

Appel à contributions

Numéro Spécial *Organisations & Territoires* 2020

Thème : *Les reconfigurations de l'échange marchand : Initiatives des petites/moyennes organisations et des consommateurs*

Rédacteurs en chef invités : **Myriam Ertz, Damien Hallegatte, Julien Bousquet, Imen Latrous**

L'appel à contributions

Les développements récents en technologie numérique ont donné un pouvoir accru au consommateur comme jamais auparavant. Cet empouvoirement s'est matérialisé sous des formes diverses notamment au travers de l'émergence de l'*open source* (Benkler, 2002), du partage de fichier de pairs-à-pairs (Giesler, 2006), et, plus récemment, de l'économie collaborative (Hamari et al., 2016), de la chaîne de bloc et des cryptomonnaies (Antonopoulos, 2014), ainsi que du travail ou du financement participatif. Les concepts reflétant cette évolution ont foisonné dans la littérature. On parle notamment de co-création (Prahalad et Ramaswamy, 2004), de partage social (Benkler, 2004), de prosomption (Ritzer et Jurgenson, 2010), d'économies hybrides (Scaraboto, 2015), d'économie basée sur la foule (Sundararajan, 2016), de marché d'échanges latéraux (Perren et Kozinets, 2018), ou encore de co-production du consommateur (Dellaert, 2019).

Le dénominateur commun à tous ces champs de recherche étant un effacement des cloisonnements hermétiques entre le monde de la consommation et celui de la production, résultant dans l'émergence d'une reconfiguration profonde de l'échange marchand (Ertz, Hallegatte, et Bousquet, 2019). Cette reconfiguration est la résultante de la confluence d'évolutions technologiques, socioculturelles et de contraintes économique-financières accrues (Ertz, Hallegatte, et Bousquet, à paraître). De plus, elle comporte plusieurs aspects dont une conceptualisation revue de l'échange marchand, l'émergence de devises d'échange alternatives, d'une réactualisation du produit au cœur d'échanges reconfigurés, et d'un renforcement de la quête de sens dans la consommation (Ertz, Hallegatte, et Bousquet, à paraître). Selon de nombreux travaux, ces changements continueront dans les prochaines décennies, à mesure que des avancées supplémentaires dans le domaine des objets connectés, de l'intelligence artificielle, de l'impression 3D ou de la robotique augmenteront encore davantage les capacités des consommateurs (Brynjolfsson et McAfee, 2014; Rust et Huang, 2016; Kumar et al., 2014).

Ces reconfigurations sont souvent bien documentées dans la littérature par le biais de l'analyse de modèles d'affaires, d'organisations ou de technologies dont le point d'ancrage se résume souvent aux grandes organisations. Par exemple, les études sur l'économie collaborative sont axées sur les géants du secteur à savoir Uber et Airbnb, lesquels opèrent de manière privilégiée dans les grands centres urbains. Il est toutefois peu clair comment ces reconfigurations s'opèrent dans le cadre des petites et moyennes organisations (PMO), au niveau des consommateurs (*grassroots*), ou dans le cadre de territoires spécifiques.

L'objectif de ce numéro spécial est donc d'apporter un nouveau regard sur la reconfiguration des échanges marchands à travers le prisme des petites et moyennes organisations (PMO), des consommateurs ou dans un territoire donné. L'appel à contributions sollicite donc des articles permettant de mieux comprendre la reconfiguration de l'échange marchand selon quatre axes principaux mais sans s'y limiter:

1) Comment les petites et moyennes organisations contribuent-elles à la reconfiguration de l'échange marchand?

2) Comment les petites et moyennes organisations articulent-elles les avancées technologiques amenant à une reconfiguration de l'échange marchand?

3) Quelles sont les initiatives des consommateurs contribuant à la reconfiguration de l'échange marchand?

4) Comment les consommateurs utilisent-ils les avancées technologiques pour contribuer à une reconfiguration de l'échange marchand?

5) Comment les territoires au sens large participent-ils à la reconfiguration des échanges marchands?

6) Comment les territoires intègrent-ils les avancées technologiques contribuant à une reconfiguration de l'échange marchand?

Les thématiques pouvant potentiellement s'intégrer dans ces axes sont nombreuses et diversifiées. En voici une liste non-exhaustive :

- L'économie de seconde main (ex. les marchés de seconde main, les systèmes de don, les marchés de troc, les systèmes de location de pair-à-pair)
- Les systèmes alimentaires directs (ex. Les associations de maintien pour une agriculture paysanne (AMAP) français, les boîtes de repas des producteurs)
- Les systèmes d'agriculture coopérative (ex. agriculture urbaine, forêts nourricières, jardins communautaires)
- Les devises alternatives (ex. les monnaies locales et complémentaires, la chaîne de bloc et les monnaies numériques / cryptomonnaies, les systèmes d'échange locaux)
- Les espaces collectifs (ex. les cuisines collectives, les espaces de travail collectifs)

- La production du consommateur (ex. l'impression 3D, les *FabLabs*, les plateformes d'artisanat du type *Etsy*, les coopératives de consommateurs)
- L'implication du consommateur dans la production (ex. la co-création, la co-production)
- L'économie collaborative (ex. le covoiturage, l'hébergement collaboratif, le co-lunching, la production participative [crowdsourcing], le financement participatif [crowdfunding])
- Etc.

Ce numéro spécial est ouvert au niveau des types de textes soumis (empirique, conceptuel, critique), au niveau des approches théoriques et méthodologiques choisies, ainsi qu'au niveau des diverses disciplines en sciences de la gestion. Les critères de sélection des textes sont les suivants :

- Clarté de la problématique, des objectifs et de la/des question(s) de recherche;
- Clarté du cadre théorique et conceptuel, ou des arguments avancés ;
- Clarté de la méthodologie de recherche ou de l'argumentation;
- Présence de résultats théoriques, empiriques, méthodologiques, d'expériences pratiques, ou de conclusion argumentative;
- Originalité;
- Facilité de lecture.

La longueur d'un article devrait se situer entre 3000 et 6000 mots (incluant les références). De plus, l'article devra être mis en forme selon les directives de la revue ([voir les directives en format PDF](#)). La bibliographie devra notamment suivre le [style APA-Provost](#), inspiré de l'*American Psychology Association (APA)*. Les résumés ainsi que les articles seront soumis à un processus d'évaluation aveugle par les pairs.

Les résumés ainsi que les articles complets doivent être envoyés à l'adresse courriel suivante, en indiquant dans l'objet « Numéro spécial O&T – LaboNFC » : Cathy1.Tremblay@uqac.ca

Présentation de la revue :

« La Revue *Organisations & Territoires* est une revue de réflexion sur la gestion, l'innovation et le développement, principalement dans le contexte québécois et canadien. Puisqu'ils s'adressent d'abord aux acteurs sur le terrain, les articles retenus par le comité de lecture et de rédaction sont davantage concernés par la vulgarisation scientifique que par les démonstrations rigoureuses devant servir l'avancement de la science. Les auteurs peuvent toutefois se référer à un texte déjà publié qui offre une telle démonstration. [...] Le soulèvement de débats et le positionnement de l'auteur dans des dossiers d'actualité sont recherchés par nos lecteurs. Ainsi, les textes publiés sont généralement simplifiés et décodés. » (Tiré du site Web de la revue)

La Revue *Organisations & Territoires* (ISSN : 1493-8871) est publiée depuis plus de 20 ans par le département des sciences économiques et administratives de l'Université du Québec à Chicoutimi. Elle est diffusée en version papier et est également disponible en ligne (<http://revues.uqac.ca>).

Échéancier:

Auteurs	Comité de rédaction	Dates
Envoi d'un résumé long (max. 1000 mots incluant les références)		1^{er} novembre 2019
	Retour des évaluations sommaires et des décisions des projets retenus	15 novembre 2019
Envoi des articles complets (entre 3000 et 6000 mots incluant les références)		15 février 2020
	Retour des évaluations complètes	15 avril 2020
Envoi des articles révisés		1^{er} juin 2020
	Décisions finales	1^{er} juillet 2020
	Publication	31 août 2020

Comité de rédaction du numéro spécial :

<p>Myriam Ertz, Ph.D. Département des Sciences Économiques et Administratives Responsable LaboNFC http://recherche.uqac.ca/labonfc/ Membre associé Centre de Recherche sur le Développement Territorial (CRDT) Membre comité éditorial <i>Journal of Consumer Marketing</i> Professeure adjointe Université du Québec à Chicoutimi Myriam.Ertz@uqac.ca Téléphone : +1 418 545-5011, poste 5317</p>	<p>Emine Sarigöllü, Ph.D. Faculté de gestion Desautels Directrice académique Gestion Internationale Fondatrice McGill Institute of Marketing (MIM) Membre associé LaboNFC Éditrice associée <i>Journal of Modelling in Management</i> Professeure agrégée Université McGill emine.sarigollu@mcgill.ca Téléphone : +1 514 398-4662</p>
<p>Julien Bousquet, Ph.D. Département des Sciences Économiques et Administratives Responsable LemGP http://www.uqac.ca/lemgp/tag/uqac-lemgp/ Membre régulier LaboNFC Professeur titulaire Université du Québec à Chicoutimi Julien.Bousquet@uqac.ca Téléphone : +1 418 545-5011, poste 5664</p>	<p>Damien Hallegatte, Ph.D. Département des Sciences Économiques et Administratives Fondateur www.libredeconsommer.com Membre régulier LaboNFC Professeur agrégé Université du Québec à Chicoutimi Damien.Hallegatte@uqac.ca Téléphone : +1 418 545-5011, poste 5233</p>
<p>Imen Latrous, D.Sc. Département des Sciences Économiques et Administratives Responsable LARIGO http://recherche.uqac.ca/laboratoire-de-recherche-et-d'intervention-en-gouvernance-des-organisations/ Membre régulier LaboNFC Membre régulier CRDT Professeure agrégée Université du Québec à Chicoutimi Imen.Latrous@uqac.ca Téléphone : +1 418 545-5011, poste 4451</p>	<p>Rim Moussa, Ph.D. Département des Sciences Informatiques École Nationale des Ingénieurs de Carthage (ENICarthage) Membre régulier Laboratoire de Recherche en Technologies de l'Information et de la Communication & Génie Électrique (LaTICE) Professeure agrégée Université de Carthage rim.moussa@enicarthage.rnu.tn Téléphone : (+216) 71 749 100</p>

Références

Antonopoulos, A. M. (2014). *Mastering Bitcoin: unlocking digital cryptocurrencies*. " O'Reilly Media, Inc.". Benkler, Y. (2002). Coase's Penguin, or, Linux and " The Nature of the Firm". *Yale law journal*, 369-446.

- Benkler, Y. (2004). Sharing nicely: On shareable goods and the emergence of sharing as a modality of economic production. *Yale LJ*, 114, 273.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. WW Norton & Company.
- Dellaert, B. G. (2019). The consumer production journey: marketing to consumers as co-producers in the sharing economy. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 47(2), 238-254.
- Ertz, M., Hallegatte, D., & Bousquet, J. (dir.) (2019). *Les reconfigurations de l'échange marchand: Tour d'horizon, enjeux et perspectives*. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Ertz, M., Hallegatte, D., & Bousquet, J. (à paraître). Retour vers le futur de l'échange marchand. *Organisations & Territoires*.
- Giesler, M. (2006). Consumer gift systems. *Journal of consumer research*, 33(2), 283-290.
- Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2016). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the association for information science and technology*, 67(9), 2047-2059.
- Hennig-Thurau, T., Henning, V., & Sattler, H. (2007). Consumer file sharing of motion pictures. *Journal of Marketing*, 71(4), 1-18.
- Huang, M. H., & Rust, R. T. (2018). Artificial intelligence in service. *Journal of Service Research*, 21(2), 155-172.
- Kumar, V., Dixit, A., Javalgi, R. R. G., & Dass, M. (2016). Research framework, strategies, and applications of intelligent agent technologies (IATs) in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 44(1), 24-45.
- Perren, R., & Kozinets, R. V. (2018). Lateral exchange markets: how social platforms operate in a networked economy. *Journal of Marketing*, 82(1), 20-36.
- Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2004). Co-creation experiences: The next practice in value creation. *Journal of interactive marketing*, 18(3), 5-14.
- Ritzer, G., & Jurgenson, N. (2010). Production, consumption, prosumption: The nature of capitalism in the age of the digital 'prosumer'. *Journal of consumer culture*, 10(1), 13-36.
- Scaraboto, D. (2015). Selling, sharing, and everything in between: The hybrid economies of collaborative networks. *Journal of Consumer Research*, 42(1), 152-176.
- Sundararajan, A. (2016). *The sharing economy: The end of employment and the rise of crowd-based capitalism*. Mit Press.