

2^{ème} Journée transdisciplinaire de recherche AGRH

(label AIMS en cours)

« Management et réseaux sociaux »

« Capital social et/ou réseau social en acte : quels outils de gestion ? »

Jeudi 8 novembre 2007, Clermont-Ferrand

Lieu : Groupe ESC Clermont, 4 bd Trudaine 63037 Clermont-Ferrand cedex 1

Centre de Recherche Clermontois en Gestion et en Management

Marc Lecoutre (Groupe ESC Clermont, CRCGM/LISE)

Pascal Lièvre (Université d'Auvergne-IUP Management, CRET-LOG/CRCGM)

Appel à communication

Ce projet de journée s'inscrit à la suite de la première journée organisée à l'EM Lyon le 10 novembre 2005. Les concepts de réseau social et de capital social prennent aujourd'hui une importance croissante pour les sciences de gestion, et particulièrement en gestion des ressources humaines et en stratégie. Permettant de sortir de l'alternative stérilisante entre approches sur-socialisées et sous-socialisées des organisations, la prise en compte de ces dimensions relationnelles offre des perspectives renouvelées sur le fonctionnement et les performances de l'action collective. De nombreux travaux identifient d'un côté le capital social à la confiance, au partage des valeurs et aux normes de réciprocité interindividuelles favorisant l'efficacité des organisations. De l'autre, dans un monde économique de plus en plus exigeant en terme d'accès à des connaissances nouvelles (Foray, 2000), l'accès sélectif, rapide, en confiance, à des ressources, des services, des informations devient déterminant. La capacité de faire, le pouvoir d'agir des individus et des organisations devient tributaire de leurs réseaux de relations. Ces débats ont déjà donné lieu à des productions conséquentes dans les recherches anglosaxonnes (Adler, Kwon, 2002), et trouvent aujourd'hui des échos dans les recherches en France ou en Europe, en sociologie comme en management (Degenne, Forsé, 1994 ; Flap, 1999 ; Huault, 2002 ; Bevort, Lallement, 2006).

La journée de 2005 avait permis de rendre compte de premiers travaux se développant sur ce thème, et a été l'occasion de poser les premiers jalons d'échanges sur ce champ émergent. Une manière générique de définir le capital social pourrait être la suivante : l'ensemble des relations qui se nouent dans le cadre d'une action collective, au sein desquelles circulent confiance, normes partagées, inter-reconnaissance et possibilités d'échange, c'est à dire une production collective à usage individuel, résultant d'un processus temporel, correspondant à une configuration sociale particulière à un moment donné impliquant tels groupes de personnes, et prenant sa valeur de capital social pour telle action spécifique, à la fois intentionnelle et contingente. Il semble acquis par ailleurs que le capital social est un élément favorisant la performance des actions collectives organisées, même si son rôle de contrainte ne

peut être oublié. Nous vous proposons cette année de poursuivre la réflexion en nous centrant sur les aspects dynamiques à la fois de la *production* du capital social comme de sa *mobilisation*.

1) La notion de capital social est souvent conçue de manière statique. C'est la vision structurelle, dans laquelle chacun a accès à un certain type de capital social en fonction de sa position dans un groupe ou de la position de son groupe d'appartenance vis à vis d'autres groupes. Mais comment en est-on arrivé là, comment a-t-il été produit ? Est-ce définitif ? Comment cela se transforme-t-il en cours d'action ? Quel est l'effet des mobilités des individus en terme d'acquisition, de transformation, quels effets des transformations des organisations elles-mêmes ? Il s'agit alors d'une vision plus processuelle du capital social dans les organisations, s'interrogeant sur sa genèse, les conditions de son apparition, de son maintien, voire de sa déperdition, et pouvant mobiliser des méthodologies longitudinales.

2) Observer le réseau social « en acte » est une autre façon d'entrer dans la logique de sa dynamique. De manière classique, la relation sociale est là, on la mobilise, elle répond... et la question est « *qui* » on mobilise plutôt que « *comment* », ceci étant en phase avec les approches qui reconstituent rétrospectivement le réseau mobilisé et ne retiennent que ce qui a effectivement fonctionné. Mais comment fait-on pour mobiliser une relation, un contact ? Comment sait-on si ce contact va répondre ? Comment peut-on apprécier a priori la valeur de cette connection ? Quelles approches méthodologiques permettent de mettre en valeur ces processus ?

Enfin au delà de ces diverses pistes théoriques convergeant vers l'idée du réseau social comme ressource pour l'action, ou méthodologiques sur la manière de l'appréhender, il s'agira d'approfondir sa composante instrumentale, en s'interrogeant sur la nature du « réseau social » en tant qu'outil de gestion, profitant des travaux engagés sur ce thème par le CRG (Berry, 1983) et le CGS (Hatchuel, Weill, 1992) depuis de nombreuses années.

Tout en restant ouverts à toute proposition traitant de capital social et/ou de réseau social et management (identifier des formes de capital social, mesurer ses effets...), les communications s'inscrivant dans ces axes seront prioritairement examinées sans perdre de vue la dimension instrumentale évoquée ci-dessus.

Adler P., Kwon SW., 2002, Social capital: prospects for a new concept, *Academy of Management Review*, vol. 27, n°1, 17-40.

Berry M., 1983, *Une technologie invisible ? L'impact des instruments de gestion sur l'évolution des systèmes humains*, CRG-Ecole Polytechnique, Paris.

Bevort A., Lallement M. (dirs), 2006, *Le capital social – Performance, équité et réciprocité*, La Découverte, Bibliothèque du MAUSS.

Degenne A., Forsé M., 1994, *Les réseaux sociaux*, Paris, A. Colin.

Flap H, 1999, Creation and returns of social capital. A new research program, *La Revue Tocqueville*, Toronto, vol XX-1, 5-26.

Foray D., 2000, *L'économie de la connaissance*, Paris, Repère, La Découverte.

Hatchuel A., Weill B., 1992, *L'expert et le système*, Economica.

Huault I. (dir), 2002, *La construction sociale de l'entreprise. Autour des travaux de Mark Granovetter*, Ed° EMS.

COMITÉ SCIENTIFIQUE

Allouche José - Université Paris 1
Baret Christophe - Université Lyon 3
Berrebi Isabelle - CNAM Paris
Courpasson David - EM LYON
Dany Françoise - EM LYON
David Albert – ENS Cachan
Desreumaux Alain - Université Lille 1
Ferrary Michel - CERAM Sophia Antipolis
Garel Gilles - Université Marne-La-Vallée
Godelier Eric - Université de Poitiers et
Ecole Polytechnique
Huault Isabelle - Université Paris Dauphine
Igalens Jacques - Université Toulouse 1
Joffre Patrick - Université de Caen
Laroche Hervé - ESCP EAP
Lazega Emmanuel - Université Paris
Dauphine

Lièvre Pascal - Université d'Auvergne
Livian Yves-Frédéric - Université Lyon 3
Louart Pierre - Université Lille 1
Mothe Caroline - Université de Savoie
Paturel Robert - Université de Toulon
Pesqueux Yvon - CNAM Paris
Pichault François - Université de Liège
Picq Thierry - EM LYON
Quelin Bertrand - HEC
Roger Alain - Université Lyon 3
Scherer Robert - Cleveland State
University, Ohio
Thoenig Jean Claude - Université de Paris-
Dauphine et Insead
Trouvé Philippe - Groupe ESC Clermont

COMITÉ D'ORGANISATION

Marc Lecoutre - Groupe ESC Clermont, CRCGM/LISE
Pascal Lièvre - Université d'Auvergne-IUP Management, CRET-LOG/CRCGM
David Marker - Groupe ESC Clermont, CRCGM
Pascal Brassier - Groupe ESC Clermont, CRCGM

CALENDRIER

Intention de communication : **11 mai 2007**
Soumission des communications complètes (full paper) : **7 juillet 2007**
Retour des avis du comité scientifique : **6 septembre 2007**
Version définitive : **4 octobre 2007**

**Les textes complets des communications retenues feront l'objet
d'un ouvrage collectif à paraître en 2008.**

INTENTIONS DE COMMUNICATION

Les intentions de communication comporteront des éléments de bibliographie ainsi qu'une liste de mots clés (7 au maximum). Elles devront faire une page, soit environ 800 mots (hors bibliographie et mots clés).

Format :

- Times New Roman
- taille 11
- simple interligne
- justifié
- marges 2,5 cm droite, gauche, haut et bas

Elles seront envoyées par mail uniquement à :
Paulette Jourdain – ESC Clermont : jourdainp@esc-clermont.fr

COMMUNICATIONS

Les communications feront 12 pages maximum, Microsoft Word, format A4, simple interligne, justifié, marges 2,5 cm droite, gauche, haut et bas. Leur format précis sera indiqué ultérieurement.

LANGUES

Français ou anglais