

Incitations et motivation dans les organisations

L'argent n'est de loin pas le seul élément motivateur. Toutefois, il faut savoir choisir les incitations à mettre en place car le résultat obtenu peut être éloigné des espérances initiales. Entre incitations explicites et implicites, *nudge* et régulation, les instruments au service du management de la motivation sont nombreux.



Jocelyn Donze et Thierry Burger-Helmchen proposent un tour d'horizon des incitations monétaires et non monétaires dans les organisations. Julien Pénin étudie les facteurs de motivation des créatifs et innovateurs. Dans leur cas, les mécanismes d'incitations les plus efficaces reposent sur la réputation et la reconnaissance des pairs. Thierry Burger-Helmchen présente l'état des réflexions autour du travail de personnes externes à l'entreprise, notamment des communautés et de la foule. Benjamin Ouvrard décrit le mécanisme des *nudges*. Entre régulation, coup de coude ou coup de pouce, ces nouveaux outils de management intéressent à la fois décideurs politiques et dirigeants d'entreprises. Nos compétences, nos qualités sont-elles innées ou acquises par nos expériences et nos efforts? André Schmitt détaille les implications concrètes selon que l'on adhère à l'une ou l'autre de ces approches en prenant deux exemples : la négociation et la formation professionnelle. Alors que la raison première de l'échec des élèves et des étudiants réside dans leur manque de motivation, Jocelyn Donze s'intéresse à la place de celle-ci dans les pratiques pédagogiques. Enfin, Anne Neymann montre que la question des incitations est au cœur de notre enseignement de la politique de concurrence. En effet, la preuve des ententes illicites repose en partie sur la politique de clémence dont-elle étudie l'efficacité.

Dossier coordonné par Jocelyn Donze et Thierry Burger-Helmchen, BETA-CNRS, université de Strasbourg