

éditorial

Satisfaction des utilisateurs, protection de la vie privée, connaissances et innovation sous la loupe des chercheurs

SIM est heureux de présenter à ses lecteurs le dernier numéro de 2010. Ce numéro comprend quatre articles qui montrent une nouvelle fois la qualité, la variété et la richesse des recherches de notre communauté. Les thématiques adressées sont pertinentes, parfois d'actualité, mais toujours traitées avec rigueur ; les recherches présentées sont aussi sources d'inspiration pour de nouvelles réflexions, ouvrent de nouvelles perspectives et contribuent à une meilleure compréhension des phénomènes liés aux systèmes d'information. Le lecteur pourra s'en convaincre à la lecture des sujets abordés : perception de la qualité de service par les utilisateurs, sensibilité au respect de la vie privée par les internautes, création de connaissances dans les processus d'innovation et enfin impact de la richesse des sites web sur la satisfaction des usagers.

Dans le premier article, Serge Baile et Rim Louati présentent une recherche sur l'efficacité opérationnelle des systèmes d'information et sur les effets perçus par leurs utilisateurs de l'usage des technologies informatiques. L'originalité de cette recherche réside dans la

prise en compte d'une double perspective, cognitive et affective, dans l'évaluation du succès du système d'information : celle de la qualité de service rendue à l'utilisateur et celle de leur satisfaction. La première est un jugement de valeur par l'utilisateur sur l'excellence du service et les bénéfices qu'il en retire. La seconde est de l'ordre de l'affectif, de l'émotionnel, et traduit le sentiment subjectif lié aux conséquences de l'usage de la solution informatique par l'utilisateur. Deux approches de recherche ont été mobilisées. La première, descriptive, visait à identifier les attentes liées à l'usage, à la qualité de service et à la satisfaction des utilisateurs. La seconde, prescriptive, avait pour objectif de tester des hypothèses de causalité entre la qualité de service, l'utilisation de l'informatique et la satisfaction des utilisateurs. Le modèle proposé a été mis à l'épreuve d'une étude empirique dans un groupe international de l'industrie cosmétique, dont les données ont été traitées par une modélisation en équations structurelles. Les résultats montrent avec évidence que la qualité de service détermine l'utilisation de technologies informatiques et la per-

ception de leur succès par les utilisateurs. Cette étude explique ou rappelle assez clairement que les utilisateurs attendent du système d'information et de l'informatique associée une aide à la décision, à la coordination dans leur travail, à l'évaluation de leur rendement, à leur communication et au déploiement de nouveaux services. Ces attentes font l'objet de croyance sur le rôle du système d'information et la performance des services qu'ils en attendent. De façon très concrète et pratique, ce travail a donné lieu à des recommandations à la direction, dont les auteurs livrent une brève synthèse. Ils soulignent notamment l'importance de la réactivité des informaticiens et autres centres d'appel pour évaluer la qualité du système d'information et établir la satisfaction. Ils insistent sur la nécessité de bien communiquer au démarrage d'une application et pendant la phase d'apprentissage. Les auteurs relèvent aussi que les utilisateurs critiquent la logique de standardisation des directions informatiques et, au contraire, demandent une meilleure écoute et une plus grande personnalisation de la part des personnels informatiques.

Le second article, rédigé par Caroline Lancelot Miltgen, aborde une thématique d'actualité : le respect de la vie privée et la protection des données, étudiés de la perspective des internautes. Un récent sondage de la *CNIL* a d'ailleurs mis en évidence les fortes craintes des internautes sur le niveau de protection de leur vie privée sur Internet, sur l'usage par des tiers et sur la divulgation de leurs données personnelles, sans leur accord préalable. A partir d'une enquête qu'elle a menée en France et en Angleterre, l'auteur passe

au crible les comportements des internautes en matière de dévoilement de données personnelles en ligne. Elle dresse notamment une typologie des internautes en fonction de leur sensibilité à ces enjeux et de leur comportement, plus ou moins ouvert, plus ou moins cachotier, dans le dévoilement de données personnelles sur les sites de commerce électronique. L'originalité de cette étude réside dans l'intérêt que l'auteur attache aux contreparties attendues en échange du dévoilement de données personnelles par les internautes : que ces contreparties soient une réduction de prix, un gain de temps, un meilleur service, une personnalisation accrue ou des cadeaux. Pour construire sa typologie sur les avantages recherchés par les internautes en échange du dévoilement, l'auteur propose un modèle conceptuel et des hypothèses à tester. Pour ce faire, elle dégage des variables susceptibles d'influencer les avantages recherchés par les internautes ; variables culturelles, attitudinales (à l'égard du risque notamment), comportementales (sur le dévoilement), d'expérience (en ligne) et sociodémographiques. La démarche adoptée a intégré une étude qualitative exploratoire et une étude quantitative sur un large échantillon, en France et en Angleterre, à l'aide de quelques outils statistiques. L'auteur met ainsi en évidence quatre types d'internautes : les réticents, les désintéressés, les négociateurs et les bienveillants. De plus, dans une perspective interculturelle, l'étude parvient aussi à mettre en évidence des différences d'attitude, de comportement, de perception entre les internautes de ces deux pays dans l'appréciation du risque à fournir des données

à caractère personnel. En synthèse, la typologie issue de cette recherche, particulièrement pertinente, menée avec rigueur, constitue une jolie contribution théorique pour appréhender ce phénomène lié à la protection de la vie privée. Elle fournit aussi aux entreprises quelques précieuses suggestions pour mettre au point une stratégie nuancée dans la relation, plus ou moins personnelle, avec leurs clients en ligne, principalement dans le recueil d'informations personnelles. Au terme de l'article, le lecteur pourra se laisser persuader par l'auteur que les résultats de cette recherche suggèrent un débat éthique sur la propriété des données à caractère personnel.

Johanna Habib explore, dans le troisième article, la dynamique de création des connaissances dans les processus d'innovation, très souvent menés avec des collaborations inter-organisationnelles évolutives et complexes. L'auteur commence par passer en revue les travaux menés dans les deux champs théoriques qu'elle tâche de réconcilier : celui de la gestion des connaissances et celui de l'innovation. Elle rappelle et dresse notamment une typologie des connaissances : elle décrit les processus de création de ces connaissances. Elle montre que l'innovation peut être considérée comme un processus, complexe, de développement de nouvelles connaissances. Elle prend le parti de considérer que ce développement est rendu possible par un apprentissage au sein d'un collectif d'innovation. Pour étudier ces processus d'innovation et mettre en évidence les principales phases de création de connaissances, quatre études de cas ont été sélectionnées avec rigueur, menées minutieuse-

ment et analysées en profondeur dans le domaine de la santé en ligne (e-santé). L'auteur adopte une approche longitudinale, selon les pratiques modernes dans la recherche sur l'innovation. Elle structure son analyse des données collectées autour, d'une part de la méthode dite de repérage des incidents critiques, d'autre part d'une analyse catégorielle sous l'influence des principes de codage de la théorie enracinée. La contribution principale de cette recherche se situe dans la conception d'un modèle en six phases de création de connaissances pour favoriser l'innovation : le scanning, la conceptualisation, la valorisation, le développement, l'abstraction et la diffusion. L'auteur attache un grand soin à la présentation non seulement des activités du collectif d'innovation liées à ces phases de création de connaissance mais aussi à celle des incidents critiques qui permettent de repérer l'émergence de la phase suivante. Le même soin est attaché à la comparaison des trajectoires de création de connaissances entre les différentes études de cas, et la mise en évidence de leurs similarités. L'auteur observe que de nombreux feedbacks surviennent dans le processus d'innovation et elle relève que les phases tendent à s'entremêler et à se superposer dans le temps. Ce modèle de création de connaissances, les six phases du processus et leurs activités contribuent à notre connaissance théorique sur l'innovation mais présentent aussi un intérêt pratique pour les entreprises dans la mesure où cette recherche leur suggère un outil de suivi de leur processus d'innovation. Cet article suggère enfin quelques pistes de réflexions nouvelles et appelle des recherches sur les liens

entre connaissances, innovation, mais aussi gestion de projets, communautés virtuelles, et recherche et développement ; on peut aussi penser au concept d'innovation ouverte (*open innovation*) et autres phénomènes d'externalisation, comme le *crowdsourcing* par exemple (voir le numéro précédent de SIM).

Enfin, le dernier article, proposé par nos collègues canadiens Alain Pinsonneault, Shanling Li et Daniel Tomiuk, étudie les effets de la richesse technique et de la richesse en information d'un site web sur la satisfaction des utilisateurs et sur leur apprentissage des produits présentés. S'appuyant sur la théorie de la richesse des médias dont ils donnent une synthèse approfondie, les auteurs développent les concepts de « richesse du canal web » et « richesse des informations web ». Sur base d'une enquête auprès d'un grand nombre d'internautes intéressés par l'achat de produits sophistiqués (ordinateurs et d'imprimantes laser) et d'autres plus simples (CD et vestes polaires), l'impact de ces facteurs sur la satisfaction et l'apprentissage est avéré mais varie selon la sophistication des produits présentés. La démarche adoptée est de facture classique : après avoir élaboré les hypothèses à tester et avoir défini les construits et mesures, un traitement statistique a été effectué pour tester les hypothèses (statistiques descriptives, corrélation, Anova, Post Hoc). Comme attendu, les résultats montrent que la satisfaction des utilisateurs est influencée par les deux types de richesses pour les produits sophistiqués et que l'apprentissage est davantage influencé par la richesse d'information. Plus surprenant, l'étude montre que la satisfaction et l'apprentissage sont influencés de la même manière par la richesse du

site web même pour les produits simples. Ces résultats devraient rendre attentifs les développeurs de sites web à l'importance de ces deux types de « richesses » et les aider à mieux cerner leur impact sur la satisfaction des consommateurs dans l'usage du site web et leur apprentissage des produits qui y sont présentés.

SI et transformation des organisations

Le prochain numéro sera consacré aux rôles des systèmes d'information dans la transformation des organisations. L'objectif de ce numéro sera d'explorer le processus de transformation qui n'est ni réductible à une mécanique projet accompagnée par une conduite du changement, ni réductible à de l'émergence pure. Le processus de transformation implique des acteurs, des intentions, des interactions, certaines émergentes et d'autres organisées. Comment le décrire et le théoriser ? Les éditeurs, Frantz Rowe et Patrick Besson, et les auteurs travaillent déjà d'arrache pied pour boucler ce premier numéro de 2011. On se réjouit de les lire prochainement.

Le comité de rédaction profite de cette occasion pour remercier les auteurs et les évaluateurs qui ont permis la publication des quatre numéros et des seize articles de 2010. Nous vous souhaitons à tous, auteurs, évaluateurs, lecteurs, techniciens d'ESKA, amis du CIGREF, et membres de l'AIM, qui faites vivre SIM, une excellente année 2011 riche en idées, en projets, en rencontres et en publications.

Par Yves PIGNEUR