

50 ans de recherche en stratégie : normalisation ou pluralisme épistémologique ?

Alain Charles MARTINET*

Université de Lyon 3

Classification JEL : L190, M190

Correspondance : martinet@univ-lyon3.fr

Résumé : L'objet de ce travail consiste à interroger, d'un point de vue épistémologique et méthodologique, la constitution et l'état actuel du management stratégique. La mise en perspective historique de ces 50 années de recherche fait apparaître des projets de connaissance différents avant que ne s'affirme un projet essentiellement explicatif. Celui-ci peine à prendre pleinement en considération les grandes transformations intervenues ces quinze dernières années. Le rapprochement de la recherche et de l'action invite à une ouverture épistémologique.

Mots clés : histoire – positivisme – constructivisme – praxéologie – politique.

Abstract : This paper is the result of a reflexive inquiry into the constitution and the state of the art of strategic management research. The genesis of the field is characterized by different epistemological stages ; the « normal science » paradigm which has been well established over these last 15 years is currently challenged by the great transformations of financial capitalism and by the dynamics of globalization. The quest for actionable knowledge suggests the need of different epistemological approaches.

Key words : history – positivism – constructivism – praxeology – politics.

* Alain Charles Martinet est Professeur des Universités à l'IAE de l'Université Jean-Moulin de Lyon et membre d'EURISTIK.

L'enseignement de la politique générale et de la stratégie d'entreprise a, tout juste, cent ans. L'effort de recherche a vraiment débuté dans les années 1960 et a donc cinquante ans. Fondamentalement synthétique, holistique, instrumentale, praxéologique à ses débuts, la recherche a abondé ces deux dernières décennies un courant dominant qui poursuit un projet de connaissance explicatif inscrit dans un positivisme classique. Se constitue un *corpus* prolifique, de plus en plus parcellisé, qui certes fait progresser les connaissances sur des relations de causalité élémentaires, mais qui, du fait des critères épistémologiques et méthodologiques dominants, s'éloigne des terrains de l'action, répugne à l'instrumentation et à la prescription et perd sa capacité à rendre intelligibles les grandes évolutions qui marquent la vie des entreprises et des organisations. Des interrogations fortes traversent d'ailleurs régulièrement la communauté scientifique sans que le courant dominant en soit vraiment affecté. Le présent article s'inscrit au nombre de ces interrogations réflexives, en poursuivant un travail épistémologique sur le management stratégique amorcé il y a près de 25 ans.

Une remise en perspective de ces cinquante années de constitution du *corpus* de recherche sera d'abord présentée, faisant apparaître des projets de connaissance successifs avant que ne s'affirme le projet nomothétique avec ses avancées, mais aussi ses limites. Parmi celles-ci, la parcellisation des sujets de recherche et la quête de résultats généralisables produisent une connaissance a-historique, décontextualisée et peu à même de saisir les grandes transformations qui affectent mais que produisent aussi les entreprises. La seconde partie de ce texte s'attachera à les synthétiser dès lors qu'elles rendent caduques de nombreuses problématiques et appellent l'élaboration de projets de connaissance mieux à même de traiter les nouveaux problèmes. La dernière partie invite à une ouverture épistémologique afin que ces projets puissent se déployer pour restaurer la pertinence des savoirs d'action produits en management stratégique.

1. Cinquante ans de recherche en stratégie : vertus et vices de la discipline

1.1. Une courte histoire de la recherche en stratégie

Admettons, à grands traits, ce qui a été égayé par ailleurs (Coté, 1996 ; Déry, 2001 ; Hafsi, 1997 ; Martinet, 2001 ; Hafsi et Martinet,

2007). Les pratiques stratégiques modernes de la grande entreprise deviennent réflexives au milieu du 19^{ème} siècle (Hoskins, 1990), l'enseignement de la politique générale (« *Business policy* ») est initié à la *Harvard Business School* en 1908, la recherche académique se déclenche au début des années 60 si l'on excepte quelques textes avant-coureurs (Barnard, 1938 ; Simon, 1947 ; Selznick, 1957).

Le formidable bouillonnement de ces années-là touche aussi la politique d'entreprise puisque se succèdent les contributions majeures de Chandler (1962), Ansoff (1965), Learned et *al.*, (1965), Andrews (1971), alors que le même Ansoff livre déjà une anthologie en 1969. La stratégie d'entreprise, à peine éclosée, devient un champ de recherche que favorisent associations savantes et revues tandis que le BCG, AD Little et McKinsey créent l'industrie du conseil en la matière.

Ces deux sources se conjuguent sans trop de difficulté pour conférer au champ une raison d'être et un caractère praxéologiques : recours aux cas comme gisement de données empiriques, recherche-intervention, holisme instrumental, élaboration de cadres conceptuels et méthodologiques puisqu'il s'agit, de façon revendiquée, de guider l'analyse et la décision stratégiques des dirigeants, sans nier leur liberté de jugement et de choix et sans leur imposer de normes substantielles, si ce n'est celles qu'inspirent quelques lois simples (courbe d'expérience...).

Les années 70 voient contestée l'évolution du jeune champ vers la planification à long terme, accusée de cécité devant les événements socio-politiques (1968) ou économiques (choc pétrolier de 1973). Cette contestation est endiguée par les parties intéressées qui proposent, tout à la fois, l'élargissement et l'assouplissement de l'objet – « *From Strategic Planning to Strategic Management* », Ansoff (1974) – et un ambitieux programme de recherche – conférence de l'*Academy of Management* à Pittsburgh en 1978 – censé asseoir la scientificité du champ.

La conquête de respectabilité académique s'opère au cours des années 80 avec le lancement corrélé de « *Strategic Management Journal* » et « *Strategic Management Society* » qui accueillent et légitiment des travaux de facture scientifique qui puiseront rapidement leur inspiration dans l'économie industrielle standard – la fameuse approche S.C.P. – exploitée de façon instrumentale par Porter (1981), mais surtout déclinée dans des travaux explicatifs des performances à partir de variables indépendantes diverses. Les « théories » des organisations vont ajouter à ce volet sur les « contenus » un second volet, d'ailleurs

peu relié, sur les « processus » permettant d'explorer les facettes psychologiques, sociologiques, culturelles, politiques voire psychanalytiques des acteurs et de leurs jeux – et donc de leurs degrés de libertés – à l'occasion des décisions stratégiques.

D'un côté, donc, la tentation déterministe de l'économie industrielle standard, prompte à louer les vertus du seul calcul économique comme le fera sans vergogne Williamson (1991) en renvoyant l'imagination et le jugement stratégiques du décideur au rayon des illusions dangereuses.

De l'autre, la tentation relativiste des « paradigmes » que livrent les sciences de l'homme et de la Société, convoquées comme autant de grilles de lecture pour décrire ou, au mieux, interpréter, de façon analytique et positive le plus souvent, plus formelle parfois, les multiples processus cognitifs et organisationnels d'élaboration des décisions stratégiques.

S'ensuivent rapidement non seulement l'incommunicabilité entre les deux volets majeurs du champ, devenu officiellement management stratégique, mais aussi l'incommensurabilité des approches à l'intérieur de chacun, ou l'entretien de controverses aussi inéluctables que vaines, dès lors que s'affrontent des quêtes de vérités simples ou des attitudes monorationnelles là où la moindre expérience suggère le caractère irréductiblement complexe, dialectique, pluridimensionnel de l'objet examiné. Que l'on songe, par exemple, aux efforts déployés pour démontrer la supériorité de la planification chez les uns, de l'émergence chez les autres – la controverse Ansoff/Mintzberg dans SMJ en 1991 en est le point d'orgue – avant de conclure avec Brews et Hunt (1999) à la nécessité du « *learning to plan and planning to learn* ».

Les années 90 peuvent être vues comme celles de l'accomplissement et de la structuration d'une « science normale » – au sens de Kuhn (1962) – *via* les revues et associations savantes qui imposent leurs standards méthodologiques et, plus implicitement, leurs choix épistémologiques. Mais elles expriment aussi tous les symptômes du scientisme qui font dériver le management stratégique vers une zone d'in-signifiante.

1.2. Une succession d'attitudes épistémologiques

Ainsi, chaque décennie peut être lue comme l'expression d'une attitude épistémologique dominante. Les années 60 marquent le passage du simple pragmatisme à une praxéologie. Pendant le demi-siècle qui précède, la politique générale d'entreprise (« *business policy* ») est vue comme l'art du dirigeant et, plus précisément, du directeur général (« *CEO* »). Elle se diffuse dans les écoles de gestion sous la forme exclusive d'un enseignement-témoignage dans lequel de hauts dirigeants viennent commenter une situation problématique d'entreprise. Le relais sera pris par des professeurs de disciplines fonctionnelles (finance, marketing...) qui accepteront, accessoirement, d'animer des cas où se posent des questions de décisions générales. Cette « non-discipline » joue un rôle d'entraînement et, peut-être plus encore, de rite de passage pour signifier aux bientôt diplômés de MBA qu'ils peuvent, sans tarder, accéder à de telles positions décisionnelles. Ils sont d'ailleurs davantage incités à articuler les connaissances fonctionnelles acquises qu'à puiser dans le *corpus* des sciences sociales pour traiter les problèmes présentés. Chaque cas est particulier et doit être traité comme tel, d'une façon réaliste quand bien même il est ramené « *in vitro* » à quelques feuillets et 1h 40 de discussion. La raison pratique l'emporte sur toute forme de rationalité formalisée et, spécialement sur le calcul économique qui s'est très tôt développé à partir de l'axiomatique de Walras, surtout en France il est vrai, avec les ingénieurs des Mines et des Ponts, alors que l'enseignement de la politique d'entreprise est surtout pratiqué aux États-Unis.

Si les professeurs de Harvard, Andrews en particulier, se contentent de proposer un canevas de mise en forme des réflexions avec leur fameux « modèle SWOT » – toujours très prisé par les étudiants, les consultants et les gestionnaires –, c'est sans aucun doute Ansoff qui provoque le passage à une praxéologie conceptuellement consistante, méthodologiquement précise et fondée sur ses expériences d'ingénieur, de planificateur et de dirigeant. Peu de jeunes enseignants-chercheurs aujourd'hui sont sans doute conscients qu'ils utilisent nombre de concepts génériques forgés par Ansoff dès l'ouvrage qui lui donna une notoriété mondiale *Corporate Strategy*.

Cette praxéologie reste l'apanage de quelques professeurs et surtout de l'industrie naissante du conseil en stratégie qui contribue, notam-

ment avec le BCG, à l'outiller en stylisant quelques régularités tirées de l'expérience : courbe d'expérience, équilibrage des *cash-flows*...

Les années 70 sont essentielles pour deux raisons. Sur un plan sémantique d'abord puisque s'impose l'appellation de management stratégique simultanément proposée par Ansoff, Schendel et Hatten en 1972, puis officialisée par l'« *Academy of Management* » en 1978. Sur un plan épistémologique, ensuite, car le premier développe un outillage conceptuel et instrumental considérable en restant fidèle à sa préoccupation systémique, holistique, procédurale, configurationnelle... bref à une épistémologie et à une méthodologie de la complexité, qu'il explicitera, en 1979, dans son ouvrage de synthèse, *Strategic Management*, et qu'il estime beaucoup plus appropriée au domaine que la réduction analytique et la méthode hypothético-déductive.

En revanche, ce sont bien ces dernières que vont imposer Schendel et les autres fondateurs de la *Strategic Management Society* et du *Strategic Management Journal* pour concrétiser le programme de Pittsburgh et transformer le champ en discipline académique. Sous ce label vont dès lors coexister, parfois de façon conflictuelle, souvent en s'ignorant, à partir des années 80, un courant qui va rapidement devenir dominant et qui va épouser, sans beaucoup les discuter, les critères de scientificité hérités du positivisme de la physique du 19^{ème} siècle. Et de l'autre, des contributions et des auteurs moins nombreux mais qui vont se forger une grande notoriété – Porter, Hamel, Prahalad, Miller, Ghoshal... – en se situant, avec d'importantes nuances certes, dans la voie ouverte par Ansoff. En restant soucieux de produire des savoirs d'action, faisant sens « *ex ante* » pour des dirigeants et de nature à leur proposer des heuristiques de raisonnement et des opérateurs de sens particulièrement élaborés pour les situations et les problèmes stratégiques, complexes, mal structurés, pluridimensionnels, chargés de critères et de valeurs conflictuels... (Martinet, 1997). Il est frappant de voir que les nombreuses controverses ou les réflexions régulières sur la crise ou les dérives de la recherche en stratégie, y compris les plus récentes, renvoient peu ou prou à ce clivage originel (Volberda et Elfring, 2001).

Le management stratégique conquiert, ainsi, droit de cité académique dans les années 80 autour d'un paradoxe peu commenté : le courant dominant, fortement entretenu par SMJ et SMS, est essentiellement positiviste, explicatif, hypothético-déductif, statistique et d'inspiration économique alors que l'auteur le plus cité et de loin, pen-

dant 20 ans dans SMJ, Porter, est certes un économiste industriel reconverti, mais sa recherche est plutôt constructiviste, prescriptive, abductive et fondée sur de multiples études de cas. Sa formation d'économiste à Harvard, avant qu'il ne rejoigne l'école de gestion de la même université comme professeur, a sans doute rendu cet auteur « paradoxal » tolérable pour les lieux canoniques de la recherche positiviste en stratégie que sont SMJ et SMS. La bibliométrie atteste d'ailleurs que l'emprise historique et structurelle de la *Harvard Business School* sur le champ nord-américain de la stratégie est peu contestable.

Les scrupuleux et exhaustifs travaux bibliométriques de Déry (2001) menés sur les articles publiés dans SMJ confirment cette structuration en couches successives : idéographique (1908-1959), praxéologique (1960-1969) et nomothétique (1970-1998). Ils montrent aussi la récupération progressive du champ par trois disciplines nomothétiques : l'économie, la sociologie et la science politique. Cette dernière est surtout portée par Cyert, March et Simon, alors que la sociologie ressort plutôt *via* l'écologie des populations (Aldrich, Hannan, Freeman...), et la théorie de la contingence (Lawrence, Lorsch, Burns, Stalker).

De ces trois disciplines, c'est incontestablement l'économie qui domine à travers trois pôles : le paradigme classique de l'économie industrielle, structures/comportements/performances, qui s'installe dans le champ avec les travaux de Rumelt, Wrigley... au milieu des années 70, puis évidemment ceux de Porter dans les années 80 ; les approches fondées sur les ressources, inspirées de Penrose (1959) et introduites par Wernerfelt (1984) et Barney (1986), mais qui vont plutôt relayer Porter à partir de 1990, quand Hamel et Prahalad (1989) les poseront en alternative ; la théorie de l'agence (Jensen et Meckling, 1976) et, surtout, la théorie des coûts de transaction avec Williamson (1975) qui n'hésitera pas, quinze ans après, dans les colonnes mêmes du SMJ à considérer la stratégie comme un gadget en comparaison de l'économie des coûts de transaction (Williamson, 1991).

Le travail de Ramos-Rodriguez et Ruiz-Navarro (2004), publié ensuite dans SMJ, d'ailleurs sans mention aucune de ceux de Déry (2001), confirme cette domination de Porter comme celle de l'économie à travers Rumelt, Williamson, Nelson et Winter, Wernerfelt, Barney... Il montre aussi la bonne résistance d'un ensemble plus socio-politique : Chandler, Cyert et March, Mintzberg, Weick...

Deux constats globaux, selon nous très lourds sur le plan épistémologique, doivent être faits si l'on prend du recul vis-à-vis des mesures effectuées par les auteurs :

– D'abord l'ancienneté des références les plus fréquentes : sur la période 1980-2000, les dix premières au classement sont antérieures à la première borne. Sur les trente premières, quatre seulement concernent les années 80. On connaît, bien sûr, les biais qu'introduit l'effet de réputation. Mais l'hypothèse d'un relatif épuisement du champ en auteurs majeurs n'est peut-être pas à écarter.

– Ensuite, sur les vingt premières références, dix-huit concernent des ouvrages. Ce score massif autorise à formuler une seconde hypothèse : le format des articles scientifiques ne ressort pas comme le plus approprié au déploiement des contributions majeures dans le domaine de la stratégie, contrairement sans doute à des matières plus techniques comme la finance ou le marketing.

Certes les données bibliométriques disponibles s'arrêtent en 2000. Il n'est pas impossible que les années ultérieures marquent une inflexion dans le champ anglophone comme c'est le cas dans le champ francophone. Dans ce dernier, les repérages récents de Boissin et *al.* (2007) indiquent, cependant, un alignement des références retenues sur le champ dominant ; les références aux travaux français se raréfient, sans doute davantage par stratégie d'acceptation dans les revues dites internationales que pour des raisons d'insignifiance des auteurs francophones. Sûrement, parce que ce type de conseil est régulièrement donné aux (jeunes) chercheurs dans les « ateliers d'écriture », organisés maintenant de façon systématique dans les conférences annuelles de l'AIMS ou d'associations similaires.

Le dépouillement exhaustif auquel nous avons procédé pour notre part (Martinet et Payaud, 2008b) de six années de publication (2001-2006) de la *Revue Française de Gestion* ainsi que de la revue canadienne *Gestion* permet, sur un total de 146 articles, consacrés au management stratégique, de faire ressortir les caractéristiques marquantes des objectifs poursuivis et des méthodes pratiquées : près de la moitié des articles ont un statut que l'on pourrait qualifier de pré (ou proto) scientifique en se consacrant à explorer, problématiser, illustrer, décrire ; l'autre moitié revendique un projet explicitement scientifique en cherchant à classifier ou à typologiser (15), expliquer (18) ou interpréter (33). Cette répartition questionnera aussi les chercheurs du domaine. Les projets de connaissance se contentent d'objectifs modestes ;

ainsi, les recherches qui se disent exploratoires ne sont généralement pas prospectives. Et surtout, résultat sans doute le plus problématique, trois articles (...sur 146) ressortent comme explicitement propositionnels. La quête de scientificité du management stratégique, limitée à la moitié des articles, semble se faire au détriment de la prescription, massivement délaissée alors qu'elle avait caractérisé la naissance et l'émergence du domaine dans les années 60 et 70.

Les méthodes utilisées confirment ce statut incertain des travaux. 32 reposent sur un seul cas, mais seulement sept d'entre eux sont longitudinaux. Il faut ajouter 13 articles qui utilisent deux à quatre cas. Les méthodes qualitatives sont assez peu sophistiquées – les entretiens semi-directifs sans traitement particulier prédominent – alors que les travaux quantitatifs sur échantillon recourent généralement à l'administration de questionnaires, tout en restant minoritaires (21 articles).

Au total, la raison d'être spécifique et l'originalité du champ du management stratégique se retrouvent assez peu exprimées dans les travaux : peu de mise en perspective, pas plus rétro que prospective ; peu de construction de théories de moyenne ou de longue portée ; peu de travaux critiques sur « les mauvaises pratiques » ; renoncement à l'intention prescriptive. La proximité du terrain n'en est pas pour autant accrue puisque peu de travaux relèvent de la recherche intervention ou de l'étude longitudinale.

En conclusion, il ressort sans équivoque que les recherches en stratégie publiées dans les revues cotées s'inscrivent très majoritairement dans ce que Kuhn (1962) a appelé la « science normale » qui devient, à l'instar de la sociologie politique, une « science hypernormale » (Favre, 2005) tant sont devenus insistantes les injonctions à respecter les critères, le formatage et le style d'écriture qui conviennent au courant dominant.

L'un des traits majeurs de l'épistémologie positiviste de ce courant est, sous l'exigence de généralisation et d'accumulation des « résultats », de refuser l'historicité du domaine. Techniquement, en réduisant les contextes à des variables de contingence. Mais aussi parce que la parcellisation des questions de recherche et la spécialisation des chercheurs interdisent de fait les vues de synthèse et la saisie des changements globaux. Et pourtant que de bouleversements depuis 1980 !

2. Les grandes transformations

Karl Polanyi avait montré le grand retournement qui s'était opéré entre 1930 et 1945 (Polanyi, 1944) : alors que le siècle précédent avait vu le système économique imposer sa logique au reste de la Société, la grande crise et ses conséquences (nazisme, fascisme...) allaient le resocialiser, le réencastrer dans les structures sociales.

On sait que les quarante années qui ont suivi la fin de la deuxième guerre mondiale ont traduit ce réencastrement par des politiques keynésiennes et le fameux compromis fordiste.

Le *corpus* des sciences de gestion les a traduits en adoptant, de façon plus ou moins explicite, le paradigme de l'entreprise managériale ou chandlérienne, à la suite du travail séminal de Berle et Means (1932). Celui de la stratégie s'est rapidement développé en considérant l'entreprise comme une coalition en négociations permanentes puis, avec le « second Ansoff » (Martinet, 2007a), en prenant en considération les diverses parties prenantes (« *Constituencies* » chez Ansoff, « *Stakeholders* » chez Freeman) qu'il convient de satisfaire, au-delà des seuls actionnaires. De façon très claire, Ansoff prendra ainsi position contre Milton Friedman et sa conception purement financière de la responsabilité sociale.

Bien sûr le *corpus* a, de façon le plus souvent incrémentale, intégré certains changements intervenus depuis la fin des années 80 en travaillant sur l'externalisation, la firme-réseau, les structures aplaties... Mais en les fragmentant comme autant de facteurs de contingence ou de micro-évolutions. Le parti positiviste dominant, qui répute non scientifique toute recherche holiste ou de synthèse, a découragé les travaux métastratégiques tels que les réalisent les stratégestes en matière militaire ou de relations internationales dont les plus cultivés offrent aux recherches localisées un cadrage, un phasage historique, des configurations... qui les potentialisent et signalent errances, bifurcations et obsolescences (Charnay, 1990 ; Poirier, 1987).

2.1. Le capitalisme financier et « la fin de l'histoire »

Le 9 novembre 1989 n'est peut-être pas une date significative pour les chercheurs en management stratégique. Et pourtant ! L'effondrement du mur de Berlin et du bloc soviétique libère idéologiquement les forces de réalisation et de généralisation des marchés fi-

nanciers que les 3D – désintermédiation, décloisonnement et déréglementation – concrétisent politiquement et techniquement.

Une nouvelle table de la loi s'installe qui asservit le management à des critères financiers et la stratégie à des figures imposées (Betbèze, 2004).

S'il fait peu de doutes que le capitalisme actuel, financier ou « fondiste », a pris le pas sur le capitalisme commercial et industriel – toile de fond sur laquelle se sont construits les *corpus* en sciences de gestion –, la question de son évolution future ne peut laisser indifférents les chercheurs en stratégie. Nombreux sont ceux qui, explicitement ou non, font comme s'il s'agissait d'une composante désormais indépassable de « la fin de l'histoire » mise en scène par Fukuyama (1992). Les historiens américains livrent régulièrement des successions d'étapes qui peuvent persuader que toutes les sociétés sont condamnées à rejoindre, avec plus ou moins de retard, le stade « actuel » auquel sont parvenus les États-Unis, qui devient dès lors le paysage souhaitable aux yeux de tous. Rostow en 1960 avec ses célèbres étapes de la croissance économique, Fligstein, plus récemment, sur les modes de contrôle des grandes firmes, Fukuyama sur les institutions politiques, ont ainsi offert des toiles de fond simplifiées et confortables pour les chercheurs en gestion, dès lors artisans, conscients ou non, de telles prophéties auto-réalisatrices.

Les stratégestes au premier chef ne doivent-ils pas, au contraire, considérer attentivement les approches fondées sur les interactions institutionnelles qui mettent en évidence la coexistence de plusieurs formes de régimes capitalistes concrets. Ainsi, Amable (2005) et Boyer (2004) proposent cinq configurations – anglo-saxonne, méso-corporatiste, social démocrate, intégration publique, méditerranéenne. D'évidence, l'hypothèse de convergence vers le modèle anglo-saxon s'est trouvée confortée d'autant plus que les quatre autres ont emprunté, ou se laissent imposer nombre de normes et d'instruments producteurs d'isomorphisme.

Toutefois il subsiste de grandes différences dans le fonctionnement concret des systèmes institutionnels quand on franchit le rideau de fumée que constitue la rhétorique de la mondialisation et les entreprises restent beaucoup plus encastrées que ne le considèrent ou le souhaitent les modèles de management dominants.

La recherche en stratégie ne saurait s'exonérer de sa responsabilité de fait dans ces dialectiques répétition/innovation, imitation/ différen-

ciation, homogénéisation/hétérogénéisation... Et ce d'autant plus que ces normes et instruments sont susceptibles de véhiculer des modèles de l'homme et de la Société très contrastés.

Il faut savoir gré à Jensen et Meckling d'avoir explicité « *la nature de l'homme* » (1994) qu'ils retiennent. Elle doit justement être discutée (Ghoshal, 2005). Le modèle REMM-PAM (Resourceful, Evaluative, Maximizer, Pain Avoidance Model) n'est en rien naturel mais de nombreuses forces concourent à le faire advenir (Laval, 2007).

Une fois admises les propositions (Martinet, 2007b) selon lesquelles i) le devenir des sociétés humaines est aujourd'hui directement et massivement façonné par les activités des entreprises ; ii) en pratique, les choix stratégiques sont le lieu géométrique où les arbitrages décident du sens de la nature et du niveau de ces activités, le chercheur en stratégie peut-il éviter indéfiniment de se situer dans les réflexions sur des modèles différents ?

2.2. *La liquéfaction*

La financiarisation du capitalisme, largement analysée et critiquée (Aglietta et Rébérioux, 2004 ; Artus et Virard, 2005 ; Pastré et Vigier, 2004 ; Peyrelevalde, 2005 ; Stiglitz, 2003...), tend à un nouveau désencastrement, cette fois en imposant ses normes à l'économique. S'est ainsi diffusée, ces dernières années, une panoplie obligée de (pseudo)stratégies, plutôt gestes-réflexes mimétiques, pour se conformer à ce que les « marchés financiers » sont supposés attendre. Il en va ainsi du triptyque « recentrage sur un métier unique – cession des activités dont le rendement est inférieur... à la moyenne – rachat de ses propres actions ». Nombre de normes (IAS/IFRS par exemple), de démarches (« *benchmarking* ») confortent ce triptyque et tendent à rendre les entreprises plus liquides ou volatiles. Ce qui n'est sans doute pas étranger au succès d'une rhétorique antonymique sur le développement durable.

Mais au-delà de l'entreprise, on peut aussi voir la liquéfaction affecter la Société, la vie, l'amour, le temps, bref, l'homme, si l'on utilise comme heuristique les stimulantes mises en perspective de Bauman (2005). Les accélérations techno-informationnelles, le marketing qu'utilisent massivement les industries de programme et qui s'est étendu à la plupart des organisations mais aussi des institutions (politiques, éducatives, religieuses...) produisent pour certains philosophes et psychanalystes une société addictive, typique de ce capitalisme liquide qui

engendre mécréance et discrédit, perte d'individuation – psychique et collective – l'individualisme se manifestant surtout à la marge, tout formaté qu'il est par des injonctions mimétiques et grégaires – et dès lors, désaffection et désaffectation des individus, trop occupés à subsister pour avoir l'énergie d'exister comme êtres libres et singuliers (Stiegler, 2004). On a montré (Martinet et Payaud, 2007a) que ces processus atteignaient peu ou prou toutes les parties prenantes et sollicitaient fortement le management stratégique dans sa production de sens ou de non-sens.

2.3. *Le capitalisme cognitif*

Moulier-Boutang (2007) n'a pas hésité non plus à sous-titrer son livre sur ce capitalisme cognitif : la nouvelle grande transformation. Ce régime qui s'est installé depuis une quinzaine d'années peut, selon lui, être qualifié par les marqueurs suivants : rôle majeur de l'immatériel et des services, NTIC et numérisation des données, caractère moteur des techno-sciences, importance stratégique pour les entreprises de la maîtrise des processus de valorisation, appropriation systémique des connaissances, poids des économies d'apprentissage et de variété, complexité croissante des marchés, inversion des filières conception/production/commercialisation, effacement des distinctions capital/travail, travail qualifié/travail non qualifié au profit de combinaisons matériel/logiciel/cérébral/réseau, montée des coopérations entre cerveaux, crise des critères de mesure des performances individuelles et localisées comme de la mise en œuvre des droits de la propriété intellectuelle, extension des pouvoirs biotechnologiques.

De façon englobante, la plupart de ces caractéristiques reposent la question des externalités, positives comme négatives. Leur intégration – au demeurant complexe – dans les raisonnements stratégiques en termes d'innovation, de création de valeur mais aussi en termes d'équité et de légitimité, devient majeure alors que le *corpus* les a longtemps ignorées (Martinet, 1981).

En résumé, les grandes dynamiques que nous venons de synthétiser sous trois labels enveloppants – financiarisation, liquéfaction et réseaux cognitifs – transforment radicalement le portrait de phase ou le contexte général vis-à-vis duquel la recherche en stratégie prend sens ou, au contraire, devient insignifiante. Alors que les stratégestes militaires ont dû assumer de tels changements dans l'histoire de la pensée –

guerre napoléonienne, guerre de position, guerre de mouvement, dissuasion nucléaire, guérilla, terrorisme... –, les chercheurs en stratégie peuvent-ils se désintéresser de l'*aggiornamento* de leur *corpus* ?

Au total, la mise en perspective de la constitution du *corpus* de la stratégie, depuis 50 ans, montre l'installation sans équivoque au cœur du *corpus* du projet nomothétique tel qu'il avait été initié par certains à Pittsburgh en 1978. Devenu dominant dans les revues de rang A au moins, ce courant qui se fonde sur un positivisme classique et emprunte majoritairement à l'économie, se présente comme la science normale, voire hypernormale, dont il convient de respecter les critères, les méthodes et les codes linguistiques et sémiotiques.

Comme dans d'autres domaines, beaucoup de chercheurs s'en accommodent, soit par conviction, soit par stratégie de publication. Les quelques efforts réflexifs menés en son sein ont plutôt pour effet de le conforter (Nag et al., 2007).

D'autres, au contraire, font valoir, à intervalles réguliers que le champ est en crise (Volderba, 2004), appellent à redécouvrir la pratique (Hamel, 1998 ; Whittington, 2004) ou à s'inspirer de certaines théories de la complexité (Caldart et Ricart, 2004), à pratiquer des analyses discursives (Ezzamel et Willmott, 2004 ; Seidl, 2007)...

Dans les colonnes mêmes de SMJ, on a pu voir, exceptionnellement certes, une défense d'un constructivisme (Mir et Watson, 2000) rendu plus ou moins compatible avec le réalisme critique (Mir et Watson, 2001), voire même une argumentation pour concevoir la stratégie comme philosophie morale (Singer, 1994).

3. Ouvrir et élargir les objets et les projets de connaissance

Ce qui précède suggère que les insatisfactions et les débats concernant le management stratégique sont à la hauteur de la raison d'être et de l'ambition initiales du champ, d'une part, de l'importance voire de l'urgence des problèmes et des questions insuffisamment traités dans le contexte profondément transformé que nous avons synthétisé, d'autre part. Les limites inhérentes au courant dominant justifient d'ouvrir les objets et les projets de connaissance du management stratégique.

3.1. Des représentations conventionnelles

Dans un travail important, récemment publié dans SMJ, Nag et *al.* (2007) s'interrogent sur ce qu'est vraiment le management stratégique par le truchement des représentations qui se dégagent d'un large échantillon (269 répondants) d'auteurs de communications lors des deux conférences annuelles de l'AOM en 2002 et 2003. Enquête complétée par une étude *ad hoc* menée auprès de 57 auteurs ayant récemment publié à la fois dans SMJ et dans une revue de référence de l'un des quatre domaines suivants : économie, sociologie, marketing et management.

La première enquête révèle l'objet, les frontières et le lexique implicites que les répondants assignent au champ. Celui-ci ressort comme traitant :

- a) des initiatives, voulues et émergentes...
- b) prises par les hauts dirigeants dans l'intérêt des propriétaires
- c) concernant l'utilisation des ressources
- d) pour accroître la performance...
- e) des firmes
- f) dans leur environnement extérieur.

Le lexique de 54 mots-clés associés à ces six items renvoie aux têtes de chapitres et de sections de tout bon manuel de stratégie : innovation, acquisition, diversification, comité de direction, actionnariat, agence, compétences, actifs, technologie, croissance, avantage concurrentiel, concurrence, marché, menaces, risques...

Il s'agit donc d'une activité de direction générale, plutôt délibérée même si les émergences remontantes sont considérées. La focalisation sur le directeur général (« *CEO* »), les comités (« *Board* »), la relation d'agence et les actionnaires est claire. L'unité d'analyse ressort de façon peu différenciée comme la firme, la compagnie, l'entreprise, le « *business* »... La performance est signifiée classiquement par la croissance, l'avantage concurrentiel, le profit... L'environnement est restreint au marché, à l'industrie, à la concurrence.

Respectueux des critères méthodologiques appréciés par SMJ, les auteurs ont validé cette définition par deux tests de régression logistique.

La seconde étude recherche des définitions explicites du champ et leurs différences éventuelles en fonction des orientations des auteurs.

Les six items, précédemment mis en évidence, se voient adjoindre un septième qui concerne l'organisation interne.

De façon peu étonnante, les auteurs proches de l'économie livrent la conception la plus restrictive du management stratégique, très proche du paradigme historique de l'économie industrielle « structure-comportement-performance ». La vision la plus large incombe aux auteurs orientés management qui retiennent, de façon substantielle, les sept éléments. La proximité des chercheurs orientés sociologie et marketing est plus étonnante, notamment en ce qu'ils valorisent le volontarisme des dirigeants.

D'un point de vue explicitement épistémologique, les « économistes » voient le management stratégique comme plus phénoménologique alors que l'économie leur paraît hypothético-déductive et productrice de modèles formels. Les « sociologues » voient cette discipline traiter des questions de pouvoir, d'irrationalité, d'identité alors que le management stratégique leur semble davantage concerné par la rationalité et les aspects technico-économiques. Aux yeux de ceux qui ont plutôt une orientation marketing, ce dernier apparaît plus opérationnel, plus détaillé, plus spécifique que le management stratégique.

Finalement, cette double enquête, révélatrice de représentations dominantes et dès lors précieuse pour la réflexion épistémologique, permet aux auteurs de conclure à un consensus élevé sur la signification du champ, combiné à une certaine variété dans les démarches qui façonnent et explorent les sujets de recherche. Le domaine leur semble ainsi maintenir une solidarité de la communauté de recherche de type organique, en cela proche de la sociologie, plutôt que de type mécanique, comme les mathématiques ou l'économie, pour s'en tenir à la classique distinction d'Hagstrom, inspirée de Durkheim.

Comme le reconnaissent finalement les auteurs, ces résultats révèlent, en tous les cas, la primauté accordée aux actionnaires et aux entreprises gouvernées par le profit alors que les questions relatives aux autres parties prenantes et aux autres formes d'organisation sont plutôt situées hors champ par le courant dominant. On observera, de façon beaucoup plus inquiétante, que la notion d'entreprise, assimilée tour à tour à la firme, à l'organisation, à la compagnie... constitue l'impensé paradoxal du champ tant elle détermine les conceptions du management stratégique (Tabatoni et Jarniou, 1975 ; Ansoff, 1979 ; Martinet, 1984, 2007c). Ce qui nourrit le débat sur ce qu'il apparaît souhaitable ou non de faire évoluer.

3.2. *Quelles inflexions pour le programme de recherche ?*

Si l'on peut conclure, avec les auteurs de la précédente étude, à la vitalité, voire au succès du management stratégique, l'on peut tout autant s'interroger sur les limites, voire la dégénérescence – au sens de l'épistémologue Lakatos – de cette discipline aussi hypernormalisée. Et envisager des voies pour accroître la pertinence et la légitimité du champ, au-delà du consensus académique qui s'est établi.

3.2.1. *Les rapports connaissance/action*

Aux yeux de beaucoup, la prise de distance du *corpus* de recherche à l'égard de l'action s'avère désormais excessive et dommageable. Elle emprunte des voies diverses : définition des sujets, objectifs de recherche, modalités de construction et de traitement des données... et explique en large partie le consensus sur « ce qu'est le management stratégique » et, plus intéressant encore, sur « ce qu'il n'est pas aux yeux des chercheurs eux-mêmes ». Ainsi la définition et la sélection des sujets de recherche trouvent, de façon majoritaire, leur origine dans le *corpus* lui-même, comme en témoigne la simple lecture des programmes de colloques ou des sommaires de revue. Ce qui peut s'avérer efficace dans des domaines très structurés, hypothético-déductifs, voire axiomatiques comme l'économie, la finance... mais qui est plus discutable dans un domaine reconnu comme beaucoup plus phénoménologique.

De même, en se donnant un objectif essentiellement explicatif, le courant dominant répute non scientifiques les travaux délibérément propositionnels ou prescriptifs. Or, l'explicatif peut se suffire à lui-même lorsqu'il s'avère suffisamment prédictif, ce qui est loin d'être le cas en management stratégique où les phénomènes sont presque tous surdéterminés. Dans de telles conditions, l'explication ne va guère au-delà de la description plus ou moins interprétée de ce qui s'est produit ou de ce qui est advenu – et non de ce qui se produit – alors même que le privilège accordé aux méthodes statistiques en coupes instantanées interdit d'assumer le caractère et, *a fortiori*, le projet historique qui permettrait de comprendre davantage les morphogenèses et les formes de rationalisation stratégiques opérées en pratique.

Se trouvent ainsi sous-valorisés les travaux consacrés à des problèmes qui préoccupent vraiment les acteurs de terrain, ceux qui sont

dédiés aux multiples formes d'organisations et d'entreprises concrètes, autres que le type implicite de référence : entreprises familiales, coopératives, mutuelles, organisations associatives, institutions publiques. Sont aussi découragées les méthodes longitudinales, cliniques, les recherches-interventions... dont l'objectif n'est pas de produire un « résultat généralisable » (Si A alors B) mais une compréhension en profondeur de phénomènes complexes pour élaborer des voies et moyens susceptibles de les faire évoluer. Bref, des recherches qui tirent leur intérêt de leur forte contextualisation.

Les théorisations de moyenne portée (Merton), la construction de cadres conceptuels et méthodologiques (« *frameworks* ») pourtant soutenue, argumentée et massivement pratiquée par l'auteur dominant du champ, Porter (1991), les configurations synthétiques (Miller, 1996) parviennent difficilement à convaincre les évaluateurs de revues et expliquent sans doute que les contributions les plus reconnues passent par des ouvrages.

3.2.2. *Un intérêt insuffisant pour la conception*

Les opérations mentales de l'acteur stratégique, individuel ou collectif, ne se cantonnent pas à la description ou à l'analyse de ce qui s'est produit. Elles se déploient dans un univers quadripolaire (Lévy, 1997) – réel, potentiel actuel, virtuel – qui organise toute réflexion et prise de décision stratégique. Guide précieux en matière de diagnostic (Martinet, 2000), cette schématisation attire l'attention sur l'importance de la virtualisation qui élabore des visions, ouvre des possibilités, oriente la formulation de voies et moyens...

La description, l'interprétation voire l'explication de ce qui est advenu ne sont évidemment pas sans intérêt. Utiles pour aider à dire le « réel » voire le « potentiel » qui est largement pré-déterminé, elles s'avèrent insuffisantes pour déployer la tension actuel-virtuel. D'éminents stratégestes militaires comme Poirier (1987) ont, depuis longtemps, montré que la stratégie ne pouvait se réduire à la poléologie positive. Elle se devait de forger des concepts, des schémas d'ensemble, des heuristiques... aptes à amplifier, assurer, stimuler « *ex ante* » les raisonnements, mais aussi l'imagination des stratèges en situation.

La critique excessive de Mintzberg à l'égard de tout ce qui ressortit au « *design* » – alors qu'il l'avait pratiqué dans sa meilleure contribu-

tion (1976) – a moins servi le programme de recherche en stratégie que l'argumentation générique de Simon sur les sciences de l'artificiel, si on l'articule avec la pensée-méthode que prône Morin (1976) pour gérer dans la complexité et qui offre un référentiel épistémologique substantiel à une conception ambitieuse de la stratégie.

Cette réorientation du programme de recherche en faveur de la conception est d'ailleurs souhaitée, tant pour la recherche que pour l'enseignement, par la plupart de ceux qui font de la pertinence pour l'action un critère de validité des énoncés (Avenier et Schmidt, 2007). Ainsi, pour des chercheurs reconnus dans le domaine comme Tranfield (2006), seul le paradigme du « *design* » peut aider à combler le fossé entre théorie et pratique et résoudre les problèmes de pertinence et d'identité du domaine, à l'instar de ce qu'ont su faire l'ingénierie vis-à-vis des sciences physiques ou la médecine, à l'égard des sciences biologiques. Ce faisant, c'est évidemment le statut de la normativité qui est posé.

Fondamentalement, l'activité stratégique élabore des énoncés qui expriment, dessinent des mondes possibles qui vont orienter et encadrer, pour un temps, les décisions, les actions et les opérations concrètes. Dans les termes de Leibniz, il s'agit de mettre en dialogue constamment le souhaitable, le possible et le « compossible », c'est-à-dire ce qui est composable, articulable à la situation actualisée.

Produire des concepts, des guides sinon des règles, des procédures intellectuelles, des dispositifs organisationnels à même de fortifier ce dialogue implique une ouverture épistémologique de telle sorte que les valeurs, l'éthique constituent une ressource explicite dans la recherche d'intention scientifique plutôt que d'être maintenues en lisière au nom de la neutralité revendiquée par le positivisme (Wicks et Freeman, 1998).

De tous les domaines des sciences du management, la stratégie est peut-être celui qui nécessite le plus de combiner le travail épistémique, le souci pragmatique et l'explicitation éthique dans le prolongement des philosophes pragmatistes américains Dewey, James, Mead, Peirce (Dumez et *al.*, 2007 ; Martinet, 2007b).

3.3. *La régénération de la politique d'entreprise*

Le développement d'un programme de recherche centré sur la conception critique et raisonnée de ce qui n'existe pas encore, dont Hayek

faisait la condition d'une science sociale féconde, invite à substituer l'inquiétude axiologique à la fameuse neutralité, défendue en son temps par Max Weber, et depuis revendiquée par l'épistémologie positiviste.

Analyser de façon critique les stratégies des entreprises et des différentes formes organisées, concevoir de façon non moins critique les concepts et les dispositifs à même de les faire évoluer, mettre ceux-ci à l'épreuve de l'action et de l'expérience, intègre nécessairement l'explicitation, et donc la discussion des critères qualifiant le souhaitable : efficacité, efficience, profit sans doute, responsabilité, équité, justice sociale, préservation écologique... de façon urgente.

Si le management stratégique n'endogénéise pas le questionnement de philosophie morale et politique permettant de discuter les valeurs, les modèles de l'homme et de ses rapports aux autres et à la nature que véhiculent concepts, outils mais aussi régularités constatées, quel domaine des sciences de gestion le fera ? L'on ne peut que savoir gré à Jensen et Meckling (1994) d'avoir explicité le modèle de l'homme – qualifié au demeurant de « nature de l'homme », ce qui n'est pas tout à fait neutre ! – Appelons les stratégestes à des efforts semblables et, le cas échéant, alternatifs.

En d'autres termes, la recherche en management stratégique soucieuse de pertinence pratique comme de qualité scientifique gagnerait à encourager, en son sein même, l'élaboration d'une réflexion rationnelle et collective sur les valeurs qui fondent et pourraient/devraient fonder l'action organisée.

Il est révélateur que certains politologues parmi les plus scrupuleux et prudents en viennent à pareille conclusion s'agissant de leur discipline. Ainsi pour Favre (2005), la sociologie politique française s'est construite, de façon positiviste et empirique, en opposition avec la philosophie politique. Ce faisant, elle est entrée, selon l'auteur, dans une spirale du déclin en étant incapable de proposer des solutions pratiques ou tout simplement d'intervenir dans les débats de société. Pour Favre, les problèmes politiques non résolus dans nos sociétés sont tellement patents que l'on ne peut plus se contenter de pratiquer la science pour la science. L'enrichissement réciproque de l'analyse empirique et de la théorie politique est plus que jamais nécessaire pour élaborer les règles de vivre ensemble. Dès lors, la théorie politique doit contribuer à traiter des questions comme la quête effrénée de richesse, la fraude, la corrup-

tion, la prédation... qui minent la vie en Société quand des seuils pathologiques sont franchis.

Ces questions ne seraient-elles pas tout autant, et à l'échelle des entreprises et des organisations, des impératifs urgents pour la recherche sur la gouvernance et le management stratégique ?

Le silence relatif de la recherche en management stratégique sur l'un de ses objets fondamentaux, la gouvernance d'entreprise, a contribué à laisser s'installer la théorie de l'agence comme paradigme dominant cette question. Les recherches les plus avancées conduites par les spécialistes sensibles à la complexité organisationnelle s'en éloignent et débouchent sur des théories cognitives et partenariales (Charreaux et Wirtz, 2006) qui offrent une grande intersection avec certains pans du management stratégique et permettent un enrichissement réciproque.

Dans cette perspective, la complexité de l'entreprise invite à prendre pleinement en compte les conceptions fondées sur la connaissance (Tsoukas, 2005), les théories des parties prenantes (Bonnaufous-Boucher, 2006), et les configurations de contrôle et management stratégiques (Denis et *al.*, 2002). Les questions les plus importantes, s'agissant notamment des groupes, ne permettent plus de séparer gouvernance et management stratégique (Martinet et Payaud, 2007b).

Finalement, il s'agit de reformuler des principes et de concevoir des processus et des dispositifs pour coordonner et rendre compatibles – fût-ce au prix d'âpres négociations – les objectifs de plusieurs catégories de parties prenantes internes, externes et de plus en plus ubiquistes. Et, ce, en considérant des critères plus riches que ceux retenus par la seule théorie disciplinaire de la gouvernance, d'une part, et d'une conception économiciste de la stratégie, d'autre part. La répartition équitable des risques, l'éligibilité des différentes parties prenantes à la répartition des bénéfices résiduels, l'attention portée à une certaine justice procédurale redeviennent des questions majeures pour le champ. De même, il serait dommageable que le regain d'intérêt pour le développement durable et la responsabilité sociale donne lieu à des travaux insuffisamment articulés à la gouvernance et au management stratégique (Martinet et Payaud, 2008a).

Au fond, c'est sans doute au développement d'une nouvelle politique d'entreprise englobant ces différentes problématiques – gouvernance, management stratégique, développement durable, responsabilité sociale... – qu'il convient de s'attacher prioritairement. C'est bien en assumant son caractère irréductible de science morale et politique que

cette discipline peut développer un programme de conception critique qui ne se satisfasse ni de la fameuse neutralité axiologique du programme positiviste, ni de la seule attitude de dévoilement sans proposition d'itinéraires de changement qui colore le programme des « *critical studies* ».

Conclusion

En résultat de cette interrogation synthétique sur l'évolution épistémologique du *corpus* du management stratégique, maintenant fort de 50 années de recherche mais toujours tenté par le scientisme et fragilisé par les domaines plus techniques (finance, marketing, systèmes d'information...) comme par les transformations du monde, les ouvertures méthodologiques proposées portent sur l'objet, le projet et les méthodes.

Au-delà de la « firme », insuffisamment interrogée par les chercheurs en stratégie (Martinet, 2007c), de multiples formes concrètes d'organisations, d'entreprises et, plus généralement, d'activités collectives justifient et sollicitent les compétences des chercheurs en stratégie. Dans le secteur marchand, dans le secteur public comme dans le tiers secteur.

L'ouverture du projet de connaissance au-delà de l'explication positiviste – qui ne peut se prononcer qu'*ex post* –, pour aider à concevoir les formes, les voies, les moyens, bref la finalisation des actions collectives organisée, l'aide à la conception, soumise constamment à la critique morale et politique comme à l'épreuve de la mise en œuvre, tel est le projet de cette « nouvelle politique d'entreprise » qu'il apparaît essentiel et urgent de régénérer.

L'ouverture des méthodes puisque la méthode hypothético-déductive et la validation statistique qui possèdent bien sûr leur efficacité ne sauraient sans dommage s'ériger en seul discours de la méthode scientifique dans un champ qui appelle une forte contextualisation, une investigation en profondeur des terrains, une activité imaginante et des conceptualisations explicitement normatives pour reprendre le vocable de François Perroux à propos de l'économie.

Une telle réouverture n'a rien d'aventureux. D'autres champs proches comme la science politique y sont conduits. Cela n'a rien d'étonnant puisque le gouvernement des hommes les concerne tous et

qu'il ne se laisse pas rabattre, sans discussion, sur l'administration des choses. Du moins s'agit-il là aussi d'une question majeure de philosophie morale, économique et politique susceptible d'enrichir l'effort d'intention scientifique.

Les sciences du management, en général, et le management stratégique, en particulier, ne peuvent se satisfaire d'une épistémologie de la connaissance « scientifique » qui serait en quête d'une vérité générale. Elles doivent développer une épistémologie de l'action collective (Hatchuel, 2005) qui ne se contente pas d'un critère non questionné d'efficacité. Elles doivent, enfin, pour accroître leur pertinence, être attentives à ce que les produits de la recherche fassent sens, soient appropriables par les acteurs sociaux, qu'ils puissent s'en emparer et les transformer pour enrichir récursivement la connaissance produite dans et par les activités réelles. C'est cette triangulation (Martinet, 2007d) qui constitue l'exigence épistémologique des savoirs d'action légitimés comme peut se concevoir le management stratégique.

Bibliographie

- Aglietta M. et Rebérioux A. (2004), *Dérives du capitalisme financier*, Albin Michel.
- Amable B. (2005), *Les cinq capitalismes*, Le Seuil.
- Andrews K.J. (1971), *The Concept of Corporate Strategy*, Irwin.
- Ansoff H.I. (1965), *Corporate strategy*, McGraw-Hill, traduction française, 1968, *Stratégie du développement de l'entreprise*, Hommes et Techniques.
- Ansoff H.I. (1979), *Strategic management*, Londres, The Macmillan Press.
- Ansoff H.I. et al. (1974), *From Strategic Planning to Strategic Management*, Wiley.
- Artus P. et Virard M.P. (2005), *Le capitalisme est en train de s'autodétruire*, La Découverte.
- Avenier M.J. et Schmidt C. (2007) (coord.), *La construction de savoirs pour l'action*, L'Harmattan.
- Barnard C.I. (1938), *The Functions of the Executive*, Harvard University Press.
- Barney J.B. (1986), « Strategic Factor Markets », *Management Science*, vol. 32, p. 1231-1241.

- Bauman Z. (2002), *Society under Siege*, Blackwell, traduction 2005, *La société assiégée*, Le Rouergue-Chambon.
- Berle A. et Means H. (1932), *The Modern Corporation and Private Property*, Transaction Pub.
- Bethèze J.P. (2004), *Les dix commandements de la finance*, Odile Jacob.
- Boissin J.P., Castagnos J.C. et Guieu G. (2007), Communication en Table Ronde, Conférence AIMS, Montréal, Canada.
- Bonnafeux-Boucher M. (2006), *Décider avec les parties prenantes*, La Découverte.
- Boyer R. (2004), *Une théorie du capitalisme est-elle possible ?*, Odile Jacob.
- Brews P.J. et Hunt M.R. (1999), « Learning to Plan and Planning to Learn », *Strategic Management Journal*, vol. 20, n° 10, p. 889-913.
- Caldart A.A., Ricart J.E. (2004), « Corporate Strategy Revisited : A View from Complexity Theory », *European Management Review*, vol. 1, n° 1, p. 96-104.
- Chandler A.D. (1962), *Strategy and structure*, Harvard University Press.
- Charnay J.P. (1990), *Metastratégie*, Economica.
- Charreaux G. et Wirtz P. (2006), *Gouvernance des entreprises, nouvelles perspectives*, Economica.
- Coté M. (1996), « Enseignement de la PGA et de la stratégie », pré-conférence AIMS, Montréal, 30 pages.
- Denis J.P., Martinet A.C. et Tannery F. (2002), « Les configurations comme outil d'aide à la conception d'un schéma directeur de groupe », *in Sciences de Gestion et Pratiques Managériales*, Réseau des IAE, Paris, Economica.
- Déry R. (2001), « La structuration socio-épistémologique du champ de la stratégie », *in* A.C. Martinet et R.A. Thiétart (coords.), *Stratégies : Actualité et futurs de la recherche*, Vuibert-FNEGE, p. 7-26.
- Dumez H. et al. (2007), « Pragmatisme et recherche sur les organisations », *Le Libellio d'AEGIS*, vol. 3, n° 4, p. 1-45.
- Ezzamel M. et Willmott H. (2004), « Rethinking Strategy : Contemporary Perspectives and Debates », *European Management Review*, vol. 1, n° 1, p. 43-48.
- Favre P. (2005), *Comprendre le monde pour le changer. Épistémologie du politique*, Presses de Sciences Po.

- Fukuyama F. (1992), *La fin de l'histoire et le dernier homme*, Flammarion.
- Ghoshal S. (2005), « Bad Management Theories are Destroying Good Management Practices », *Academy of Management Learning and Education*, vol. 4, n° 1, p. 75-91.
- Hafsi T. (1997), « Le champ de la recherche en stratégie : à la recherche d'un bâton d'aveugle », *Management International*, vol. 2, n° 1, p. 19-26.
- Hafsi T. et Martinet A.C. (2007), « Stratégie et management stratégique des entreprises : un regard historique et critique », *Revue Gestion*, vol. 32, n° 3, p. 88-98.
- Hamel G. (1998), « Strategy Innovation and the Quest for Value », *Sloan Management Review*, vol. 39, Winter, p. 7-14.
- Hamel G. et Prahalad C.K. (1989), « Strategic Intent », *Harvard Business Review*, vol. 67, n° 3, p. 63-76.
- Hatchuel A. (2005), « Towards an Epistemology of Collective Action : Management Research as a Responsive and Actionable Discipline », *European Management Review*, vol. 2, p. 36-47.
- Hoskins K. (1990), « Using History to Understand Theory : A Reconsideration of the Historical Genesis of Strategy », *EIASM workshop*, Venice.
- Jensen M.C. et Meckling W.H. (1976), « Theory of the Firm : Managerial Behaviour, Agency Costs and Ownership Structure », *Journal of Financial Economics*, vol. 3, n° 4, p. 305-360.
- Jensen M.E et Meckling W.H. (1994), « The Nature of Man », *Journal of Applied Corporate Finance*, vol. 7, n° 2, p. 4-19.
- Kuhn T. (1962), *La structure des révolutions scientifiques*, Flammarion.
- Laval C. (2007), *L'homme économique. Essai sur les racines du néolibéralisme*, Gallimard.
- Learned R.P. et al. (1965), *Business Policy*, Irwin.
- Lévy P. (1997), *Qu'est-ce que le virtuel ?*, La Découverte.
- Martinet A.C. (1981), « Externalités et comportements stratégiques : à la recherche de nouvelles équilibres », *Économie Appliquée*, n° 1, p. 61-88.
- Martinet A.C. (1984), *Management Stratégique, Organisation et Politique*, McGraw-Hill.
- Martinet A.C. (1997), « Pensée stratégique et rationalité : un examen épistémologique », *Management International*, vol. 2, n° 1, p. 67-75.

- Martinet A.C. (2000), « Le diagnostic d'entreprise à la recherche des pôles », in *La décision managériale aujourd'hui*, Mélanges en l'honneur de Jacques Lebraty, Nice, p. 13-23.
- Martinet A.C. (2001), « Le faux déclin de la planification stratégique », in A.C. Martinet et R.A. Thiétart, *Stratégies : actualité et futurs de la recherche*, Vuibert.
- Martinet A.C. (2007a), « H. Igor Ansoff, le fondateur du management stratégique », in T. Loilier et A. Tellier (coords.), *Les Grands Auteurs en Stratégie*, EMS, p. 57-74.
- Martinet A.C. (2007b), « Gouvernance et Management Stratégique : Fin de l'histoire ou régénération du politique », in A.C. Martinet (coord.), *Sciences du Management : Épistémique, Pragmatique et Éthique*, Vuibert-FNEGE, p. 85-112.
- Martinet A.C. (2007c), « Du gouvernement de la firme à la gouvernance de l'entreprise durable : un regard de stratégeste », *Colloque International Droit, Gouvernance et Développement Durable. Les nouveaux chemins de la responsabilité*, Facultés Universitaires Saint-Louis, Bruxelles, 25-27 octobre.
- Martinet A.C. (2007d), « Savoir(s), connaître, agir en organisation : attracteurs épistémiques », in M.J. Avenier et C. Schmidt (coords.), *La construction de savoirs pour l'action*, L'Harmattan, chap. 1, 22 pages.
- Martinet A.C. et Payaud M.A. (2007a), « Frénésie, monotonie et atonie dans les organisations liquéfiées – Régénérer les formes et rythmes en politique d'entreprise », *Management International*, vol. 11, n° 3.
- Martinet A.C. et Payaud M.A. (2007b), « Complexification des stratégies des groupes et régimes de gouvernance », *Revue Française de Gouvernance d'Entreprise*, n° 2, p. 9-35.
- Martinet A.C. et Payaud M.A. (2008a), « Le développement durable, vecteur et produit d'une régénération de la gouvernance et du management stratégique : un cadre théorique intégrateur », *Management International*, vol. 12, n° 2.
- Martinet A.C. et Payaud M.A. (2008b), « Les Deux Mondes de la Stratégie. Évolution de la Recherche Francophone et Contexte d'Affaires », in P. Hermel (coord.), *Évolutions Technologiques, Organisationnelles, Sociales et Stratégiques*, à paraître.
- Miller D. (1996), « Configurations Revisited », *Strategic Management Journal*, vol. 17, n° 7, p. 505-512.
- Mintzberg H. (1976), *Structure et dynamique des organisations*, Éditions d'Organisation.

- Mir R. et Watson A. (2000), « Strategic Management and the Philosophy of Science : The Case for a Constructivist Methodology », *Strategic Management Journal*, vol. 21, p. 941-954.
- Mir R. et Watson A. (2001), « Critical Realism and Constructivism in Strategy Research : Toward a Synthesis », *Strategic Management Journal*, vol. 22, p. 1169-1173.
- Morin E. (1986), *La Méthode, tome 3 : La Connaissance de la connaissance*, Le Seuil.
- Moulier-Boutang Y. (2007), *Le Capitalisme Cognitif. La Nouvelle Grande Transformation*, Éditions Amsterdam.
- Nag R., Hambrick D.C. et Chen M.J. (2007), « What is Strategic Management Really ? Inductive Derivation of a Consensus Definition of the Field », *Strategic Management Journal*, vol. 28, p. 935-955.
- Pastré O. et Vigier M. (2004), *Le Capitalisme déboussolé*, La Découverte.
- Penrose E. (1959), *The Theory of the Growth of the Firm*, John Wiley & Sons.
- Peyrelevalde J. (2005), *Le Capitalisme Total*, Ed. Seuil et La République des Idées.
- Polanyi K. (1944), *La Grande Transformation*, Gallimard, traduction française 1983.
- Poirier L. (1987), *Stratégie théorique II*, Economica.
- Porter M.E. (1981), *Competitive Strategy*, Free Press.
- Porter M.E. (1991), « Towards a Dynamic Theory of Strategy », *Strategic Management Journal*, vol. 12, Winter Special Issue, p. 95-117.
- Ramos-Rodriguez A.R. et Ruiz-Navarro J. (2004), « Changes in the Intellectual Structure of Strategic Management Research : A Bibliometric Study of the SMJ, 1980-2000 », *Strategic Management Journal*, vol. 25, p. 981-1004.
- Seidl D. (2007), « General Strategy Concepts and the Ecology of Strategy Discourses », *Organization Studies*, vol. 28, p. 197-218.
- Selznick P. (1957), *Leadership in Administration : A Sociological Interpretation*, Harper and Row.
- Simon H.A. (1947), *Administrative Behavior*, Macmillan.
- Singer A.E. (1994), « Strategy as Moral Philosophy », *Strategic Management Journal*, vol. 15, p. 191-213.
- Stiegler B. (2004), *De la misère symbolique, tome 1, L'époque hyperindustrielle*, Galilée.
- Stiglitz J.E. (2003), *Quand le capitalisme perd la tête*, Fayard.

- Tabatoni P. et Jarniou P. (1975), *Les Systèmes de Gestion. Politiques et Structures*, PUF.
- Tranfield D. (2006), « Management as a Design Science Mindful of Art and Surprise », *Journal of Management Inquiry*, vol. 15, p. 413-424.
- Tsoukas H. (2005), *Complex Knowledge – Studies in Organizational Epistemology*, Oxford University Press.
- Volberda H.W. (2004), « Crisis in Strategy : Fragmentation, Integration or Synthesis », *European Management Review*, vol. 1, p. 35-42.
- Volberda H.W. et Elfring T. (2001), *Rethinking Strategy*, Sage.
- Wernerfelt B. (1984), « A Resource-Based View of the Firm », *Strategic Management Journal*, vol. 5, n° 2, p. 171-180.
- Whittington R. (2004), « Strategy after Modernism Recovering Practice », *European Management Review*, vol. 1, p. 96-104.
- Wicks A.C. et Freeman R.E. (1998), « Organization Studies and the New Pragmatism : Positivism, Anti-Positivism and the Search for Ethics », *Organization Science*, vol. 9, n° 2, p. 123-140.
- Williamson O.E. (1975), *Markets and Hierarchies*, Free Press.
- Williamson O.E. (1991), « Strategizing, Economizing and Economic Organizations », *Strategic Management Journal*, vol. 12, p. 75-94.