

COLLOQUE PLURIDISCIPLINAIRE SUR LE TEMPS

« *Les dimensions du temps dans le développement des hommes et des organisations* »

Brest, les 29 et 30 mars 2018

Appel à communications

Le temps est individuel et collectif, libre et contraint. Il est étroitement lié à la culture mais il est technique et mesurable. Il est passé, présent ou futur. Le temps est fondamental et pourtant difficilement saisissable. Le temps est un facteur économique crucial (exemple : innovation), il est juridiquement codifié (exemple : droit du travail), il est sociologiquement étudié (exemple : rite de passage), il est inscrit psychologiquement (exemple : angoisse de la mort). Le temps est partout et pourtant il est incertain.

Les sentiments d'urgence et d'accélération temporelle que connaissent les sociétés contemporaines modernes soulèvent la question de la gestion des temps. La gestion des temps est devenue un enjeu de société. Sa prise en compte dans les politiques publiques et les entreprises reste toutefois jugée insuffisante. Dans un monde caractérisé par la multi activité et la recherche permanente de la rationalisation des temps, cet appel à communications vise à nourrir des réflexions autour de plusieurs problématiques : *Comment le temps impacte-t-il les comportements organisationnels, professionnels, psychologiques et sociaux ? Comment les représentations du temps contribuent à la construction ou à la déconstruction de la qualité de vie ?*

Trois axes majeurs définissent les contours de ce colloque pluridisciplinaire :

AXE 1 : TEMPS ET CONSOMMATION

AXE 2 : TEMPS ET COMPORTEMENTS DES ORGANISATIONS

AXE 3 : TEMPS ET QUALITÉ DE VIE



Toutes les contributions se rapportant à la thématique du temps seront examinées par le comité scientifique. La participation des enseignants-chercheurs, chercheurs et doctorants en Sciences de Gestion, Economie, Sciences Humaines et Sciences Sociales, ainsi que des professionnels est vivement attendue.

AXE 1 : TEMPS ET CONSOMMATION

Le temps semble s'accélérer dans nos sociétés de consommation. Le consommateur a accès de plus en plus vite à des offres de produits et services de plus en plus nombreuses. Si les technologies modernes permettent aux consommateurs de gagner du temps, elles réduisent par la même occasion les délais de traitement de l'information, et exercent une pression temporelle sur le lieu de vente. Parallèlement, le consommateur est, de plus en plus, incité à intégrer le temps long dans sa réflexion d'achat. En effet, les considérations sociales et écologiques de développement durable et la prise en compte des conditions de vie des générations futures sont des préoccupations de plus en plus prégnantes dans les décisions d'achat. Afin de comprendre comment le consommateur intègre ces dimensions a priori contradictoires du temps, les chercheurs ont tendance à mobiliser des variables situationnelles et/ou individuelles liées au temps - comme la pression temporelle chronique (Lallement, 2010), le rapport à l'avenir ou même à la mort (Urien, 2003), ou encore la générativité (Lacroix et Jolibert, 2015) - pour appréhender les représentations du temps et ses effets sur les comportements de consommation. Les communications proposées pourront s'inscrire dans ces sillons et approfondir les effets de la représentation du temps sur les comportements du consommateur. Elles pourront également se focaliser sur les variables environnementales comme les effets des groupes sociaux et de la culture ou de la famille sur la représentation du temps en lien avec la consommation. Le colloque mettant l'accent sur la qualité de vie, les communications proposées pourront dès lors explorer les liens entre ces dimensions du temps et le bien-être du consommateur mais également le bien-être sociétal : *gagner du temps rend-il les consommateurs plus heureux ? Prendre son temps rend-t-il les consommateurs plus responsables ?*

Les contributions reliant le temps à la qualité de vie permettant de comprendre *comment l'individu mobilise et articule ses expériences et compétences de consommation pour atteindre le bien-être individuel, sociétal et environnementale* sont particulièrement attendues.

Les propositions de communications pourront s'appuyer sur les thématiques suivantes. Des approches combinatoires sont conseillées.

Thématiques de propositions possibles

- Temps et distribution
- Consommation et accélération du temps
- Consommation et développement durable
- Apprentissage de la consommation
- Vieillesse des consommateurs

AXE 2 : TEMPS ET COMPORTEMENTS DES ORGANISATIONS

Associer la thématique du temps et celle du comportement des organisations conduit à placer le questionnement tant sur le plan individuel que sur celui du collectif. Accélération temporelle (Aubert, 2003), environnement changeant, espaces temporels contraints sont autant d'opportunités à saisir que d'injonctions paradoxales à résoudre pour les managers et les entrepreneurs. Ces contextes questionnent la lisibilité du rythme de l'action, du projet, du temps personnel ou organisationnel. Le manager tout comme l'entrepreneur se doivent d'être réactifs, agiles, disruptifs... Le dilemme temps présent / temps futur est bien réel. Mais la réactivité ne suffit pas pour construire quoi que ce soit. Pour que l'Homme soit réellement l'acteur de sa propre histoire, encore faut-il qu'il soit porteur de projets et il ne peut y avoir de projet uniquement dans l'instantanéité (Guaino, 2002). Une approche de court terme, le temps des marchés financiers, ne peut pas sans risque dominer celui de l'entreprise, sa stratégie et ses projets collectifs. Le projet exige de la durée. Mais surtout, comment mobiliser, comment entraîner sans une intention stratégique, sans une vision de l'avenir à faire partager ?

Il convient donc de réfléchir à l'équilibre entre le long terme et le court terme afin de ne pas assister à un phénomène de dévalorisation du futur et de survalorisation du présent.

Les propositions de communications pourront s'appuyer sur les thématiques suivantes, des approches combinatoires sont possibles.

Axes de propositions possibles

- Temps de l'organisation
- Temps et digitalisation
- Temps et proximité
- Temps du manager
- Temps de l'entrepreneur
- Temps du projet entrepreneurial
- Temps de la création
- Temps de la reprise
- Temps de la cession
- Temps de l'engagement
- Temps du désengagement
- Temps de l'accompagnement
- Temporalité de la dialogique individu/projet
- Temps des rites
- Temps vie privée/vie entrepreneuriale
- Temps de la carrière entrepreneuriale
- Temps et financement
- Temps du financeur
- Temps et SI
- Temps et gestion de projets

AXE 3 : TEMPS ET QUALITÉ DE VIE

Le rapport au temps évolue et varie selon les cultures et les individus. Le temps est aujourd'hui « *objet de lois, de revendications, de négociations, d'organisations et ... de recherche !* » (Serval, 2006, p. 333). Les représentations du temps façonnent consciemment ou inconsciemment notre qualité de vie.

Malgré des évolutions de son contenu (Walton, 1975), la QVT (Qualité de Vie au Travail) est toujours restée un construit multidimensionnel dynamique qui renvoie au bien-être au travail et à la santé psychologique et à un ensemble de pratiques susceptibles de permettre l'épanouissement des personnes. Elle se construit autour d'indicateurs relatifs aux conditions de travail et à l'emploi. Les problèmes d'horaires, de rémunération, l'environnement matériel et humain, le type et la nature des formations proposées au personnel, la sécurité d'emploi ... sont autant de thèmes qui composent la QVT.

Les objectifs de cet axe du colloque sont d'aborder le temps et la QVT selon les approches sociétale, organisationnelle et technologique.

Les sociétés contemporaines sont marquées par des sentiments d'urgence et d'accélération temporelle (Aubert, 2003 ; Rosa, 2010, 2012) qui caractérisent les contextes d'hypercompétition, qui imposent des contraintes fortes aux individus qui s'épuisent. En France, les débats sur le temps et les politiques publiques ont surtout porté sur l'égalité hommes femmes et le genre. Par ailleurs des territoires développent des politiques des temps pour une meilleure qualité de vie des populations : tiers lieux de télétravail, des espaces de *coworking*, du covoiturage...

Le temps est au cœur des pratiques de gestion des organisations. Si l'aménagement du temps de travail consiste à ne pas en perdre, pour produire et servir sans délai (Zarifian, 1995), l'enjeu d'une politique des temps est aussi de donner aux salariés la possibilité de choisir des temps de travail différenciés. Le temps peut être vu comme objet de compromis au sein des organisations, ce qui est confirmé par le contenu des récents accords de compétitivité. Le modèle de l'entreprise libérée dans laquelle le salarié organise son travail et gère son temps répond-elle aux attentes des entrepreneurs et des salariés ? A l'inverse le temps peut influencer la pénibilité (Gollak et Volkoff, 2012). Les entreprises et les salariés ont-ils intégré ces risques au point de changer leurs pratiques ? Enfin les TIC sont complices d'un brouillage des frontières entre la vie professionnelle et la vie personnelle, qui affaiblit le rôle du temps comme une mesure correcte du travail.

Les TIC et la digitalisation changent le rapport au temps, à sa gestion et à la relation avec la QVT : le temps réel, la connectivité permanente, suivi et contrôle de l'activité, le *crowd-working*... (Greenan, Hamon-Cholet, Moatty et Rosanvallon, 2012).

Les propositions de recherche devraient à terme permettre de comprendre ou d'expliquer les rapports actuels au temps, de proposer des pistes de régulation dans le but d'améliorer ou de préserver la qualité de vie au travail et en dehors. Les contributions reliant le temps dans toutes ses dimensions à la qualité de vie sont particulièrement attendues.

Les propositions de projet pourront s'appuyer sur les axes thématiques suivants, des approches combinatoires sont envisageables.

Thématiques de propositions possibles

- Conciliation des temps professionnels et privés
- Gestion du temps et qualité de vie
- Porosité temps travail/hors travail
- Pression temporelle
- Professions et comportements à l'égard du temps
- Temps et bien-être
- Temps et carrière
- Temps et agilité
- Le collaboratif et le temps
- Temps et innovation sociale
- Temps et genre
- Temps et management
- Temps et multi activité
- Temps et culture
- Temps et risques psychosociaux
- Temps et usages numériques
- Temps, parcours de vie et carrière
- Emploi à temps partagé

La liste des propositions thématiques des trois axes n'est pas exhaustive. Toutes les contributions se rapportant à la thématique du temps et aux comportements des consommateurs ; temps et comportement organisationnel, managérial et entrepreneurial ; temps et qualité de vie seront examinées par le comité scientifique.

Bibliographie indicative

- Aubert N. (2009), *Le culte de l'urgence. La société malade du temps*, Champs Essai, Ed. Flammarion.
- Gollac M. et Volkoff S., (2012), L'analyse des conditions de travail, in Allouche (coord.) *Encyclopédie des ressources humaines*, p 265-270.
- Greenan N., Hamon-Cholet S., Moatty F., Rosanvallon J., (2012), « TIC et conditions de travail. Les enseignements de l'enquête COI », *rapport de recherche, CEE*, juin, 193 p.
- Guaino H. (2002), « La hantise du temps », *Les Echos*, 27 août.
- Lacroix C. et Jolibert A. (2015), Targeting consumers who care about future generations, *Psychology & Marketing*, 32 (8), 783-794.
- Lallement J. (2010), L'impact de la pression temporelle sur le traitement des informations, *Recherche et Applications en Marketing*, 24 (4), 45-68.
- Rosa H. (2010), *Accélération, Une critique sociale du temps*, La Découverte, Paris.
- Rosa H. (2012), *Aliénation et accélération. Vers une théorie critique de la modernité tardive*, La Découverte, Paris.
- Servel L. (2012). Chapitre 18 - Temps, travail et organisations. Dans *Sociologie du monde du travail*, pp. 325-342. Paris : Presses Universitaires de France.
- Urien B. (2003), L'anxiété face à la mort et son influence sur le comportement du consommateur, *Recherche et Applications en Marketing*, 18, 4, 23-41.
- Walton R.D. (1975), Quality of work life: What is it? *Sloan Management Review*, 5(1).
- Zarifian P. (1995), *Le travail et l'événement*, L'Harmattan, Paris, 294 p.

COMITE SCIENTIFIQUE

Abdelwahab AIT RAZOUK, Brest Business School
Alexandre BENION, Université de Bretagne Occidentale
Sandrine BERGER-DOUCE, École Nationale Supérieure des Mines de Saint-Etienne
Bénédicte BERTHE, Université de Bretagne Occidentale
Grégor BOUVILLE, Université Paris-Dauphine
Christian CADIOU, Université de Bretagne Occidentale
Kristen CADIOU, Université de Bretagne Occidentale
Tarik CHAKOR, Université Savoie Mont Blanc
Frédérique CHEDOTEL, Université de Rennes 1
Patrick CINGOLANI, Université Denis Diderot -Paris VII
Jordan CREUSIER, Université de Picardie
Ronan DIVARD, Université de Bretagne Occidentale
Marc DUMAS, Université de Bretagne Sud
Mickaël DUPRE, Université de Bretagne Occidentale
Agnès FRANÇOIS-LECOMPTE, Université de Bretagne Sud
Patrick GABRIEL, Université de Bretagne Occidentale
Andrea GOURMELEN, Université de Montpellier
Samuel GUILLEMOT, Université de Bretagne Occidentale
Denis GUIOT, Université Paris-Dauphine
Michelle HENTIC-GILIBERTO, Université de Bretagne Occidentale
Margaret JOSION-PORTAIL, Université de Paris Est
Jeanne LALLEMENT, Université de La Rochelle
Marine LE GALL-ELY, Université de Bretagne Occidentale
Thierry LEVY-TADJINE, Université Paris VIII
Dominique-Philippe MARTIN, Université de Rennes 1
Charles MARTIN-KRUMM, Université de Bretagne Occidentale
Gaëlle MOAL-ULVOAS, Brest Business School
André MOURRAIN, Université de Bretagne Occidentale
Jean MOUSSAVOU, Brest Business School
Baptiste RAPPIN, Université de Lorraine
Adeline RAYMOND, Université de Bretagne Occidentale
Caroline RUILLER, Université de Rennes 1
Mathieu SIMONNET, IMT Atlantique
Sylvie STÉPHAN, Brest Business School
Sylvie ST-ONGE, HEC Montréal
Bertrand URIEN, Université de Bretagne Occidentale

COMITE D'ORGANISATION

Fayrouz AKRIM
Bénédicte BERTHE
Kristen CADIOU
Sylvie CODO
Marc DUMAS
Kimberley GIRARDON

Samuel GUILLEMOT
Michelle HENTIC-GILIBERTO
Meriam KARÂA
Sarah MOKADDEM
Éric ROUZEAU
Sylvie STEPHAN

INFORMATIONS ET CALENDRIER

• Format des projets de communication

- Langue officielle : Français
- Un résumé étendu de **5 pages** (hors bibliographie et annexes)
- 1^{ère} page : titre de la communication, nom(s) de (la) ou des auteur(s), institution d'appartenance ; **Axe choisi pour le colloque.**
- 2^{ème} page : titre de la communication, résumé
- 3^{ème} à 7^{ème} page incluse : texte de la communication ; Word (de préférence avec une version supérieure ou égale à 2010) ou OpenOffice, interligne simple, Times new Roman 12. Titres des sections en gras, en commençant par 1.
- Bibliographie : nom des auteurs, (année), titre, *Journal*, vol., numéro, p.

• Publications

A l'issue du colloque, les auteurs des meilleurs textes seront conviés à les développer sous forme d'articles qui seront proposés à la **Revue Gestion 2000** ou à la **Revue RIMHE** (Revue Interdisciplinaire, Management, Homme & Entreprise -*Management & Human Enterprise*-) pour publication dans un numéro thématique.

• Calendrier

- Date limite de soumission résumés étendus : le **15 décembre 2017** à : colloque-pluridisciplinaire-temps-lego@univ-brest.fr
- Notification aux auteurs : le **19 janvier 2018**
- Inscriptions à la journée de recherche : à partir du **31 janvier 2018**

Pour toute information complémentaire, veuillez adresser vos correspondances à : colloque-pluridisciplinaire-temps-lego@univ-brest.fr

• Frais d'inscription

Etudiants : **50 euros**

Enseignants, chercheurs, professionnels et autres : **80 euros**

- **Frais supplémentaire** : participation à la visite touristique et au cocktail dinatoire : **25 euros**

ICHEC-GESTION 2000
LA REVUE EN MANAGEMENT

rimhe

