



OUVRAGE COLLECTIF

APPEL À CHAPITRES

Économie(s) du renouveau et de la transformation : le monde après la crise

Éditions Voix et Pages du Monde

(Nouvel éditeur scientifique à diffusion internationale sur support papier et numérique)

À la suite du colloque international *Le Monde en Fête(s): Économie(s) du Renouveau et de la Transformation*, qui s'est tenu à Poitiers les 22 et 23 mai 2025, les coordinateurs du projet proposent de prolonger les échanges scientifiques par la publication d'un ouvrage collectif. Les communications du colloque ont abordé des contextes variés – Maroc, Indonésie, Afrique du Sud, Irak, Colombie, France – et ont mis en lumière les façons dont les sociétés se re-construisent, inventent de nouveaux possibles et transforment l'expérience collective. Ce volume vise à explorer les dynamiques de renouveau, les pratiques de transformation et les formes de célébration qui émergent après les périodes de crises économiques.

(Langues de travail : français, anglais, allemand, espagnol, portugais et italien)

Après avoir exploré, lors du colloque « Le Monde en Crise(s) » (Orléans, mai 2024), les dynamiques liées aux périodes d'effondrement économique, nous nous penchons cette année sur les forces de transformation et de renouveau qui émergent après ces temps difficiles. Si la crise économique représente un moment de rupture et de bouleversement, la période post-crise peut être envisagée comme une phase de renouveau, de transformation.

La période post-crise, n'est pas seulement un moment de célébration, c'est aussi un espace de relâchement des tensions, un temps de réinvention, de créativité collective, de production de nouvelles identités et de nouvelles relations.

Cet ouvrage propose d'examiner comment, dans une perspective économique et organisationnelle, après les moments de crise, les sociétés se remodelent, se reconstruisent et trouvent de nouvelles voies pour se transformer, tant d'un point de vue systémique que d'un point de vue discursif.

Axes thématiques :

Axe 1 : L'économie de la reprise et du renouveau

Dans un contexte post-crise, l'économie se ré-agence souvent autour de nouvelles pratiques, de nouveaux modèles et de mutations structurelles. Il s'agit d'analyser cette dynamique sous plusieurs angles :

- L'économie, les stratégies managériales après la crise : Comment les organisations, (les sociétés, les entreprises, les ONG etc.) se relèvent-elles économiquement après une crise majeure, qu'elle soit sanitaire, financière, environnementale, etc. ? Quels modèles économiques et stratégies organisationnelles et managériales émergent dans cette phase post-crise ?
- Nouvelles formes de travail et d'organisation: Les crises économiques bouleversent souvent les modèles de travail établis. Quelles transformations observe-t-on dans le travail, les modes de production et les pratiques managériales à l'ère post-crise ? Comment les entreprises reconfigurent-elles leurs processus internes et leurs modes de gouvernance pour s'adapter à ce nouveau contexte ?
- Économie du renouveau, de la transformation, le moment de la célébration, de la fête : À travers l'histoire, les périodes de rémission économique sont souvent accompagnées de moments de fête et de réjouissance. Comment ces manifestations festives, sociales ou culturelles, sont-elles en elles-mêmes un indicateur ou un moteur de la reprise ?

Axe 2 : Discours et représentations du renouveau

Dans la lignée des discours de crise, le discours sur la sortie de crise économique devient un puissant levier de mobilisation sociale et politique. Le vocabulaire du renouveau économique, de la célébration, de la fête, de la transformation se retrouve au centre des récits politiques, médiatiques et populaires. Ce second axe vise à analyser comment le récit de la reprise économique influence les perceptions collectives et les orientations politiques, ainsi que les imaginaires collectifs. Les contributions peuvent aborder :

- Les discours politiques du renouveau : Quels récits les responsables politiques et les dirigeants d'organisations construisent-ils pour accompagner la sortie de crise ? Comment la rhétorique du renouveau est-elle employée pour encourager la reprise, tant sur le plan économique qu'en matière de gestion et d'innovation organisationnelle?
- Le rôle des médias, des entreprises et de la société civile : De quelle manière les médias participent-ils à la construction d'une perception collective de la période post-crise ? Comment la société civile et les entreprises s'approprient-elles ces récits pour créer une dynamique de résilience ? Quelles sont les stratégies adoptées par les entreprises pour véhiculer une image de renouveau auprès des parties prenantes ?

- Les fêtes et les rituels comme expression du changement : Les événements festifs peuvent-ils être considérés comme des reflets ou des catalyseurs de transformation sociale et économique ? Comment les sociétés, les organisations se réapproprient-elles le concept de la fête pour célébrer un nouveau départ ?

Cet appel à chapitres s'adresse à des chercheurs et à des étudiants initiés à la recherche issus de disciplines variées telles que l'économie, les sciences de gestion, l'histoire, l'étude des langues et des sociétés, la linguistique, les sciences sociales, la communication, les sciences politiques, etc., dont les travaux s'intéressent à la période contemporaine (XX et XXIème siècles). L'appel s'adresse également aux professionnels et autres praticiens qui apporteront des éclairages pragmatiques complémentaires.

Les propositions de chapitres (500 mots maximum), accompagnées d'un CV court, sont à envoyer avant le 15 décembre 2025 à l'adresse suivante : editionsVPM@gmail.com. Les langues de travail sont le français, l'allemand, l'anglais, l'espagnol, l'italien et le portugais.

Bibliographie :

ALEXANDRE, Olivier-Alexandre., ALGANB, Yann, BENHAMOUC, Françoise. « La culture face aux défis du numérique et de la crise. » *Notes du conseil d'analyse économique*, no 70(1), 2022, pp. 1-12. <https://doi.org/10.3917/ncae.070.0001>.

BADRÉ, Bertrand. « Le développement durable après la Crise de la Covid-19. » *Revue d'économie Financière*, no 139/140, 2020, pp. 211-18. JSTOR, <https://www.jstor.org/stable/27023764>. Accessed 18 Oct. 2024.

BEN HAMMOUDA, Hakim. « La Covid-19 et les politiques économiques du monde d'après. » *Marché et organisations*, vol. 41, no 2, 2021, pp. 79-85. <https://doi.org/10.3917/maorg.041.0079>.

BOYER, Robert. *Les capitalismes à l'épreuve de la pandémie*. La Découverte, 2021.

BOURDIEU, Pierre. *La Distinction : Critique sociale du jugement*. Minuit, 1979.

CROZAT, Dominique, FOURNIER, Sébastien. « De la fête aux loisirs : évènement, marchandisation et invention des lieux. » *Annales de Géographie*, vol. 114, no 643, 2005, pp. 307-328. <https://doi.org/10.3406/geo.2005.21423>.

DI MÉO, Guy. « Le renouvellement des fêtes et des festivals, ses implications géographiques. » *Annales de géographie*, no 643(3), 2005, pp. 227-243. <https://doi.org/10.3917/ag.643.0227>.

FRIMOUSSE, Soufyane, PERETTI, Jean-Marie. « Les changements organisationnels induits par la crise de la Covid-19. » *Question(s) de management*, no 29(3), 2020, pp. 105-149. <https://doi.org/10.3917/qdm.203.0105>.

FRIMOUSSE, Soufyane, PERETTI, Jean-Marie. « Les répercussions durables de la crise sur le management. » *Question(s) de management*, no 28(2), 2020, pp. 159-243. <https://doi.org/10.3917/qdm.202.0159>.

FRIMOUSSE, Soufyane, PERETTI, Jean-Marie. « Repenser la culture d'entreprise après la crise Covid-19. » *Question(s) de management*, no 31(1), 2021, pp. 151-206. <https://doi.org/10.3917/qdm.211.0151>.

GIGET, Marc. « Résilience et renouveau au service du bien commun. » *Paysans & société*, no 374(2), 2019, pp. 20-25. <https://doi.org/10.3917/pes.374.0020>.



HUGHES, M. « Leading changes: Why transformation explanations fail. Leadership », 12(4), 2016, pp. 449-469. <https://doi.org/10.1177/1742715015571393>

IQBAL, F., PFARRER, M. D., & BUND, J. « How crisis management strategies address stakeholders' sociocognitive concerns and organizations' social evaluations. » Academy of Management Review, 49(2), 2024, pp. 299-321. <https://doi.org/10.5465/amr.2020.0371>

JAMES, E. H., WOOTEN, L. P., & DUSHEK, K. « Crisis management: Informing a new leadership research agenda. » The Academy of Management Annals, 5(1), 2011, pp. 455–493. <https://doi.org/10.1080/19416520.2011.589594>

PEARSON, C. M., & CLAIR, J. A. « Reframing crisis management. » The Academy of Management Review, 23(1), 1998, pp. 59–76. <https://doi.org/10.2307/259099>

PIKETTY, Thomas. *Capital et idéologie*. Seuil, 2019.

REGNAULT, Henri. « Après le désastre : effondrement, résilience ou renouveau ? » *La Crise*, no 48, Sept. 2020.

ROSIER, Bernard. *Les théories des crises économiques*. 5e éd., La Découverte, 2003. <https://doi.org/10.3917/dec.rosie.2003.01>.

ZALOOM, Caitlin. *Out of the Pits: Traders and Technology from Chicago to London*. University of Chicago Press, 2006.

WEICK, K. E. « Enacted sensemaking in crisis situations. » Journal of Management Studies, 25(4), 1988, pp. 305-317. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.1988.tb00039.x>