



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. 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>

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