

### *Sociologie de l'entreprise et de l'innovation*

par Norbert ALTER, Paris : Presses universitaires de France, 1996, 241 p., ISBN 2-13-047491-8.

Depuis plusieurs années, les problématiques organisationnelles, intégrées dans un champ d'analyse multidisciplinaire, s'imposent largement dans les travaux de recherche en sciences sociales aussi bien chez les sociologues que chez les économistes ou les politistes.

Dans ce contexte, l'ouvrage de Norbert Alter, *La sociologie de l'entreprise et de l'innovation*, apparaît comme le produit d'une compréhension de l'état actuel des choses dans les études sur l'entreprise en tant que lieu de rationalité économique et qu'univers de socialisation. Le titre souligne d'emblée l'ambition de l'auteur. Sur un sujet beaucoup questionné, Alter propose un nouvel éclairage. À partir des enseignements que d'autres analyses délivrent, il dégage une série de propositions d'ordre descriptif, qui par la rigueur de leur articulation inscrivent ce travail parmi les études les plus brillantes dans ce domaine.

Au niveau de la construction interne du livre, les sujets abordés sont insérés dans une logique remarquable. Dans un premier temps, l'auteur analyse les modalités de transformations des entreprises dans un cadre théorique visant à offrir une meilleure compréhension des capacités dont disposent celles-ci pour faire face aux changements dans une situation d'innovation (concept défini à la manière de Schumpeter comme la réalisation des combinaisons nouvelles entre les différents ressources d'une entreprise). L'explication de ces capacités de transformation, d'adaptation au changement, est réalisée dans des perspectives différentes. Premièrement, on accorde priorité aux contraintes de l'environnement sur la structure fonctionnelle, dans un milieu économique d'incertitude où la logique de l'innovation impose un modèle d'organisation de l'entreprise qui ne repose plus sur les principes tayloriens. En seconde lieu, l'explication privilégie

l'analyse des jeux des acteurs et définit les capacités de transformation des entreprises par l'émergence d'ententes nouvelles au niveau des opérateurs. Dans ce cadre, l'auteur s'intéresse aussi aux modalités d'« apprentissage collectif », c'est-à-dire à « la façon dont les relations de pouvoir, et les conflits, définissent l'élaboration de nouveaux « construits sociaux » assurant l'évolution de l'organisation et son efficacité ». L'association du concept d'acteur avec celui de culture (pour mettre en évidence la dimension contraignante des valeurs et des normes dans les capacités collectives à changer) et la transformation des représentations (objet de l'approche cognitiviste) deviennent, dans la démarche de l'auteur, d'autres éléments explicatifs relatifs aux capacités de changement des entreprises dans un univers de travail caractérisé par l'innovation.

L'analyse d'Alter rapproche ces quatre perspectives et leur prête une unité de démarche conceptuelle. « Un changement ou une innovation ne supposent-ils pas en effet, pour être effectifs, de correspondre à des contraintes d'environnement, lesquelles sont prises en compte par des acteurs à la fois intéressés et définis par leur culture, et inscrits dans des processus cognitifs assurant une plus grande capacité dans le rapport à l'idée même d'entreprise ? » Comme Boudon au niveau de la société globale, Norbert Alter cherche à mettre en évidence les mobiles de l'action (les « bonnes raisons ») dans un univers organisé, en les présentant comme le résultat d'un agencement spécifique entre culture, pouvoir, logique économique et innovation. Le principe qui se dégage est que « l'action collective, qu'elle soit définie à partir du calcul, de la culture d'appartenance ou de l'identité collective, n'est pas incompatible avec l'idée de rationalité économique. Au contraire, l'idée même d'entreprise,