HCERES

Haut conseil de l'évaluation de la recherche
et de l'enseignement supérieur

Entités de recherche

Évaluation du HCERES sur l'unité :

Centre de Recherche en Management

CRM

sous tutelle des établissements et organismes :

Université Toulouse 1 Capitole - UT1

Centre National de la Recherche Scientifique - CNRS

Campagne d'évaluation 2014-2015 (Vague A)

HCERES

Haut conseil de l'évaluation de la recherche
et de l'enseignement supérieur

Entités de recherche

Pour le HCERES,[1]

Didier HOUSSIN, président

Au nom du comité d'experts,[2]

Hervé DUMEZ, président du comité

En vertu du décret n°2014-1365 du 14 novembre 2014,

[1] Le président du HCERES "contresigne les rapports d'évaluation établis par les comités d'experts et signés par leur président." (Article 8, alinéa 5)

[2] Les rapports d'évaluation "sont signés par le président du comité". (Article 11, alinéa 2)

Rapport d'évaluation

Ce rapport est le résultat de l'évaluation du comité d'experts dont la composition est précisée ci-dessous.

Les appréciations qu'il contient sont l'expression de la délibération indépendante et collégiale de ce comité.

Nom de l'unité :	Centre de Recherche en Management
Acronyme de l'unité :	CRM
Label demandé :	UMR
N° actuel :	UMR CNRS 5303
Nom du directeur (en 2014-2015) :	M. Patrice ROUSSEL
Nom du porteur de projet (2016-2020) :	M. Patrice ROUSSEL

Membres du comité d'experts

Président :

M. Hervé DUMEZ, École Polytechnique-CNRS

Experts :

M. Nicolas BERLAND, Université Paris Dauphine (représentant du CoNRS)

M. Thierry FOUCAULT, HEC Paris

M. Xavier LECOCQ, Université Lille 1 - Sciences et Technologies

M. Florent NOEL, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne (représentant du CNU)

M^{me} Claude PECHEUX, Université Catholique de Louvain, Belgique

Délégué scientifique représentant de l'HCERES :

M^{me} Aude DEVILLE

Représentant(s) des établissements et organismes tutelles de l'unité :

M. Stefano BOSI, CNRS

M^{me} Fany DECLERCK, (représentant de l'École Doctorale Sciences de Gestion, n°418)

M^{me} Virginie MAHDI, CNRS

M^{me} Corinne MASCALA, Université Toulouse 1 Capitole

1 • Introduction

Historique et localisation géographique de l'unité

Le Centre de Recherche en Management (CRM) est né en 2009 d'une fusion de trois équipes. En 2012, l'unité a été labellisée par le CNRS sous la forme d'une UMR. Les chercheurs (enseignants-chercheurs de l'IAE, chercheurs CNRS) sont répartis sur trois sites géographiques, mais proches les uns des autres dans un périmètre restreint au centre-ville de Toulouse : dans les locaux de l'Institut d'Administration des Entreprises (IAE) et ceux de l'Université qui leur font face de l'autre côté de la rue.

Équipe de direction

La direction de l'unité se veut en phase avec la stratégie affichée et avec la structure interne adoptée dans un souci d'efficacité et de flexibilité. Le CRM est dirigé par un directeur (M. Patrice ROUSSEL) et un directeur scientifique (M. Bruno BIAIS). Ils sont assistés des directeurs des thématiques qui ont une large autonomie budgétaire et scientifique dans le cadre d'ensemble de la stratégie poursuivie.

Nomenclature HCERES

SHS1_2 : Finance, Management

Effectifs de l'unité

Effectifs de l'unité	Nombre au 30/06/2014	Nombre au 01/01/2016
N1 : Enseignants-chercheurs titulaires et assimilés	41	42
N2 : Chercheurs des EPST ou EPIC titulaires et assimilés	2	2
N3 : Autres personnels titulaires (n'ayant pas d'obligation de recherche)	4	4
N4 : Autres enseignants-chercheurs (PREM, ECC, etc.)	4	2
N5 : Autres chercheurs (DREM, Post-doctorants, visiteurs etc.)		
N6 : Autres personnels contractuels (n'ayant pas d'obligation de recherche)	1	
TOTAL N1 à N6	**52**	**50**

Effectifs de l'unité	Nombre au 30/06/2014	Nombre au 01/01/2016
Doctorants	32	
Thèses soutenues	59	
Post-doctorants ayant passé au moins 12 mois dans l'unité		
Nombre d'HDR soutenues	7	
Personnes habilitées à diriger des recherches ou assimilées	27	33

2 • Appréciation sur l'unité

Avis global sur l'unité

Le Centre de Recherche en Management (CRM) est une unité de recherche de taille moyenne, ayant atteint une masse critique bien qu'appelée à se renforcer sur certaines thématiques dans les prochaines années. Elle a défini une stratégie claire : acquérir une visibilité internationale d'ensemble, en termes de publications scientifiques de premier plan, visibilité dont jouissent déjà les thématiques fortes de l'équipe (finance et ressources humaines). L'organisation interne est en phase avec cette stratégie : sont recherchées des publications dans les meilleures revues de chacun des champs de la gestion, donc les thèmes correspondent à chacun de ces champs (comptabilité/contrôle, finance, marketing, management des ressources humaines, stratégie). Certaines disciplines de gestion ne sont pas directement représentées (systèmes d'information par exemple), l'équipe ayant choisi de se resserrer sur ses points forts et de concentrer ses moyens pour atteindre son objectif stratégique. Bien que les cinq années d'existence de l'unité ne permettent pas un recul suffisant, la dynamique enregistrée apparaît nettement positive : les thématiques les plus avancées (finance, ressources humaines) se situent au plus haut niveau de la recherche internationale, la thématique en stratégie semble en passe de se diriger vers ce niveau, les deux autres thématiques étant également en progrès.

Points forts et possibilités liées au contexte

L'équipe a une stratégie claire et affichée. Les règles sont simples, connues de tous et elles orientent les pratiques des enseignants-chercheurs. Cette stratégie est assise sur l'organisation interne de l'unité qui permet de donner aux chercheurs les moyens budgétaires et scientifiques à la mesure de l'ambition collectivement portée.

Au terme des cinq années d'existence qui viennent de s'écouler, les résultats sont très positifs. L'environnement toulousain dans lequel s'insère l'équipe est évidemment porteur pour un objectif affiché de visibilité internationale.

Les tutelles, tant universitaire que CNRS, viennent à l'appui du potentiel de cette équipe jeune, même si des moyens complémentaires sont souhaitables pour soutenir notamment les thématiques en essor, comme la stratégie.

Points faibles et risques liés au contexte

La dynamique générale de l'unité est très positive, remarquable même pour certaines thématiques, d'autres thématiques sont encore en phase de décollage et doivent être renforcées (par exemple via des recrutements) de manière à homogénéiser le niveau de publication entre les thèmes au sein de l'unité. Un meilleur niveau d'encadrement est nécessaire pour les soutenir.

L'accent mis sur la stratégie suivie, très axée sur des publications dans des revues de premier plan international, donc disciplinaires, rend plus difficile la transversalité des approches.

Recommandations

La stratégie définie est en train de porter ses fruits et elle sera pleinement couronnée de succès lorsque la thématique en stratégie, encore jeune, aura rejoint le niveau de celles en finance et en ressources humaines, et que les thématiques en comptabilité-contrôle et en marketing auront elles aussi continué à progresser en niveau de publication. La première recommandation à l'équipe est donc de poursuivre la stratégie engagée.

La deuxième est de renforcer les moyens donnés aux thématiques en progression qui ont besoin d'un renforcement en séniorité et/ou en effectifs (recrutement de professeurs, passage des maitres de conférences au grade de professeur, augmentation du nombre de HDR dans certaines thématiques jeunes, recrutement de chercheurs CNRS dans les thématiques en pleine dynamique). Au niveau de cette recommandation, des choses dépendent de l'équipe elle-même, d'autres doivent être négociées avec les tutelles.

La troisième recommandation s'adresse à l'unité : en maintenant la stratégie engagée, en la renforçant même, une réflexion devrait être engagée parallèlement dans les prochaines années sur la manière d'exploiter la richesse potentielle des synergies entre thématiques internes, tant sur le plan méthodologique (l'équipe présente une gamme de méthodologies d'une très grande richesse – quantitatives, qualitatives, quali-quanti, expérimentales) que sur le plan de thématiques transversales possibles.