

Editorial

Dans ce numéro 52 de la Revue Management & Avenir, nous avons le plaisir d'accueillir les travaux initiés dans le cadre du colloque Etienne Thil. Pour valoriser cette initiative, j'ai proposé à François Bobrie et Jean-Yves Duyck de consacrer cet édito à retracer la genèse de cette association qui a su se positionner dans la conception que nous avons toujours défendue à Management & Avenir d'une recherche en sciences de gestion utile à l'action car sachant associer chercheurs et praticiens sur des thématiques contemporaines. Je leur laisse donc la parole.

Aline Scouarnec
Directeur de Publication
Rédacteur en Chef

A PROPOS DE L'ASSOCIATION « RENCONTRES ETIENNE THIL – UNIVERSITE COMMERCE » ET DES COLLOQUES « ETIENNE THIL » SUR LE COMMERCE ET LA DISTRIBUTION.

Créée en 1997, l'association « Rencontres Etienne Thil - Université Commerce » résulte de la volonté d'un groupe d'universitaires spécialistes de la distribution d'établir une plateforme permanente de dialogue avec les entreprises de ce secteur économique. Les fondateurs, dont les noms se retrouvent aujourd'hui dans le Comité scientifique des colloques, avaient pour objectif de promouvoir et de faciliter les recherches interdisciplinaires sur toutes les problématiques de l'échange marchand et des formes de commerce qui, à cette époque, suscitaient un moindre intérêt de la part des sciences de gestion et des autres sciences humaines. Ces chercheurs entendaient ainsi poursuivre les programmes et l'esprit de coopération entre l'université et l'entreprise, initiés, lors de la décennie précédente, par l'ICC (Institut du Commerce et de la Consommation). Celui-ci venait d'être dissous en 1995. Il s'agissait de poursuivre des chantiers déjà ouverts, de conserver et de renforcer les multiples liens établis avec les enseignes, les sociétés d'études, notamment de panels, et plus globalement toutes les parties prenantes, tant publiques que privées que l'ICC avait su mettre en réseau. L'association devint la dépositaire des archives de l'ICC, puis de celles d'Etienne Thil. Ce dernier, décédé en 1996, laissait également un important fonds de documents, témoignages de son activité professionnelle et de son implication dans la révolution commerciale de la seconde partie du XX^{ème} siècle. C'est en hommage à cet acteur majeur et théoricien du commerce moderne que l'association adopta son nom dans son intitulé officiel, puis fit de ce patronyme la marque de son colloque annuel.

En effet, dès avril 1998, l'association organisa à l'Université de La Rochelle, le «1^{er} Colloque Etienne Thil », sous la présidence scientifique du Professeur Filser. La coordination avec les milieux professionnels fut assurée entre autres par Olivier Gérardon de Vera (Iri Secodip).

Cette formule d'un espace de rencontres entre les équipes de chercheurs de l'université, ceux des centres publics et privés, (INSEE, institutions professionnelles et sociétés de panels et d'études de marché), et les managers des entreprises de distribution s'avéra immédiatement très concluante pour toutes les parties. L'expérience fut reconduite en 1999, puis chaque année depuis, pour apparaître progressivement comme un évènement incontournable pour toute une communauté scientifique et managériale dont elle nourrit désormais l'identité. Les contributions scientifiques furent d'ailleurs reconnues rapidement par le Conseil National des Universités.

Les colloques « Etienne Thil » se caractérisent aussi comme un mode original d'expression et de diffusion de la recherche en sciences humaines et de gestion : ils affichent une prise de position de principe d'interdisciplinarité (ouverture à toutes les disciplines concernées par le commerce) et de transdisciplinarité (croisement des méthodes et des concepts de plusieurs disciplines pour éclairer une problématique du domaine) (Piaget, 1970). Au cours des quatorze colloques, le commerce et la consommation ont été construits comme un objet cohérent de travaux particuliers, appréhendé selon plusieurs points de vue, nécessaires à en expliquer et en comprendre la complexité. Au-delà des différents champs des sciences de gestion (finances, marketing, ressources humaines, logistique, systèmes d'information, etc.), tout au long de ces années furent convoqués les économistes et les juristes pour mieux décrire la régulation et les conventions des relations entre les acteurs de l'offre et de la demande, les géographes et les spécialistes des stratégies des organisations pour rendre compte du développement des réseaux nationaux et internationaux des points de vente et de l'émergence des zones de chalandises propres à chaque format d'enseignes, les anthropologues et les sociologues pour analyser l'interaction entre les consommateurs et les biens et services mis à disposition par les systèmes marchands, les sémioticiens pour décrire le langage et les valeurs symboliques des échanges, et toujours les historiens pour saisir les évolutions dans la longue durée et déterminer les temporalités qui rythment chaque tour de « la roue du commerce ».

La sélection des communications effectuée par le Comité scientifique du 14^{ème} Colloque pour ce cahier spécial de Management & Avenir reflète d'ailleurs cette diversité des positions théoriques et méthodologiques qui contribuent pourtant *in fine* à l'homogénéité des connaissances du commerce et de la consommation.

Au-delà des colloques, l'association se donne encore et toujours pour mission de valoriser la recherche *via* l'étude scientifique et pratique des échanges marchands afin d'en partager les connaissances avec tous les acteurs concernés. Depuis 2011, l'association coordonne le projet « Mémoire vivante du Commerce et des Cultures de consommation », dans le cadre de la Maison des Sciences de l'Homme et de la Société de Poitiers et du réseau national des MSHS. Elle est également engagée dans un partenariat avec les Archives Nationales du Monde du Travail, (ANMT), afin de favoriser la collecte et la conservation des archives des entreprises et des grands acteurs du commerce. Elle a établi des relations de partenariats scientifiques avec plusieurs associations académiques de chercheurs en sciences de gestion et sciences humaines, tant françaises qu'internationales, ainsi qu'avec la plupart des associations professionnelles des entreprises du commerce, tous formats et tous statuts confondus (commerce intégré, commerce associé, franchise). L'association « Rencontres Etienne Thil -Université Commerce », par sa brève histoire, veut porter témoignage à la fois de l'interaction fructueuse entre la recherche et l'action managériale et de l'irremplaçable dynamique de la multidisciplinarité, lorsque ces deux démarches sont placées dans le cadre rigoureux d'un objet défini par des connaissances à produire, celui du commerce et de la consommation.

François Bobrie
Fondateur
Président de l'association

Jean Yves Duyck
Fondateur

Erratum :

Dans le numéro 41 de notre revue, Madame Amira Dakhlaoui, dans son article : « Conditions de Travail et Risques Professionnels : synthèse de la littérature » reconnaît avoir oublié de citer précisément ses sources entre guillemets lorsqu'elle fait référence en page 74, 75 et 76 aux travaux de Monsieur Xavier Michel.

Au nom de la rédaction, nous présentons nos excuses à l'auteur, Monsieur Xavier Michel et à nos lecteurs pour la gêne occasionnée.