

# ÉDITORIAL

Ce nouveau numéro de la Revue *Communication et Management* confirme la richesse et la qualité de la perspective bi-disciplinaire qui est celle de notre revue. Les articles varia qui sont rassemblés ici montrent clairement que les Sciences de l'Information et de la Communication, d'une part, et les Sciences de Gestion d'autre part s'enrichissent mutuellement pour proposer des éclairages innovants des phénomènes organisationnels.

Le premier article, écrit par Patrick Gilbert et Marie-Eve Laporte, s'intéresse aux outils de gestion mais les conceptualise comme des « artefacts symboliques », ce qui lui permet d'analyser le rôle qu'ils peuvent jouer dans une dynamique de changement organisationnel. En mobilisant trois études de cas réalisées en France et au Brésil, cet article montre que les artefacts symboliques peuvent assurer une médiation entre des acteurs peu habitués à coopérer, permettre de construire une compréhension partagée d'une réalité organisationnelle complexe ou structurer la communication dans une organisation.

Le second article, écrit par Olivier Coussi et Ali Amairia, fonde son analyse sur le concept de « dispositif territorial intelligent » issu des Sciences de l'Information et de la Communication mais l'enrichit grâce au concept d'outil de gestion afin de proposer une analyse détaillée de la manière dont, à l'échelle d'une région, en France, on peut montrer qu'un outil de gestion comme le « contrat de territoire » contribue à l'intelligence économique de ce territoire.

Le troisième article est écrit par Camille Alloing, Claire Estagnasié et Valérie Reid. Il est clairement inscrit dans les Sciences de l'Information et de la Communication mais il s'intéresse au « désengagement » des employés. Il analyse en effet les pratiques de déconnexion des gestionnaires de communautés en ligne et souligne la dimension genrée de ces pratiques. Confrontées à des violences en ligne, les gestionnaires de communautés en ligne femmes et hommes n'utilisent pas les mêmes stratégies pour se protéger et se mettre en retrait. De ce fait, ces déconnexions ne sont pas vécues de la même manière.

L'article de Caroline Diard, Virginie Hachard et Dimitri Laroutis qui est présenté ensuite adopte lui aussi une perspective genrée, tout en s'inscrivant plus nettement en Sciences de Gestion dans une perspective RH et organisationnelle. Il montre comment le genre influence les pratiques et les effets du télétravail. En particulier, il investigate comment les activités professionnelles et les activités liées à la vie privée et familiales ont été reconfigurées différemment chez les femmes et chez les hommes pendant la crise de la Covid 19.

Le cinquième article rédigé par Asma Djebbi souligne la place que la revue *Communication et Management* souhaite donner aux jeunes enseignant.e.s-chercheur.e.s. Cet article articule marketing et communication pour analyser la place des enfants dans la communication émotionnelle des marques, entre autres certaines marques de luxe. Enfin, l'article écrit par Alain Sone Mbassi et Colette Mekoulou Atangana est, lui aussi inscrit en marketing. Il analyse, dans le cas du Cameroun la contribution de l'utilisation des médias sociaux au CRM des entreprises et à la rétention des clients. Lorsque le marketing digital parvient à s'appuyer sur un traitement efficace des données recueillies, il est en mesure de construire la confiance des clients et renforcer leur implication, ce qui permet, finalement de mieux les retenir.

Nous vous souhaitons une très agréable lecture de ce numéro de la revue *Communication et Management*.

**Ewan OIRY**  
Professeur des Universités  
IAE de Lyon  
Magellan  
*Rédacteur en Chef*