

Vie au travail. Les Entretiens de Valpré inviteront vendredi cadres et dirigeants d'entreprise à « se libérer de l'immédiateté ».

Prendre le temps de redevenir maître de son agenda

Tempus fugit. Les heures filent, jusqu'à en perdre son latin, au risque de la confusion. Pour soigner leur « mal au temps », sourit Bernard Gloppe, certaines entreprises viennent consulter sa société de conseil. Le quinquagénaire en a fait une spécialité depuis 1996 et il sera vendredi parmi les intervenants des Entretiens de Valpré (1) pour inciter les entreprises « à prendre le temps, se libérer de l'immédiateté ». « Les gens voulaient déjà reprendre la main sur leur agenda à l'époque - agenda papier, bien sûr, sauf pour les plus avant-gardistes ! Tout comme ils voulaient reprendre la maîtrise de leur bureau », poursuit le fondateur de « Temps gagnant », en listant des symptômes qui n'ont guère changé, entre « les bureaux où s'élèvent des murailles de documents à traiter, et les bureaux "Palavas-les-Flots" recouvertes d'autant de post-it que de serviettes sur la plage ».

Mais à l'époque, « reconnaître son incapacité à gérer son temps revenait à avouer son inefficacité », rapporte le coach. Jusqu'à l'entrée en vigueur des 35 heures. Le temps devient alors plus compté que jamais. Pire, il s'accélère. Et les salariés se mettent à « crouler sous les messages oraux, les messages écrits, et les messages numériques ». Les ordinateurs sont désormais sur tous les bureaux. Les téléphones portables commencent à envahir les poches. Et les courriels battront bientôt leur mesure infernale. « De plus en plus de personnes me confient recevoir jusqu'à 300 mails par jour », rapporte Bernard Gloppe, qui a mis très tôt au point des formations pour relever le défi.

Autre conséquence de la révolution numérique, « si l'on a considérablement accéléré la vitesse de transmission de l'information, le temps nécessaire pour accomplir chaque tâche demeure immuable. On l'oublie trop souvent, au risque de programmer des journées irréalistes. »

Une fois le diagnostic posé avec ses clients, Bernard Gloppe rédige l'ordonnance. Il a ramassé ses

idées dans le concept de « Manage Temps ». Quelques idées-forces. Et certains réflexes pratico-pratiques. Classer aussitôt chaque document qui nous passe entre les mains. Réserver un créneau pour traiter ses mails, plutôt que d'y répondre au fil de l'eau. Mettre à l'index les « to-do listes », et leur « préférer une temporalisation des choses à faire, pour ramener à la réalité le temps nécessaire à l'accomplissement de chaque tâche ». « Balayer le terme urgent », pour ne pas avoir à graduer ensuite entre urgent, très urgent et urgentissime. Fuir la tendance sociétale de « tout décider à la dernière minute ». Bref, planifier, s'organiser.

Mettre à l'index les « to-do listes », et leur « préférer une temporalisation des choses à faire ».

Et c'est loin d'épuiser le sujet. D'autres problématiques émergent peu à peu. Pour Bernard Gloppe, beaucoup de Français doivent encore « apprendre à livrer un travail sans en peaufiner tous les détails, dans un excès de perfectionnisme ».

Autre phénomène à prendre en considération, le travail à distance, qui prend toujours plus d'importance. voire la question des salariés sans poste fixe au sein d'entreprises économisant ainsi des mètres carrés de bureau.

« Constamment en mouvement, les salariés s'épuiseront à terme », prévient Bernard Gloppe, partisan de la déconnexion pour tous, patrons, managers comme salariés. « Fixer une fin à la journée de travail est nécessaire. Sans oublier d'éteindre si possible son téléphone. » Pour enfin prendre le temps de vivre.

Bénévent Tosseri (à Lyon)

(1) Retrouvez le programme sur : www.entretiensdevalpre.org

**par-delà
les frontières**
avec **bpi**france



David Godest développe un marketing digital et local

Dolmen est une entreprise à l'image de son créateur, David Godest : dotée d'une forte identité bretonne et ouverte sur le monde. « Nous nous appuyons sur nos racines pour déployer des solutions de marketing numérique adaptées aux spécificités locales. Nous proposons aux commerçants de toute taille, en France et en Europe, des outils de communication personnalisée avec leurs clients », explique le dirigeant de 41 ans, ancien cadre du groupe Yves Rocher.

Les acteurs de la grande distribution comme Auchan ou Carrefour, mais également les petits commerces, font désormais appel aux services de cette PME de 80 salariés, créée à Rennes en 2011. « Nous leur proposons d'utiliser les données recueillies auprès de leurs clients pour concevoir des messages personnalisés, par mail, SMS, courrier adressé ou par des notifications sur des applications dédiées », poursuit David Godest. Les renseignements collectés « en toute transparence » auprès des clients sont sécurisés sur des serveurs hébergés en France, et non aux États-Unis.

Les amateurs de whiskys japonais qui auront accepté d'indiquer leurs préférences à leur magasin favori pourront ainsi être alertés lors des promotions sur ces breuvages. Et ne rien savoir des autres offres spéciales sur les autres boissons.

Dolmen a su très vite trouver des clients en Espagne, où elle dispose d'une filiale, mais aussi en Allemagne, en Italie et au Royaume-Uni. Elle recrute d'ailleurs une vingtaine de salariés dans ces pays. Et pour anticiper l'entrée en application, en mai 2018, du nouveau règlement européen sur la protection des données personnelles, Dolmen élabore avec la Cnil (Commission informatique et libertés) un label de marketing responsable. Un support de confiance supplémentaire, entre commerçants et consommateurs.

Raphaël Baldos (à Lorient)

Entrepreneurs, Bpifrance vous soutient en prêt et capital, contactez Bpifrance de votre région : bpifrance.fr

Consommer autrement. De plus en plus d'applications pour smartphone permettent de faire des choix alimentaires meilleurs pour la planète.

Des applis pour manger « durable »



Une application permet de savoir quels sont les fruits et légumes de saison. Brad Pict/stock.adobe.com

Vous vous apprêtez à cuisiner de la lotte ? En tapant le nom du poisson dans l'application « Planet Ocean », vous saurez qu'il vaut mieux qu'elle soit pêchée dans l'Atlantique ou en Méditerranée qu'en Écosse ou en mer du Nord, où sa population baisse.

Très facile d'utilisation, cette application pour smartphones, développée par la Fondation Good Planet, avec l'association Ethic Ocean (anciennement SeaWeb Europe) et la marque Omega, n'est qu'un exemple parmi d'autres des nombreux outils numériques permettant de consommer de manière plus durable. « On a même du mal à suivre les nouveautés », confie Karine Barre, membre de l'Association française des diététiciens nutritionnistes (AFDN), qui conseille de vérifier la provenance des informations délivrées par l'application et de veiller au devenir de ses données personnelles pendant son utilisation. « Mais ce qui est positif, c'est que cela force à regarder nos assiettes de plus près. »

Avec « Fruits et légumes saisonniers », vous apprendrez par exemple qu'octobre est le mois des coings, des poires, du raisin, des brocolis, des carottes ou du chou. Lancée fin septembre, l'application collaborative « Etiquettable » renseigne sur les aliments de saison et les poissons re-

commandés, mais propose aussi des « recettes durables » (salade d'automne à la courge crue, maquereau aux agrumes, verrines de poires au gingembre...), ainsi qu'une sélection de « restos engagés » et une série d'« astuces et infos » (modes de cuisson durables, recycler ses épilateurs, limiter ses emballages, etc.)... « Il ne s'agit pas de se substituer aux autres mais de proposer tout au même endroit au consommateur », explique Shafik Asal, directeur du cabinet de conseil ECO2, qui a développé cette interface avec le soutien de l'Ademe et en lien avec d'autres organisations (Too Good to Go, Yes We Green, Ethic Ocean...).

« L'idéal serait que les consommateurs prennent de bonnes habitudes et n'aient plus besoin de nous », ajoute sa collègue Marianne Petit, qui pense déjà aux prochaines fonctionnalités, comme recenser des supermarchés et des épiciers bio et/ou qui s'approvisionnent localement.

Pour ceux qui n'auraient pas envie de cuisiner, une équipe nantaise prévoit aussi de sortir, d'ici à la fin de l'année, l'application « The place to bio » (déjà visible sur Internet) qui recense, sur toutes les grandes agglomérations, plus de 300 restaurateurs bio ou engagés en faveur de l'environnement.

Florence Pagneux (à Nantes)