



Comptables  
agréés  
du Québec

---

**Programme de formation  
professionnelle des candidats  
au titre de comptable agréé**

---

**Guide de développement et de rédaction d'un cas**

**François Brouard, CA**

Août 2002

## Table des matières

<b>Introduction</b> .....	3
<b>Cadre de référence pour comprendre un cas</b> .....	3
Dimensions d'un cas. ....	3
Dimension analytique	
Dimension conceptuelle	
Dimension de présentation	
Anatomie d'un cas. ....	4
Paragraphe d'introduction	
Histoire des événements situés dans leur contexte	
Conclusion	
<b>Éléments de réflexions pour le développement</b> .....	5
Étapes de développement.....	5
Qualités d'un excellent cas. ....	6
Principes de rédaction. ....	7
Principe de la préparation	
Principe de la structure	
Principe de l'unité	
Principe de la qualité de l'information	
Principe de l'intérêt	
Principe de la signification	
Principe de l'intégration	
Principe de la simplicité	
Dangers inhérents au développement et conseils.....	9
Questions diverses.....	9
<b>Bibliographie</b> .....	12

### Annexe A Exemples de procédures de maquillage d'un cas

## Introduction

L'Ordre des comptables agréés du Québec, ci-après appelé "OCAQ" ou "l'Ordre", désire aider les personnes engagées dans la rédaction de cas. Le présent document vise plus spécifiquement à aider le développement par les étudiants participants au concours Spécial Cas et aux rédacteurs de matériel pédagogique dans le cadre du Programme de formation professionnelle. Le présent guide offre un cadre de référence pour situer les différents types de cas et soulève des éléments de réflexion pour stimuler la rédaction et le développement d'un cas. Tout en les actualisant, ce document reprend certaines parties du Guide de rédaction du matériel pédagogique publié par l'OCAQ en septembre 1996.

## Cadre de référence pour comprendre un cas

### *Dimensions d'un cas*

Puisque chaque cas représente une situation plus ou moins difficile à résoudre, il peut être intéressant de présenter le cube de la difficulté d'un cas tel que formulé par Leenders et Eskine (1989) et repris par Szpiro (1996). Ce cube regroupe trois dimensions, soit les dimensions analytique, conceptuelle et de présentation.

#### Dimension analytique

La dimension analytique s'attarde au degré d'analyse de la tâche que l'étudiant doit accomplir dans le cadre du cas. Trois niveaux sont définis.

- 1      Voici un problème. Voici une solution. Évaluez la solution recommandée.
- 2      Voici un problème. Fournissez la ou les solutions à ce problème.
- 3      Voici une situation. Quels sont les problèmes? Quelles sont les solutions?

#### Dimension conceptuelle

La dimension conceptuelle fait référence au niveau de difficulté des concepts soulevés. Malgré la faible démarcation, trois niveaux peuvent être définis.

- 1      La lecture du cas est suffisante pour permettre aux étudiants de comprendre facilement les concepts soulevés par le cas. Il n'est pas nécessaire d'obtenir des explications additionnelles.
- 2      La lecture ne permet pas aux étudiants de comprendre l'ensemble des concepts soulevés par le cas. La discussion en classe est nécessaire et la répétition est souhaitable pour clarifier ces concepts.
- 3      La participation active d'un animateur est essentielle afin d'introduire ou de clarifier les concepts énoncés. La discussion en classe et la répétition sont nécessaires à la compréhension des étudiants.

### Dimension de présentation

La dimension de présentation se concentre sur la présentation de l'information fournie aux étudiants. Les trois niveaux de difficulté font notamment référence à la quantité, à la synthèse, à la pertinence et à l'intégralité de l'information fournie dans le scénario.

- 1 Le cas est bref et ne comporte que peu ou pas d'informations superflues.
- 2 Le cas peut comporter quelques informations superflues et il est assez complet.
- 3 Le cas comporte un assez grand nombre d'informations superflues et elles sont présentées de manière désorganisée.

### *Anatomie d'un cas*

Il n'y a pas de norme à l'égard du contenu d'un cas, plusieurs auteurs notamment Bédard et al. (1991), Gentile (1990), Lefrançois et Paquin (1991) précisent certaines sections d'un cas.

#### Paragraphe d'introduction

Le premier paragraphe est sans doute le plus important, car il doit accrocher l'étudiant en le situant dans le vif du sujet, en le motivant à vivre la situation et à poursuivre la lecture. L'étudiant se voit brièvement confronter au problème, à l'organisation, aux acteurs, aux contraintes et à l'urgence d'agir. Il s'agit de créer un effet dramatique pour orienter l'étudiant dans sa lecture du cas en lui donnant un avant-goût.

Gentile (1990) et Leenders et Erskine (1989) fournissent certaines questions pour aider la rédaction de ce premier paragraphe. Ces questions pourraient se résumer aussi par Qui?, Quand?, Où?, Quoi?, Comment?, Pourquoi?

1. Le décideur est-il identifié par son nom et son poste?
2. Les acteurs sont-ils identifiés?
3. L'organisation est-elle identifiée?
4. La date de l'événement est-elle claire?
5. La localisation de l'action est-elle identifiée
6. Le problème est-il clairement décrit?

#### Histoire des événements situés dans leur contexte

Le corps du cas contient les renseignements nécessaires permettant de comprendre la problématique soulevée et le contexte des événements. L'information transmise doit être essentielle à la compréhension. Il s'agit de mettre en scène le théâtre (contexte) où se joue la pièce (problématique) avec les acteurs (personnages).

On pourrait notamment y retrouver :

- historique de l'organisation,
- description des activités de l'organisation,
- note sur l'industrie ou la technologie,
- organigramme,
- acteurs engagés et interactions,

- caractéristiques particulières des acteurs (âge, personnalité, fonction),
- mise en valeur du problème et des protagonistes,
- renseignements supplémentaires plus descriptifs sur le problème,
- données financières,
- description des diverses options ou solutions,
- décisions prises et motifs les justifiant.

### Conclusion

La conclusion représente le point culminant du cas, où l'étudiant doit prendre rapidement une décision. Il peut être utile de récapituler brièvement les faits, les options, la décision prise ou à prendre et le rôle à jouer par les étudiants.

## **Éléments de réflexions pour le développement**

### *Étapes de développement*

Le développement d'un cas suit plusieurs étapes. Originant d'un besoin pour illustrer une situation ou un concept dans un programme ou un cours, le concepteur identifie au premier abord une problématique ou une situation potentielle qui semble intéressante.

Deuxièmement, le concepteur définit les objectifs pédagogiques généraux et spécifiques visés en se servant des verbes d'action. Les objectifs abordent les connaissances, les compétences et les attitudes que le cas vise à développer ou à approfondir. À cette étape, les stratégies pédagogiques sont aussi précisées.

Troisièmement, il y a la collecte des données. Ces informations peuvent venir de l'interne de l'organisation ou de l'externe. La différence réside dans le degré de contrôle que l'organisation exerce sur l'information. Ces données peuvent provenir, entre-autres, de travaux de recherche en bibliothèques (journaux, revues, vidéo, matériel publicitaire, émissions de télévision), d'entrevues (personnel de l'organisation, vérificateur externe, observateur externe, groupe de pression), de rapports internes (organigramme, correspondances, états financiers, rapports annuels, prévisions financières, budgets, rapports de gestion, documents de travail, manuel de procédures), de rapports gouvernementaux (lois et règlements, déclarations de revenus, organisme de réglementation). La difficulté réside dans la nécessité pour le rédacteur de demeurer neutre et objectif, de distinguer les faits, les impressions, les opinions et les discours idéologiques afin de se faire une idée personnelle de la situation.

Quatrièmement, l'adoption d'un plan synoptique est une étape qui permet au concepteur de structurer sa pensée. L'établissement du plan fait souvent suite aux premiers contacts de l'équipe de rédaction. Leenders et Erskine (1989) définissent cinq composantes au plan, soit : 1) le paragraphe d'introduction, 2) les objectifs pédagogiques, 3) le projet de structure du cas avec des sous-titres, 4) la liste des informations requises, 5) le calendrier de travail.

Cinquièmement, la rédaction proprement dite du cas et des notes pédagogiques constitue le cœur du développement. Cette rédaction fera l'objet de plusieurs versions successives au fil des commentaires reçus lors du processus de validation et devrait suivre certains principes de rédaction. Ces principes sont détaillés dans une section subséquente.

Sixièmement, il est essentiel de procéder à la validation du matériel pédagogique. Cette validation devrait impliquer tous les membres de l'équipe de rédaction, des acteurs du cas, des collègues, des praticiens d'expérience, des spécialistes du domaine et des étudiants. Pour éviter des problèmes juridiques, l'autorisation de publier le cas devrait être demandée auprès de l'organisation. Finalement, il s'agit de procéder à l'édition finale du cas en soignant la présentation et effectuant, au besoin, une révision technique et linguistique du matériel pédagogique.

### *Qualités d'un excellent cas*

Les qualités d'un excellent cas ont fait l'objet de nombreux commentaires. Bruns (1993) résume certaines opinions de professeurs de la Harvard Business School. Une bon cas doit susciter un intérêt certain de la part des étudiants et les imprégner au point qu'ils oublient qu'il s'agit d'un cas artificiel dans une salle de classe. Un excellent cas est un véhicule pour apporter une portion de la réalité dans une salle de classe.

Bédard et al. (1991) mentionnent qu'un excellent cas doit comporter les qualités suivantes :

- précision dans les faits retenus;
- objectivité dans la façon de présenter les faits;
- clarté du style;
- logique dans la description des faits;
- sensibilité face aux personnages et à leurs comportements.

Une étude par deux professeurs de la Harvard Business School, Bennett et Chakravarthy (1978), résumée par Bédard et al. (1991), souligne les critères à respecter pour susciter l'intérêt des étudiants :

- raconte une histoire;
- est cohérent au plan de la toile de fond;
- est centré sur un problème intéressant;
- inclut des citations des dirigeants et travailleurs de l'entreprise;
- exige que l'on trouve des solutions à des problèmes de gestion;
- présente des alternatives d'action;
- permet d'acquérir des habiletés utiles dans le monde de la gestion.

### *Principes de rédaction*

En plus d'être écrit dans un excellent français (ou anglais, selon le cas), la rédaction doit suivre des principes afin de créer une certaine ambiance dans le texte. Ces principes particuliers à la rédaction de matériel pédagogique, s'appliquent en général à l'ensemble des documents écrits. Les principes qui suivent ont été ressortis suite à la lecture de commentaires formulés sur le sujet, notamment par Beaud et Latouche (1988), Bergadaà (1990) et Saint-Germain (1991).

#### Principe de la préparation

L'information recueillie au fil de la collecte de données est souvent considérable. Il est donc essentiel de reclasser cette documentation en fonction du plan de travail adopté. L'information contenue dans le cas existant rarement à l'état brut, il faut donc synthétiser les recherches effectuées pour dégager l'information pertinente à l'objectif poursuivi. En décomposant la tâche à accomplir, il est souvent plus facile de la mener à terme.

#### Principe de la structure

Le lecteur d'un cas doit rapidement reconstruire la réalité. L'information transmise par le scénario doit préciser les acteurs engagés (Qui), le moment de l'intervention (Quand), le contexte (Où), la problématique soulevée, qu'il s'agisse d'un comportement ou d'une décision (Quoi), la manière dont elle se présente (Comment) et les faits et raisons justifiant une telle problématique (Pourquoi).

#### Principe de l'unité

Le cas doit suivre un fil conducteur. Pour ce faire, la rédaction d'un texte ne sera pas une juxtaposition de sections. En effet, il doit ressortir une unité de la lecture. Cette unité se présente sous trois dimensions distinctes. L'unité de temps nécessite un enchaînement clair du déroulement des événements. L'unité d'espace demande un positionnement des acteurs dans le fil des événements du cas. L'unité d'action fait ressortir le problème principal et les problèmes secondaires. La dispersion des indices pour comprendre la problématique tout au long du texte et les liens entre les paragraphes permettent d'atteindre cette unité. Il est même possible de disperser des indices pour tendre des pièges pour voir de quelle façon les candidats peuvent éviter ces écueils.

#### Principe de la qualité de l'information

Tout comme l'information financière, les faits cités dans le cas doivent posséder certaines qualités, notamment l'objectivité, la neutralité, la pertinence, la clarté, la précision. Il ne s'agit pas de prendre position, comme le ferait un éditorial, mais de rapporter les faits, comme le ferait un bon reportage. Il importe de distinguer l'interprétation et l'événement.

#### Principe de l'intérêt

Le cas doit faire vivre la situation aux étudiants et non seulement la décrire comme le ferait une anecdote. Le texte, écrit de manière dynamique, doit engendrer chez les lecteurs un vif intérêt, voire une passion, pour cette problématique. La motivation pour l'apprentissage en sera ainsi renforcée. Il est possible de donner un rythme au texte par

l'inclusion d'une certaine controverse, d'un intérêt dramatique, d'un dialogue entre les acteurs ou en variant la longueur des paragraphes.

#### Principe de la signification

Un cas doit être significatif pour l'étudiant qui le travaillera. Plus l'étudiant voit l'utilité du cas et plus il le perçoit comme significatif dans son apprentissage. Il est possible de donner un sens à un cas en stimulant l'étudiant à s'identifier rapidement à un acteur, en utilisant une problématique auquel il a déjà été confronté personnellement ou dont il a entendu parler dans les journaux ou à la télévision. Une plus grande signification incite les étudiants à s'engager et à se questionner davantage et favorise le transfert des apprentissages suscité par le cas.

Comme le souligne Legendre (1995), le cas peut résulter d'un impact émotif sur l'auteur, d'un dilemme, d'un choix ou d'une décision difficile, d'une façon de faire que l'auteur juge insatisfaisante ou d'un incident ayant des implications éthiques ou morales importantes.

#### Principe de l'intégration

Le cas n'est pas une activité pédagogique isolée, mais elle s'intègre dans le cadre d'un processus global de formation. Le cas doit donc s'appuyer sur les acquis des étudiants à la suite d'un programme d'études s'étendant sur plusieurs années et viser à répondre à des objectifs pédagogiques précis que le rédacteur veut atteindre. Le style rédactionnel doit être en accord avec l'objectif du cas.

#### Principe de la simplicité

Rien ne sert de compliquer inutilement une situation qui peut être déjà complexe. Il est souvent plus facile de structurer le cas en indiquant les éléments essentiels et en ajoutant des détails sur différents aspects de la problématique. Il ne s'agit pas d'inclure le maximum de renseignements, mais plutôt de donner l'information essentielle nécessaire au travail demandé en offrant au lecteur une vue d'ensemble des variables du cas.

En somme, le texte doit être objectif, concis, clair, direct, sans artifice et le style rédactionnel doit rester sobre.

*Dangers inhérents au développement et conseils*

Comme le souligne Gentile (1990), certains dangers guettent le rédacteur. Il doit donc en être conscient. Des pièges sont à éviter. Les plus fréquents sont les suivants :

- trop de détails,
- sans structure,
- trop théorique,
- trop général ou sans contexte particulier,
- pas de décision ou de focus sur une décision,
- sans acteurs,
- sans controverse ou aspect dramatique,
- un style littéraire difficile,
- un langage sexiste,
- l'utilisation de jargon, qui peut être évité en utilisant des mots de tous les jours,
- des mots imprécis, corrigés en ayant recours au dictionnaire.

On peut contourner le blocage devant la feuille blanche lors de l'écriture en précisant la structure et en mettant l'accent sur une décision, en recueillant davantage de détails, en accentuant l'urgence d'agir, en racontant l'histoire à une personne ou à son enregistreuse. Lors de la rédaction des versions préliminaires, ne soyez pas trop perfectionniste; il s'agit de générer des idées.

*Questions diverses*

Leenders et Erskine (1989) et d'autres auteurs fournissent des commentaires sur les problèmes rencontrés et les solutions apportées par des rédacteurs d'expérience. Plusieurs de ces questions sont controversées et ne font pas l'unanimité.

**Doit-on écrire au présent ou au passé?**

Il est préférable d'écrire au passé pour éviter que la description d'une situation survenue à une date antérieure soit considérée comme se déroulant actuellement. L'écriture au passé prolongerait la vie du cas et protégerait l'organisation faisant l'objet du cas.

**Quand doit-on obtenir la permission de l'organisation?**

En demandant un accord préliminaire le plus tôt possible, le risque de refus est moins important. Pour évaluer le risque de refus, il peut être intéressant de s'interroger sur l'embarras suscité par le cas et sur les conséquences d'une divulgation des faits aux membres du personnel, à un concurrent ou au grand public.

**Est-il nécessaire de demander la permission?**

Tous les cas n'ont pas besoin d'une permission de l'organisation. Il est toutefois prudent de procéder ainsi pour entretenir un contact privilégié avec l'organisation et bénéficier de plus de renseignements sur une problématique. Il est préférable de

demander la permission, lorsque l'information ne provient pas directement de l'organisation ou fait l'objet d'un sommaire de la part du rédacteur qui peut en modifier le sens même involontairement. Il n'est pas nécessaire de demander la permission pour des situations où les propos tenus se retrouvent dans des documents et sont reproduits intégralement ou provenant de problématique à caractère général. Malgré ce qui précède, la prudence et la pratique suggèrent d'obtenir les permissions écrites en tout temps.

#### Comment s'y prendre pour obtenir l'information?

L'organisation pourrait être réticente à fournir des renseignements pour des raisons de confidentialité. Il vaut mieux demander l'information directement. Il est conseillé de commencer les entretiens par le niveau hiérarchique le plus élevé afin de mieux comprendre la situation réelle et profiter du pouvoir de la hiérarchie.

#### Faut-il enregistrer les entrevues?

Lefrançois et Paquin (1991) soulignent la difficulté de ce problème. En effet, l'interviewé peut être réticent face à un enregistrement, plus particulièrement lors de discussions traitant de situations délicates. Il importe de prendre des notes afin de rapporter fidèlement les faits et les propos des personnes rencontrées. Il peut être pratique d'apporter une enregistreuse et de l'utiliser au besoin avec le consentement de la personne interviewée.

#### Doit-on maquiller les situations?

Les avis sont partagés. Les positions du concepteur et de l'organisation sont contradictoires. Le rédacteur désire maintenir le réalisme et l'intérêt des étudiants, alors que l'organisation est réticente à divulguer certains renseignements. Il s'agit donc d'un processus de négociation complexe. Un plus haut degré de difficulté du cas rend le maquillage plus difficile étant donné l'interrelation des variables.

L'annexe A fournit une liste d'éléments délicats et des exemples de maquillage. Dans la mesure du possible, il est préférable de conserver des noms vraisemblables et d'éviter les jeux de mots qui peuvent diminuer la crédibilité de la situation.

#### Doit-on soulever le problème du maquillage au départ ou attendre à la fin?

En clarifiant les attentes au départ avec l'organisation, cela évite de bâtir sur de fausses espérances. Si l'organisation ne soulève pas le problème immédiatement, le pouvoir de négociation sera plus grand.

#### Doit-on inclure des questions dans le cas?

Les avis sont partagés à ce sujet. Lefrançois et Paquin (1991) préfèrent ne pas introduire de questions à la fin du cas laissant à l'animateur le choix de distribuer des questions, s'il le désire.

### Doit-on se servir d'annexes et de tableaux?

Le recours à des annexes peut aider à alléger le corps du texte, à réduire l'espace utilisé et à présenter des renseignements détaillées et complexes. L'utilisation de tableaux peut aider à visualiser des relations. Il est souhaitable d'inclure des références détaillées des sources de chaque annexe. Par exemple, une note sur un secteur d'activité moins connu pourrait se retrouver en annexe.

### Le cas doit-elle contenir des titres et des sous-titres?

Il peut être intéressant de séparer le cas en sections par l'utilisation de titres afin de fournir une structure aux étudiants pour retracer l'information après la lecture. Les titres ne doivent pas être trop nombreux. Les titres se doivent d'être neutres, car il ne faut pas orienter l'analyse en suggérant des solutions.

## Bibliographie

- BEAUD, M., LATOUCHE, D. L'art de la thèse, Montréal, Boréal, 1988, 169p.
- BÉDARD, M., DELL'ANIELLO, P., DESBIENS, D. La méthode des cas - Guide d'analyse d'enseignement et de rédaction, Montréal, Gaetan Morin, 1991, 90p.
- BENNETT, J.B., CHAKRAVARTHY, P. "What Awakens Student Interest in a Case?", Harvard Business School Bulletin, March-April 1978, pp.12-15.
- BERGADÀ, M. Gestion et pédagogie - Une approche nouvelle illustrée par la méthode des cas, Paris, McGraw-Hill, 1990, 176 p.
- BLONDIN, D. "La rédaction des cas et l'animation de groupe: une solution originale", Pédagogiques, vol. 5, no 1, automne 1984, pp.101-112.
- BLONDIN, D. "La méthode des cas-Pour une formation professionnelle qui fait le lien entre la théorie et la pratique", Coup d'oeil sur l'enseignement universitaire, bulletin du service d'aide à l'enseignement Université de Montréal, avril 1994, no 12, pp.2-4.
- BONOMA, TV. Learning with Cases, Harvard Business School 9-589-080, 13p.
- BRUNS, WJ. Why I Use the Case Method to Teach Accounting, Harvard Business School, 9-193-177, 7p.
- CAMPBELL, J.E., LEWIS, W.F. "Using Cases in Accounting Classes", Issues in Accounting Education, vol. 6, no 2, Fall 1991, pp.276-283.
- CHRISTENSEN, C.R., HANSEN, A.J. Teaching and the Case Method, Harvard Business School, 1987 (2 ed), 290p.
- CLINTON, J., CAMERIUS, J. "The Teaching Note: Let's Agree to Disagree", dans The Art of Interactive Teaching with Cases, Simulations, Games and other Interactive Methods, H.E. Klein (ed.) (WACRA, 1994), pp.371-377.
- CRAWFORD, G., STEWART, W. "Case Teaching Notes - The Weak Link in using the Case Method", dans Innovation Through Cooperation with Cases, Simulations, Games and other Interactive Methods, H.E. Klein (ed.) (WACRA, 1993), pp.387-393.
- DOOLEY, AR, SKINNER, W. "Casing Casemethod Methods", Academy of Management Review, vol. 2, no 2, April 1977, pp.277-289.
- ERSKINE, JA., LEENDERS, MR, MAUFETTE-LEENDERS, LA. Teaching with Cases, Research and Publications division School of Business Administration The University of Western Ontario, 1981, 305p.
- GENTILE, M. 25 Questions to Ask as You Begin to Develop a New Case Study, Harvard Business School 9-391-042, 5p.
- GRAGG, CI. Because Wisdom Can't Be Told, Harvard Business School 9-451-005, 6p.
- HAMMOND, JS. Learning by the Case Method, Harvard Business School 9-376-241, 3p.
- HARDY, K.G. The Joy of Case Teaching, University of Western Ontario, 1990, 6p.
- SHAPIRO, BP. An Introduction to Cases, Harvard Business School 9-584-097, 2p.
- KNECHEL, W.R. "Using the Case Method in Accounting Education", Issues in Accounting Education, vol. 7, no 2, Fall 1992, pp.205-217.
- LEENDERS, MR, ERSKINE, JA. Case Research : The Case Writing Process, Research and Publications division School of Business Administration The University of Western Ontario, 1989 (3ed), 156p.

- LEFRANCOIS, S, PAQUIN, M. La rédaction d'un cas, Centrale de cas HEC 8EN92004, 1991, 10p.
- LEFRANCOIS, S, PAQUIN, M. La rédaction d'une note pédagogique, Centrale de cas HEC 8EN92005, 1991, 4p.
- LEGENDRE, MF. "Directives pour l'étude de cas et la rédaction", polycopié, 1995, 5p.
- LIBBY, P.A. "Barriers to Using Cases in Accounting Education", Issues in Accounting Education, vol. 6, no 2, Fall 1991, pp.193-213.
- PAQUIN, M., HURTUBISE, RA. L'utilisation de la méthode des cas et des jeux de simulation dans l'enseignement de l'administration publique, École nationale d'administration publique, octobre 1972, 31p. 10p.
- PRÉGENT, R. La préparation d'un cours, Montréal, Éditions de l'École Polytechnique de Montréal, 1990, 274 p.
- SAINT-GERMAIN, M. "Principes de base de la rédaction de cas", dans Actes du colloque de Nice de l'AIPU, Nice, 1991, pp.283-291.
- SZPIRO, D. Learning with Cases Workshop, Concordia University, January 1996, texte et transparents.
- TROSTER, A.O., BUCKEYE, J.G. "Three Propositions for Writing Better Cases with Greater Impact" dans Managing Change with Cases and Simulations, H.E. Klein (ed.) (WACRA, 1991), pp.187-195.

## Annexe A Exemples de procédures de maquillage d'un cas

Types de données	Avantages du maquillage	Inconvénients du maquillage	Exemples de règle à appliquer
Nom du secteur de l'entreprise	Protège à priori très bien l'entreprise, mais intérêt faible	Aucun s'il ne s'agit pas d'une mission de stratégie où l'analyse des lois du marché est primordiale	Secteur bancaire pour secteur des assurances, secteur des eaux minérales pour secteur des soft-drinks, etc.
Nom de l'entreprise	Parfait, si le nombre de concurrents est grand	Non-identification par les étudiants aux acteurs de l'entreprise	Surtout pas un anagramme!
Nom des personnes de l'entreprise	Évident	Évident	Pas d'anagramme, pas de jeu de mots sur les noms, pas de numéro
Données chiffrées (finance, marketing, etc.)	Aucun, si elles sont du domaine public	Peu d'inconvénients si le maquillage ne "casse" pas le cas	Appliquer un multiplicateur constant (ex: 1,123 pour les profits, 0,877 pour les pertes)
Produit	Intérêt important si le produit est de nature stratégique	Empêche de joindre des photos ou dessins Nuit à l'identification des étudiants	Prendre un produit qui existe dans un autre pays, par exemple, et le décrire précisément
Période ou année du cas	Peu important si le produit est de nature stratégique	Gênant, si l'actualité du cas est primordiale	Ne pas faire dater le cas de plus de cinq ans

Adaptée de Bergadaà, M. *Gestion et pédagogie - Une approche nouvelle illustrée par la méthode des cas*, Paris, McGraw-Hill, 1990, 176 p.