

Charte de l'évaluateur - AIMS

Les principes énoncés ci-dessous ont pour vocation d'aider les évaluateurs à faire preuve de professionnalisme et d'intégrité dans l'évaluation des communications proposées pour la conférence annuelle de l'AIMS, en les guidant face aux principaux écueils pouvant nuire à la qualité des évaluations. Ils établissent également l'existence d'une procédure d'arbitrage concernant les questions de définition du champ de l'AIMS.

- **L'avis de l'évaluateur est étayé par une analyse argumentée du projet de communication**

Les avis émis par l'évaluateur doivent faire l'objet d'une démonstration, basée sur la citation d'extraits ou la référence à des passages précis de la communication, et mobilisant le cas échéant des sources complémentaires. Les évaluations constituées du simple énoncé d'un jugement ou d'un constat, qui n'est pas démontré par l'évaluateur, ne peuvent prétendre au statut de travail scientifique.

- **L'avis de l'évaluateur donne lieu à des propositions d'amélioration du projet de communication**

Les commentaires à l'attention de l'auteur, identifiant des voies d'amélioration de la communication, sont une composante importante de l'évaluation et ce quel que soit l'avis final de l'évaluateur. En cas de rejet, ils aident l'auteur à améliorer son travail dans la poursuite de son activité de recherche. En cas d'acceptation, ils permettent d'orienter l'auteur vers un niveau supérieur de qualité scientifique de son travail. Les voies d'amélioration découlent des critiques préalablement exposées et argumentées.

- **Le style rédactionnel de l'évaluation reste neutre**

Une culture du statut facilite l'adoption d'une forme d'échange où la personne proposant une communication (ou toute autre production scientifique soumise à évaluation) peut être traitée avec condescendance, voire avec agressivité, par la ou les personne(s) chargée(s) de l'évaluation. Par contraste, une culture de la recherche est centrée sur les finalités du travail réalisé et l'intérêt que présente son objet, accordant une place secondaire aux personnes. Dès lors, le ton de l'échange est amené à rester neutre. L'évaluateur engagé dans une démarche d'argumentation de ses propres points de vue et de production de recommandations n'est pas tenté d'utiliser un ton condescendant ou agressif.

- **L'évaluation respecte la diversité des démarches méthodologiques reconnues en sciences du management et à l'AIMS**

L'évaluation d'un projet de communication ne met pas en cause la validité de son positionnement épistémologique et méthodologique ni celle de la pertinence de l'objet d'étude ou de la question de recherche posée. L'évaluation doit porter sur la cohérence et la rigueur du projet de communication de même que sur l'expertise qui y est contenue.

- **Procédure d'arbitrage**

Lorsque les critères de rejet évoqués par l'évaluateur ne respectent pas les points précédents ou qu'ils relèvent d'une perception restrictive de l'objet des recherches en management stratégique (par exemple, champ conçu comme limité à l'entreprise et conduisant à exclure l'étude de stratégies d'autres types d'organisations tels que les associations, syndicats, SCOP, ONG, etc.), l'auteur est en droit de saisir le CSP qui arbitrera en demandant si nécessaire une troisième évaluation.