



# Opinions Libres

le blog d'Olivier Ezratty

## Le numérique et la distorsion du temps

J'assistais le 27 novembre 2012 à un **TEDx Salon** à la Gaité Lyrique dont la ligne directrice était “la maîtrise du temps”. Cette édition légère de TEDx était organisée par la même équipe à l'origine de TEDx Concorde (à l'Espace Cardin, en janvier 2012) et TEDx Paris (à l'Olympia, en octobre 2012). Mes photos de la conférence sont [ici](#).

### Le temps à TEDx Salon

Parmi les nombreux intervenants de qualité, il y en avait deux qui traitaient spécifiquement du temps : Noël Dimarc et Virginie Van Wassenhove. Je vais ici revenir sur ces interventions et élargir le sujet sur l'impact du numérique dans la perception et la gestion du temps. Si le numérique a transformé la société dans tous ses étages, son impact sur le temps est extrêmement profond et a tout un tas d'implications sociologiques, managériales et physiologiques.

**Noël Dimarc**, est **chercheur au CNRS** et plus précisément le directeur du SYRTE (acronyme de “Systèmes de Référence Temps-Espace”), l'organisme officiel qui définit le temps légal pour notre pays et qui est installé à l'Observatoire de Paris près de Denfert Rochereau. Il nous expliquait comment on mesure le temps avec précision et à quoi cela sert. En gros, on compte des oscillations. Aux débuts de la mesure du temps, on s'appuyait sur les cycles longs de la journée, puis ceux des battements des horloges et on en est maintenant aux horloges atomiques qui mesurent le temps avec une précision inégalée. A savoir que la marge d'erreur est d'une seconde toutes les quelques milliards d'années. Pas de quoi manquer un rendez-vous. Noël Dimarc a à son actif la création d'horloges atomiques embarquées dans des sondes spatiales. Il finalise une horloge à “atomes froids” qui sera embarquée en 2013 dans la station spatiale internationale (ISS).



En faisant un tout sur le [site du SYRTE](#), on peut disposer d'informations sur les serveurs Internet de référence du temps légal français. Ces serveurs diffusent le temps légal à l'aide d'un protocole standard de l'Internet : le NTP (Network Time Protocol). Celui-ci est couramment exploitable par les systèmes d'exploitation. J'en ai profité pour synchroniser mon poste de travail avec l'un de ces serveurs car mon PC sous Windows n'était pas toujours bien à l'heure.



La seconde intervenante sur le temps était **Virginie Van Wassenhove**. Elle est directrice du NeuroSpin MEG au CEA à Saclay. MEG ? Il s'agit de "magnétoencéphalographie", la technique exploratoire non invasive qui permet de capter le fonctionnement du cerveau. Elle mesure les très faibles champs magnétiques qui sont produits par l'activité électromagnétique des neurones. Pas au niveau de chaque neurone, bien entendu, mais au niveau de zones différentes du cerveau dont on sait grosso-modo à quoi elles servent, avec des magnétomètres qui mesure le champ magnétique périphérique de la tête dans trois directions (de manière perpendiculaire à la tête, et dans la latitude et la longitude). Le tout s'appuie sur une grosse centaine de capteurs que l'on place sur un casque autour de la tête.



Utilisant la MEG, Virginie explore le fonctionnement du cerveau au regard de la perception du temps, ce que l'on appelle le temps subjectif, temps perçu voire temps physiologique par opposition au temps objectif ou physique. Et ses expériences ont permis de découvrir la manière dont le cerveau gère le temps. Il dispose d'une sorte d'horloge interne qui lui permet par exemple de synchroniser les stimuli auditifs et visuels. Et le temps est géré de manière très élastique par notre cerveau. Ainsi, la perception du temps est paradoxale : il passe très vite dans une journée bien remplie et plus lentement si elle est mal remplie ou comprenant de longs temps d'attente à ne rien faire. De même, comme le souligne Etienne Klein dans ce **débat** de Virginie Van Wassenhove avec Etienne Klein produit par Universcience en 2010, le temps s'écoule plus rapidement quand on parle que lorsque l'on écoute. Ce qui explique pourquoi je m'ennuie tant dans les conférences... lorsque je suis dans l'audience !

Autre perception physiologique : les journées paraissent plus rapides avec l'âge car la durée d'une journée est perçue relativement au temps passé depuis sa naissance. Et plus on vieillit, plus on perçoit le temps de la mort qui est plus proche. Le temps s'accélère et on peut avoir envie de mieux en profiter.

### **Le temps chez Orange**

Ce TEDx Salon était comme les précédents TEDx Concorde et Paris organisé grâce au partenariat d'**Orange** dont les équipes étaient venues en force avec notamment Delphine Ernotte-Cunci, DG d'Orange France (*ci-dessous*). Et cette fois-ci, Orange était plus qu'un sponsor car investi dans la question du temps. L'opérateur a ainsi lancé une réflexion de fond sur la maîtrise du temps dans un projet intitulé « **Le Collectif du temps** ».

Compte-tenu de ce qui va suivre, on peut considérer que c'est une dimension de l'action RSE (Responsabilité Sociale et Environnementale) de l'opérateur. En effet, le numérique bouleverse notre relation au temps, pour le meilleur et pour le pire. La RSE consiste souvent à montrer que l'entreprise est consciente des problèmes que l'usage de ses produits et services peut engendrer et ensuite, d'apporter des solutions. L'engagement d'Orange est donc logique autour de ce sujet de société.



Delphine Ernotte-Cunci l'explique dans cette interview dans Les Echo : **“Les technologies nous font gagner du temps”** : *“Les nouvelles technologies changent notre rapport au temps. Nous sommes dans une bipolarisation entre le temps court, celui que nous passons à répondre nos courriels en une minute, et le temps long, nécessaire pour se projeter dans le futur. Nous avons besoin de nous réapproprier notre temps. Nous sommes au début de l’histoire.”*. Plus prosaïquement, le site d’Orange propose des contenus sur la maîtrise du temps, sur la manière d’apprendre à se déconnecter et même un **Top 10 des applications pour perdre et gagner du temps**.

### **Le numérique et le temps**

C’est en fait un thème que j’observe depuis des années et qui fait d’ailleurs l’objet de conférences que je donne chez certains clients qui se posent la question de l’impact du numérique sur la gestion de la relation client. Celle-ci est notamment profondément affectée par la transformation de la perception du temps générée par les nouveaux usages numériques.

D’une manière générale, ces usages ont eu comme conséquence d’accélérer la perception du temps. En gros, tout va plus vite. On fait de plus en plus de choses plus rapidement, on attend moins et on supporte de moins en moins d’attendre, et aussi, on remplit le temps plus facilement. Le business va plus vite. La publication de contenus est bien plus rapide qu’avant. L’information circule beaucoup plus vite.

Faisons un petit tour de ces phénomènes :

La **messagerie électronique** a été l’un des premiers outils changeant profondément notre relation au temps. On est passé du mémo papier envoyé par courrier interne à aux mails internes et externes. Malgré son asynchronisme, l’usage développé du mail a tendance à rendre les tâches plus synchrones qu’avant. La messagerie électronique a déclenché plusieurs phénomènes tels que le multitasking, les interruptions permanentes tout comme le mélange entre vie privée et vie professionnelle. Le mail, c’est l’assurance d’avoir l’impression de n’avoir rien fait alors que l’on a pourtant tant fait par rapport à ce que l’on faisait “avant le mail”.

L’asynchronisme du mail est une forme de protection contre l’urgence. Mais on ne tolère pas d’attendre trop longtemps une réponse. D’où l’émergence des outils dits de messagerie instantanée et autres chat. Ils sont maintenant omniprésents : qu’ils soient intégrés dans les réseaux sociaux tels que Facebook, dans la fonction SMS de nos mobiles ou comme outil à part comme avec Google Talk ou Skype et le Messenger de Microsoft.

Chez les plus jeunes utilisateurs, ces outils de communication instantanée ont tendance à éclipser les outils de communication synchrone. Cela a même conduit certains tels que Thierry Breton chez ATOS à vouloir se débarrasser de la messagerie électronique.

La messagerie électronique a aussi entraîné une évolution des pratiques managériales. En plein, cela décloisonne les équipes et permet une communication plus large et directe dans les organisations et entre elles. En creux, cela crée une pression permanente qui génère son lot de stress. Le mail rend tout urgent. Combien de fois ne reçoit-on pas de mails avec le titre "URGENT" pour des choses bien futiles ?

Le mail permet certes d'aller plus vite mais comme tout déversoir d'informations, il génère sa propre pollution : le spam. Mais dans les entreprises, le vrai spam ne vient pas de l'extérieur. Il vient de l'interne ! Entre le flot de spam commerciaux que l'on efface rapidement et le flot de mails internes déclencheurs d'actions en tout genre, il n'y a pas photo ! Cela a même généré de nouvelles formes de harcèlement moral. On ne compte plus les témoignages au sujet de managers qui arrosent leurs équipes de mails et sollicitations permanentes y compris à des heures et jours indus. La disponibilité des uns et des autres devient permanente.



Le mail a généré son phénomène d'accoutumance : rares sont ceux qui échappent à la consultation compulsive de son mail à tout bout de champs, y compris dans les tables rondes de conférences (*ci-dessus, Bruno Patino et Nathalie Kosciusko-Morizet pendant un débat aux Universités d'Eté du MEDEF en 2009*). Les vraies vacances physiologiques deviennent ainsi des périodes où l'on se coupe du numérique et en particulier de la pression permanente du mail.

Les **moteurs de recherche** ont apporté une seconde transformation : la capacité à trouver quelque chose très rapidement. Même si ces moteurs sont encore imparfaits, ils ont tout de même complètement transformé notre relation à l'information. L'instantanéité d'une réponse de Google Search a aussi transformé notre relation au temps. Elle a raccourci notre temps d'attente de référence à quelques dizaines de millisecondes.

La conséquence est qu'en tant que citoyens, consommateurs ou actifs, nous sommes maintenant pressés et exigeants. On sait par la mesure que les internautes ne supportent pas d'attendre l'affichage d'une page d'un site web et que plus l'attente est longue, moins il achètera s'il s'agit d'un site de vente en ligne ! Une grande partie des améliorations de la relation client passent par l'optimisation du temps et sa prédictibilité. Il en va

ainsi de l'indication du temps d'attente dans les transports en commun ou dans les files d'attente. Les bureaux de poste ont été transformés avec de nombreux endroits spécialisés (pour timbrer une lettre, récupérer un recommandé, etc) qui ont servi à réduire le temps d'attente. La banque en ligne relève de la même démarche. Dans le métro à Tokyo (*ci-dessous*), l'indication principale sur les lignes est le temps de parcours jusqu'à chaque station. Le temps importe plus que la distance !



Le **commerce en ligne** est un cas intéressant et un peu paradoxal de notre relation au temps au regard des exemples précédents. D'un côté, on est prêt à attendre un peu plus pour disposer d'un produit dont on a envie. En échange de quoi ? D'un prix en général plus attractif et surtout d'un choix plus large que ce que l'on trouve habituellement dans le commerce de détail. C'est moins de temps passé au prix d'un peu plus de temps à attendre. Mais les e-commerçants se font fort de nous vendre du gain de temps dans l'attente, avec des frais de livraison qui augmentent avec sa rapidité. On peut maintenant être livré en 24 heures dans certains cas si on est prêt à en payer le prix. Et si l'on est vraiment très pressé, on va chercher son produit directement en magasin, comme avec les Auchan Drive ou le retrait de produits dans les stocks chez Grosbill.

The screenshot shows the Amazon.fr interface. At the top, there's a navigation bar with 'amazon.fr', 'Cyber Monday 5 jours d'Offres Éclair', and 'PROLONGATEUR'. Below that, there's a search bar and a shopping cart icon. The main content area displays the book 'Le Temps Qui Passe' by Frank Matern. The price is EUR 13,49 with free shipping. A green box highlights a promotional offer: 'Ajouter au panier avec Livraison en 1 jour GRATUITE en essayant gratuitement Amazon Premium pendant un mois.' The page also features navigation links, a search bar, and a shopping cart icon.

Les **réseaux sociaux** ont transformé la relation entre personnes mais aussi au temps. Une timeline Facebook ou Twitter ne sert pas à quelque chose de précis et prédéterminé puisque l'on ne sait pas à l'avance ce que l'on va y trouver. Les réseaux sociaux sont devenus des outils à remplir le temps. On s'en sert dans les transports, chez soi ... et aussi au travail. Vous vous ennuyez dans une réunion et la 3G ou le Wi-Fi sont disponibles, hop, un tour dans Facebook ou Twitter et le temps passe plus vite. Au lieu de lire un livre... ! En plus, sur une tablette, c'est encore plus discret que lorsque l'on est derrière l'écran de son laptop.

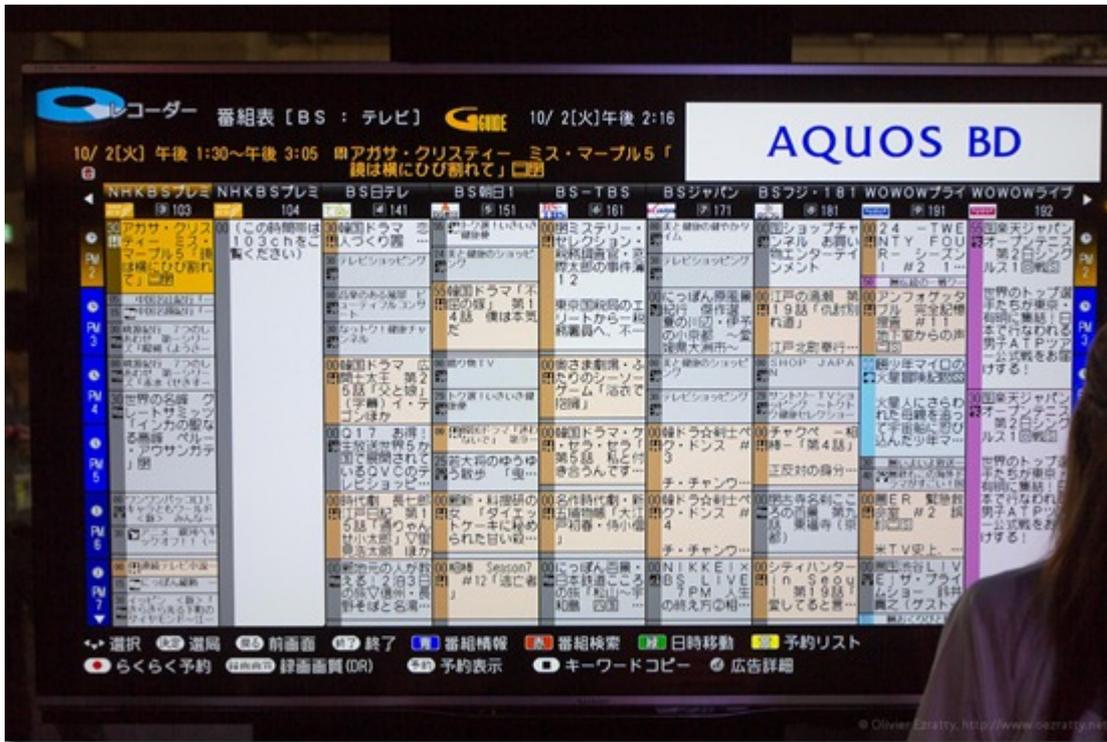
L'échelle de présentation est le temps : la Timeline de Facebook qui remonte si vous le souhaitez à votre naissance, mise en abîme qui rappelle celle de la provocante publicité anglaise de la XBOX en 2002 ("**Time is short, play more**"). Et celle de Twitter qui est temps réel au point que si vous suivez beaucoup de monde, vous n'avez accès en pratique qu'à une petite fenêtre de temps du bruit qu'ils ont généré. Ces réseaux sociaux ont en quelque sorte tué l'ennui au premier degré. Pourtant, s'est-on moins ennuyé après avoir parcouru des kilomètres de timeline de Facebook ? Pas évident ! Le **bruit d'informations inutiles** y est prédominant et c'est le gage de sa sérendipité qui nous le fait supporter.

La compression de l'échelle du temps liée aux réseaux sociaux a aussi permis l'accélération de la préparation de manifestations (flash mob), du lobbying (cf l'affaire des pigeons) comme des révolutions (printemps arabes). Les gourous en social média recommandent aux marques d'être présentes dans les réseaux sociaux pour "engager les consommateurs". Mais comme tout le monde y est, elles sont noyées dans la masse et le flux des messages qui inondent vos timelines. Et les marques manquent de temps ! C'est bien le tout d'engager le consommateur, mais si il n'y a pas assez de monde pour s'en occuper dans les entreprises, on est plus dans la symbolique de l'engagement que dans sa généralisation. Ou alors, on laisse le consommateur "s'engager", mais l'entreprise ne s'engage pas tant que cela ! la différence est grande entre avoir un community manager et être une entreprise globalement orientée client.



Dans la lignée des réseaux sociaux, les **smartphones** et **tablettes** ont eux aussi contribué à transformer notre relation au temps. On les utilise là où avant on ne savait que faire : debout dans les transports en commun, dans une salle d'attente quelconque, dans une réunion ennuyeuse, etc. Ce sont des outils qui servent à tuer le temps ! Et qui servent à tout le reste, permettant d'être en permanence en contact avec les uns et les autres et d'accomplir plus de tâches en parallèle qu'auparavant. Par contre, le temps utilisateur capté par les tablettes a une conséquence indirecte : on passe plus de temps à communiquer et à consommer des contenus qu'à en créer. L'ordinateur personnel est considéré comme *has-been*, la création avec. Un phénomène qui avait démarré avant l'arrivée des tablettes quand toute une génération de bloggeurs du milieu des années 2000 a arrêté d'écrire pour déporter son énergie sur les réseaux sociaux et notamment sur Twitter. Le paraître en direct comme dans le Live Tweeting d'événements est devenu plus important que le paraître en différé, avec le recul. La grande longueur de mes articles est d'ailleurs une forme de réaction extrême à ce phénomène. Et si les relations sociales ont bénéficié de tous ces outils, pour une grande part de nos contacts, elles restent bien superficielles. Difficile d'avoir en la matière à la fois du volume et de la qualité !

Le numérique a comprimé le temps au point que notre capacité d'attention s'est réduite. Ce fameux syndrome de l'ADD (Attention Deficit Disorder) ne concerne pas que les enfants. Même si ces derniers donnent de plus en plus de fil à retordre aux enseignants qui doivent plus qu'avant déployer des trésors de pédagogie pour captiver leurs élèves pendant un cours d'une heure. Il en va aussi des **conférences** : une intervention d'une demi-heure est de plus en plus difficile à faire passer ! Les formats adoptés s'appuient sur des créneaux plus courts comme avec TEDx en France et ses talks de 12 minutes. C'est aussi vrai de **LeWeb** dont l'édition 2012 démarre la semaine prochaine, avec une alternance d'interventions de 10 à 20 minutes maximum et de tables rondes d'une demi-heure. Et les conférences sont plus vivantes lorsqu'elles sont agrémentées de vidéos et démonstrations. Les méthodes d'organisation des conférences ont évolué à l'instar des techniques de montage de clips musicaux qui ont influencé l'écriture cinématographique ! Il n'en reste pas moins que les bons intervenants se distinguent le plus souvent grâce à des méthodes ancestrales : un bon story telling et la capacité à surprendre !



La **télévision** a aussi traversé et subi ces évolutions de la relation au temps. YouTube est ainsi plus populaire que la TV classique chez les plus jeunes. Les formats des vidéos y sont plus courts. On est content sur Internet quand une vidéo a été regardée plus de 3 minutes alors qu'à la TV, le repère de référence est plutôt l'heure. Les fameuses 13 chaînes TV que YouTube a lancées en France sont en fait des collections de vidéos courtes ! L'information nous est tellement déversée en continu que cela remet en cause le format même des journaux télévisés qui doivent encore plus qu'avant apporter une valeur ajoutée à ce que l'on sait déjà des grands événements.

On consomme aussi la TV où l'on veut et quand on le veut. D'où la forte croissance de consommation de télévision dite de rattrapage, une terminologie sémantiquement lourde avec le sous-entendu du retard. Mais le rattrapage, surtout avec un PVR (enregistreur à disque dur) permet de voir plus de choses en moins de temps. On zappe la pub et ce qui n'est pas intéressant. Le temps véritablement utile de la consommation télévisuelle augmente en conséquence. Mais là comme avec tous les contenus disponibles sur la toile, c'est l'hyperchoix qui domine et il conduit à la frustration de ne pas avoir assez de temps pour en profiter. Un peu comme le pirate qui amoncelle des To de musiques et films mais n'a pas assez de temps dans la vie pour en profiter !

D'autres s'évertuent à mettre en œuvre des outils de recommandation pour vous proposer la vidéo que vous allez aimer dans votre service de VOD. Tous ces outils nous permettent de mieux remplir notre temps. Il est moins justifié de dire comme avant "qu'il n'y a rien à la télé" car l'offre y est maintenant tellement abondante que l'on y trouve toujours de quoi s'occuper. Encore faut-il avoir besoin de s'occuper ainsi !

Le zapping à la TV s'est certes développé avant le numérique mais il s'est amplifié depuis. On ne zappe plus seulement entre chaînes TV, on zappe maintenant entre écrans pour en regarder deux voire trois en même temps. Le live a même repris du poil de la bête avec les conversations dans les réseaux sociaux. En prime time, elles représentent jusqu'à la moitié du trafic de Twitter. Le volume de ces conversations semble toutefois inversement proportionnel à la qualité des contenus : elles sont plus denses sur les émissions de TV réalité et les débats politiques que dans les fictions...

Je n'ai fait qu'effleurer le sujet. On pourrait le prolonger ne serait-ce que sur le cas des développeurs avec leur notion très élastique des délais et en politique avec la dominance du temps court alimentée entre autre par les

médias numériques !

**On accepte tout de même les longues attentes...**



Malgré tous ces outils qui accélèrent notre vie dans des proportions un peu dingues, on tolère pourtant d'attendre certaines choses assez longtemps. La tolérance à l'attente reste donc à géométrie variable, ce qui est presque rassurant !

Il en va ainsi des légendaires files d'attente chez Disneyland. Qui n'a pas attendu avec ses enfants jusqu'à deux heures pour passer trois petites minutes dans le Petit Train dans la Mine ? Dans le pire que pire, la file d'attente d'une exposition comme celle d'**Edward Hopper** au Grand Palais, si vous n'avez pas de billet coupe-file. Je l'ai fait en famille il y a un mois pendant presque trois heures et c'était bien long malgré la compagnie. La file d'attente était d'une longueur défiant l'entendement : certains ont probablement dû attendre plus de huit heures pour rentrer dans l'exposition (*ci-dessus*). Dans le froid et sous la pluie !

A Shanghai, c'était aussi le temps d'attente "normal" pour visiter les pavillons des grands pays lors de l'exposition universelle de 2010 (*ci-dessous, l'immense pavillon de la Corée du Sud*).

Il y a aussi ceux qui vont attendre des heures voire des jours devant un Apple Store avant la sortie du dernier joujou à pomme du moment. Comme avec ces films dont la sortie est annoncée un an à l'avance ! Une instrumentalisation parfaite de l'attente !



Bon, avec tout ça, il nous reste à réapprendre à rêver et à flâner !

Cet article a été publié le 1 décembre 2012 et édité en PDF le 21 mars 2024.  
(cc) Olivier Ezratty – “Opinions Libres” – <https://www.oezratty.net>