
Éditorial

Le tourisme est la pierre angulaire de ce numéro 107 de la Revue *Management & Avenir* en proposant tant un cahier spécial coordonné par Nicolas Peypoch et Jacques Spindler que des contributions complémentaires. Si le secteur du tourisme est de toute première importance, notamment pour la France, il reste souvent peu analysé par les Sciences de gestion, sans doute car il se situe à l'intersection de différentes disciplines (les sciences de gestion mais aussi l'économie, la géographie, l'aménagement du territoire). L'interdisciplinarité est sans doute un gage d'enrichissement des recherches et de prospective (Jouvenel ne disait-il pas que pour voir loin il faut voir large), mais aussi une approche limitée par les déterminismes de champ propres au monde de la recherche (sections disciplinaires, découpage des activités dans les institutions en départements, catégorisation des revues scientifiques, *etc.*). Dans cette livraison, le tourisme est appréhendé dans plusieurs perspectives. Celle de l'alliance du numérique et de l'humain dans la *smart city* associée à la prise en compte des facteurs environnementaux, sociaux et culturels afin de promouvoir un tourisme durable et intelligent (Lagier et Montargot). Celle du tourisme responsable et du management par les valeurs pouvant s'appliquer aux organisations du tourisme éthique (Brosia et Bergery), valeurs pouvant être analysées par l'analyse lexicale informatisée (Marghobi).

Les autres contributions relèvent davantage du management et de la théorie des organisations. Il s'agit de tester la pertinence empirique de la notion de capital-marque appliquée à l'employeur et d'étudier sa relation avec l'attractivité organisationnelle (Benraïss-Noailles, Herrbach et Viot) ou d'étudier les rôles de la confiance, de la communication ainsi que de l'apprentissage au fil du développement de la relation partenariale, dans le cadre la gouvernance relationnelle dans des Joint-Ventures Internationales implantées dans un pays émergent, le Maroc (Triki, Moncef et Belkhair). Ce numéro propose également deux contributions à ancrage fortement théorique : l'une portant sur l'identification des opportunités par le repreneur de PME à partir d'une approche cognitiviste par les prototypes (Boumedjaoud et Messeghem) et la seconde qui analyse les comportements des acteurs de l'organisation lorsqu'ils doivent appliquer des règles sur un spectre comportemental allant de l'« application négociée » à la transgression, dans le cadre d'une association d'action sociale et médico-sociale (Joffre et Tissioui).

Co-rédacteurs en Chefs
Olivier BADOT, Patrick JOFFRE, Aline SCOUARNEC