

Editorial

Des recherches pertinentes, avec un minimum de cynisme et de narcissisme

Il y a quelques années, le designer Philippe Starck (2007) effectuait une prestation remarquée, enregistrée, à la conférence *TED (Technology, Entertainment, Design)* sur son métier. Il y distinguait notamment trois catégories de designers : les cyniques, les narcissiques et les empathiques. Le design qu'il baptise de « cynique » est exercé par des designers qui prennent prétexte du slogan de Raymond Loewy « *Le laid se vend mal* » pour se mettre au service du marketing et des industries afin de mieux emballer et rendre leurs produits plus attractifs. A ses yeux, le design dit « narcissique » est pratiqué par des « *fantastiques designers qui font du design seulement pour d'autres designers fantastiques* ». Le dernier type de design qu'il dit pratiquer, appelons-le empathique, est celui mis en valeur par des designers qui essayent de justifier leur existence en refusant de concevoir un objet pour lui-même mais conçu pour le bénéfice des gens ou institutions qui vont l'utiliser, en imaginant ou projetant leurs besoins, leurs aspirations, leur vie, leur environnement, la société dans laquelle ils évoluent.

L'équilibre entre méthode, rigueur et pertinence d'une recherche est un enjeu permanent dans notre domaine et pour une revue. La classification de Philippe Starck m'a inspiré l'analogie suivante. La recherche « cynique » serait celle qui privilégie les préoccupations méthodologiques au détriment de la contribution proprement dite et des impacts pour le management. Celle pratiquée par des chercheurs soignant tout particulièrement la méthodologie, l'emballage, d'une recherche pas toujours originale ou pertinente, en ayant recours à des techniques de plus en plus sophistiquées mais disproportionnées par rapport à leurs questions de recherche. La recherche « narcissique » serait celle effectuée par de « *fantastiques chercheurs qui présentent une recherche à d'autres chercheurs fantastiques* » et qui visent une contribution théorique, peut-être originale, mais pas nécessairement alignée avec les soucis ou enjeux des entreprises ; sans effort particulier pour être comprise par celles-ci. La recherche « empathique » serait celle pratiquée par des chercheurs davantage à l'écoute des entreprises, sensibles à leurs préoccupations et désireux d'avoir un réel impact sur leur évolution et leurs réflexions.

Oui, une recherche doit soigner la méthodologie, mais sans cynisme, donc pas seulement pour bien emballer un résultat sans intérêt ; pas au détriment de la contribution théorique et de l'impact pratique. Oui, une recherche doit garantir la rigueur et proposer une contribution théorique avérée, si possible originale, mais sans narcissisme. Donc avec la volonté d'adresser un enjeu pertinent, d'avoir un impact concret, de créer de la connaissance utile aux entreprises, aux gestionnaires et à la société. Ceux-ci attendent des réflexions, des apports et des solutions de la part des chercheurs ; que

la recherche soit empathique à leur égard. C'est la raison d'être de nos recherches en sciences de gestion, tout particulièrement en systèmes d'information.

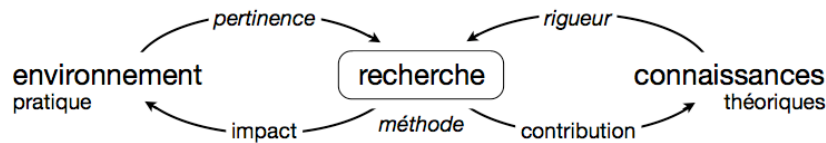


Figure 1. Equilibre entre méthode, rigueur et pertinence

Comme illustré à la figure 1, inspirée du « *Information Systems Research Framework* » de Hevner et al. (2004), les recherches dans nos domaines doivent assurer un équilibre harmonieux entre (a) approche méthodologique soignée, (b) rigueur et contribution théoriques avérées et (c) pertinence et volonté d'impact sur la pratique.

Dans un récent éditorial de *MISQ*, Detmar Straub (2011) appelle de ses vœux un débat et des recherches supplémentaires sur cet équilibre. Dans cette tension entre rigueur et pertinence, il y voit deux enjeux distincts qui justifient ce débat et ces futures recherches : d'une part, l'alignement des thèmes abordés par les chercheurs avec ceux des praticiens et, d'autre part, le transfert de connaissances entre chercheurs et praticiens. Il pense que le fossé est moins grand qu'on le pense: les thématiques sont souvent alignées et les transferts s'opèrent déjà de nombreuses manières, même si cela ne passe pas toujours par les revues académiques. Il constate en effet que nos revues scientifiques sont de moins en moins adaptées aux souhaits des praticiens.

Comme le montrent les séances du comité de rédaction, *SIM* est très sensible à ce débat et souhaite y apporter sa contribution. Le prix *CIGREF* fait partie des initiatives prises de longue date en cette matière mais ce n'est pas suffisant évidemment. Dans cette perspective et depuis plusieurs numéros, nous demandons aux auteurs de mettre en évidence plus systématiquement dans leurs résumés (a) la question de recherche, (b) l'approche méthodologique retenue, (c) la contribution théorique apportée, (d) la pertinence de la recherche et les implications pratiques et (e) l'originalité majeure de la recherche. Nous devons reconnaître que les progrès sont bien minces. Nous étudierons en 2012 une ou deux mesures concrètes que nous pourrions prendre pour améliorer les transferts entre les auteurs de *SIM* et les praticiens du domaine.

Commerce électronique, équipe virtuelle et informatique médicale.

Les trois articles proposés dans ce numéro décrivent des recherches dont la pertinence ne peut guère être mise en doute : efficacité des outils web modernes sur la performance des sites marchands, impact de la virtualité sur la performance du travail en équipe et développement de systèmes d'information mieux susceptibles de suivre l'évolution des organisations en perpétuel changement.

Le premier article, signé par Christophe Haon et Chirag Patel, présente une recherche qui avait pour objectif d'étudier les effets des outils modernes du web sur la création du trafic généré par un site internet marchand, sa performance commerciale et les ventes qui y sont réalisées. Parmi les outils étudiés, les auteurs ont retenu le référencement payant, les campagnes e-mail, les blogs, les réseaux sociaux, les podcasts vidéo, les widgets et l'internet mobile. Les sites web qu'ils ont épluchés sont les 500 plus importants sites marchands américains, repris dans un guide annuel de la profession qui compile un ensemble de données secondaires et d'enquêtes pour ces entreprises. Les auteurs mettent notamment en évidence les résultats suivants : le référencement payant exerce assez clairement un effet positif sur le trafic et permet d'attirer de nouveaux clients ; l'impact sur le chiffre d'affaires reste toutefois peu apparent. Le référencement semble donc s'imposer au commerce en ligne, que les marchands peuvent difficilement ignorer mais qui ne suffit pas à assurer une performance commerciale élevée. Le courrier électronique se montre également utile pour générer du trafic mais à condition de proposer une incitation claire à visiter le site ; le taux de conversion semble toutefois rester assez faible. La personnalisation des messages électroniques reste clairement un enjeu ; elle ne semble avoir aucun effet ni sur le trafic généré, ni sur la performance, ni sur les ventes. Les blogs ont peu d'incidence sur le trafic mais contribuent à maintenir la satisfaction et la fidélité des internautes. De la même façon, une version mobile du site entraîne peu d'impacts sur le trafic mais permet des achats plus ciblés, caractérisés par des paniers moyens plus faibles mais des taux de conversions plus élevés. Les widgets semblent créer des liens plus forts avec les visiteurs et augmenter le nombre de visites uniques. Les effets des réseaux sociaux et des podcasts vidéo sont plus compliqués à observer et semblent davantage dépendre de la catégorie de produit et du type de marchand. Par la richesse des données, cette recherche donne un joli panorama des outils web et de leur impact sur la performance commerciale des sites internet marchands. L'avenir et de nouvelles recherches diront si ces résultats se confirment dans le futur et sur des marchés différents.

Dans l'article suivant, Nabila Jawadi et Nabila Boukef Charki proposent une grille pour analyser la virtualité et la performance du travail en équipe. Elles mettent en évidence deux dimensions dans la virtualité : la première, dite technologique, représente la capacité des membres d'une équipe virtuelle à tirer profit des caractéristiques des technologies de l'information et de la communication. La seconde, dite sociale, se réfère à la capacité des membres à s'approprier les médias utilisés et à les adapter à leurs besoins de communication. Les auteurs ont observé le travail d'une dizaine d'équipes pendant plusieurs mois ; elles ont également administré des questionnaires et effectué des interviews à l'issue du travail en équipe. Sur cette base, elles mettent en évidence une réaction négative entre virtualité et performance. En d'autres termes, les équipes performantes semblent avoir un niveau faible de virtualité alors que les équipes non performantes semblent caractérisées par un

niveau de virtualité plus élevé. Cette recherche pourrait aider les responsables d'équipes virtuelles à réduire les contraintes liées à la virtualité et améliorer les performances de leurs équipes.

L'étude de cas proposée par Andrea Carugatti, Antonio Giangreco et Antonio Sebastiano illustre le développement d'un système d'information évolutif dans une institution italienne prodiguant des soins médicaux à des personnes âgées. Les auteurs ont observé les développements informatiques des douze dernières années dans cette institution, ainsi que les grandes phases de l'évolution et de la maintenance des systèmes développés. Leur étude longitudinale, basée sur le codage de nombreuses interviews, leur permet de mettre en évidence des enseignements assez riches sur l'adaptation des solutions informatiques aux besoins des usagers, dans ce cas les infirmières du centre médical. Ils illustrent bien les innovations que ces utilisateurs ont progressivement amenées dans la vie du système d'information. Ils relèvent notamment les facteurs d'influence de cette évolution : demandes internes, demandes externes, soutien de la direction et émancipation du personnel infirmier.

Remerciements

Un départ et deux arrivées au comité de rédaction. Alain Desreumaux quitte le comité de rédaction après de nombreuses années de service : un grand merci pour ses conseils éclairés pendant toutes ces années. Nathalie Mitev de la London School of Economics et Alain Cucchi de l'Université de la Réunion rejoignent le comité de rédaction : très cordiale bienvenue, on se réjouit de travailler avec eux et de profiter de leur expérience. Un tout grand merci aussi à nos évaluateurs, travailleurs de l'ombre sans qui *SIM* ne tournerait pas. A tous, le comité de rédaction de *SIM* vous souhaite une excellente année 2012, pleines de recherches pertinentes, avec un minimum de cynisme et de narcissisme.

Références

Hevner, A., March, S., Park, J., and Ram, S. (2004). Design science in information system. *MIS Quarterly*, 28(1) p. 75-105.

Starck, P. (2007) « Philippe Starck thinks deep on design », Vidéo présentée à la *TED'2007 Conference* (http://www.ted.com/talks/philippe_starck_thinks_deep_on_design.html)

Straub, D., Soon, A. (2011) « Rigor and Relevance in IS Research: Redefining the Debate and a Call for Future Research », *MIS Quarterly*, 35(1) p.iii-xi.

Par Yves Pigneur