

## EDITORIAL

*Ne pas croire à l'universalité du savoir est une hérésie,  
ignorer le prééminence du contexte est un non-sens.*

Au-delà du parti-pris du chercheur en sciences de gestion pour la déduction ou l'induction, les recherches scientifiques sur les phénomènes organisationnels gagnent en richesse et en pertinence lorsqu'elles accordent une place de choix dans leur construction au contexte dans lequel elles sont opérées.

L'universalité des connaissances en management, produites essentiellement aux États-unis et en Europe, est une chose bien établie. La simple vérification de ces connaissances dans des contextes socio-culturels, économiques, politiques, ... différents est insuffisante pour prétendre produire un savoir managérial actionnable. Occulter ces dimensions contingentes revient à ignorer des facteurs explicatifs, voire déterminants, dans la compréhension du comportement organisationnel.

La notion de contexte, et plus particulièrement son rôle dans le paradigme compréhensif, est assez étudiée en sociologie, anthropologie, économie et autres sciences humaines et sociales. Dans le champ du management par contre, les problématiques organisationnelles se soumettent encore peu à l'analyse contextuelle.

Les théories managériales, majoritairement anglo-saxonnes, mobilisées se révèlent parfois insuffisantes pour comprendre et expliquer toute la réalité organisationnelle et le vécu des acteurs localisés dans des contextes spécifiques.

L'ouvrage récemment publié par nos collègues Doha Sahraoui et Abdenbi Louitri (*Contexte et Contextualisation : Mosaïque d'approches en Management, 2020*) s'inscrit parfaitement dans cette mouvance scientifique qui montre l'intérêt et l'utilité de l'approche de contextualisation dans la production de savoir en Management. C'est un livre-plaidoyer pour valoriser les recherches bien "enracinées" dans leur contexte.

Le livre coordonnée par notre collègue Soufyane Frimousse (*Africa positive impact, 2020*) corrobore ce positionnement et plaide pour déconstruire des clichés et des représentations erronées, parfois folkloriques, associés à certains contextes peu explorés, notamment africains.

Nous estimons, que les supports de publication scientifique dans les pays émergents se doivent d'assumer la responsabilité de promouvoir et de valoriser la recherche produite dans des contextes spécifiques, et ne pas se limiter à la simple diffusion du savoir. Notre Revue Management & Innovation a pris ce pari et le comité de rédaction estime qu'il est nécessaire et socialement responsable de faciliter la valorisation de travaux scientifiques de qualité qui prennent les pays émergents et leurs organisations comme terrain de recherche.

7 articles et un regard d'expert ont été retenus pour ce second numéro. Les sujets traités par les 16 auteurs illustrent la richesse et la diversité des recherches qui se développent dans des contextes spécifiques.

Le 1er article, rédigé par *Sami Basly*, cherche à évaluer le rôle de l'orientation internationale du dirigeant comme variable modératrice de la relation entre l'influence familiale et les exportations au sein de la PME. À travers l'étude de 125 PME familiales, l'auteur tente de savoir si, dans la PME familiale, les exportations sont influencées par l'implication de la famille.

*Taieb Berrada El Azizi, Badr Habba et Azzeddine Alloui*, dans leur article tentent d'étudier, dans le contexte des pays arabes, l'incidence des contraintes financières sur l'investissement des entreprises familiales cotées. Leurs investigations mettent le focus sur la plus forte sensibilité de l'investissement aux liquidités détenues. Ce travail original permet d'améliorer la compréhension des facteurs de résilience des entreprises familiales cotées dans le monde arabe.

A travers leur article, *Zakaria Abbass et Mohammed Said Hammouchi* s'interrogent sur la nature des liens entre l'orientation du dirigeant marocain et la stratégie RSE de son entreprise. Par le biais d'une recherche empirique auprès de 151 entreprises, les auteurs soutiennent qu'une orientation ouverte du dirigeant affecte la perception sélective, l'interprétation et donc le choix de la stratégie RSE.

Dans un contexte de contestations sociales et sur la base de l'étude de cas de l'OCP, l'article de *Tariq Laajini et Adil Cherkaoui* cherche à explorer la réalité sociétale d'un groupe industriel minier marocain en matière des pratiques RSE. Dans cet article, les chercheurs tentent d'analyser le degré de prise de conscience de la redevabilité sociétale de l'entreprise envers son territoire d'action et s'interrogent sur l'opportunité de l'OCP à intégrer cette redevabilité à son business model.

L'article proposé par *Chaimaa Bendahou et Houcine Berbou* vise à comprendre, à travers une recherche à caractère ethnographique, le rôle de l'utilisation des réseaux sociaux dans le processus de choix de la destination touristique en prenant en considération les spécificités du contexte socioculturel marocain.

*Omar Boubker, Khalid Chafik, Maryem Arroud et Jaouad Rharzouz* s'intéressent à la problématique d'évaluation du succès des systèmes d'information et s'interrogent sur les liens entre la perception du soutien managérial et le succès des systèmes d'information logistiques en termes d'utilisation et de satisfaction des logisticiens dans le contexte de l'industrie automobile marocaine.

*Serigne Diop* aborde, dans son article, la place qu'occupent les informations sur les coûts calculés dans le pilotage de la performance des PME ouest-africaines. L'auteur ouvre une nouvelle perspective de recherche en mettant à la disposition des managers un nouveau modèle basé sur la qualité des produits, la capacité d'innovation, le respect des délais, l'apprentissage organisationnel et la flexibilité des outils de gestion.

Ce numéro propose également une nouvelle rubrique (regard de l'expert), où nous avons estimé intéressant de donner la parole à des experts (universitaires ou professionnels) afin qu'ils partagent avec nos lecteurs leur vision et leur regard des transformations qui viennent bouleverser le management et secouer les organisations.

*Gilles Paché*, nous a fait l'honneur de partager avec nos lecteurs sa réflexion autour des effets des mesures sanitaires prises lors du déconfinement sur les *gig workers* des plateformes de livraison qui risquent de devenir les victimes invisibles du «*monde d'après*».

Nous espérons que nos lecteurs trouveront matière à alimenter leurs recherches, leurs réflexions et leurs actions dans ce second numéro, riche de 8 articles et des contributions de 16 auteurs.

**Chafik Bentaleb**

Rédacteur en chef