
Editorial

Les chercheurs français qui ont découvert les sciences de gestion *via* l'Amérique du Nord dans la fin des années 60 sont parfois déroutés par le renouvellement thématique des articles qui leur sont soumis pour évaluation. Du « cloud computing » au « consommateur transporteur », de l'« equity crowdfunding » aux nouveaux collectifs de travail, de l'ubiquité des rôles des clients des banques coopératives dans le mouvement de RSE à l'entreprise libérée, autant de problématiques riches de nouveautés, en apparence du moins. Ces thématiques semblent tourner définitivement la page du XX^{ème} siècle et des questions autour de la grande entreprise diversifiée, à la conquête des marchés étrangers, pilotée par une classe managériale en asymétrie d'information avec des actionnaires à la recherche de création de valeur maximale.

Ce propos n'est pas nouveau ; chaque époque s'interroge sur ce qui change et ce qui paraît immuable, les novations et les invariants. Par provocation ou sens prononcé de l'esprit prospectif, Frédéric Frery avait déjà intitulé une de ses nombreuses contributions « Et si l'entreprise n'était qu'un épisode de l'histoire », tant le profil de celle-ci a considérablement changé sur près de 70 ans. Le changement semble l'emporter sur l'immuable !

Comme déjà évoqué dans nos éditoriaux, la révolution digitale et de l'intelligence artificielle n'est pas la seule source de changement radical. Le virage post-moderne déjà perceptible à la fin des années 80 a proposé un monde plus éclaté sociologiquement rendant les lignes des grilles traditionnelles de lecture plus floues et proposant des postures d'acteurs plus ambiguës à interpréter et à comprendre. Le monde fluide que nous vivons ne ressemble en rien à celui plus visqueux des « coûts de transaction ». Au contraire, la fluidité des relations et l'instantanéité toujours recherchée laissent à peine au phénomène organisationnel le temps de l'observation et de l'analyse. *The Economist* proclamait voilà un mois que les « théories du management sont un cimetière d'idées périmées ».

A contrario, et dans une perspective différente, même si les théories évoluent, nous pensons que les invariants dans les problématiques de gestion et de management inspirent la majorité des articles de ce numéro. Voici deux invariants qui illustrent notre propos.

En premier lieu, les frontières de l'organisation :

– La question séculaire du faire ou faire-faire se pose toujours y compris pour les solutions offertes par l'informatique en nuage et l'article de W. BOUAYNANA et M. BIDAN confirme le caractère stratégique permanent de cette décision : « les décisions d'adoption de plus en plus massives montrent que l'informatique en nuage n'est pas une simple innovation technologique incrémentale, mais bien un changement de paradigme qui touche en profondeur la stratégie et les modèles d'affaires de l'entreprise ».

– Les relations d'alliances et d'accords inter-organisationnels constituent un des thèmes majeurs du management stratégique depuis les années 80. Le système de santé, son organisation territoriale, ses regroupements entre unités de soin, est souvent au cœur de la réflexion sur la fragilité des dispositifs institutionnels hybrides ; ni fusion, ni accord contractuel ou conventionnel mais des entre-deux. L'économie réticulaire, ses forces et ses fragilités, trouve une remarquable illustration dans l'article de F. FULCONIS et J. JOUBERT. Il ajoute une dimension de proximité géographique et non plus exclusivement de proximité électronique et replace le territoire au cœur des préoccupations de la gestion.

– Les frontières à l'intérieur de l'organisation et des systèmes d'opérateurs : l'article de C. IMHOFF sur l'émergence de nouveaux collectifs de travail sous forme de coopération volontaire et personnalisée permet cette revisite historique des formes de groupes sociaux au sein des organisations. Elle pose la question récurrente du maintien de l'intégration de l'organisation en incorporant les membres du collectif et non plus seulement en les agrégeant. En paraphrasant COASE de 1933, c'est le problème de la nature de l'organisation (et non seulement de la firme) qui est posé.

En second lieu, la répartition des rôles entre opérateurs dans la chaîne des opérations de distribution et de consommation :

– Faut-il s'étonner dans l'article de D. VYT et alii intitulé « Des distributeurs toujours plus proches du consommateur ? Le cas du drive alimentaire » d'y voir une illustration supplémentaire de la plasticité des rôles des opérateurs dans la chaîne des opérations de distribution de produits de consommation. Au-delà de souligner la vocation de consolidation de la relation de service entre client final et distributeur, l'article montre que le « shopper » ne se contente pas de consommer ou de vivre une expérience, mais travaille en franchissant ou pas les frontières de l'organisation : tantôt associé au produit nouveau, tantôt co-producteur du service (voir le travail du consommateur), il se fait ici « client transporteur » annulant dans un système parfaitement piloté les frontières entre les rôles traditionnels des opérateurs même si la chaîne des opérations à réaliser reste immuable : concevoir, produire, transporter, consommer.

– Un parallèle peut-être audacieux est à réaliser avec l'article de F. BEN SLIMANE et alii intitulé « Les sociétaires de banques coopératives : quelle ubiquité ? Le cas des Banques Populaires ». Traditionnellement, les banques coopératives attribuent un double rôle à leurs clients-sociétaires (détenteurs de parts so-

ciales). L'article montre que les rôles du client-sociétaire évoluent sous l'effet de la concurrence entre les banques et du développement de la RSE au profit d'un sociétaire apporteur de ressources et contributeur au processus de création de valeur de la banque.

Deux articles relèvent de thèmes actuels, l'un sur l'« equity crowdfunding » vue par les dirigeants de PME et l'autre sur les entreprises libérées, nouveau Graal de l'entreprise innovante et performante garantissant la qualité de vie au travail.

Le premier montre que cette pratique de financement originale, outre qu'elle permet de conserver une autonomie décisionnelle, est également un vecteur de communication et reflète une volonté de faire de la foule des parties prenantes qui adhèrent à un projet : l'entreprise est « en société ».

Le second a pour qualité première de poser scientifiquement le débat de ce qui est devenu un effet de mode populaire par les travaux d'Isaac Getz en France. Le travail réalisé par R. COLLE et alii souligne que dans l'entreprise étudiée SOGILIS, de façon symétrique, les pratiques qui génèrent de l'innovation jouent dans le cas étudié un rôle positif sur la qualité de la vie au travail.

Dans le prolongement des travaux articulant innovation et satisfaction au travail, l'article de K. KARMENI et alii montre que parmi les types d'innovations recensés (organisationnelle, procédé et produit), seulement l'innovation organisationnelle impacte positivement la satisfaction des gérants de points de vente. « Ces résultats sont obtenus *via* l'analyse de données collectées auprès de 95 points de vente appartenant aux réseaux de distribution implantés en Tunisie moyennant la méthode Partial Least Square ».

Pour achever cet éditorial, nous voudrions souligner le soin avec lequel la plupart des contributeurs ont travaillé les implications managériales de leurs analyses. C'était un vœu cher aux rédacteurs en chef. Cela pourrait peut-être permettre d'associer dans le futur un ou deux professionnels pour commenter ou « relire » avec leurs propres grilles les résultats concrets des travaux : les sciences de gestion élargiraient leur auditoire et leur légitimité.

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