# Journée de Recherche

# « Quels temps et place de la spiritualité en gestion ? »

#

# Appel à communications

# Université Panthéon-Assas

# Paris II, Maison des Sciences de Gestion

# CIFFOP

# Laboratoire de recherche en gestion Panthéon-Assas : LARGEPA

#

L’Université Paris 2 et le LARGEPA avec le soutien de l’AGRH, organise une Journée de Recherche sur le thème « Quels temps et place de la spiritualité en gestion ? ». Cette journée se déroulera le **22 mars 2018** à Paris **au CIFFOP, Université Panthéon-Assas, Paris 2**.

Sommes-nous dans une nouvelle ère, un nouveau cycle qui signale l’installation de la spiritualité dans la gestion ? Du côté académique, on observe en effet la prolifération de travaux dans le domaine de la spiritualité. Depuis 2016, un groupe de recherches thématiques de l’AGRH s’est constitué en vue de promouvoir la recherche dans le domaine du management et de la spiritualité. La spiritualité attire de plus en plus l’attention des universitaires et des professionnels. Elle est considérée comme la “reconnaissance que les personnes ont une vie intérieure qui nourrit et est nourrie par un travail qui fait sens”, par une consommation qui tienne compte des aspirations spirituelles… “l'esprit est nourri tant par des espaces sacrés que laïcs” (Ashmos & Duchon, 2000:137).

Des travaux de littérature n'ont de cesse de s'accroître dans ce domaine (Cash & Grey, 2000; Giacalone & Jurkiewicz, 2003; Giacalone & Jurkiewicz, 2004; Karakas, 2009; Benefiel & al. 2014) (Tischler & Alii 2007) montrant que la spiritualité est susceptible d’influencer des domaines aussi variés que le comportement et l’expérience de consommation (Moal-Ulvoas, 2014 ; Poulain & al., 2013), d’accroître le bien-être au travail et la performance en entreprise (Duyck & Mhenaoui, 2013) et de susciter de nouvelles formes de leadership (Pauchant, 2005) (Voynnet Fourboul, 2012).

La portée de la littérature couvre différents aspects de la recherche en gestion : théorie des organisations, leadership, gestion des ressources humaines, marketing, éthique et gouvernance.

Dans ce contexte, c'est la question du temps, du mouvement du cheminement et ces cycles que nous vous invitons à travailler dans le champ de la gestion. Si la spiritualité peut paraître universelle et aussi voire plus ancienne que la science, elle a longtemps été disposée de côté par rapport à la science. Situer sa place et sa portée aujourd’hui amène à prendre la mesure d’un nouveau contexte :

* Au plan de la GRH, quel regard se porte sur le thème de la fragilité, du soin et du renforcement des personnes, comment la spiritualité contribue à développer la qualité de vie au travail ?
* Au plan du management international : quelle est la portée de la spiritualité dans les dynamiques interculturelles ? Quelle est l’influence du contexte international sur la prise en compte de la spiritualité dans le management ? Quelles interactions au plan du management international peut-on observer ?

La question du temps appliqué aux personnes appelle plusieurs questionnements :

* Le temps et les âges qu’il s’agisse des salariés, des consommateurs ou des organisations ont-ils un retentissement sur la spiritualité et les besoins spirituels ?
* Le développement des personnes intègre-t-il à présent le cheminement spirituel, les notions de progression, d'étapes vers une forme d’épanouissement propre à chacun ?
* Comment certaines pratiques managériales (mindfullness, méditation…) dont les fondements trouvent racine dans la spiritualité invitent les consommateurs, collaborateurs, salariés, organisations à repenser leur rapport au temps ?

 Les organisateurs de la journée de recherche invitent les chercheurs à investir sans se limiter aux questions suivantes, sous un angle théorique ou empirique :

• Spiritualité et Organisation(s)

Quelle est la place de la spiritualité en gestion en ce début de 21ème siècle ? Les attentes spirituelles des personnes qui travaillent dans les organisations ont-elles des conséquences au plan organisationnel ? Est-il toujours possible d’ignorer la spiritualité en théorie des organisations ? Qu'est-ce qu'un lieu de travail spirituel ?

• Spiritualité et Ressources Humaines

En quoi la gestion des ressources humaines répond-elle à la quête de sens des salariés ? Quelle est la contribution de la spiritualité à l’engagement, la créativité, la qualité de vie au travail et l’équilibre vie privé / vie professionnelle ? Quels sont les lieux d’expression de la spiritualité ? Les interactions lieu de travail / hors travail sont-elles propices à l’expression de la spiritualité des salariés ? Quels sont les avantages, les inconvénients et les limites de l’expression spirituelle au travail ? Comment prendre en compte la spiritualité dans la formation et le développement des personnes ?

• Spiritualité, International et Leadership

En quoi l’exemplarité se construit-elle dans un parcours managérial par l’expérience spirituelle ? Comment les fragilités sont-elles appréhendées différemment par la spiritualité et quels soins et renforcement des personnes sont mis en oeuvre ? Comment les valeurs des organisations et des personnes évoluent dans le cheminement spirituel ? Quelles différences les valeurs religieuses et/ou spirituelles produisent-elles dans le management ? Comment s’articulent ces valeurs dans le contexte international du management ?

 • Spiritualité et Marketing

La spiritualité et le marketing sont-ils deux concepts conciliables ? La spiritualité est-elle une nouvelle tendance durable de la consommation ? La prise en compte des besoins spirituels des consommateurs peut-elle aider le marketing à non seulement investir et exprimer sa dimension sociétale mais aussi permettre l’émergence de nouveaux produits/services, nouvelles formes de communication ou d’engagement des consommateurs ? Quelle prise en compte du développement spirituel des consommateurs est observable ? En quoi le marketing peut-il être transformé par la prise en compte de la spiritualité des consommateurs ?

 • Spiritualité et Finance

Quelle relation entre spiritualité et performance ? Comment équilibrer dimension spirituelle et dimension économique ?

 • Spiritualité, gestion de la Diversité, Ethique et RSE

Comment gérer la diversité spirituelle en entreprise ? Comment concilier les formes nouvelles de management spirituel avec la gestion de la diversité en entreprise ? Quelles bonnes pratiques de gouvernance et d’éthique peut-on observer qui seraient liées à la place de la spiritualité ? La spiritualité en entreprise peut-elle être un instrument de gestion des ressources humaines ?

 • Spiritualité et Droit

Le management spirituel est-il libre ou encadré ? L’analyse juridique ne juge pas l’opportunité intellectuelle des formes de management spirituel. Il se borne à en vérifier la légalité des pratiques en arbitrant entre ce que doit ou peut faire un employeur en ce domaine.

La question fondamentale en droit est de savoir si ces formes nouvelles de management sont compatibles avec le principe de non-discrimination, le respect de la vie privée ou la liberté de conscience des salariés. Plus spécifiquement, les techniques spirituelles telles que la « *mindfulness* » peuvent-elles être considérées comme une forme de prosélytisme ?

Les réponses imposent d’identifier l’étendue du principe de non-discrimination et de la liberté de conscience (donc de la « laïcité »). Le management spirituel permet d’ouvrir un champ de réflexion sur la qualification d’entreprise « de tendance » religieuse ou philosophique, si chère à la Cour européenne des droits de l’homme. Enfin, le management spirituel doit être pensé en contemplation d’un syndicalisme spirituel.

L’objectif est d’offrir des réponses constructives, notamment d’un point de vue normatif (règlement intérieur, chartes éthiques…).

 **REFERENCES SELECTIVES**

Ashmos, D. P. and Duchon, D. (2000). Spirituality at Work: A conceptualization and measure, *Journal of Management Inquiry*, 9(2), p.134-145

Benefiel, M., Fry, L.W. and Geigle, D., (2014). Spirituality and religion in the workplace: History, theory, and research. *Psychology of Religion and Spirituality*, 6(3), p.175.

Camus S. and Poulain M. (2008), La spiritualité : émergence d’une tendance dans la consommation, *Revue Management et Avenir*, 5 (19), p.72-90.

Cash, K.C. and Gray, G.R., (2000). A framework for accommodating religion and spirituality in the workplace. *The Academy of Management Executive*, 14(3), pp.124-133.

Duyck, J.Y. et Mhenaoui, I. (2013), La spiritualité et l’entreprise, Revue Interdisciplinaire *Management et Humanisme en Entreprise,* n°8, pp. 57-70.

Giacalone, R.A. and Jurkiewicz, C.L., (2003). Toward a science of workplace spirituality. *Handbook of workplace spirituality and organizational performance*, pp.3-28.

Jurkiewicz, C.L. and Giacalone, R.A., (2004). A values framework for measuring the impact of workplace spirituality on organizational performance. *Journal of Business Ethics*, 49(2), pp.129-142.

Karakas, F. (2009). Spirituality and Performance in Organizations: A literature review, *Journal of Business Ethics*, 94, pp.89-106

Moal-Ulvoas, G. (2014), Les motivations à voyager des retraités : l’influence du vieillissement étudiée via la théorie de la gérotranscendance, *Décisions Marketing,* 76, 29-45.

Pauchant, T.C. (2005) Integral leadership: a research proposal, *Journal of Organizational Change Management.* Bradford. Vol. 18, N° 3; pg. 211-230.

Poulain, M., Badot, O. et Camus, S. (2013), La spiritualité dans l’expérience de magasinage : cadre théorique et exploration empirique, *Revue Interdisciplinaire Management et Humanisme en Entreprise*, n°8, pp. 40-56.

Tischler, L., Biberman, J., & Altman, Y. (2007). A Model for Researching about Spirituality in Organizations. *Business Renaissance Quarterly*, *2*(2), 23-39.

Voynnet Fourboul C. (2012), La spiritualité des dirigeants en situation de passage de leadership, *Management & Avenir*, vol.48, 16p.

### Format des projets de communication et dates importantes

Langue officielle : Français

**Projet de communication** et **normes de soumission des intentions pour la recherche en gestion**

Les intentions de communication devront comporter l**e** nom ou les noms des auteurs, leur affiliation institutionnelle et les coordonnées de l’auteur correspondant, un titre, 4 ou 5 mots clés, un résumé de **2000 caractères espaces compris** précisant le sujet, la problématique, le cadre théorique, la méthodologie adoptée, l’esquisse de quelques résultats attendus ainsi que les références sélectives en appui du projet de communication. Les communications devront être originales et ne pas avoir été soumises à un autre colloque ou être en cours de révision par une revue.

**Projet de communication** et **normes de soumission des intentions pour la recherche en droit**

Le format symposium permet d’associer les compétences d’universitaires et de professionnels autour de thèmes majeurs animés dans le cadre de tables rondes. Les intentions de communication devront comporter lenom ou les noms des auteurs, leur affiliation institutionnelle et les coordonnées de l’auteur correspondant, un titre, 4 ou 5 mots clés, un résumé de **5000 caractères espaces compris maximum** précisant le sujet, la problématique, le cadre théorique, la méthodologie adoptée, l’esquisse de quelques résultats attendus ainsi que les références sélectives en appui du projet de communication. Les communications ne doivent pas avoir été soumises à un autre colloque ou être en cours de révision par une revue.

**Projet de communication** et **normes de soumission des intentions pour les praticiens en gestion**

Le format symposium ou poster peut être retenu pour les professionnels.

# Calendrier

Date limite de dépôt des intentions : 14 octobre 2017

Date limite de soumission des communications : 14 novembre 2017

Notification aux auteurs 31 janvier 2018

Envoi des articles intégrant les corrections demandées 8 mars 2018

Inscriptions à la journée de recherche du 05/02/2018 au 28/02/2018

Date de la journée de recherche : 22 mars 2018

**Lieu de la tenue la journée de recherche** : Université Panthéon-Assas, Paris II, CIFFOP, Maison des Sciences de Gestion, 1, rue Guy de la Brosse, 75005 Paris (France)

# Normes de soumission des communications

Les communications devront être anonymes.

Le nombre maximal de caractères est de **45.000 (espaces compris**).

* Marges : 2,5 de chaque côté
* Interligne : Simple
* Corps du texte : Times New Roman 12, espacement avant 6pt et après 0 pt, justifié
* Titre 1 : Times New Roman 14, gras et petites majuscules, espacements avant et après 12 pt, centré
* Titres des parties : 3 niveaux maximum à numéroter (1. 1.1, 1.1.1)
* Titre 2 : Times New Roman 14, gras, espacement avant et après 12pt, alignement à gauche, paragraphe solidaire
* Titre 3 : Times New Roman 13, gras et italique, espacement avant et après 6 pt, alignement à gauche, paragraphe solidaire.
* Titre 4 : Times New Roman 12, italique, espacement avant et après 6pt, alignement à gauche, paragraphe solidaire
* Référence dans le texte : (Paillé et Mucchielli, 2012)
* Bibliographie : Inclure toutes les références dans un classement alphabétique en fin de document.
* Ouvrage :
	+ Paillé P., Mucchielli A. (2012), *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*, Paris, Armand Colin.
* Articles dans une revue, dans un congrès ou dans un ouvrage collectif :
	+ DiMaggio P.J., Powell W. (1983), « The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields », *American Sociological Review*, vol. 48, p. 147-160.

# Revue @grh

Les articles sélectionnés (RH & Leadership) seront ensuite proposés au comité de rédaction de la revue @GRH en vue d’être publiés dans un dossier spécial de la revue.

Les meilleures communications (hors RH) issues de la journée de recherche seront retenues pour constituer un chapitre d’un ouvrage collectif.

# Contact

Les propositions de communication sont gérées sur la plate-forme sciencesconf.org dont l’adresse pour la conférence est la suivante : spiritgestion@sciencesconf.org

Pour toute autre question, vous pouvez écrire à voynnetf@gmail.com

**Comité d’organisation**

Véronique CHANUT, Professeur, CIFFOP, Université Panthéon-Assas Paris 2

Muriel de FABREGUES, Maître de conférences, CIFFOP, Université Panthéon-Assas Paris 2

Grégoire DUCHANGE, Maître de conférences, CIFFOP, Université Panthéon-Assas Paris 2

Mathilde GOLLETY, Professeur, Université Panthéon-Assas Paris 2

Yasmina JAÏDI, Maître de conférences, CIFFOP, Université Panthéon-Assas Paris 2

Quentin LEFEVRE, Maître de conférences, CIFFOP, Université Panthéon-Assas Paris 2

Etienne MACLOUF, Maître de conférences, CIFFOP, Université Panthéon-Assas Paris 2

Emilie SOUFFLET, Maître de conférences, CIFFOP, Université Panthéon-Assas Paris 2

Catherine VOYNNET-FOURBOUL, Maître de conférences, CIFFOP, Université Panthéon-Assas Paris 2

**Comité scientifique**

David ALIS, Université Rennes 1

Olivier BADOT, Université de Caen, ESCP

Yohan BERNARD, Université de Franche-Comté

Carole DRUCKER-GODARD, Université Paris Nanterre

Jean-Yves DUYCK, Professeur émérite

Virginie LECOURT, HEC Montréal

Pierre LOUART, Lille 1

Richard J. MAJOR, ISG

Antoine MASINGUE, Université de Valenciennes
Gaëlle MOAL-ULVOAS, Brest Business School

Florence NOGUERRA, Université Paul Valéry Montpellier

Yannick PAGNERRE, Université d’Evry
Thierry C. PAUCHANT, HEC Montréal

Jean-Michel PLANE, Université Paul Valéry Montpellier

Sébastien POINT, École de Management Strasbourg

Aline SCOUARNEC, Université de Caen

Alexandre STEYER, Université Paris 1 Panthéon Sorbonne