

Lazega Emmanuel (2008) "Théorie de la coopération entre concurrents : interdépendances, discipline sociale et processus sociaux", *Le Libellio d'Aegis*, volume 4, n° 3, hiver 2008-2009, pp. 1-5

Sommaire

DOSSIER SPÉCIAL CONCURRENCE ET COOPERATION

1
Théorie de la coopération entre concurrents : interdépendances, discipline sociale et processus sociaux
E. Lazega

6
Les jeux de conception d'une plate-forme entre coopération et concurrence, le cas du Métro
B. Segrestin

13
Le concept de coopération : quelques voies de recherche à partir d'une analyse de cas
C. Depeyre & H. Dumez

21
Coopération/compétition : de la biologie au management
A. Jeunemaître & N. Mirc

31
Les méta-organisations
H. Dumez

36
Où repose René Descartes ? L'enquête
H. Dumez

44
Prochain séminaire AEGIS

Les autres articles de ce numéro & des numéros antérieurs sont téléchargeables à l'adresse :

<http://erg.polytechnique.fr/v2/aegis.html#libellio>

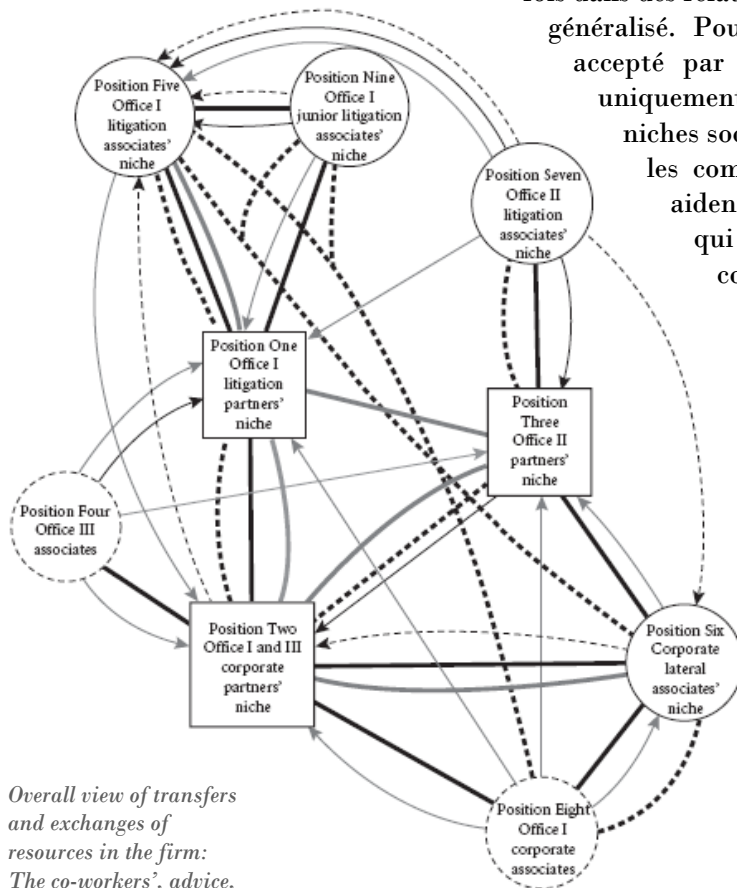
Théorie de la coopération entre concurrents : interdépendances, discipline sociale et processus sociaux

D'Adam Smith à Harrison White, la concurrence a été vue comme principalement oligopolistique et le milieu social sous-jacent a été conçu comme ayant une importance essentielle dans ce type de concurrence. Il existe des interdépendances entre entrepreneurs concurrents, ainsi qu'une discipline sociale entre ces concurrents. Cette discipline sociale présuppose des investissements relationnels, des niches sociales, des formes de statut social et des processus sociaux. Elle caractérise à la fois l'individu et le collectif et sa connaissance est centrale dans des décisions économiques. Les individus sélectionnent les partenaires avec lesquels ils collaborent et échangent, ce qui constitue des niches ; ils entrent dans la concurrence de statut pour se mettre en position avantageuse dans la régulation de la concurrence (Lazega et Mounier, 2002).

On peut prendre d'abord le cas de la niche sociale et la définir comme un sous-ensemble de membres d'une organisation ou d'une industrie avec lesquels un individu ou une entreprise a réussi à créer des relations d'échange durables, qu'elles soient directes ou indirectes, comme une conséquence d'un investissement personnel ou mutuel (quoique pas forcément symétrique). Les acteurs économiques concurrents mais interdépendants réalisent des investissements relationnels (en sélectionnant des partenaires) qui leur donnent une meilleure chance de s'assurer une réciprocité à la

fois dans des relations duales et dans des relations d'échange généralisé. Pour s'insérer dans une niche, il faut être accepté par les autres. La décision n'est donc pas uniquement individuelle. La caractéristique des niches sociales est qu'elles suspendent partiellement les comportements purement calculateurs. Elles aident les acteurs à sélectionner des partenaires qui ont des intérêts de long terme convergents. Sur le plan de l'analyse des réseaux, ces niches se repèrent par une certaine densité des liens. Ces niches contribuent à leur tour à l'émergence de structures relationnelles au niveau méso. Elles ne font sens qu'en tant que systèmes de niches.

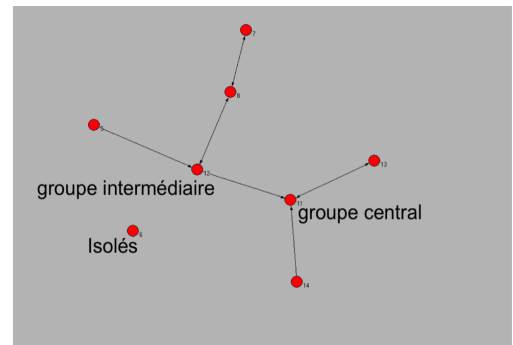
Le schéma ci-contre représente un système de niches sociales intra-organisationnel :



Overall view of transfers and exchanges of resources in the firm: The co-workers', advice, and friendship networks super imposed

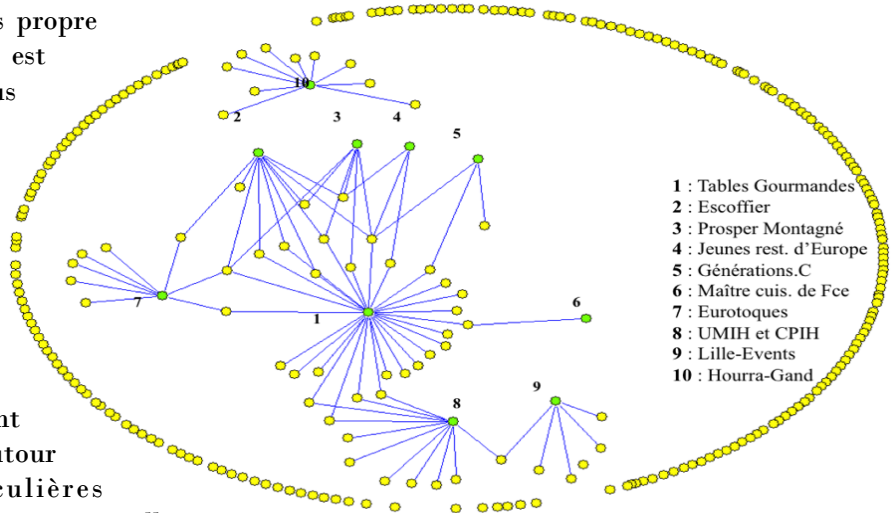
Il s'agit de blocs multiplexes et multifonctionnels. Les blocs denses sont appelés « niches sociales ». Dans ce contexte, les échanges de ressources sociales jouent un rôle structurant et intégrateur entre concurrents (Lazega, 2001).

Cette approche fonctionne aux niveaux intra- et inter-organisationnel. Par exemple, dans sa thèse, Fabien Éloire (2007, 2008) a étudié –entre autres– le système des niches sociales structurant le marché de la restauration lilloise. Grâce à son analyse de ces réseaux inter-organisationnels, il obtient alors la représentation suivante :



Monter un restaurant investissant dans la qualité sans être dans le réseau, sans entrer dans la concurrence de statut et le système de niches sociales propre à ce domaine de marché, est quasiment impossible. Plus précisément, dans la niche centrale, on trouve les relations suivantes :

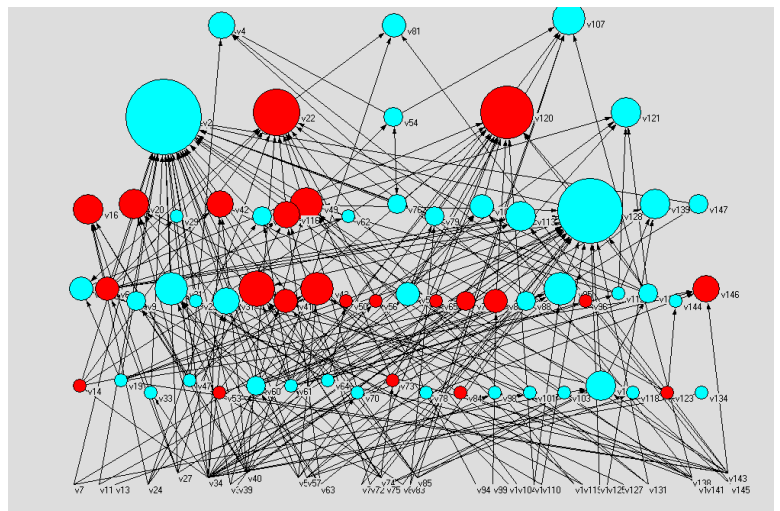
Les niches sociales sont en relation avec le statut social aussi bien au niveau intra- qu'inter-organisationnel. Les grands restaurateurs se sont eux-mêmes regroupés autour d'associations particulières promouvant une logique institutionnelle.



Les dynamiques structurelles s'expliquent par l'endogénéisation, par les acteurs, de cette structure. Les individus apprennent (apprentissage des règles, notamment), s'inscrivent dans des solidarités et développent celles-ci, affrontent un contrôle social qui gère les conflits entre eux. Ces processus et la dynamique des structures sont donc interdépendants. Dans cette dynamique, la question de l'identité est centrale. L'identité est en effet ce qui introduit le temps dans l'action en définissant les intérêts individuels et collectifs de long terme. Les membres des associations manient aussi les critères d'identité pour choisir les partenaires avec lesquels échanger en fonction des valeurs qu'ils pourront partager et qui créeront des formes acceptables de solidarité entre concurrents.

Les formes hétérogènes, et plus ou moins congruentes, de statut social sont fondamentales pour la coopération entre concurrents. On peut représenter le statut social en visualisant la centralité dans les réseaux sociaux. Par exemple, voici la représentation d'un réseau autour de la demande de conseil ou d'avis dans une structure hiérarchique :

De telles mesures et représentations du statut social sont importantes pour comprendre les conditions de fonctionnement de la coopération entre concurrents.



organisationnelle et marchande de manière analytique, dans la ligne de Merton, c'est-à-dire en termes de processus sociaux et de structures d'opportunités. Il s'agit alors d'étudier les rationalités sociales des entrepreneurs interdépendants, la manière dont les structures émergent et sont endogénéisées, et les processus sociaux (apprentissage, solidarités, contrôles, régulations, etc.) qui en résultent. Les acteurs qui dépendent les uns des autres pour un certain nombre de ressources et d'actions collectives sont socialement rationnels lorsqu'ils recherchent ou entretiennent des formes de statut et des niches sociales. Cette rationalité sociale est à la fois individuelle et collective.

L'approche néo-structurale propose ainsi non seulement une théorie de la coopération entre concurrents, mais une modélisation qui est un outil puissant pour le développement de cette théorie.

Références

- Eloire Fabien (2007), « Echange social et concurrence économique sur un marché de producteurs : le cas de la restauration lilloise », Communication associée Journée interdisciplinaire « Consommation et marchés : une approche par les interactions sociales », le 19 mars 2007, Paris, Sorbonne.
- Eloire Fabien (2008), « Les dynamiques de l'échange social sur un marché de producteurs », in Marc Lecoutre et Pascal Lièvre (eds.), *Management et réseaux sociaux : ressource pour l'action ou outil de gestion ?*, Londres, éditions Hermès-Lavoisier.
- Lazega, Emmanuel (2001), *The Collegial Phenomenon: The Social Mechanisms of Cooperation Among Peers in a Corporate Law Partnership*, Oxford, Oxford University Press.
- Lazega, Emmanuel (à paraître 2009), "Théorie de la coopération entre concurrents : Organisation, marché et analyse de réseaux", in Philippe Steiner et François Vatin (eds), *Traité de sociologie économique*, Paris, Presses Universitaires de France.
- Lazega, Emmanuel et Mounier, Lise (2002), "Interdependent entrepreneurs and the social discipline of their cooperation: The research program of structural economic sociology for a society of organizations", in Olivier Favereau et Emmanuel Lazega (eds), *Conventions and Structures in Economic Organization: Markets, Networks, and Hierarchies*, Cheltenham, Edward Elgar Publishing, pages 147-199.
- Lazega, Emmanuel, Jourda, Marie-Thérèse, Mounier, Lise et Stofer, Rafaël (2007), "Des poissons et des mares : l'analyse de réseaux multi-niveaux", *Revue française de sociologie*, 48 : 93-131.
- Penalva, Elise (2007), *Réseaux et Régulation d'un marché financier 'socialement responsable' : En attendant la concurrence...* Thèse de doctorat de l'Université des Sciences et Technologies de Lille (USTL).
- Penalva, Elise (2008), « Le rôle des relations de collaboration et d'amitié dans la création d'un nouveau marché financier : l'imposition d'une convention de qualité par des entrepreneurs institutionnels », in Marc Lecoutre et Pascal Lièvre (eds.), *Management et réseaux sociaux : ressource pour l'action ou outil de gestion ?*, Londres, éditions Hermès-Lavoisier ■

Emmanuel Lazega
Université Paris Dauphine
IRISES/CERSO, CMH & ORIO