

ETHNOGRAPHIE DANS L'ENTREPRISE

« Les gens ne font généralement pas ce qu'ils disent qu'ils font, mais autre chose. Par conséquent, il faut être là et regarder pour savoir ce qu'ils font. » (Bronislaw Kaspar Malinowski (1), *Argonauts of the Wertern Pacific*, 1922).

Par Michel VILLETTE*

Les disciplines académiques, qu'il s'agisse de la sociologie (MEYER, 1990), de la recherche en gestion (BERRY, 1995) ou de l'économie (COASE, 2012) souffrent d'un manque chronique d'investigation dans le monde des entreprises du secteur privé. Les universitaires n'enquêtent pas assez dans le long terme et en détail sur les activités des hommes d'affaires et des managers au sein des sièges sociaux des grandes entreprises multinationales. Pourtant, ces nouvelles élites de la mondialisation jouent un rôle important dans l'évolution de nos sociétés.

Lorsqu'ils se préparent à réaliser une transaction, avant de rencontrer un client important, avant de lancer un nouveau produit, avant de racheter une entreprise ou de s'implanter sur un nouveau marché, les dirigeants d'entreprise ont des conversations derrière les façades-miroirs des sièges sociaux. Quels sont les bénéfices attendus ? Quels sont les risques ? Comment les clients et les concurrents vont-ils réagir ? Quelles seront les stratégies de repli si tout ne se passe pas comme prévu ? Comment présentera-t-on le bilan

comptable de cette opération ? Quelles seront les incidences fiscales ? Comment communiquera-t-on aux différentes étapes du processus ? Toutes ces questions sont débattues. Des options sont prises sur la base d'anticipations. Ne rien savoir de ces interactions préparatoires, c'est s'interdire de comprendre ce que « manager » veut dire. Les actes ne peuvent se comprendre sans une connaissance des intentions, et les intentions sont souvent cachées aux non initiés.

Pour un chercheur, accéder au terrain signifie donc connaître et comprendre aussi les aspects ésotériques du travail de direction, ce qu'Erving Goffman (1959) appelle les coulisses, *the backstage* (2). Or, on ne peut généralement accéder à ces coulisses et donc en comprendre le fonctionnement qu'à la condition d'être soi-même partie prenante des affaires en cours. De même que Jeanne Favret-Saeda (1977) a montré que l'on ne peut rien voir ni rien comprendre au phénomène de la sorcellerie dans le bocage vendéen si l'on n'a pas été soi-même constitué socialement en sorcier ou en ensorcelé. De même, on ne peut rien voir ni

* Professeur de sociologie à Agro-ParisTech et chercheur au Centre Maurice Halbwachs (ENS/EHESS/CNRS).

(1) Anthropologue, ethnologue et sociologue polonais (1884-1942).

(2) Comme le suggère Marshall W. Meyer (1990), dans la compétition que se livrent les sciences sociales dans l'interprétation des activités marchandes, les sociologues ont intérêt à se concentrer sur l'étude des situations managériales à l'échelle microsociale, plutôt que de tenter de concurrencer les économistes au moyen d'enquêtes statistiques portant sur de grands agrégats.

rien comprendre au monde des affaires, si l'on n'y a pas été au moins quelques fois impliqué, c'est-à-dire payé par l'entreprise pour y jouer un rôle actif.

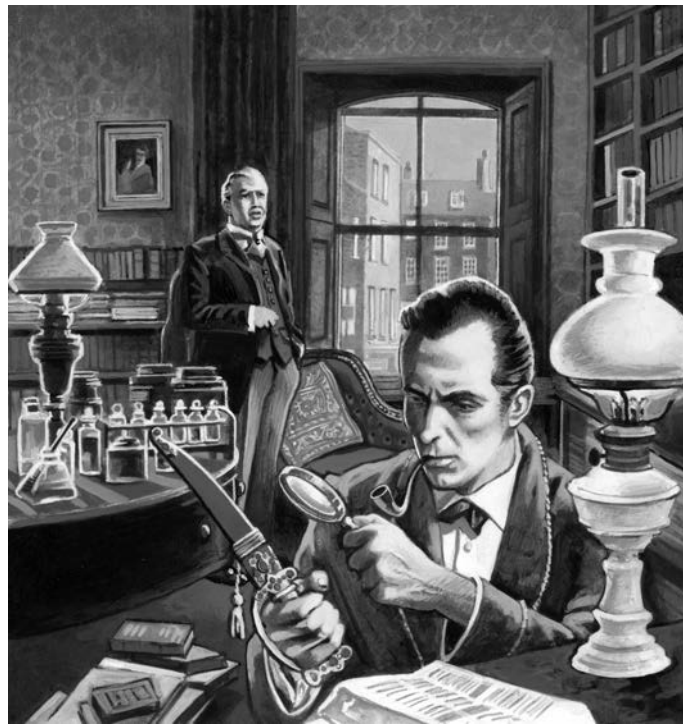
Il est vrai que le suivi en temps réel d'un processus d'entreprise prend beaucoup de temps et pose des problèmes de comparabilité et d'objectivité dans le recueil des données (DUMEZ, 2013). On peut donc comprendre que les chercheurs en sciences sociales recourent le plus souvent à des expédients pour parler savamment de processus qu'ils n'ont pas vraiment pris le temps de suivre. Des données fragmentaires (questionnaires, inter-

views, archives, dénombrements statistiques) sont alors utilisées pour reconstituer par la pensée le processus dont on prétend rendre compte. Pourtant, et pour citer Howard Becker (1963), « *l'interprétation par les sociologues de données fragmentaires n'est juste que si leur conception du processus sous-jacent est exacte* ». Autrement dit, pour parler comme Pierre Bourdieu (1980), il faut être équipé d'une « théorie de la pratique » pour pouvoir interpréter correctement les indices et les traces fragmentaires recueillis trop vite et qui ne donnent que des indications partielles sur des conduites humaines continuellement remodelées.

Si l'on appelle « démarche ethnographique » un séjour prolongé dans le lieu de travail choisi et une participation aux activités que l'on essaie de comprendre, alors on peut dire que c'est une occasion unique pour le doctorant de satisfaire à l'idéal d'une sociologie compréhensive avant de s'essayer à l'interprétation, à la remontée en généralité et, éventuellement, à la critique.

Une telle immersion est d'autant plus nécessaire que le doctorant est encore étranger au milieu professionnel qu'il étudie. Il a besoin d'acquérir des compétences pratiques pour accéder à une compréhension intime de la vie des cadres, des ingénieurs et des dirigeants, dont il prétend expliquer l'activité. Il a besoin de s'engager dans des épreuves, d'accomplir des performances, de partager des émotions.

Cela ne signifie évidemment pas que le chercheur devra analyser les situations dans les mêmes termes



« Pour citer Howard Becker (1963), *l'interprétation par les sociologues de données fragmentaires n'est juste que si leur conception du processus sous-jacent est exacte* », « *Sherlock Holmes à la recherche d'indices* », gouache sur papier (ca. 1934) de Robert Payne, collection privée.

qu'un praticien, selon les mêmes critères et les mêmes finalités. En tant que chercheur, on s'attend à ce qu'il effectue au contraire un travail de distanciation et qu'il donne à nouveau une certaine étrangeté à ce qui va de soi pour les praticiens. Le chercheur prendra donc ses distances aux sens intellectuel, moral, physique et financier du terme, et s'efforcera de dépersonnaliser et de décontextualiser les phénomènes qu'il étudie. Mais pour prendre ses distances, il faut avoir été proche. C'est cette proximité initiale qui fait souvent défaut et rend les travaux académiques peu inventifs.

MICHEL VILLETTE

LES OBSTACLES À L'ENQUÊTE ETHNOGRAPHIQUE EN ENTREPRISE

Que ce soit en sciences de gestion ou en sociologie, les chercheurs et enseignants-chercheurs qui ont réalisé au moins une ethnographie en entreprise (3) au cours de leur carrière sont peu nombreux (4). C'est que le monde académique ne cesse d'instruire à nouveau le procès de l'ethnographie et d'en affirmer l'impossibilité avant même qu'elle ait eu lieu.

Les objections à l'approche ethnographique sont connues : l'approche inductive serait stérile ; le chercheur impliqué serait intellectuellement prisonnier du milieu qu'il étudie ; l'étude d'événements singuliers ne permettrait pas de mettre au jour des régularités statistiquement représentatives ou de saisir des mouve-

(3) Au sens où nous l'entendons ici, une ethnographie ne consiste pas seulement à réaliser une série d'entretiens sur place ou à observer le travail pendant quelques jours, mais bien plutôt à participer longuement à l'activité d'une entreprise, à suivre le parcours initiatique qui permet d'accéder à une compétence indigène. De même que l'ethnologue rural devait parcourir le cycle complet des saisons pour comprendre les travaux agricoles, l'ethnologue des entreprises doit parcourir au minimum un cycle budgétaire complet pour saisir tous les éléments constitutifs de la culture qu'il prétend étudier.

(4) Peuvent être citées quelques références bibliographiques : FAVRET (Saada), 1977 ; LATOUR, 1979 ; VILLETTE, 1988-1996 ; GUIGO, 1994 ; DODIER, 1995 ; MULLER, 2008 ; D'INGUIMBERT & VILLETTE, 2011.

ments historiques de longue période ; l'étude monographique d'un phénomène isolé ne permettrait pas de penser ce phénomène comme un élément d'un système ou d'un champ qui pourtant lui confère l'essentiel de ses propriétés ; le chercheur manipulant des données qualitatives et subjectives serait privé de l'instrumentation scientifique qui seule permet la mathématisation du réel et serait, par voie de conséquence, condamné à des raisonnements circulaires, ses trouvailles empiriques ne faisant qu'illustrer et au mieux nuancer les présuppositions à l'origine de sa recherche...

On peut ajouter à ces objections d'ordre épistémologique quelques difficultés pratiques : faire de l'ethnographie est impossible parce que les entreprises ne laissent pas les chercheurs les étudier ; les institutions de financement de la recherche se préoccupent de politiques publiques et veulent des résultats applicables aux vastes populations qu'elles administrent ; les revues de rang A qui commandent l'accès aux carrières ne publient que des résultats chiffrés ; les doctorants qui passent trop de temps sur leur terrain d'étude ne se socialisent pas assez pour trouver leur place dans les laboratoires, etc.

Et pourtant, ils sont là, ces huit revenants d'une mission réputée impossible et ils vous présentent en toute simplicité quelques échantillons de leurs trouvailles pour mieux vous faire voir qu'avec un peu d'astuce et de ténacité, les six objections théoriques et les cinq objections pratiques censées rendre leur travail impossible sont surmontables.

UN DOSSIER CONSTRUIT AVEC ET POUR LES DOCTORANTS

Ce dossier de la revue *Gérer & Comprendre* contribue à mettre à l'honneur la narration détaillée de processus observés *in situ* et en temps réel par des professionnels s'efforçant de devenir des chercheurs ou par des chercheurs s'efforçant de partager un temps l'expérience des professionnels.

Le Centre de Recherche en Gestion de l'École polytechnique et la revue *Gérer & Comprendre* ont souligné depuis longtemps l'importance des approches ethnographiques pour mieux comprendre ce qui se passe dans les entreprises (5). En sciences de gestion,

(5) Dans les années 1980, le Centre de Recherche en Gestion de l'École polytechnique, alors dirigé par Michel Berry, a animé un séminaire intitulé « Ethnographie dans l'entreprise ». Denis Guigo, jeune anthropologue malheureusement décédé accidentellement, a prolongé ces travaux préparatoires. Dans ce Centre, aujourd'hui dirigé par Hervé Dumez, l'intérêt pour l'étude pluridisciplinaire de situations d'entreprises singulières, dites « études cliniques », ne s'est jamais démenti et trouve des prolongements dans la recherche et dans les séminaires qu'organise l'École de Paris du Management, au cours desquels la parole est donnée à des professionnels qui exposent leurs témoignages au questionnement des chercheurs (12 avril 2014).

cette manière de pratiquer la recherche a été défendue sous les appellations d'« ethnographie en entreprise », de « recherche clinique » ou encore de « recherche qualitative ». Il s'agit au fond de prolonger ce qui avait été initié par les sociologues de l'École de Chicago, avec les célèbres travaux de Chester Barnard (1938), et de Melville Dalton (1959).

Des sociologues s'efforcent aussi de prolonger et d'illustrer cette tradition. Pour ma part, j'ai initié, depuis 2010, dans le cadre du Centre Maurice Halbwachs, des journées d'étude qui visent à rassembler des doctorants français fondant leur thèse sur une longue enquête de terrain en entreprise.

Ce dossier présente une sélection de travaux restitués lors de l'édition 2013 de ces journées, une sélection rigoureuse puisque le comité scientifique composé de Marlène Benquet (Université Paris Dauphine, IRISSE) ; Valérie Boussard, (Université Paris Ouest, IDHE) ; Hervé Dumez (École polytechnique, CRG) ; Hervé Laroche (ESCP Europe) et Michel Vilette (Centre Maurice Halbwachs, ENS-EHESS-CNRS) a reçu 35 propositions provenant de toute la France, que 12 ont été retenues pour une présentation orale lors de ces journées, dont 8 sont aujourd'hui proposées à votre lecture.

Il s'agit de montrer la méthode ethnographique en acte, de présenter les matériaux que l'ethnographe rapporte et comment ils font sens.

Nicolas Meunier mobilise son expérience d'économiste au service d'une banque pour expliquer comment on y détermine la « note pays ». Cette note est censée résumer l'analyse économique des risques que présente ledit pays, dont est déduit le montant des engagements que la banque accepte de prendre. L'enquête ethnographique suggère que le raisonnement peut être circulaire. Lorsqu'un directeur influent et ambitieux veut obtenir plus de financements, il négocie avec ses alliés une réévaluation de la note du pays dont il s'occupe, au détriment d'un autre.

Olivier Stuhl mobilise, quant à lui, son expérience de *trader* et se demande quel peuvent être les effets des bonus sur les personnes qui en bénéficient. Il montre comment ses collègues et lui-même ont d'abord pris leurs sursalaires extravagants à la légère, puis comment ils s'y sont habitués pour finalement trouver insupportable l'idée même d'une baisse de rémunération. Le système fonctionnait pour eux comme une sorte de drogue qui déréglait leur sens de la mesure.

Nathalie Mérai, forte de son expérience en matière de gestion des ressources humaines montre comment les techniciens, les ouvriers et les employés d'une entreprise industrielle sont gérés. Il ne s'agit plus de distribuer des bonus, mais de réduire les coûts d'administration du personnel. Pour ce faire, l'entreprise suit à la lettre les prescriptions d'un cabinet de conseil international qui néglige de faire une recherche sur les particularités de son client tout en promettant des économies spectaculaires. Il en résulte beaucoup de stress,

de confusion et de fureur, pour une réduction des coûts qui n'est finalement pas au rendez-vous.

Le voyage ethnographique nous conduit ensuite chez les ingénieurs du monde de la Recherche et Développement. Dans le contexte d'une grande entreprise à l'organisation matricielle recourant massivement à la sous-traitance pour la réalisation de ses études techniques, Hadrien Coutant montre que l'activité des ingénieurs relève plus de la gestion et de la négociation que de la technique, cette dernière étant d'ailleurs peu valorisée dans les carrières. Ainsi, paradoxalement, ceux qui se présentent eux-mêmes comme des techniciens ont souvent tendance à fuir la technique.

Mathieu Hocquelet analyse, quant à lui, le travail de managers de proximité dans la grande distribution. Pour que le travail soit fait, ils usent de multiples expédients (petits arrangements, promesses, menaces...). Des expédients que le jeune chercheur a pu mettre en évidence et expliquer, parce qu'au cours de sa thèse, il a travaillé comme employé d'une grande enseigne.

Hélène Ducourant nous transporte elle-aussi dans l'univers de la grande distribution pour nous montrer comment les grandes enseignes vantent les multiples « avantages » de leurs cartes de crédit *revolving* et comment des consommateurs peu au fait des taux d'intérêt élevés qui s'attachent à l'utilisation de ces cartes, se laissent gentiment fidéliser, ficher et endetter.

Les deux derniers articles nous transportent aux abords des grandes entreprises, chez des consultants et des prestataires de services.

Benoit Gautier place son enquête dans l'un des lieux où les spécialistes de la gestion du personnel se rencontrent pour partager leurs expériences. Ces réunions destinées en principe à analyser les pratiques donnent lieu à des échanges où l'on évite de trop en dire. En se faisant des amabilités, les participants cultivent un entre-soi et acquièrent un savoir convenu et convenable, dont ils se servent à l'issue de ces réunions pour asseoir leur autorité d'expert en disant : « Dans telle entreprise, ils font ça, et ça marche ! ». Ainsi circulent les semi-vérités.

Enfin, Luca Bartolomei nous raconte avec un réalisme saisissant ce qu'il arrive à un cadre lorsqu'il quitte le salariat pour tenter de devenir son propre patron. Il montre les coûts et les risques d'un processus qui loin de conduire à l'autonomie rêvée fait passer d'une dépendance à une autre. Il met aussi en évidence les stratégies de grandes entreprises qui ont bien compris qu'attirer, former et encadrer un vaste réseau d'entrepreneurs autour d'elles, c'est disposer d'un personnel d'appoint zélé, peu coûteux et flexible.

C'est parce que ces chercheurs se sont tous immergés dans le cours des opérations qu'ils peuvent en rendre compte avec un réalisme dont toute personne qui travaille en entreprise reconnaîtra immédiatement la justesse, même si elle pourra toujours en discuter les limites ou les interprétations.

UNE RECHERCHE FRAGILE QUI DOIT ÊTRE SOUTENUE ET PROTÉGÉE PAR DES LABORATOIRES

Les résultats obtenus à partir d'une posture d'ethnographie immergé en entreprise risquent d'être ignorés par le monde académique (6). Pour surmonter cet obstacle, le chercheur adoptant une telle posture a absolument besoin du soutien d'un laboratoire d'accueil où il pourra trouver les ressources et l'énergie nécessaire pour mener à bien un projet intellectuel distancé des enjeux immédiats de la pratique. J'ai pu bénéficier d'un tel soutien lorsque je travaillais sur ma thèse de sociologie, à la fin des années 1970, sous la direction de Pierre Bourdieu et de Luc Boltanski au Centre de Sociologie Européenne (VILLETTE, 1988,2). J'ai également pu trouver un soutien important auprès des chercheurs du Centre de Recherche en Gestion de l'École polytechnique (BERRY, 1995). Aujourd'hui, dans le cadre du Centre Maurice Halbwachs (ENS-EHESS-CNRS), ce sont les mêmes conditions favorables que nous essayons d'offrir aux chercheurs ayant fait le choix de l'approche ethnographique (7).

L'ethnographie vaut surtout par l'inventivité qu'elle permet, par l'originalité des observations et des questions posées, par les ruptures qu'elle autorise avec, d'un côté, le sens commun des tenants statutaires des disciplines académiques et, de l'autre, celui des milieux professionnels. Pour que cette originalité se manifeste, il est nécessaire que l'ethnographie ne s'épuise pas en tentatives défensives pour justifier scientifiquement sa démarche et en considérations de méthode sans fin. La démarche ethnographique vaut par les contenus de connaissance originaux qu'elle permet d'énoncer. Ce sont ces contenus qui permettent aux lecteurs du travail ethnographique de mieux comprendre ce qui se passe sur le terrain sur lequel l'ethnographie s'est engagé.

Pour favoriser le développement de ce courant de recherche, quelques solutions simples peuvent être mises en œuvre dans le cadre d'une recherche collective.

Faire travailler ensemble des professionnels qui tendent à devenir des académiques et des académiques

(6) Dans une thèse de doctorat ou un article académique, il est fréquent que seules les publications des membres reconnus de la discipline de référence soient citées en bibliographie. Les productions intellectuelles des membres du milieu social étudié sont considérées comme des « documents ». En tant que documents, ces écrits sont privés de la valeur de vérité « scientifique » attribuée aux écrits des chercheurs disposant d'un statut académique. Ce parti pris disciplinaire est aussi une défense du corps des chercheurs statutaires. Il rend l'accès particulièrement long et difficile aux personnes qui souhaitent rejoindre les institutions académiques après la réalisation d'une carrière dans le secteur privé.

(7) Voir le site Internet : <<http://www.cmh.ens>>

qui tendent à se rapprocher de l'expérience des professionnels, comme ce fut le cas déjà du temps où Park dirigeait le département de sociologie de l'Université de Chicago (CHAPOULIE, 1984).

Faire travailler ensemble des ethnographes situés au plus bas ou à la marge des hiérarchies (c'est-à-dire, par exemple, un stagiaire non rémunéré dans un supermarché) et des ethnographes situés au plus haut (comme un ingénieur du corps de Mines au contact de directeurs généraux d'entreprises du CAC 40) provoque des courts circuits utiles aussi bien pour les uns que pour les autres.

Le rapprochement entre les travaux de terrain des sociologues et ceux des chercheurs en sciences de gestion est particulièrement fructueux, bien qu'ils se heurtent encore à de forts préjugés sectaires. En sociologie comme en gestion, trop de travaux se bornent à corroborer une théorie par des observations. Rares sont les chercheurs adoptant une orientation ethnographique plus radicale, c'est-à-dire ceux qui prennent le risque de partir d'observations de terrain touffues pour dégager peu à peu une forme symbolique émergente, au risque de s'y perdre.

En sociologie comme en gestion, il existe des travaux qui se donnent pour but d'être utiles au commanditaire de la recherche (souvent un des dirigeants de l'organisation observée), et d'autres qui sont en quête d'une rupture avec les problématiques obligées et qui, dans ce but, s'attachent plutôt à détourner la commande ou à échapper habilement à toute commande pour pouvoir être plus à l'aise dans la critique.

DE LA PERTINENCE DES DÉMARCHES ETHNOGRAPHIQUES DANS LA FORMATION DES GESTIONNAIRES D'ENTREPRISES

La pertinence des méthodes ethnographiques pour la formation des administrateurs n'avait pas échappé à Marcel Mauss, auteur en 1926 d'un *Manuel d'Ethnographie* rédigé à l'intention des administrateurs coloniaux. Déjà à cette époque les chercheurs en sciences sociales rêvaient d'amender la conduite d'administrateurs technocratiques indifférents à la situation de leurs administrés. Ils appelaient de leurs vœux l'improbable administrateur en quête du vivre ensemble, celui qui, par delà l'ethnocentrisme conquérant, serait capable de compréhension et d'empathie.

Si l'on veut bien admettre que la gestion est affaire d'à propos, qu'il s'agit avant tout de comprendre une situation toujours singulière et d'improviser avec prudence (VILLETTE, 1996), quel genre de travail intellectuel faut-il dès lors proposer pour contribuer à l'entraînement des managers ?

L'important n'est pas d'inonder des revues académiques de résultats scientifiques faussement universels (HAYEK, 1952). L'important n'est pas non plus de sur-

charger le corpus des lois et règlements par des prescriptions détaillées qui ligotent l'esprit au lieu de libérer les intelligences, et encore moins de pousser l'automatisation des processus jusqu'à exclure les improvisations humaines du cadre des activités autorisées.

La tâche prioritaire est de fournir des heuristiques pour comprendre la situation de gestion dans laquelle on est soi-même impliqué.

« Dans une situation de gestion, des participants sont réunis pour atteindre à l'échéance un résultat sur lequel une instance externe porte un jugement qui importe » (GIRIN, 1990). Dans cette définition, chacun des termes peut être discuté et retravaillé à l'infini (Quelle est la liste des participants ? Quelle est l'échéance ? Quel est le résultat ? Qui est l'instance externe ? En quoi consiste le jugement ? Quelles sont les conséquences du jugement pour les participants ?) Lorsque ces six paramètres sont clairement et explicitement définis, on est alors dans une situation de gestion au sens strict. Lorsqu'un ou plusieurs paramètres sont indéfinis ou changeants, la situation de travail est plus ou moins éloignée du type idéal gestionnaire, la maîtrise de la situation par le management est limitée, l'idéal rationaliste du contrôle est battu en brèche pour le meilleur ou pour le pire. Il y a du mou dans les rouages (*organizational slack*).

La tâche prioritaire de la recherche sur le management est d'entraîner les humains à analyser les situations de travail en s'affranchissant de tout préjugé sur ce qui marche et sur ce qui ne marche pas, sans préjuger de ce qui doit être contrôlé ou laissé à l'improvisation des humains, de ce qui doit être géré et de ce qui relève d'autres formes de régulation. Il s'agit de percevoir le champ de contraintes dans lequel les personnes au travail sont prises et sur lequel elles tentent d'avoir prise. Il s'agit de mettre en œuvre le *Prinzip Hoffnung* cher à Ernst Bloch (1954), ce principe d'espérance qui consiste à ne jamais dire : « c'est comme ça et pas autrement », mais plutôt à dire : « voici quelles sont les possibilités » qui s'offrent à moi. Cette forme d'imagination sociologique est fondée sur un examen empirique approfondi d'une situation, des représentations que les hommes s'en font et des possibilités à leur disposition. L'espérance s'enracine dans un travail pratique et dans une délibération continue sur la pratique. C'est une praxis, et c'est d'elle dont la recherche ethnographique pourrait être la propédeutique.

Faut-il changer la liste des participants, l'échéance, le résultat, l'instance externe de jugement, le jugement ou les conséquences du jugement ? Innover en gestion, c'est répondre à ces questions pour pouvoir produire une solution *ad hoc*. Cela consiste à tester les paramètres d'une situation sans préjuger de ce qui va résister et de ce qui va céder, sans superstitions quant à ce qui est fort ou faible, solide ou fragile, stable ou instable, modifiable ou contraint. C'est se fier à ce que l'on a testé par soi-même, plutôt qu'à l'air du temps. L'ethnographie est la voie qui permet de comprendre

par soi-même (et avec d'autres) une situation dans laquelle on est pris, et sur laquelle on tente d'avoir prise. ■

BIBLIOGRAPHIE

BARNARD (Chester L.), *The functions of the Executive*, Cambridge Mass: Harvard University Press, 1938.

BECKER (Howard), 1963, "The Life History and the Scientific Mosaic", introduction au livre de Clifford R. Shaw, *The Jack Roller*, republiée en 1970 dans H.S. Becker, *Sociological Work*, Aldine, New York, et traduit en français par Jean Pennef sous le titre « Biographie et mosaïque scientifique », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n°62-63, juin 1986.

BERRY (Michel), "Research and the Practice of Management, a French View", *Organization Science*, vol. 6, n°1, February, pp.104-116, 1995.

BLOCH (Ernst), *Le principe espérance*, traduit de l'allemand par Françoise Wuilmart, 3 volumes, Paris, Gallimard, 1976, 1982, 1991.

BOURDIEU (Pierre), « Sur l'objectivation participante : réponse à quelques objections », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, Paris, n°23, 1978.

BOURDIEU, *Le sens pratique*, Paris, Éd. de Minuit, 1980.

CHAPOULIE (Jean-Michel), « Everett C. Hugues et le développement du travail de terrain en sociologie », *Revue Française de Sociologie*, XXV, pp. 582-608, 1984.

COASE (Ronald), "Saving Economics from the Economists", *Harvard Business Review*, December, 2012.

D'INGUIMBERT (Christian) & VILLETTE (M.), « Ethnographie de la production d'un document de responsabilité sociale d'entreprise », Genèses, *Sciences Sociales et histoire*, n°85, décembre, 2011.

DODIER, *Des Hommes et des Machines*, Paris, Métailié, 1995.

DUMÉZ (Hervé), *Méthodologie de la recherche qualitative*, Paris, Vuibert, 2013.

FAVRET (Saada J.), *Les mots, la mort, les sorts : la sorcellerie dans le bocage*, Paris, Gallimard, 1977.

GIRIN (Jacques), « L'analyse empirique des situations de gestion », in MARTINET (A-Ch.), *Epistémologies et Sciences de gestion*, Paris, Economica, 1990.

GOFFMAN (Erving), *The Presentation of Self in Everyday Life*, New York: Doubleday, 1959.

GUIGO (Denis), *Ethnologie des hommes, des usines et des bureaux*, Paris, L'Harmattan, 1994.

HAYEK (Friedrich von.), *Scientism and the study of Society*, Glencoe, Illinois, The Free Press, 1952.

LATOUR (Bruno) & WOOLGAR (S.), *Laboratory Life: The Social Construction of Scientific Facts*, Los Angeles: Sage, 1979.

MAUSS (Marcel), *Manuel D'Ethnographie*, Édition électronique : les Classiques des sciences sociales, Université de Chicoutimi, Canada, 1926.

MEYER (Marshall W.), "Organizations and Sociology", in HERBERT (J.) Gans (ed.), *Sociology in America (American Sociological Association Presidential Series)*, Sage, pp.188-205, 1990.

MULLER (Séverin), *À l'abattoir*, Paris, Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme, 2008.

VILLETTE (Michel), « Qui veut publier la description ethnographique d'une entreprise ? », in SEGALIN (Martine) (ed.), *Anthropologie sociale et ethnologie de la France*, Louvain-La-Neuve, Peeters, pp. 851-857, 1988,1. Réédité sous le titre « Qui peut ausculter une entreprise ? », in *Sciences Humaines*, n° 5, avril 1991, et sous le titre « Comment étudier librement une entreprise ? », in *Les Organisations, État des Savoirs*, Auxerre, Sciences Humaines Éditions, 1999, 2002, 2011.

VILLETTE (Michel), *L'homme qui croyait au management*, Paris, Seuil, 1988.2.

VILLETTE (Michel), *Le manager jetable*, Paris, La Découverte, 1996.

VILLETTE (Michel), « Pour une sociologie de l'activité au travail des dirigeants de grandes entreprises », *Bulletin of Sociological Methodology (BMS)*, New York: Sage, n°107, october, 2010.