

Support papier, communication et management : éloge et stratégie du temps qui dure

Exp expansion.lexpress.fr/high-tech/support-papier-communication-et-management-eloge-et-strategie-du-temps-qui-dure_1978341.html

Invalid Date



C'était prévisible : face à la vitesse exponentielle générée par le web, face à l'hyper-connectivité et à ses risques, le retour au bon sens était inéluctable. Le temps long a du bon. Et si l'on écoutait à nouveau s'écouler les heures ?

Dans la région des Langhe au sud du Turin, Carlo Petrini inventait en 1986 le Slow Food. Depuis, son mouvement gastronomique raisonné et respectueux de notre terre et de notre corps a essaimé à travers le monde. Et si cet exemple était transposable au e-commerce ? Dupliquer le principe du temps long contre la folie du web pour faire baisser la température de notre fièvre acheteuse ? Tout au moins laisser au consommateur le temps de la réflexion.

La slow information

L'obsession du rapide nous a ouvert des portes sur une masse insoupçonnée d'informations, mais vite avalées et mal digérées. Elle a appauvri notre profondeur culturelle : survolés les concepts, effleurés les philosophies, l'Histoire réduite à une portion congrue. Trop d'ébauches tend vers l'oubli. Un contre-courant, pourtant, dans la presse écrite... Lisez la revue *XXI*, feuillotez *L'Ebdò* (sans H), articles longs sur sujets "froids", un concept de "slow info" que *Le Monde Diplomatique* décline depuis des décennies. Idem dans *Society* ou *Vanity Fair*, tendance *mooks* (contraction de magazine et de books) à peine voilée. Le sociologue Jean-Marie Charon parle de "contreponds à une accélération générale du traitement de l'information" (lesechos.fr, 12 janv. 2018).

L'instantanéité aurait-elle vécu ?

Dans un autre registre, l'idée du catalogue de vente nouvelle génération prend une direction similaire. Un support papier, des informations pertinentes, une mise en scène créative des produits : face aux pages web défilant avec compulsion, voilà de quoi prendre son temps, choisir ensemble et partager. Car malgré nos défauts de consommateurs avides, superficiels et inconstants, l'idée de prendre son temps est encore ancrée en nous. En témoigne cette folie (ou addiction ?) aux séries télé (de qualité) dont on dévore les saisons d'une seule traite. Ou encore ces longues émissions de débats, tel *C dans l'Air* à l'audience bien établie.

L'entreprise en première ligne

La philosophie du temps long est aussi entrée dans l'entreprise via le management. Le harcèlement dans le travail n'a jamais été productif. Et le concept de l'entreprise libérée fait des émules : une autonomie plus grande dans les missions, chacun selon ses moyens, à son rythme. Ce ralentissement n'est pas synonyme de baisse d'activité : il induit au contraire une productivité accrue, il profite à la qualité, car le temps de la réflexion est meilleure conseillère que l'immédiateté. Sylvain Breuzard, patron emblématique de l'ESN Norsys et défenseur d'une vision humaniste du management, parle d'un "environnement d'auto-motivation qui rejaillit au quotidien auprès des clients", tandis que sa fondation a pour objet de "faciliter l'accès à la connaissance pour mieux vivre".