

Dies Academicus 2010

Laudatio de Monsieur Roland Rust, Docteur honoris causa Faculté des sciences économiques

Le titre de docteur *honoris causa* de notre université est attribué, ce jour, au Professeur Roland Rust de l'Université du Maryland aux Etats-Unis en témoignage de son exceptionnelle contribution au développement des sciences de la gestion et des sciences sociales. Nous souhaitons honorer en particulier le leadership intellectuel du Dr. Rust dans le champ des recherches sur les services, recherches qui ont-elles-mêmes débouché sur la mise à jour, pour ne pas dire la réécriture, des manuels contemporains de gestion et de marketing. Par ailleurs, les avancées scientifiques du Professeur Rust ont notablement influencé la pratique de la gestion d'entreprise à travers le monde. Nous remercions également Roland Rust pour sa collaboration sur de nombreux projets au cours de ces 15 dernières années avec l'Institut de l'entreprise de notre université.

Le travail académique du Professeur Rust est caractérisé par sa rigueur mathématique, combiné avec une large vision humaniste du management. Son travail a été continuellement dédié à l'évaluation critique des différentes théories des sciences de la gestion (parfois avancées sans fondements par les biens connus « gurus » du management), au travers d'études empiriques minutieuses, de modélisations statistiques et d'observations cliniques d'organisations commerciales et de consommateurs. Permettez-moi d'illustrer ce point au travers de deux exemples.

(i) Le Professeur Rust, et ses collègues, ont développé une méthode intitulée « retour sur la qualité » ou « Return On Quality » (ROQ) dans sa formulation anglaise, qui permet d'évaluer l'impact financier d'une amélioration de la qualité du service. Aujourd'hui, la méthode ROQ est largement utilisée par les entreprises les plus performantes. Cette popularité s'illustre d'ailleurs par une reproduction, en couverture du « Business Week », de la photo de l'ouvrage de Roland Rust sur le ROQ.

(ii) Le Dr. Rust a également fourni un apport considérable tant à la théorie qu'à la pratique de ce que les spécialistes marketing nomment, le capital client (« customer equity »). Il s'agit de l'évaluation de la valeur totale de la relation qu'entretient une entreprise avec son client. Les recherches menées par le Dr. Rust et son équipe ont montré que cela faisait financièrement sens, jusqu'à un certain point, et au-delà de ce que l'on pourrait penser à première vue, d'être correct et généreux avec les clients étant donné que ces derniers représentent un certain capital pour l'entreprise.

Le Professeur Rust, au cours de sa carrière, a maintenu des liens étroits avec l'Institut de l'entreprise de notre université. L'un de nos étudiants post-doctorant a travaillé pendant une année avec le Dr. Rust en Amérique du Nord et de nombreux autres chercheurs ont pu bénéficier de ses conseils et de son support. Roland Rust a, en l'occurrence, conduit un nombre important de cours et séminaires à Neuchâtel, qui ont fortement contribué au développement des recherches qui y étaient menées.

L'équipe de l'Institut de l'entreprise a, pendant de nombreuses années, collaboré en tant que membre du comité de rédaction du « Journal of Service Research », revue scientifique de référence spécialisée dans le marketing des services, fondée par le

Dr. Rust, ainsi qu'en tant que relecteur régulier du « Journal of Marketing », dont le Dr. Rust continue d'être l'éditeur en chef.

Nous sommes heureux d'honorer, aujourd'hui, l'un des académiciens les plus influents, tant par la qualité de ses analyses scientifiques que par ses contributions innovantes, dans les domaines du marketing et de la science de gestion contemporaine.