



## Société de services et services à la société

Les recherches menées au sein de cet axe ont pour objectif d'étudier les incidences des caractéristiques des services –en particulier la participation du client ou de l'utilisateur à la production, au management et à l'innovation dans ses activités (Abramovici, Chevrier, et Jougleux, 2015). Ces travaux de recherche interrogent aujourd'hui tout particulièrement l'adaptation des services aux populations vulnérables (e.g., clientèles ou usagers pauvres, fragiles, ou encore très âgés), et l'incidence des transformations organisationnelles que ces adaptations impliquent sur les personnels eux-mêmes. Au cours de la période, les contributions sur cet axe se sont articulées autour de trois thèmes:

**1/ La variété des formes de participation du client.** Menées préférentiellement dans des lieux dits « ordinaires » (Benoit-Moreau, Bonnemaizon et Cadenat, 2013, e.g., supermarché, bar, restaurant de proximité, ou encore agence bancaire), les recherches montrent la variété des formes que peut prendre la participation du client (de l'appropriation du service, à sa contribution ou sa transmission par exemple, Bonnemaizon, Debenedetti et Mériqot, 2016). Les dimensions sociales, relationnelles ou encore émotionnelles de cette participation sont également étudiées. Les incidences de l'introduction des technologies de self-service (encaissement automatique en magasin par exemple) sur l'identité du consommateur, mais également sur ses relations avec les autres clients et le personnel support, sont, par exemple, soulignées (Bonnemaizon, Benoit-Moreau et Cadenat, 2013). Les dimensions de l'attachement à un lieu commercial (e.g. familiarité, authenticité (Debenedetti, Oppewal et Arsel, 2014), ou ce qui définit sa proximité pour le consommateur (Schultz, Chaney et Debenedetti, 2016) sont particulièrement mises en avant. Prenant en compte à la fois le vieillissement de la population et le creusement des inégalités sociales et économiques, un colloque précurseur en marketing en France coordonné par A. Amine et A. Bonnemaizon a été organisé sur la thématique « pauvreté, précarité et consommation » en 2013, colloque croisant les regards de chercheurs en marketing, sociologie, anthropologie et philosophie. Ses travaux de recherche se prolongent aujourd'hui par l'étude de la réalisation des services pour les populations vulnérables, en particulier en situation de pauvreté (Amine et Toumi, 2017; Brial et Rousselet, 2017) ou très âgées (Projet PEPS TRANSISANTÉ, voir ci-après).

**2/ La transformation des organisations visant à accompagner cette participation.** La plus grande intégration du client (Via les nouvelles technologies notamment) dans la réalisation du service peut poser de réelles difficultés aux organisations, en particulier de contrôle de cet acteur qui prend une part croissante dans la réalisation de ses activités (Rouquet, Reniou, Goudarzi, 2013; Szpirglas, Camisullis, Jougleux, Codello-Guijarro, 2013). Cette question de l'intégration du client ou de l'utilisateur dans la réalisation du service se pose de manière particulièrement aiguë dans les organisations de santé. À la fois parce que la réalisation des soins doit chercher à s'appuyer, voire encourager le développement des capacités des personnes, mais également parce que les technologies de l'information et de la communication favorisent à la fois l'information, et donc une forme d'autonomisation du patient mais également possiblement la création de communauté d'experts-patients (voir Habib, Béjean et Dumond, 2017). Du côté des organisations soignantes, certaines de ces transformations liées au numérique (Dossier Patient Informatisé, Dossier Pharmaceutique) sont inégalement mises en œuvre mais elles ne manquent pas de transformer en profondeur certains processus (circuit du médicament par exemple, Béjean, Kletz, Moisdon et Sicotte, 2016).

**3/ L'incidence de ces transformations sur les personnels.** Dans des contextes budgétaires contraints, les transformations organisationnelles et des pratiques appelées par la plus grande participation du client susceptibles d'accroître le stress des personnels, voire de conduire à des situations d'épuisement professionnel, en particulier pour les personnels en contact. Dans cette perspective, certains travaux de recherche insistent sur la nécessité de dépasser une vision restrictive de la souffrance et du travail (comme essentiellement liés à la charge de travail et aux relations immédiates du travail), telle que véhiculée par les questionnaires quantitatifs couramment utilisés, pour intégrer des dimensions liées à la stratégie de l'organisation, le contexte économique et idéologique plus large (Allard-Poesi et Hollet-Haudebert, 2014; 2017) et les dimensions émotionnelles et affectives qu'implique le travail (Dahstipour et Vidaillet, 2017).