PRINT
Professions, institu

APPEL À COMMUNICATIONS : COLLOQUE INTERNATIONAL 'QUE FONT LES CONSULTANTS AU MONDE SOCIAL ? PROPRIÉTÉS, PRATIQUES ET CONTRIBUTIONS DU CONSEIL' À LA CONSTRUCTION DE LA RÉALITÉ'

Ce colloque international aura lieu les 20 et 21 juin 2016 à l'EHESS, coordonné par Vincent Moeneclaey, doctorant au laboratoire Printemps.
Le colloque entend rassembler et faire discuter des travaux de sociologie, d'histoire, de sciences politiques, d'anthropologie ou encore de sciences de gestion.

[style1;Appel à communications]
Les sciences sociales peinent à étudier et à objectiver ce que l’on nomme couramment «

le conseil », et notamment à interroger ce qu'il fait précisément au monde social. Les consultants imposent en effet les termes et les critères de leur propre appréciation (Sauviat, 1994) ainsi que leurs propres frontières et dénominations (Henry, 1992). Ils entretiennent l'idée d'une position qui va de soi et qui pourtant serait « à part » (Henry, 1997), suscitant fascination ou à l'inverse vives critiques, comme l'expliquent de nombreux auteurs (Berrebi-Hoffmann, 2002 ; Fondeur, Sauviat, 2004 ; Villette, 2003). Ils nourrissent également l'image d'un métier éternellement jeune, voire anhistorique, alors que sa progressive structuration remonte au XIXème siècle (Henry, 2012 ; McKenna, 2006, 1995 ; Moutet, 1997). Par ailleurs, « le conseil » se présente alternativement comme étant indifférencié et comme étant divers, un grand nombre de sous-espaces déclinant ou se référant à la figure prestigieuse du « conseil en management ». Celle-ci a d'ailleurs été de loin la plus étudiée, au risque qu'elle s'en trouve réifiée ; comme si les relations parfois étroites entre le conseil et le monde académique (Boussard, 2009 ; Engwall et al., 2002 ; Henry, 1992) compromettaient alors la distanciation nécessaire. Enfin, souvent présenté comme « intellectuel », en grande partie discursif, ou encore comme opérant telle une activité « magique », le travail de consulting mobilise davantage de dispositions pensées comme naturelles que de techniquesexplicitées et bien identifiées.

Pour toutes ces raisons, et à l'heure où s'imposent des pratiques et convictions économiques qui sont cohérentes avec beaucoup de celles du consulting (benchmarking chiffré permanent, politiques d'austérité comme One best way, désindustrialisation voulue sans heurts apparents), il convient d'interroger plus encore ces acteurs et de comprendre – sans surestimer ni sous-estimer – ce qu'ils font à la construction de la réalité sociale. Dès lors, il importe d'étudier aussi conjointement que possible : l'histoire de ce champ et les principes de sa structuration, les propriétés et trajectoires des nombreux acteurs qui se revendiquent de lui, leurs pratiques au quotidien, les contenus de leur travail, leurs productions langagières, les schèmes de pensées et les idéologies qui sont sous-jacents aux techniques qu'ils développent ou qu'ils réinvestissent. De même : les rôles sociaux que les consultants considèrent remplir et leurs fonctions sociales, leurs interactions avec leurs clients, les effets qu'ils opèrent sur eux. Il s'agit également d'analyser leurs relations pratiques et objective avec les institutions sociales – du local à l'international, et des différents champs –, la circulation des idées entre elles et les consultants, ainsi que les effets des actions de ces derniers sur différentes populations : « gestionnaires », « travailleurs », « citoyens », « consommateurs », agents de telles classes sociales, individus de telles catégories administratives, etc.

En mettant en perspective des recherches menées dans différents pays, et qui portent

sur un certain nombre de « types » de consultants, ce colloque suit le double objectif suivant : interroger l'évidence de l'existence même d'un « conseil », comme ensemble de pratiques proches ou homogènes ; plus encore, progresser dans l'étude de leurs contributions aux caractéristiques et aux évolutions de la société. Ces questionnements peuvent s'articuler autour des quatre axes de recherche :

1. « Le conseil » existe-t-il ? Pour une histoire du conseil et une interrogation de ses « frontières »
2. Que font les consultants ? Pour une ethnographie du travail de Consulting
3. Entre figure mythique et réalités : propriétés et trajectoires des consultants
4. Commerçants ou fabricants de doctrines économico-politiques ?

> Télécharger l'intégralité de l'appel à communications [PDF - 631 Ko]

[style1;Modalités de soumission des propositions de communication]
Les propositions de communications, en français ou en anglais, sont attendues pour le **25 janvier 2016** aux trois adresses e-mail suivantes :
isabel.bonilegoff@unil.ch,
vincent.moeneclaey@ens.uvsq.fr,
sophie.pochic@ens.fr .

Elles seront de 3 500 à 5 000 signes, seront présentées en format Word et devront comporter :
- les nom, adresse institutionnelle et adresse e-mail du ou des auteur.e.s
- l'axe thématique dans lequel le ou les auteurs entendent s'inscrire en priorité
- le cadre dans lequel la recherche est ou a été menée et les recherches empiriques effectuées
- les principaux résultats qui seront présentés dans la communication.

Par ailleurs, les auteurs veilleront à préciser les éventuelles spécificités géographiques ou nationales de leur travail.

[style1;Calendrier]
25 janvier 2016 : date limite de soumission des propositions de communication, en français ou en anglais.
20 février 2016 : notification d'acceptation ou de refus des propositions.
31 mai 2016 : date limite d'envoi d'un texte original de 30 000 à 45 000 signes,

en français ou en anglais.

20 et 21 juin 2016 : tenue du colloque, EHESS.

Septembre 2016 : sélection des textes pour publication et demandes de modifications.

Cette manifestation scientifique est une lauréate 2015 des actions soutenues par le DIM GESTES