



HAL
open science

Éditorial. Valoriser n'est pas jouer : l'écosystème Rfg

Christian Makaya, Hugo Gaillard

► **To cite this version:**

Christian Makaya, Hugo Gaillard. Éditorial. Valoriser n'est pas jouer : l'écosystème Rfg. Revue Française de Gestion, 2024, 319, pp.11-15. hal-04811227

HAL Id: hal-04811227

<https://hal.science/hal-04811227v1>

Submitted on 29 Nov 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Valoriser n'est pas jouer : l'écosystème *Rfg*

Christian Makaya, *Ascensia Business School*

Hugo Gaillard, *Le Mans Université*

Face aux Grands Challenges, défis partagés, *big problems*, enjeux communs, qu'ils soient environnementaux, climatiques, économiques, technologiques, démocratiques ou géopolitiques, la recherche en sciences de gestion et du management peut jouer un rôle de tout premier plan. Pour autant, notre discipline occupe une place assez peu reconnue dans le débat public (Lacan et Martin, 2022) et les connaissances produites par notre communauté sont aujourd'hui encore insuffisamment valorisées. Il est vrai que ce problème de valorisation n'est pas que le "nôtre" : c'est un problème récurrent d'autres disciplines scientifiques. Le but de la valorisation est, littéralement, de donner de la valeur aux résultats de la recherche, et cette préoccupation est ainsi un véritable enjeu de société. D'ailleurs, le Haut Conseil de l'évaluation de la recherche et de l'enseignement supérieur (Hcéres) évalue, et pour toutes les disciplines, l'inscription des activités de recherche dans la société à travers notamment le développement des produits à destination du monde culturel, économique et social et la participation aux débats de société. La valorisation nécessite de prêter attention à la pertinence, l'accessibilité et la diffusion des connaissances produites, sans rien concéder sur le plan de la rigueur. En sciences de gestion, une partie prenante décisive est constituée des organisations (entreprises, associations, administrations, etc.), auxquelles les résultats des recherches peuvent être potentiellement utiles afin de repenser la régulation de l'action collective.

Dans ce contexte, les questions de valorisation et de médiation scientifique sont l'objet de plus en plus d'initiatives (qui se veulent) innovantes et sont parfois inattendues, s'adressant à une diversité de publics (praticiens, chercheurs, étudiants, politiques, citoyens). Le Centre National de la Recherche Scientifique (CNRS) propose ainsi de transformer des thèses en mangas, pour rendre des concepts accessibles à un large public, tout en engageant l'imaginaire collectif, et en redonnant une image de modernité à la recherche. Ce projet a été l'objet de critiques, certains estimant que ce format réduit la complexité des sujets scientifiques et pourrait dénaturer la recherche, la rendant moins sérieuse et moins crédible, à l'instar des formats de présentation « Ma thèse en 180 secondes ». D'autres considèrent que la valorisation doit jouer un rôle moins cosmétique, plus en amont, intégré et interactif (Akrich et al., 1988 ; Laperche, 2002).

En ligne avec cette conception et dans le domaine des sciences de gestion et du management, la *Revue française de gestion (Rfg)* occupe une place singulière. Fondée à l'origine pour être en prise directe avec les problématiques managériales et rassembler chercheurs et praticiens en management (Eichenberger, 2023 : 1975), la revue a mis sur pied depuis plus de dix ans (Denis, 2014) un écosystème de valorisation sans cesse renouvelé (Gaillard et Cloarec, 2023). D'abord, (1) la préoccupation du potentiel de valorisation des articles est intégrée dès leur évaluation et la charte éditoriale de la *Rfg* met l'accent sur le type d'articles et de sujets qu'elle entend publier.

Sur le fond, les travaux publiés dans la *Rfg* doivent être en lien avec les préoccupations des organisations. Sur la forme, ces articles ne se contentent pas d'inclure un paragraphe sur les implications managériales, mais doivent être lisibles et actionnables par des professionnels : écriture fluide, limitation du nombre de références, encadré méthodologique. Il s'agit en somme d'un modèle de valorisation par conception (*by design*). Ensuite, (2) grâce à ses partenariats avec des médias-clés tels que Xerfi Canal, The Conversation ou Le Monde (depuis le projet Némésis), la *Rfg* a adopté une approche volontariste et pionnière (Denis, 2018) en vue de diffuser les résultats des travaux publiés vers des audiences ciblées (e.g. professionnels, férus d'analyses scientifiques de l'actualité, grand public, etc.). Toujours dans un souci de développer un modèle intégré, les presque 300 vidéos *Xerfi Canal Research* présentant des articles *Rfg* seront ainsi bientôt accessibles directement sur les pages de consultation des articles sur Cairn. D'ailleurs, les actions de la *Rfg* inspirent d'autres revues de premier plan de notre champ et en dehors. Enfin, cet écosystème intégré et partenarial a été soutenu par la création précoce d'un rôle de chargé de la valorisation en soutien de l'équipe éditoriale. Ce dernier permet (3) un engagement dynamique dans la diffusion sur les réseaux sociaux : le compte *LinkedIn*¹ de la revue est suivi par près de 10 000 abonnés, sans comparaison possible avec d'autres revues francophones et au niveau des meilleures revues anglo-saxonnes (l'*Academy of Management Journal* compte à ce jour 13 000 abonnés).

Des questionnements restent ouverts, beaucoup reste à inventer, et la *Rfg* ne se repose pas sur ses lauriers. En ce sens, dans son numéro 314, est publiée - pour la première fois dans une revue francophone de sciences de gestion - une synthèse d'article sous forme de bande dessinée. L'article original, « Hyperloop, une mythologie de marchés », signé en 2022 par Élise Berlinski, Marianne Strauch et Quentin Plantec dans le numéro 304, portait sur l'Hyperloop, un projet de transport futuriste promu par Elon Musk. S'il s'agit bien là d'une initiative originale de valorisation, elle est rendue possible par le choix d'un sujet qui s'y prête, l'ouverture de la revue, et l'engagement des auteurs. Est-ce possible pour tous les articles ? Est-ce souhaitable ? Faut-il aller encore plus loin et, à l'heure de la standardisation du format article, pousser à ce que les résultats de la recherche soient aussi publiés sous d'autres formats que des articles (vidéos, théâtre, etc.) ? Ces questions font aussi écho à des réflexions actuelles qui portent sur la manière d'évaluer la recherche.

Plus tôt déjà, et dans les colonnes de la *Rfg*, Dubost et Kalika (2019) identifiaient des tensions pour les équipes de gouvernance des revues qui freinent leur engagement dans la recherche d'impact managérial, par la valorisation : la difficulté de mesure, le manque de temps pour suivre les retombées... et le manque de reconnaissance par les classements des revues académiques. Si les limites fortes de ces classements sur le plan institutionnel (mise sous contrôle des académiques), scientifique (standardisation de l'écriture), individuel (démontage de l'enseignant-chercheur en kit), et organisationnel (création d'ego-academicus) sont largement documentées (e.g. Rouquet, 2017), ceux-ci jouent un rôle important, pleinement politique, mais selon nous encore trop peu orienté vers la valorisation. Le classement anglais des revues de l'*Association of Business School* (ABS) se base ainsi essentiellement sur l'évaluation des métriques en termes de citation académique. Dans sa dernière version, deux

¹ <https://www.linkedin.com/company/larfg> (consulté le 26/11/2024)

indicateurs ont pourtant été introduits afin d'évaluer l'impact des journaux au-delà du monde académique² : le nombre d'articles publiés qui sont issus de collaborations entre académiques et non académiques ; le nombre de citations des articles dans les « policy documents ». Récemment, Andrew Jack, qui pilote les classements pour le *Financial Times*, a fourni des conseils à destination des éditeurs de journaux en matière de valorisation, parmi lesquels... le fait de proposer des ressources qui facilitent l'appropriation des travaux lors des cours et par la société, et de mettre l'accent sur l'impact managérial des travaux (Haenlein et Jack, 2024).

Pour ce qui est du contexte francophone, dans lequel le classement produit par la Fnege est aujourd'hui dominant, la situation est paradoxale. De manière pionnière, il avait - au cours du classement 2022 - été décidé d'inclure dans la grille d'évaluation des journaux français, pour la partie consacrée à la diffusion et à l'impact, un critère afin d'évaluer la visibilité et l'activité des revues sur les réseaux sociaux professionnels (nombre d'abonnés sur Twitter - désormais X, de relations sur LinkedIn, de visiteurs uniques sur le site internet, de posts par an, etc.). Las ! Pour ce qui est du prochain classement 2025, le collège des associations scientifiques a décidé de supprimer ce critère, sans le remplacer par aucun autre. Cela fait que la valorisation est la grande absente du classement, qui se contente classiquement d'évaluer le seul impact d'une revue à travers sa réception par les académiques. Ce classement, en tant qu'instrument de gestion et donc technologie invisible (Berry, 1983), porte ainsi au fond la vision que le seul rôle d'une revue académique en management... est de parler aux académiques !

Notre propos pourrait laisser penser que nous avons progressivement glissé d'une analyse de l'enjeu de la valorisation et de ses conditions de mise en œuvre vers une discussion technique sur les critères du – nécessaire – classement français des revues de gestion. Nous pensons qu'il s'agit au contraire du même sujet et invitons ainsi à considérer que valoriser n'est pas jouer, et que le pluralisme des formes de cette activité doit être considéré avec la plus grande attention par les associations académiques et les instances qui produisent des normes. Sur ce point, la *Rfg* a un positionnement précurseur, clair et assumé depuis l'origine, et a construit un écosystème de valorisation intégré, dynamique et partenarial. Les statistiques de consultation de la revue *via* Cairn (plus d'un million de consultations hors du monde académique par an en moyenne sur trois ans ; Rouquet, 2024) ou sa place dans le peloton de tête des revues francophones sur *Google Scholar* (quatrième revue, première de gestion³) témoignent du succès de ce modèle.

Ainsi, nous appelons à une plus grande reconnaissance de l'engagement des revues dans la valorisation, notamment celles qui construisent leurs propres écosystèmes, comme le fait la *Rfg*. Cela pourrait se faire en donnant plus de place à des critères qualitatifs d'évaluation des revues, qui reconnaissent et valorisent la singularité de ces écosystèmes. La présence forte sur les réseaux sociaux ou encore l'encouragement à fournir des récits d'impact en collaboration entre les auteurs et les organisations, seraient de premiers pas. L'enjeu est aussi politique, pour permettre de faire vivre la singularité de la recherche francophone en sciences de gestion et du management (Albouy et al., 2019), et que celle-ci exprime son plein potentiel. L'enjeu est ainsi de faire perdurer la vision qu'avait la FNEGE de la recherche en sciences de gestion du management et lorsqu'elle a créé la *Rfg*, c'est-à-dire de faciliter le rayonnement, l'originalité,

² <https://d1sqxrh4fb2al3.cloudfront.net/ajg-2024-methodology.pdf> (consulté le 26/11/2024)

³ https://scholar.google.com/citations?view_op=top_venues&hl=en&vq=fr (consulté le 26/11/2024)

et l'autonomie propre des recherches françaises et francophones en management, dans l'espace européen, dans l'espace francophone, mais aussi bien au-delà (Eichenberger, 2023 : 1975) et d'autant plus encore face aux défis majeurs évoqués en introduction de ce texte.

Références

Akrich, M., Callon, M., Latour, B. (1988), « À quoi tient le succès des innovations », *Gérer et Comprendre, Annales des Mines*, p. 4-17.

Albouy, M., Charreaux, G., Colasse, B., Fabbe-Costes, N., Hatchuel, A., Martinet, A. et Pérez, R. (2019). Le « management » n'est pas une science anglo-saxonne. *Revue française de gestion*, N° 278(1), 11-13.

Berry, M. (1983). *Une technologie invisible : L'impact des instruments de gestion sur l'évolution des systèmes humains*. Cahiers du Centre de Recherche en Gestion.

Denis, J. (2014). La RFG à l'heure de la métamorphose « Que nul ne soit (plus) censé ignorer la recherche en management... » *Revue française de gestion*, N° 238(1), 5-9.

Denis, J. (2018). La RFG fait son cinéma. *Revue française de gestion*, N° 270(1), 11-16.

Dubost, N. et Kalika, M. (2019). Pour quel impact œuvrent les revues académiques ? Une approche par la théorie des communs. *Revue française de gestion*, N° 284(7), 125-147.

Eichenberger, J. (2023). Éditorial de Jean-Yves Eichenberger, *Revue française de gestion*, n° 2, novembre 1975. *Revue française de gestion*, N° 309(2), 15-16.

Gaillard, H. et Cloarec, J. (2023). Chapitre 16. Valorisation(s) et impact(s) : vers un nouvel incontournable doctoral ? in. Gaillard, H., Cloarec, J., Senn, J. et Grandazzi, A. (dir.), *L'expérience de la thèse en management Regards croisés de jeunes docteurs*. (p. 301 -320). EMS Éditions.

Haenlein, M., & Jack, A. (2024). Measuring the long-term impact of business school research on academia, teaching, society, and decision makers. *International Journal of Research in Marketing*.

Lacan, A. et Martin, V. (2022). Pour une parole audible des chercheurs en sciences de gestion dans l'espace médiatique Pistes de solutions. *Revue française de gestion*, N° 307(6), 85-97.

Laperche, B. (2002). Le carré organique de la valorisation de la recherche. Le cas d'une jeune université dans un contexte de crise. *Politiques et gestion de l'enseignement supérieur*, n° 14(3), 171-198.

Rouquet, A. (2017). Face à la tyrannie des étoiles : révoltons-nous ! *Revue française de gestion*, N° 267(6), 133-147.

Rouquet, A. (2024). La *Revue française de gestion*, bientôt cinquantenaire ! *Revue française de gestion*, N° 314(1), 9-16.