



Maison du Livre



LARIME

Laboratoire de Recherche Interdisciplinaire sur
les Mutations des Economies et des Entreprises
مخبر للبحوث متعددة الاختصاصات في التغيرات الاقتصادية و إدارة الأعمال

**15ème Anniversaire du laboratoire LARIME
2011-2026**

Appel à contribution : Chapitres d'ouvrage

**Ouvrage collectif
Rupture dans les organisations contemporaines :
une perspective en management et en études organisationnelles**

Editeurs

Anissa Ben Hassine, Professeure en
Management Public, ESSEC Tunis,
Laboratoire LARIME, Université de Tunis,
Tunisie benhassineanissa@gmail.com

Khaled Tamzini, Professeur en Management,
FSEG de Sousse, Laboratoire LaREMFiQ,
Université de Sousse, Tunisie
tamzinik@gmail.com

Rupture dans les organisations contemporaines : une perspective en management et en études organisationnelles

Présentation de l'ouvrage :

Cet ouvrage collectif est publié à l'occasion du 15^{ème} anniversaire du laboratoire LARIME. Il adopte une perspective résolument interdisciplinaire pour explorer la thématique de la rupture, un phénomène qui définit désormais le paysage organisationnel contemporain.

Nous sollicitons des contributions originales de chercheurs issus de diverses disciplines, s'inscrivant dans l'un des axes thématiques présentés ci-dessous. Les modalités de soumission et les détails de procédure sont indiqués à la fin de cet appel.

Introduction de l'ouvrage :

Les débats récents parmi les chercheurs en management ont mis de plus en plus l'accent sur des thématiques harmonieuses et normativement attractives telles que l'inclusion sociale, les nouvelles formes de travail ou la démocratisation des marchés. Bien que ces sujets soient indéniablement importants (tant sur le plan académique que pratique), ils tendent à minimiser les défis plus pressants et systémiques auxquels les organisations sont actuellement confrontées. Les entreprises contemporaines évoluent dans un environnement caractérisé non pas par un changement épisodique, mais par une rupture persistante, façonnée par des interdépendances complexes, des exigences paradoxales et des dynamiques difficiles à prévoir ou à maîtriser. L'instabilité géopolitique, la fragmentation réglementaire, les avancées technologiques rapides, les transformations démographiques ainsi que les chocs liés au climat et aux crises sapent collectivement les hypothèses de stabilité environnementale et appellent à une focalisation stratégique sur l'adaptabilité, le *sensemaking* et le renouvellement continu (March, 1991; Greenwood et al., 2011; Witt, 2019; Henisz et al., 2021).

À l'ère de la rupture, le management requiert de plus en plus agilité organisationnelle, innovation et résilience, plutôt qu'un recours à la planification statique et aux modèles axés sur l'efficacité. De manière importante, la rupture se manifeste dans l'ensemble des activités, fonctions et domaines organisationnels. **La rupture stratégique** implique des changements profonds dans les contextes géopolitiques et institutionnels, les structures de marché, les technologies et les modèles d'affaires dominants, déstabilisant les sources établies d'avantage concurrentiel et remettant en cause les logiques dominantes des organisations (Tripsas & Gavetti, 2000; Burgelman, 2002; Jacobides et al., 2018; Teece, 2010). **La rupture marketing** reflète des transformations fondamentales des logiques sectorielles et des arrangements de marché, modifiant la manière dont la valeur est construite et communiquée, dont les entreprises et les clients interagissent, et dont la légitimité est médiatisée par des canaux de plus en plus algorithmiques et numériques (Fligstein, 2001; Kjellberg & Helgesson, 2006; Prahalad & Ramaswamy, 2004; Gillespie, 2014). **La rupture des chaînes d'approvisionnement** met en lumière la fragilité des systèmes mondiaux interconnectés de production et de distribution, générant des interruptions imprévisibles qui entravent la libre circulation des biens, services et informations, et nécessitant un passage d'approches centrées

sur l'efficacité vers des approches orientées vers la résilience (Choi et al., 2001; Tang, 2006; Ponomarov & Holcomb, 2009; Wieland & Wallenburg, 2013). Enfin, **la rupture des ressources humaines** résulte des effets conjoints du changement technologique et des transformations sociétales, redéfinissant les exigences en matière de compétences, les relations d'emploi, l'autorité managériale et les attentes des salariés concernant le travail, l'identité et l'appartenance organisationnelle (Autor et al., 2003; Kellogg et al., 2020; Kalleberg, 2009; Petriglieri, 2011).

Ces dynamiques de rupture ne sont pas seulement fondamentales par nature ; elles sont également systémiques, affectant souvent l'ensemble des organisations plutôt que des fonctions isolées. À mesure que la rupture stratégique reconfigure les chaînes d'approvisionnement, que la rupture marketing modifie les exigences en compétences et que le changement technologique transforme simultanément la stratégie, les opérations et les ressources humaines, la gestion de la rupture devient un défi intrinsèquement intégrateur. Par conséquent, la rupture ne peut être traitée par des réponses fonctionnelles isolées, mais exige une approche holistique du management, fondée sur la gestion des paradoxes, la résilience organisationnelle, l'agilité stratégique et opérationnelle, la gouvernance des risques et la reconfiguration continue des modèles d'affaires (Farjoun, 2010; Smith & Lewis, 2011).

Dans ce contexte, la thématique de cet ouvrage est particulièrement pertinente pour les recherches examinant la manière dont les organisations naviguent dans les eaux troubles du changement perturbateur soutenu et développent les capacités nécessaires pour demeurer viables dans un monde de plus en plus instable.

Vous trouverez ci-dessous une version étendue des huit types de rupture dans les organisations contemporaines (une perspective d'études de gestion et d'organisation) cités ci-dessus.

1. Rupture stratégique : reconfigurer les fondements de l'orientation organisationnelle

La rupture stratégique renvoie à des changements structurels profonds qui remettent en cause les hypothèses fondamentales sous-jacentes à la stratégie organisationnelle, à l'avantage concurrentiel et à la planification à long terme. Contrairement au changement environnemental incrémental, elle déstabilise les logiques dominantes et contraint les organisations à reconsidérer leur positionnement, leur identité et leur finalité (Tripsas & Gavetti, 2000; Burgelman, 2002).

1.1 Rupture géopolitique et institutionnelle

Les recherches récentes soulignent que l'instabilité géopolitique, la volatilité institutionnelle et la fragmentation réglementaire influencent de manière croissante la prise de décision stratégique (Witt, 2019; Henisz et al., 2021). Les conflits commerciaux, les sanctions et les crises régionales créent des discontinuités qui ne peuvent être appréhendées par les modèles traditionnels de prévision, obligeant les entreprises à adopter des stratégies adaptatives et politiquement informées.

Les ruptures institutionnelles, notamment dans les domaines de la gouvernance des données, de la réglementation environnementale et des régimes de conformité, remettent en cause l'hypothèse de systèmes normatifs stables et incitent les organisations à privilégier la planification par scénarios et la flexibilité stratégique (Oliver, 1991; Greenwood et al., 2011).

1.2 Rupture des structures de marché et de la concurrence

La rupture stratégique émerge également des transformations des structures de marché, notamment le brouillage des frontières sectorielles et l'essor des plateformes numériques et des écosystèmes (Jacobides et al., 2018). Ces évolutions affaiblissent les sources établies d'avantage concurrentiel et exposent les acteurs en place à de nouvelles formes de concurrence émanant d'acteurs non traditionnels.

D'un point de vue stratégique, la rupture introduit des paradoxes persistants : exploitation versus exploration (March, 1991), efficacité versus adaptabilité, stabilité versus changement (Smith & Lewis, 2011).

1.3 Rupture technologique et des modèles d'affaires vers la circularité et la frugalité

Le changement technologique agit comme un catalyseur de rupture stratégique en permettant l'émergence de nouveaux modèles d'affaires qui redéfinissent la création et la captation de valeur (Teece, 2010). Les technologies numériques, l'intelligence artificielle et les architectures fondées sur les données ne se contentent pas d'améliorer les processus ; elles remettent en cause les logiques dominantes et les cadres cognitifs des organisations (Tripsas & Gavetti, 2000). Les organisations doivent ainsi développer des capacités dynamiques (la capacité de détecter, saisir et transformer) afin de survivre dans des contextes de rupture soutenue (Teece et al., 1997).

La rupture technologique converge de plus en plus avec l'innovation des modèles d'affaires orientée vers la durabilité et l'efficacité des ressources. Les organisations évoluent au-delà des modèles linéaires fondés sur la propriété vers des modèles circulaires mettant l'accent sur la réutilisation, le recyclage, le reconditionnement et les systèmes en boucle fermée.

L'essor de l'économie de fonctionnalité et des modèles fondés sur l'usage déplace la création de valeur de la propriété du produit vers la fourniture de services, tandis que le partage de ressources, la mutualisation et l'innovation frugale remettent en question les hypothèses relatives à l'échelle, à la croissance et à la consommation. Ces modèles perturbent les paradigmes technologiques et économiques dominants en redéfinissant la création de valeur, les structures de coûts et les relations clients, tout en répondant simultanément aux contraintes environnementales et aux attentes sociétales.

2. Rupture marketing : transformer la création de valeur et l'engagement client

La rupture marketing reflète des changements fondamentaux dans la construction des marchés, la communication de la valeur et l'organisation des relations entre entreprises et clients.

2.1 Rupture du statu quo sectoriel

Les recherches en études organisationnelles montrent que les marchés sont socialement construits et stabilisés par des significations partagées, des pratiques et des structures de légitimité (Fligstein, 2001). La rupture marketing survient lorsque de nouveaux acteurs redéfinissent les propositions de valeur, les modèles tarifaires ou les expériences clients, déstabilisant ainsi les arrangements de marché dominants (Kjellberg & Helgesson, 2006).

2.2 Transformation des relations entreprise–client

Les plateformes numériques et les technologies interactives transforment les clients de simples récepteurs passifs en co-créateurs actifs de valeur (Prahalad & Ramaswamy, 2004). Ce déplacement réduit les asymétries traditionnelles de pouvoir et d'information et accroît l'exposition des entreprises aux risques réputationnels et aux défis de légitimité (Bitektine & Haack, 2015).

Le marketing devient ainsi moins une activité de persuasion qu'un processus continu de *sensemaking* et d'engagement, dans lequel la confiance et l'authenticité sont constamment évaluées (Hajli et al., 2017).

2.3 Rupture des canaux de communication

La communication médiée par des algorithmes reconfigure la production, le filtrage et l'interprétation des messages marketing. Les entreprises perdent progressivement le contrôle direct de la visibilité et de la portée, les algorithmes des plateformes gouvernant l'attention et la pertinence (Gillespie, 2014).

Cela crée de nouveaux défis en matière de légitimité organisationnelle et de cohérence de marque, renforçant la nécessité de capacités marketing interprétatives et adaptatives (Vaara et al., 2016).

3. Rupture des chaînes d'approvisionnement : fragilité des systèmes interconnectés

La rupture des chaînes d'approvisionnement renvoie à des interruptions systémiques qui compromettent les flux de matériaux, d'informations et de services au sein des réseaux organisationnels.

3.1 Sources de rupture

Les chaînes d'approvisionnement mondialisées et orientées vers l'efficacité sont particulièrement vulnérables aux chocs (Choi et al., 2001; Tang, 2006). Les tensions géopolitiques, les pandémies, les événements climatiques et les cyber risques révèlent des interdépendances cachées et amplifient les effets de rupture à travers les réseaux.

3.2 Conséquences organisationnelles et en réseau

Les ruptures génèrent des défaillances en cascade dépassant les frontières des entreprises individuelles, soulignant l'importance de la coordination et de la gouvernance inter-organisationnelles (Ivanov & Dolgui, 2020). Les approches traditionnelles de gestion des risques, qui supposent une causalité linéaire, sont de plus en plus inadaptées dans des systèmes aussi complexes.

3.3 De l'efficacité à la résilience

Les travaux récents préconisent une transition vers des stratégies de chaîne d'approvisionnement orientées vers la résilience, mettant l'accent sur la redondance, la diversification et la visibilité numérique (Ponomarov & Holcomb, 2009; Wieland &

Wallenburg, 2013). Cette transition introduit toutefois de nouveaux paradoxes entre efficacité, durabilité et robustesse.

4. Rupture des ressources humaines : redéfinir le travail, les compétences et l'appartenance organisationnelle

La rupture des ressources humaines découle du changement technologique, des transformations démographiques et de l'évolution des attentes sociétales.

4.1 Rupture technologique du travail

L'automatisation et l'intelligence artificielle redéfinissent les structures d'emploi, les exigences en compétences et les systèmes d'évaluation de la performance (Autor et al., 2003; Kellogg et al., 2020). Le management algorithmique remet en question les formes traditionnelles d'autorité et soulève des préoccupations concernant l'autonomie, le contrôle et l'équité (Meijerink & Bondarouk, 2021).

4.2 Transformations sociétales et démographiques

La diversité générationnelle, le vieillissement de la population active et les nouvelles attentes en matière d'équilibre vie professionnelle–vie privée perturbent les pratiques RH établies et les contrats psychologiques (Rousseau, 1995; Kalleberg, 2009). Les employés attendent de plus en plus des organisations flexibilité, sens du but et responsabilité éthique, ce qui oblige les systèmes RH à s'adapter.

4.3 Rupture psychologique et identitaire

Les ruptures continues affectent le sentiment de sécurité, l'identité et le sentiment d'appartenance organisationnelle des employés. Les recherches en sciences des organisations montrent que l'incertitude et le changement constant peuvent miner la confiance et l'engagement, à moins d'être gérés activement par le leadership, la communication et des pratiques participatives (Ashforth & Mael, 1989 ; Petriglieri, 2011).

Ainsi, les ruptures en matière de ressources humaines sont indissociables des enjeux plus larges de légitimité, de culture et d'éthique organisationnelles.

4.4 Rupture environnementale et gestion verte des ressources humaines (Green HR)

Au-delà des transformations du monde du travail induites par la technologie, la gestion des ressources humaines est de plus en plus bouleversée par les impératifs environnementaux et de développement durable. La gestion verte des ressources humaines (GVRH) représente une forme de rupture qui réoriente les pratiques RH vers la responsabilité environnementale. Cela inclut des processus de recrutement et de sélection écologiques qui privilégient les valeurs et les compétences environnementales, des programmes de formation écologiques qui encouragent les comportements écoresponsables et des systèmes de gestion de la performance qui intègrent des critères de durabilité. Ces pratiques contribuent à la diffusion d'une culture organisationnelle écoresponsable et transforment l'identité, la motivation et l'engagement des employés. La GVRH bouleverse ainsi les logiques RH traditionnelles en intégrant la durabilité au cœur de la gestion des personnes plutôt que de la considérer comme une préoccupation périphérique.

6. Rupture financière et finance durable

La rupture financière traduit une profonde reconfiguration de la manière dont les organisations accèdent aux ressources financières, les allouent et les gèrent. L'essor de la finance durable, de l'investissement à impact, des obligations vertes et des mécanismes d'évaluation ESG remet en question la logique traditionnelle de la valeur actionnariale et introduit de nouveaux critères de performance. Les décisions financières sont de plus en plus influencées par les risques environnementaux et sociaux à long terme, les pressions réglementaires et la surveillance des parties prenantes. Cette disruption contraint les organisations à intégrer les enjeux de durabilité dans leurs processus d'allocation de capital, de gestion des risques et d'évaluation des investissements.

7. Rupture de la gouvernance et modèles orientés parties prenantes

La rupture de la gouvernance résulte d'exigences croissantes de transparence, de responsabilité et d'inclusion des parties prenantes. Les modèles de gouvernance traditionnels, hiérarchiques et centrés sur les actionnaires, sont de plus en plus remis en question par des approches multipartites intégrant des considérations environnementales, sociales et éthiques dans la prise de décision stratégique. De nouveaux mécanismes de gouvernance, tels que les formes organisationnelles hybrides, les structures de gouvernance participative et les systèmes de reporting intégrés, bouleversent les rapports de force établis et redéfinissent la responsabilité managériale. Cette évolution reflète les attentes sociétales plus larges concernant la raison d'être et la légitimité des entreprises dans un contexte de bouleversements mondiaux.

8. Interdépendances et implications managériales holistiques

Dans les quatre domaines étudiés, la rupture se révèle systémique, interdépendante et persistante, et non épisodique. La rupture stratégique remodèle les chaînes d'approvisionnement ; la rupture marketing modifie les besoins en compétences ; le changement technologique affecte simultanément la stratégie, les ressources humaines et les opérations.

Conformément aux perspectives systémiques et paradoxales de la recherche en management, cet ouvrage soutient que la rupture exige des compétences managériales intégratives, notamment l'agilité, la résilience et la gestion des paradoxes (Smith & Lewis, 2011 ; Farjoun, 2010). Gérer la rupture ne consiste donc pas à rétablir l'équilibre, mais à naviguer en permanence dans un contexte d'instabilité.

References

1. Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *Academy of Management Review*, 14(1), 20–39.
2. Autor, D. H., Levy, F., & Murnane, R. J. (2003). The skill content of recent technological change: An empirical exploration. *Quarterly Journal of Economics*, 118(4), 1279–1333.

3. Bitektine, A., & Haack, P. (2015). The “macro” and the “micro” of legitimacy: Toward a multilevel theory of the legitimacy process. *Academy of Management Review*, 40(1), 49–75.
4. Burgelman, R. A. (2002). *Strategy is destiny: How strategy-making shapes a company's future*. New York: Free Press.
5. Choi, T. Y., Dooley, K. J., & Rungtusanatham, M. (2001). Supply networks and complex adaptive systems: Control versus emergence. *Journal of Operations Management*, 19(3), 351–366.
6. Farjoun, M. (2010). Beyond dualism: Stability and change as a duality. *Academy of Management Review*, 35(2), 202–225.
7. Fligstein, N. (2001). *The architecture of markets: An economic sociology of twenty-first-century capitalist societies*. Princeton: Princeton University Press.
8. Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. In T. Gillespie, P. Boczkowski, & K. Foot (Eds.), *Media technologies* (pp. 167–194). Cambridge, MA: MIT Press.
9. Greenwood, R., Raynard, M., Kodeih, F., Micelotta, E. R., & Lounsbury, M. (2011). Institutional complexity and organizational responses. *Academy of Management Annals*, 5(1), 317–371.
10. Hajli, N., Sims, J., Zadeh, A. H., & Richard, M. O. (2017). A social commerce investigation of the role of trust in a social networking site on purchase intentions. *Journal of Business Research*, 71, 133–141.
11. Henisz, W. J., Dorobantu, S., & Narthey, L. (2021). Spinning gold: The financial returns to stakeholder engagement. *Strategic Management Journal*, 42(6), 1217–1245.
12. Ivanov, D., & Dolgui, A. (2020). Viability of intertwined supply networks: Extending the supply chain resilience angles. *International Journal of Production Research*, 58(10), 2904–2915.
13. Jacobides, M. G., Cennamo, C., & Gawer, A. (2018). Towards a theory of ecosystems. *Strategic Management Journal*, 39(8), 2255–2276.
14. Kalleberg, A. L. (2009). Precarious work, insecure workers. *American Sociological Review*, 74(1), 1–22.
15. Kellogg, K. C., Valentine, M. A., & Christin, A. (2020). Algorithms at work: The new contested terrain of control. *Academy of Management Annals*, 14(1), 366–410.
16. Kjellberg, H., & Helgesson, C.-F. (2006). Multiple versions of markets: Multiplicity and performativity in market practice. *Industrial Marketing Management*, 35(7), 839–855.
17. March, J. G. (1991). Exploration and exploitation in organizational learning. *Organization Science*, 2(1), 71–87.
18. Meijerink, J., & Bondarouk, T. (2021). The duality of algorithmic management. *Human Resource Management Review*, 31(4), 100785.
19. Oliver, C. (1991). Strategic responses to institutional processes. *Academy of Management Review*, 16(1), 145–179.
20. Petriglieri, J. L. (2011). Under threat: Responses to and the consequences of threats to individuals' identities. *Academy of Management Review*, 36(4), 641–662.
21. Ponomarov, S. Y., & Holcomb, M. C. (2009). Understanding the concept of supply chain resilience. *International Journal of Logistics Management*, 20(1), 124–143.
22. Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2004). Co-creation experiences: The next practice in value creation. *Journal of Interactive Marketing*, 18(3), 5–14.
23. Rousseau, D. M. (1995). *Psychological contracts in organizations*. Thousand Oaks, CA: Sage.
24. Smith, W. K., & Lewis, M. W. (2011). Toward a theory of paradox. *Academy of Management Review*, 36(2), 381–403.

25. Tang, C. S. (2006). Perspectives in supply chain risk management. *International Journal of Production Economics*, 103(2), 451–488.
26. Teece, D. J. (2010). Business models, business strategy and innovation. *Long Range Planning*, 43(2–3), 172–194.
27. Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533.
28. Tripsas, M., & Gavetti, G. (2000). Capabilities, cognition, and inertia. *Strategic Management Journal*, 21(10–11), 1147–1161.
29. Vaara, E., Sonenshein, S., & Boje, D. M. (2016). Narratives as sources of stability and change. *Academy of Management Review*, 41(3), 495–517.
30. Wieland, A., & Wallenburg, C. M. (2013). The influence of relational competencies on supply chain resilience. *Journal of Business Logistics*, 34(1), 1–19.
31. Witt, M. A. (2019). De-globalization: Theories, predictions, and opportunities. *Management and Organization Review*, 15(1), 5–17.

Calendrier

- Publication et diffusion de l'appel à contribution : mardi 10 mars 2026
- Dépôt des résumés étendus : 30 mai 2026
- Avis des éditeurs scientifiques : 15 juin 2026
- Dépôt des chapitres complets : 1er septembre 2026
- Avis du comité scientifique : 10 octobre 2026
- Dépôt des chapitres révisés : 5 novembre 2026
- Publication de l'ouvrage : Fin décembre 2026

Les contributions sont à envoyer aux éditeurs :

Pr. Anissa Ben Hassine, ESSECT, Université de Tunis, benhassineanissa@gmail.com

Et

Pr. Khaled Tamzini, FSEGS, Université de Sousse, tamzinik@gmail.com