

SOMMAIRE

PRÉFACE 9

*Sébastien Podevyn-Menant, Codirecteur de l'Observatoire de l'économie,
Fondation Jean-Jaurès*

INTRODUCTION. FRIEDRICH, GASTON, GILBERT... ET LES AUTRES : L'IMAGINAIRE RENOUVELÉ13

Elizabeth Couzineau-Zegwaard et Olivier Meier

1. Les protagonistes d'une révolution épistémologique..... 14
2. La crise des paradigmes traditionnels en sciences de gestion 17
3. Défis épistémologiques et méthodologiques..... 18
4. L'héritage des précurseurs et les perspectives d'avenir..... 22

PARTIE 1. SYSTÈMES ET ORGANISATIONS, LE RÔLE DES IMAGINAIRES ET MÉTAPHORES 27

Chapitre 1. Le jardin : une métaphore pour (re)penser la culture du sens par l'acheteur au sein des chaînes d'approvisionnement durables 29

Jeanne Bessouat et Laurence Viale

- Introduction 29
1. Brève perspective historique sur les métaphores 30

2. Quand la métaphore éclaire, transforme et fédère en sciences de gestion	31
3. La chaîne logistique durable comme un jardin à cultiver : une métaphore fertile pour penser la résilience	33
4. Les compétences de l'acheteur dans son jardin : l'imaginaire comme compétence « vraiment » professionnelle ?	38
Conclusion	42

Chapitre 2. L'organisation, un organisme vivant comme les autres ? ..45

Laurent Tarnaud

Introduction	46
1. L'évolution : une perspective intégrative	48
2. L'innovation n'a pas de but.....	52
3. L'innovation, une adaptation comme une autre	55
4. L'ontogenèse	57
Conclusion.....	62

Chapitre 3. Marketing et Anthropocène : une exploration des imaginaires du marketing durable 67

Anne Vaal

Introduction	67
1. Les défis du marketing à l'ère de l'Anthropocène.....	68
2. Les imaginaires des marketing durables.....	71
3. Implications pour un marketing à la hauteur des enjeux de l'Anthropocène.....	76
Conclusion.....	78

Chapitre 4. Le pouvoir des symboles dans les fusions-acquisitions. Les enjeux stratégiques de l'identité de marque 83

Julien Fernando

Introduction	83
1. Comprendre le rôle des objets symboliques à l'aide de la sociologie de l'acteur-réseau	84
2. Décryptage des principales stratégies adoptées pour faire évoluer l'identité	89
Conclusion.....	93

PARTIE 2. LES INDIVIDUS ET LES IMAGINAIRES EN ACTION . 97

Chapitre 5. La crise permanente dans l'imaginaire médiatique et les imaginaires individuels : causes et conséquences d'une actualité saturée de catastrophes..... 99

Christophe Piar

Introduction 99

1. Des médias qui profitent de l'importance de la surveillance de l'environnement dans les sociétés humaines et du biais de négativité qui en résulte 102

2. Les conséquences sur les imaginaires individuels : des images mentales illusionnantes qui peuvent causer des troubles anxieux . 106

Conclusion..... 109

Chapitre 6. Véhicules autonomes en transition : réconcilier les imaginaires collectifs et les contraintes réelles 113

Fabio Antonialli

Introduction 113

1. Les véhicules autonomes dans l'imaginaire collectif 116

2. La confrontation de l'imaginaire avec la réalité..... 120

3. La voie à suivre : repenser la mobilité autonome future 125

Conclusion..... 127

Chapitre 7. IA, réseaux sociaux et imaginaires, de l'autre côté de l'algorithme 135

Yann Levy

Introduction 135

1. L'IA et son environnement : imaginaire ou fantasmes ? 137

2. De l'imaginaire au virtuel..... 140

Conclusion..... 148

Chapitre 8. De l'imaginaire à l'action, la force du récit dans la transition sociale et environnementale..... 153

Interview de Lolita Rubens, Professeure des universités en psychologie sociale de l'Université Paris-Est Créteil

Elizabeth Couzineau-Zegwaard, Olivier Meier et Laurent Tarnaud

Introduction 153

1. Lolita Rubens, de la psychologie sociale à la psychologie environnementale	154
2. L'imaginaire et le changement comportemental.....	155
3. Les leviers d'action	156
4. Obstacles, résistances et transformation des représentations	157
5. Les récits et la légitimation de l'action collective	158
6. L'imaginaire en perspective	159
Conclusion.....	160

POSTFACE. L'IMAGINAIRE : LE NOUVEAU CŒUR DES SCIENCES DE GESTION ? 163

*Cédric Ghetty, Directeur Général de PPA Business School,
Réseau SKOLAE*

1. Des métaphores qui renouvellent la pensée managériale.....	164
2. L'imaginaire comme réponse face aux crises contemporaines	164
3. L'imaginaire, boussole pour naviguer dans l'incertitude	165

PRÉSENTATION DES AUTEURS..... 167