaines communautés; leurs conclusions apparaissant incontestables.
- Des recherches qui proposent des explications renouvelées à celles développées dans des études de cas célèbres, en s'appuyant sur des approches théoriques alternatives.
- Des recherches qui s'appuient sur des cas ou des contextes « oubliés » pour montrer en quoi ils permettent de relativiser des conclusions considérées comme établies.

Parmi les questions que pourront explorer les chercheurs souhaitant contribuer à cet axe du numéro spécial, on peut citer :

- Quels sont les mécanismes d'exclusion ou d'invisibilisation des cas qui ne correspondent pas aux paradigmes dominants? (Haraway, 1988; Hardy et Clegg, 1997)
- Comment certains cas deviennent-ils des « affaires classées »? Quels acteurs, réseaux et dispositifs participent à leur légitimation? (Deuten et Rip, 2000)
- Que nous dit la circulation des cas sur la production et la diffusion du savoir en management? (Alvesson *et al.*, 2008; Weick, 1995)
- En quoi l'analyse de cas oubliés permet-elle de relativiser ou de contester les conclusions de cas plus emblématiques?
- Par quels processus les chercheurs et leurs productions transforment-ils des événements hétérogènes en leçons universelles?
- Quel rôle les médias d'affaires (presse spécialisée, podcasts, conférences) jouent-ils dans la « mythification » de ces récits?

Axe 3 – Mobiliser de nouvelles méthodes ou de nouvelles données pour rouvrir des affaires classées

Rouvrir un cas historique implique des enjeux méthodologiques. L'émergence de nouvelles méthodes (analyse de réseaux, *text-mining*...) et de nouvelles sources de données (bases ouvertes, archives numérisées, plateformes collaboratives) ouvre également des perspectives inédites pour revisiter les affaires classées.

Au sein de cet axe, on pourrait envisager :

- Des recherches qui visent à perfectionner les dispositifs méthodologiques initialement conçus dans des recherches emblématiques.
- Des recherches qui mobilisent des méthodes de recherche récentes, ou de nouvelles données, susceptibles de combler certaines limites observées dans des recherches célèbres, voire d'offrir des explications alternatives (Benabdelkrim *et al.*, 2020).
- Des travaux qui visent à fournir des repères méthodologiques et des lignes

directrices pour mener ces travaux avec rigueur et transparence (par exemple recoder les données d'origine selon de nouvelles catégories analytiques).

Parmi les questions que pourront explorer les chercheurs souhaitant contribuer à cet axe du numéro spécial, on peut citer :

- Dans quelle mesure les conclusions classiques (par exemple la myopie organisationnelle de Kodak) tiennent-elles face à de nouvelles méthodes ou données ?
- Que nous apprend la tentative de répliation d'une méthode utilisée dans un cas célèbre ?
- Comment les nouvelles sources de données (archives numérisées, bases ouvertes, réseaux sociaux...) permettent-elles de revisiter ou d'élargir un cas classique ?

Axe 4 – Réinterpréter les cas célèbres à la lumière des enjeux contemporains de durabilité, justice sociale et transition écologique

Les cas classiques du management ont été analysés dans des contextes politiques, sociaux et économiques et théoriques donnés (Cummins *et al.*, 2026). Or, les mutations contemporaines – crise climatique, inégalités sociales, impératif de soutenabilité – obligent à revisiter ces récits sous un jour nouveau. Que deviennent ces « succès » ou « échecs » lorsqu'on les évalue à l'aune de leur impact social, environnemental ou encore éthique ?

Au sein de cet axe, on pourrait envisager :

- Des recherches qui invitent à un exercice de réévaluation critique de cas emblématiques.
- Des recherches qui revisitent les conclusions de certains cas à la lumière des enjeux actuels (Acquier *et al.*, 2011).

Parmi les questions que pourront explorer les chercheurs souhaitant contribuer à cet axe du numéro spécial, on peut citer :

- Que deviennent les leçons tirées de cas d'école quand on les replace dans le contexte actuel de transition écologique, de sobriété énergétique, ou encore d'inclusion ?
- Peut-on interroger les normes implicites de performance, de rationalité et d'efficacité qui structuraient les interprétations initiales ?
- Les nouvelles logiques de *sustainability* (Banerjee, 2003), de *corporate social irresponsibility* (Lin-Hi et Müller, 2013) ou encore de *post-growth management* (Spicer, 2020) peuvent-elles modifier nos analyses et notre compréhension de cas célèbres ?

FORMATS DES CONTRIBUTIONS ATTENDUES

Dans le cadre de ce numéro spécial, nous invitons les chercheurs à soumettre des contributions portant sur des affaires classées revisitées à travers trois rubriques distinctes : « Article de recherche original », « Business Voice » et « Essais ». Chaque rubrique s'adresse à des publics et à des objectifs différents, offrant ainsi une diversité d'opportunités aux chercheurs comme aux praticiens pour enrichir la compréhension des mécanismes qui influencent les réflexions stratégiques.

Pour chacune de ces sections, il est demandé de respecter le format indiqué sur le site de *M@n@gement* à l'adresse : <https://management-aims.com/index.php/mgmt/preparation>

Articles de recherche originaux

Les chercheurs intéressés sont invités à soumettre leurs contributions conceptuelles/théoriques ou empiriques. Ce numéro spécial accueillera les travaux qui revisitent, réinterprètent ou mettent à l'épreuve des cas emblématiques, oubliés ou invisibilisés du management, sous différents angles. Nous encourageons des contributions issues de toutes les disciplines de sciences de gestion et mobilisant différentes méthodes de recherche (réplication, études de cas, analyses quantitatives, archivistique, méta-analyses, etc.). Les travaux croisant plusieurs axes du numéro spécial, par exemple en combinant une démarche méthodologique novatrice avec une relecture critique à l'aune des enjeux contemporains, sont particulièrement bienvenus.

Section Business Voice

La section « Business Voice » sollicite des contributions centrées sur les « affaires classées » du management, mettant clairement en lumière les implications concrètes pour les praticiens. Les articles doivent démontrer en quoi la réouverture d'un cas emblématique, la remise en question d'un mythe fondateur ou l'exhumation d'un cas oublié peut générer des enseignements directement exploitables pour améliorer la prise de décision managériale et les pratiques organisationnelles. Les contributions peuvent aborder, par exemple, ce que la relecture critique de cas célèbres (Nokia, Kodak, etc.) nous apprend sur les dynamiques d'innovation, la gestion du changement ou la résilience organisationnelle face aux ruptures contemporaines. Les études de cas approfondies, les analyses empiriques ou les recherches-intervention illustrant la transférabilité des leçons tirées de ces affaires revisitées à divers contextes professionnels actuels pourront constituer des contributions précieuses à ce numéro.

Section Essais

La section « Essais » constitue un espace privilégié pour des réflexions critiques et innovantes sur la mémoire de la discipline et les mythes fondateurs du management. Elle accueille des contributions audacieuses qui remettent en question, problématisent ou enrichissent notre compréhension des mécanismes de canonisation, d'oubli et de performativité à l'œuvre dans la construction des savoirs en gestion. Les auteurs sont encouragés à proposer des points de vue originaux qui revisitent voire contestent les récits dominants ou ouvrent de nouvelles pistes de recherche inattendues. Les essais pourront porter sur la pertinence ou les limites épistémiques des cas d'école, proposer de nouveaux cadres de lecture ou introduire des perspectives interdisciplinaires encore peu mobilisées pour interroger la mémoire collective du champ. L'objectif est de stimuler le débat scientifique et de favoriser une réflexion approfondie au sein de la communauté des chercheurs en sciences de gestion sur la manière dont la discipline construit et oublie ses propres savoirs.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Acquier, A., Daudigeos, T., & Valiorgue, B. (2011). Corporate social responsibility as an organizational and managerial challenge: The forgotten legacy of the Corporate Social Responsiveness movement. *M@n@gement*, 14(4), 222–250. <https://doi.org/10.3917/mana.144.0222>
- Alvesson, M., Hardy, C., & Harley, B. (2008). Reflecting on reflexivity: Reflexive textual practices in organization and management theory. *Journal of Management Studies*, 45(3), 480–501. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2007.00765.x>
- Alvesson, M., & Sandberg, J. (2011). Generating research questions through problematization. *Academy of Management Review*, 36(2), 247–271. <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/amr.2009.0188>
- Banerjee, S. B. (2003). Who sustains whose development? Sustainable development and the reinvention of nature. *Organization Studies*, 24(1), 143–180. <https://doi.org/10.1177/0170840603024001341>
- Benabdelkrim, M., Levallois, C., Savinien, J., & Robardet, C. (2020). Opening fields: A methodological contribution to the identification of heterogeneous actors in unbounded relational orders. *M@n@gement*, 23(1), 4–18. <https://doi.org/10.37725/mgmt.v23.4245>
- Bourdieu, P. (2001). *Science de la science et réflexivité. Cours du collège de France (200–2001)*. Raisons d'agir.
- Brown, A. D. (1998). Narrative, politics and legitimacy in an IT implementation. *Journal of Management Studies*, 35(1), 35–58. <https://doi.org/10.1111/1467-6486.00083>
- Callon, M. (1998). *The Laws of the Markets*. Blackwell.
- Czarniawska, B., & Joerges, B. (1996). Travels of ideas. In B. Czarniawska & G. Sevón (Eds.), *Translating Organizational Change* (pp. 13–48). De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110879735.13>
- Cummings, S., Bridgman, T., Hassard, J., & Rowlinson, M. (2026). Why we needed (and still need) new histories of management and organization. *Management & Organizational History*, 21(1–2), 10–20. <https://doi.org/10.1080/17449359.2026.2626424>
- Deuten, J. J., & Rip, A. (2000). Narrative infrastructure in product creation processes. *Organization*, 7(1), 69–93. <https://doi.org/10.1177/135050840071005>
- Dumez, H. (2016). *Méthodologie de la recherche qualitative. Les 10 questions clés de la démarche compréhensive* (2nd ed.). Vuibert.
- Foucault, M. (1969). *L'archéologie du savoir*. Gallimard.
- Haraway, D. (2013). Situated knowledges: The science question in feminism and the privilege of partial perspective. In M. Weyer, M. Barbercheck, D. Cookmeyer, H. Ozturk, & M. Wayne (Eds.), *Women, Science, and Technology* (pp. 455–472). Routledge.
- Hardy, C., & Clegg, S. (1997). Relativity without relativism: Reflexivity in post-paradigm organization studies. *British Journal of Management*, 8(S1), 5–17. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.8.s1.2>
- Hubbard, R., & Vetter, D. E. (1996). An empirical comparison of published replication research in accounting, economics, finance, management, and marketing. *Journal of Business Research*, 35(2), 153–164. [https://doi.org/10.1016/0148-2963\(95\)00084-4](https://doi.org/10.1016/0148-2963(95)00084-4)
- Latour, B. (2005). *Reassembling the Social: An introduction to actor-network-theory*. Oxford University Press.
- Lin-Hi, N., & Müller, K. (2013). The CSR bottom line: Preventing corporate social irresponsibility. *Journal of Business Research*, 66(10), 1928–1936. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.02.015>
- MacKenzie, D., & Millo, Y. (2003). Constructing a market and performing theory: The historical sociology of a financial derivatives exchange. *American Journal of Sociology*, 109(1), 107–145. <https://doi.org/10.1086/374404>

- Mintzberg, H., Pascale, R. T., Goold, M., & Rumelt, R. P. (1996). CMR Forum: The 'Honda effect' revisited. *California Management Review*, 38(4), 77–117. <https://doi.org/10.2307/41165855>
- Popper, K. (2005). *The Logic of Scientific Discovery*. Routledge.
- Rosenzweig, P. (2009). L'effet halo, ou les mirages de la performance. *Le Journal de l'École de Paris du management*, (79), 9–16. <https://doi.org/10.3917/jepam.079.0009>
- Spicer, A. (2020). Playing the bullshit game: How empty and misleading communication takes over organizations. *Organization Theory*. <https://doi.org/10.1177/2631787720929704>
- Tellier, A. (2023). La chute de Kodak : une affaire classée? *Annales des Mines – Gérer et comprendre*, (151), 42–52. <https://doi.org/10.3917/geco1.151.0042>
- Weick, K. E. (1995). *Sensemaking in Organizations*. Sage.
- Walsh, J. P., & Ungson, G. R. (1991). Organizational memory. *Academy of Management Review*, 16(1), 57–91. <https://doi.org/10.2307/258607>

PROCÉDURE DE SOUMISSION

Les soumissions doivent être soumises par le site de la revue *M@n@gement* à l'adresse suivante : <https://management-aims.com/index.php/mgmt/about/submissions>

Les auteurs devront choisir l'intitulé du numéro spécial comme section à laquelle ils soumettent. Il est important par ailleurs de préciser dans la lettre d'accompagnement, si vous souhaitez postuler à la section « Articles de recherche originaux », « Business Voice » ou « Essais ».

Date limite de soumission : 31 décembre 2026

ATELIER PRÉ-SOUMISSION

Les auteurs envisageant de soumettre un article à ce numéro spécial auront l'opportunité de participer à l'atelier de développement d'articles consacré au numéro spécial. Cet atelier, qui aura lieu en ligne, sera organisé le 14 octobre 2026. Les auteurs qui soumettront leurs articles (article déjà abouti ou résumé long de 2-3 pages) à l'atelier pourront ainsi présenter leurs recherches, recevoir des retours quant à la pertinence de leur article pour le numéro spécial et utiliser ces commentaires pour améliorer leur travail avant sa soumission finale en décembre 2026. La participation à l'atelier n'est pas obligatoire pour la soumission au numéro spécial.

Activité	Date
Envoi de l'intention de soumission (article complet ou résumé long de 2 à 3 pages) à l'adresse suivante : anais.boutru@dauphine.psl.eu et alberic.tellier@dauphine.psl.eu	20 septembre 2026

Atelier du numéro spécial (en ligne) : 14 octobre 2026