

# Statistiques 2015 de la RMS



## Qui sommes-nous ?

La Revue de Management et de Stratégie (RMS) est une revue académique -100 % en ligne - éditée par le groupe VA PRESS. L'ambition majeure de la RMS est de reconnecter la recherche académique en sciences de gestion avec la pratique en publiant des articles scientifiques originaux et opérationnels. Les contributions sont soumises à un protocole d'évaluation à triple aveugle mené par deux académiques et un praticien reconnu dans un délai maximum de 20 jours. La RMS a ainsi pour objet de devenir une référence, tant académique que professionnelle, en matière de publication des meilleures analyses et propositions d'innovations managériales et stratégiques.

### DIRECTEUR

Ludovic FRANCOIS, Professeur affilié à HEC Paris, HDR



### RÉDACTEUR EN CHEF

Romain ZERBIB, Enseignant-chercheur, ICD/LARA Business School



MEDIA GROUP  
DIFFUSEUR DE VALEUR MOUTÉE



[www.revue-rms.fr](http://www.revue-rms.fr)

## MEMBRES DU COMITÉ SCIENTIFIQUE

- Olivier **AÏM**, Maître de conférences au CELSA, Paris-Sorbonne
- José **ALLOUCHE**, Professeur des Universités, IAE de Paris 1 Panthéon-Sorbonne
- Aude **d'ANDRIA**, MCF, HDR, Université d'Evry, Rédactrice en chef de La Revue des Sciences de Gestion
- David **AUTISSIER**, Maître de conférences HDR à l'IAE Gustave Eiffel de l'UPEC, Directeur de la Chaire ESSEC du changement
- Isabelle **BARTH**, Professeur des Universités, Directrice de l'EM Strasbourg
- Alain **BLOCH**, Professeur au CNAM, Professeur Affilié à HEC Paris
- Christian **BOURION**, Professeur associé à l'ICN Business School, Rédacteur en chef de la Revue Internationale de Psychosociologie et de gestion des comportements organisationnels
- Luc **BOYER**, Professeur, Directeur de Recherches à l'Université Paris Dauphine et à l'IAE de Caen
- Damien **BRUTE DE REMUR**, Maître de conférences honoraire, Professeur associé à l'IDRAC
- Patricia **CHARLETY**, Professeur à l'ESSEC, Rédactrice en Chef de La Revue Française de Gouvernance d'Entreprise
- Azzouz **ELHAMMA**, Enseignant-Chercheur à l'ENCG Kénitra, Rédacteur en Chef de la Revue Marocaine de Comptabilité, Contrôle et Audit
- Ludovic **FRANCOIS**, Professeur affilié à HEC Paris, HDR, Directeur de la Revue Internationale d'Intelligence Economique
- Taëb **HAFSI**, Professeur titulaire de stratégie à HEC Montréal, Fondateur de la Revue Management International
- Pascal **LARDELLIER**, Professeur des Universités, Université de Bourgogne, Directeur scientifique de PROPEDIA, laboratoire du Groupe IGS
- Lilly **LEMAY**, Professeure de management stratégique à l'ENAP



- Jean-Francois **LEMOINE**, Professeur des universités, Université Paris 1 Panthéon Sorbonne-ESSCA Ecole de Management, Directeur de l'Ecole Doctorale de Management Panthéon Sorbonne
- Julien **LEVY**, Professeur affilié à HEC Paris, Directeur du MS HEC Telecom Paris "management & nouvelles technologies"
- Luc **MARCO**, Professeur des Universités, Université Paris 13, Rédacteur en chef de la revue Management & Sciences Sociales
- Bachir **MAZOUZ**, Professeur titulaire à l'École nationale d'administration publique du Québec, Rédacteur en Chef de la Revue Management International
- Olivier **MEIER**, Directeur de recherche (IRG - EA 2354 - CNRS), conseiller éditorial et scientifique
- Nicolas **MOINET**, Professeur des universités, IAE de Poitiers
- Philippe **NASZALYI**, Directeur de La Revue des Sciences de Gestion
- Jean Marie **PERETTI**, Professeur et chercheur, Président de l'IAS, Rédacteur en chef de la revue Question(s) de management
- Fabrice **ROTH**, Professeur des Universités, l'Université de Lyon III
- Vincent **SABOURIN**, Professeur titulaire de stratégie à l'UQAM
- Patrick **SENTIS**, Professeur des Universités, ISEM-Université de Montpellier 1

## NOS PARTENAIRES



# Publications Académiques de la RMS

Nombre de propositions faites à la revue en 2015 : 71

Nombre de propositions retenues : 26

Taux de validation : 36,61%

Nombre moyen de publications par mois : 2,16

## Les 3 publications académiques les plus lues en 2015 :

### Article 1.

PACHÉ, G. 2015, Gouverner le football professionnel : les clubs européens face aux sirènes de l'américanisation, Revue de Management et de Stratégie, (10:1), pp.1-17, [www.revue-rms.fr](http://www.revue-rms.fr), VA Press.

**Résumé:** Le football professionnel est une industrie du spectacle qui soulève des enjeux économiques, financiers et politiques désormais bien connus. Les plus importants clubs européens disposent de budgets de plusieurs centaines de millions d'euros. Une partie importante provient de droits TV dont le montant ne cesse de croître. Face à l'incertitude que représente le résultat sportif, par nature aléatoire, de nombreuses voix s'élèvent pour obtenir la création de ligues fermées, sur le modèle du sport professionnel nord-américain. L'objectif est de garantir à un club professionnel une présence continue dans la ligue fermée, quels que soient les résultats sportifs obtenus, et ainsi assurer son avenir grâce aux droits TV perçus. L'article aborde les enjeux liés à la gouvernance du football professionnel dans un contexte d'américanisation rampante où un petit noyau de clubs professionnels fonctionne de fait sur le modèle d'une ligue fermée.



## **Article2.**

RAPPIN, B. 2015, De l'essence bienveillante du management, Revue de Management et de Stratégie, (3:1), pp.1-11, [www.revue-rms.fr](http://www.revue-rms.fr), VA Press.

**Résumé:** Il est un lieu commun assez répandu qui se contente, avec quelque fainéantise, d'opposer les dernières avancées du management au taylorisme alors réduit au rôle de repoussoir. S'opposer au management scientifique serait déjà en soi un gage de légitimité. C'est contre cet état d'esprit à la mémoire trop courte que nous retournons au texte fondateur des Principes du Management Scientifique pour en proposer une lecture subversive : nous proposons alors la thèse paradoxale que le projet taylorien de rationalisation du travail repose sur la bienveillance et l'amitié.

## **Article2.**

AUDIGIER, N., La responsabilité sociale de l'entreprise, vecteur de communication institutionnelle, Revue de Management et de Stratégie, (6:2), pp.13-28, [www.revue-rms.fr](http://www.revue-rms.fr), VA Press.

**Résumé:** Dans cet article, nous nous proposons d'examiner comment les entreprises intègrent le concept de Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE) dans leur stratégie de communication et quelles sont les conséquences sur les cibles, du choix de cet axe de communication. Nous proposons d'illustrer notre réflexion en présentant un focus sur le secteur bancaire.



# Publications Magazine de la RMS

Nombre de propositions faites à la revue en 2015 : 32

Nombre de propositions retenues : 23

Taux de validation : 71,87%

Nombre moyen de publications par mois : 1,43

## Les 3 publications Magazine les plus lues en 2015 :

### Article1.

KHERRAZI, S. 2015, De l'intelligence économique dans les industries stratégiques, 20 octobre, RMS Magazine.

**Chapô:** Qu'est-ce qu'une industrie "stratégique" ? Faut-il au nom de cette dernière justifier des mesures protectionnistes ? Quelle politique d'intelligence économique face à l'impératif de défense des intérêts économiques "stratégiques" et de promotion de la compétitivité nationale ? Telles sont les questions auxquelles cet article se propose de répondre.

### Article2.

BARTH, C. 2015, Leadership et management : les méthodes éprouvées par l'armée sont-elles transposables aux entreprises ? 14 janvier, RMS Magazine.

**Chapô:** L'armée est, dans l'imaginaire collectif, le symbole même d'une organisation hiérarchique strictement pyramidale. Entre obéissance aux ordres et exigence de discipline, la notion de management pourrait sembler très éloignée de son acception générale dans le monde civil. Pourtant, loin de ces idées reçues, les écoles militaires de Saint-Cyr Coëtquidan dispensent depuis plusieurs années des formations en management et leadership pour



entrepreneurs de haut niveau. Tirées de l'expérience militaire en matière de gestion des hommes dans les situations les plus extrêmes, et transposées aux spécificités de l'entreprise, ces formations sont très prisées, car elles constituent une réponse adaptée aux difficultés rencontrées par les managers du monde moderne. Explications avec Cyril Barth, directeur de la Fondation Saint-Cyr.

### **Article 3.**

POISSONNIER, H. 2015, Du cost-killer à l'acheteur intrapreneur, 22 novembre, RMS Magazine

**Chapô :** Depuis les années 1990, les acheteurs sont souvent assimilés à des cost killers. Leur principale mission consisterait en effet à réduire au maximum les coûts des approvisionnements. A cette image négative est également associée une accusation forte au sein des pays industrialisés : en développant des achats auprès de fournisseurs plus ou moins lointains, les acheteurs contribueraient à la désindustrialisation qui touche leurs pays d'origines. Ceci est particulièrement vrai en Europe, comme le confirment les déficits commerciaux de plusieurs pays.

