

## III<sup>ème</sup> ETATS GENERAUX DU MANAGEMENT

Strasbourg 11-12 octobre 2012

### Nouvelles frontières du management

#### Appel à communications

---

Jacques Thépot

#### 1. La problématique

L'abolition des frontières délimitant les champs d'action des organismes financiers est un facteur de déséquilibre majeur du système économique mondial. C'est ce que la crise de 2008 a montré.

Les nouveaux moyens de communication qui relient les individus en réseaux sociaux, les rendent mieux informés et plus réactifs dans leur consommation et leurs choix financiers, provoquant des phénomènes d'engouement et de panique qui se propagent instantanément sur les marchés.

Les frontières géographiques laissent passer le meilleur comme le pire tandis que de nouvelles frontières, sans miradors, émergent dans l'espace des modes de vie, des connaissances et des organisations ; elles s'incarnent dans des normes, des réglementations et des comportements qui s'affranchissent des contours anciens séparant l'action individuelle de l'action collective. La frontière entre la gestion publique et la gestion privée se recompose.

Les réseaux redessinent les frontières des organisations. Vie privée et vie publique se confondent. La frontière entre le présent et le passé se fragilise par la résurgence d'événements oubliés mais aussi sous l'effet de la surcharge médiatique et informationnelle qui nous inscrit dans l'instant sans profondeur temporelle.

Au milieu de ce que Stephen Green<sup>1</sup> appelle *le grand bazar*, le responsable est en quête d'un cadre de référence, de valeurs sur lesquels il peut fonder son action. Depuis des siècles,

---

<sup>1</sup> In *Good value. Choosing a better life in business*, Penguin books, 2009.

en Europe, ces valeurs sont celles de l'humanisme. Mais l'humanisme n'est pas un catalogue de bons sentiments, il est une démarche philosophique qui aide à situer le management dans des frontières éthiques et sociales fondées sur des principes d'ordre supérieur à la recherche de la rentabilité à court terme.

Le grand bazar menace le leadership. Les contraintes de la gouvernance limitent de fait l'autonomie de décision et donc l'esprit d'entreprise. L'exposition médiatique peut s'avérer fatale. Sauveur suprême un jour, bouc émissaire le lendemain, le dirigeant est dans une position fragile qui peut le conduire à piloter à vue au gré des vents boursiers ou à se figer dans l'immobilisme. Dans les deux cas, il abdique de son rôle de leader. Or le leader est celui qui, par sa vision stratégique et son ascendant, est capable de bousculer les frontières établies, d'en déplacer certaines et d'en renforcer d'autres. Mais le dirigeant d'entreprise n'est pas le seul à être confronté à pareil dilemme : des problématiques similaires, même si elles s'inscrivent dans des contextes différents, peuvent concerner des leaders d'opinion, des leaders politiques ou syndicaux voire des leaders de projets, ...

Ainsi, frontières éthiques, temporelles, cognitives ou réglementaires constituent autant de menaces et d'opportunités pour les leaders aujourd'hui. Parce qu'il leur faut simultanément :

- Connaître en temps réel les frontières qui définissent les règles du jeu et les possibilités d'action des décideurs.
- Construire et négocier celles qui, dans l'organisation, structurent le partage des responsabilités et conditionnent la motivation.
- Articuler actions individuelles et action collective dans des contextes mouvants.
- Repenser de nouvelles frontières ou en réaffirmer certaines, quand d'autres s'estompent.
- 

## **2. Les communications**

La problématique des frontières du management ouvre sur une série de thèmes qui couvrent toutes les disciplines des sciences de gestion.

Sur la question des normes, des réglementations et des comportements notamment, cette problématique invite naturellement à débattre avec les disciplines frontières que sont la philosophie, la sociologie, la psychologie, le droit, la science politique et la science économique.

Toutes les propositions de communication, en français ou en anglais, s'inscrivant dans cette perspective sont bienvenues. Seront particulièrement appréciées les propositions :

1. imaginatives et porteuses de recommandations pour les décideurs,
2. rédigées en termes simples, accessibles à un large public de non spécialistes, sans développements méthodologiques excessifs,
3. ouvertes sur d'autres champs disciplinaires.

Elles seront présentées en 3 ou 4 pages avec une note de synthèse de 10 lignes développant la pertinence managériale de la proposition.

Le texte définitif aura un volume de 10 pages et 5 diapositives maximum (times new roman 12, interligne 1,5).

Les textes définitivement retenus figureront dans les actes de la journée. Un ouvrage de reprenant les meilleures contributions sera publié sous les auspices de la FNEGE.

### **3.-Etats Généraux du Management 2012**

Les Etats Généraux du Management 2012 auront lieu à Strasbourg, les jeudi 11 octobre (après-midi) et vendredi 12 octobre 2012.

Ils seront organisés en partenariat avec l'EM Strasbourg.

### **4.- Calendrier**

- diffusion de l'appel à communications à partir du 1/07/2011
- Date limite de l'envoi des intentions de communication : 20/01/12
- Date limite de l'envoi des textes définitifs : 15/06/12

Les intentions de communications sont à adresser  
au plus tard le 20/01/12  
par voie électronique à :  
[egm2012@fnege.fr](mailto:egm2012@fnege.fr)

### **5.-Comité scientifique et de pilotage**

- Rachel BEAUJOLIN-BELLET, Professeur à Reims Management School
- Alain BULTEZ, Professeur, Université Catholique de Louvain (UCL, Mons), Belgique
- Marie-Laure DJELIC, Professeur, Groupe ESSEC
- Michel KALIKA, Professeur, Université Paris Dauphine
- Hervé LAROCHE, Professeur, ESCP Europe
- Stéphane ONNEE, Professeur, Université d'Orléans
- Elyette ROUX, Professeur, IAE d'Aix-en-Provence
- Jacques THEPOT (coordinateur), Professeur, EM Strasbourg, Université de Strasbourg.

## 6.- Partenaires

Les associations scientifiques de gestion sont partenaires des Etats Généraux du Management 2012 :

Association Française de Marketing (AFM)

Association Information Management (AIM)

Association Internationale de Management Stratégique (AIMS)

Association Francophone de Comptabilité (AFC)

Association Francophone de Gestion des Ressources Humaines (AGRH)

Association Française de Finance (AFFI)

Académie de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation (AEI)

Association pour le Développement de l'Enseignement et de la Recherche sur la Responsabilité Sociale de l'Entreprise (ADERSE)

Association Internationale de Recherche en Logistique (AIRL)

Association Francophone de Management Internationale (ATLAS-AFMI)

Association Internationale de Recherche en Management Public (AIRMAP)

Association de Recherche Appliquée au Management des Organisations de Santé (ARAMOS)

Société Française de Management (SFM)

## 7.- Renseignements et contact

**[http :www.egm2012.fr](http://www.egm2012.fr)**  
*(ouverture début septembre 2011)*

Valérie FOURCADE – FNEGE  
2, avenue Hoche  
75008 Paris  
Tel 01 44 29 93 72  
Email : [fourcade@fnege.fr](mailto:fourcade@fnege.fr)