

## COIN BUSINESS : Après la politique, les sondages sont-ils appelés à gouverner les entreprises ?

20-04-2008

-

Le New York Times consacre un article à l'utilisation des marchés prédictifs (prediction markets) dans les processus de décision.

-

Soit un projet envisagé dans une entreprise.

-

On propose aux salariés de parier sur la probabilité de son aboutissement.

-

Une cotation s'établit, qui varie au jour le jour en fonction de l'évolution du projet.

-

La théorie des marchés prédictifs soutient que cette cotation est le meilleur reflet instantané de l'information disponible sur la pérennité du projet.

-

De même que le cours de bourse serait le meilleur indicateur des perspectives futures d'une entreprise.

-

Si l'A380 avait fait l'objet, parmi les salariés d'Airbus, d'une cotation quant à ses chances de

tenir le planning, il est ainsi probable que le cours du projet aurait baissé bien avant l'annonce officielle des difficultés.

-

C'est la loi des grands nombres qui intervient ici : aussi est-il tentant de chercher, comme dans les sondages, à identifier des échantillons représentatifs.

-

Telle est la tendance qu'aperçoit le New York Times : distinguer de petits groupes de personnes représentatifs de l'opinion publique de l'entreprise et dont le point de vue peut être considéré comme éclairé.

-

La cotation qu'attribuent ces groupes témoins à une idée ou à un projet peut alors servir d'indicateur à la direction générale.

-

Des logiciels facilitent naturellement cette démarche.

-

Après la politique, les sondages sont-ils appelés à gouverner les entreprises ?