

Axe de recherche 4 : Évaluation et pilotage des performances des entreprises

Les recherches qui s'inscrivent dans l'axe A4 - Évaluation et pilotage des performances des entreprises sont réalisées à la fois dans les entreprises privées et dans les organisations publiques, et portent notamment sur les outils du pilotage (le contrôle de gestion, les systèmes d'information, les systèmes de planification) et leurs liens avec la stratégie de l'entreprise. Elles s'articulent autour de trois thèmes principaux : les déterminants individuels et organisationnels des processus de gestion, l'influence des valeurs et la valeur de l'influence sur la performance et enfin la place des mots dans les systèmes de pilotage de la performance.

Les **processus stratégiques et de contrôle** sont étudiés en action : les individus, en tant qu'acteurs et créateurs de la performance, font ainsi l'objet d'une attention particulière notamment au travers de l'analyse des liens entre pratiques individuelles et organisationnelles (Giraud et al. 2008 ; Mendoza, 2008 ; Dameron et Torset, 2009 a et b, 2011, 2012), de l'analyse des processus stratégiques pour comprendre les processus organisationnels qui favorisent ou inhibent la génération d'initiatives stratégiques à tous les niveaux d'une organisation (Torset, 2008), de l'étude de la création (Le Theule, 2007, 2010, 2012 ; Le Theule, Sponem et Gond, 2011, 2009, 2007 ; Le Theule et Moriceau, 2010 ; Le Theule et Mairesse, 2010) ou de celles des pratiques budgétaires. La notion d'alphabétisme stratégique, définie comme la capacité cognitive, intellectuelle, mais également organisationnelle d'un individu à agir en stratège dans son organisation, c'est-à-dire à initier ou participer de manière active et prédominante à une initiative stratégique, permet d'aborder la question de recherche suivante : « comment devient-on stratège ? ». Cet axe de recherche s'inscrit dans la continuité des travaux sur l'analyse des comportements individuels dans les processus stratégiques (Torset, 2009) et les caractéristiques des individus-stratèges (Dameron et Torset, 2013)

La question de l'**influence** est étudiée au travers de l'analyse de l'impact des valeurs culturelles sur la performance (Eglen et Laulusa, 2011 ; Lévy, 2012 ; Lévy et Rezgui, 2012), ou encore de la place et du rôle du lobbying (Rival, 2012) et, plus largement, de la performance des stratégies d'entrepreneuriat institutionnel et d'intelligence économiques menées par les entreprises. Les déterminants et les conséquences de la divulgation environnementale sur la performance financière ont été étudiés dans une recherche de nature quantitative qui a permis d'approfondir l'analyse du lien entre la performance financière et la performance environnementale (Déjean et Martinez, 2009 a et b). De même, une monographie, sur une période de 30 ans, de l'entreprise Péchiney a permis d'expliquer la diffusion d'informations sociales et environnementales et de souligner combien la communication sociétale relevait d'une stratégie de légitimation organisationnelle (Déjean et Oxibar, 2010).

La **place des mots** dans l'évaluation et le pilotage de la performance invite à des réflexions plus sémantiques ou théoriques comme celles sur l'usage de la métaphore (Burlaud, 2011 ; Chatelain-Ponroy, 2009 ; Chatelain-Ponroy et Vidal, 2012) - qui illustrent la force des mots dans les mécanismes de contrôle de la gestion dans les organisations – ou celles sur la signification du concept de résultat et sur les enjeux attachés à sa définition (Vidal, 2012). Les résultats d'un travail en cours portant sur la « Définition et représentation de la performance » seront présentés prochainement à l'Autorité des Normes Comptables (ANC) qui finance ce projet.





<https://lirsa.cnam.fr/equipes-de-recherches/masquee-pilotage-des-organisations-po-bis/axe-de-recherche-4-evaluation>