

# Faire une anthropologie de l'éthique entrepreneuriale: définitions et usages

## 1. Éthique entrepreneuriale : définition d'un objet

Il y a quelques décennies de cela, les moyens utilisés par les entreprises pour atteindre une fin exclusivement monétaire n'étaient jamais interrogés ; l'entreprise se contentait de produire du capital et de conquérir de nouvelles parts de marché. Dans son ouvrage « L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme », Max Weber démontre que le capitalisme occidental a pu voir le jour grâce au postulat protestant posant le gain d'argent comme une possibilité de fin en soi. Et dans le cas des entreprises, la course du gain les disqualifiait de toute considération morale quant aux modes de production ou de distribution.

Parallèlement à la montée en puissance des entreprises dans le domaine politique au début des années 70, de nombreux scandales tels que ceux du Bhopal<sup>6</sup> ou de Piper Alpha<sup>7</sup> ont provoqué une remise en question de la responsabilité et l'immunité morale de celles-ci. Tous ces moments de reconsidération ont largement contribué à la transformation des frontières de l'action économique et morale des entreprises au sein de la société (Welker, Partridge, Hardin, 2011). La formulation d'un discours éthique s'est formé à partir de ce moment, avec une terminologie largement inspiré de la philosophie morale.

#### A. Le Discours

Les années 1970 ont vu naître une profusion de discours sur l'éthique; cela a pu apparaître comme une initiative du monde de l'entreprise visant à remodeler le mode de fonctionnement du capitalisme en moralisant les moyens ainsi que la fin de celui-ci. C'est véritablement dans les années 1990 que le mouvement éthique connaît un essor considérable. Un infléchissement des politiques d'entreprises multinationales vers un mode de gouvernance dit éthique va progressivement entrer dans les pratiques usuelles. Les entreprises commencent dès lors à se soucier de leur image face à l'intérêt public.

Le discours managérial s'est alors fortement teinté de références à la philosophie morale, dès la fin des années 1980, il est assez fréquent de retrouver des références à Kant ou Aristote (Koestenbaum, 1987). Ladite philosophie de

---

<sup>6</sup> Catastrophe impliquant la firme américaine Union Carbide en 1984, l'explosion d'une usine de leur filiale en Inde a provoqué la mort d'au moins 7 575 personnes (puis environ 20 000 sur un plus long terme) et la maladie de 300 000 autres.

<sup>7</sup> La plateforme pétrolière d'Occidental Petroleum « Piper Alpha », située en Mer du Nord, explosa le 6 juillet 1988 causant la mort de 167 personnes.

l'entreprise est par ailleurs incluse dans la « culture d'entreprise » (Salmon, 2007), elle devient un atout sur lequel il faut capitaliser.

L'appropriation de la terminologie philosophique dans la littérature institutionnelle fut progressive. L'éthique devient alors une production de l'entreprise et sort du domaine philosophique. L'utilisation du terme éthique dans le monde économique ne correspond cependant pas à celle de son homologue philosophique. En entreprise, il est surtout utilisé comme un synonyme de morale appliquée au monde des affaires, alors qu'en philosophie morale, l'éthique — bien que sujet à débat (Edel, 1953) — décrit au contraire la manière particulière à l'homme de remettre en question la morale sur le plan individuel, elle désigne cet espace de négociation entre la raison et la morale héritée - appelé également le jugement éthique (Edel, 1953, 1962; Illies, 2003). Il arrive qu'elle puisse aussi être simplement le synonyme grec de morale (du latin *mos*, *mores*) dans certains cas, mais surtout dans les autres sciences humaines.

Cette rencontre entre la philosophie morale et le monde des affaires va faire naître l'éthique appliquée ainsi que les expressions : éthique des affaires et éthique entrepreneuriale.

Cette rencontre est née, selon la sociologue Anne Salmon, du besoin de trouver du sens et de la légitimité à ses actions et à ses fins. Comme elle le souligne, « Dans l'histoire du capitalisme, ce sens avait été fourni jusqu'à présent par ce que l'anthropologie nomme les deux grandes éthiques transcendantes, l'esprit protestant du capitalisme et la morale de l'œuvre collective associée à l'idée de progrès. » (Salmon, 2000 : 3). La manière qu'ont les entreprises contemporaines de repenser les moyens de leur production ainsi que leurs mobiles est révélatrice de logiques sociales plus larges. Les entreprises sont cependant constamment sujettes à des pressions extérieures, qui remettent en question leur production.

## B. Pressions sociales

Un climat social défavorable aux puissantes multinationales, tant au niveau des états (loi française<sup>8</sup>), de l'Europe, que de l'influence historique des institutions internationales (Fonds Monétaire International, Banque Mondiale), a mené à la création de « standards ».

Lors du discours de Kofi Annan<sup>9</sup> au forum de Davos en 1999, le « Pacte mondial » pose un cadre politique et pratique aux engagements des entreprises. Les standards exogènes, d'abord impulsés par les États et les institutions, que sont les normes ISO<sup>10</sup> ont tenté de poser des guides de bonne conduite. La norme ISO 26000, depuis 2010, a posé les bases d'une ligne de conduite pour les entreprises prêtes à poursuivre un engagement RSE. Contrairement aux autres normes, elle n'est pas suivie par une certification, elle est exclusivement basée sur le bon vouloir des chefs d'entreprise et le volontariat.

Dans le cadre français plus particulièrement, la loi NRE de 2001 astreint les compagnies cotées au CAC40 à publier en fin d'année un rapport RSE (Responsabilité Sociale des Entreprises) relatant leurs activités extrafinancières de développement et

---

<sup>8</sup> Une obligation de publier un rapport RSE a été instaurée en France par l'article 116 de la loi sur les nouvelles régulations économiques (NRE) de 2001, elle concernait au départ les entreprises coté en bourse, mais en 2004, elle a été élargie aux entreprises de plus de 500 salariés.

<sup>9</sup> Septième secrétaire général des Nations Unies de 1997 à 2006.

<sup>10</sup> International Organization for Standardization est une organisation non-gouvernementale indiquant les normes de bonne pratiques internationales dans le domaine industriel ou économique.

leurs initiatives dans la protection de l'environnement. Elle offre un cadre légal assez rare dans le monde, la grande majorité des actions RSE étant placées sous la coupe du volontariat. L'aspect légal en France change certainement la perspective que prend la RSE en France par rapport aux pays voisins où la RSE reste dans le domaine du *Soft Power*.

Une volonté d'internationaliser les pratiques responsables des entreprises est à noter, Anne Salmon dans «La tentation éthique du capitalisme» affirme : « Cette internationalisation de l'éthique des firmes, pour s'adresser et s'imposer à tous, passe par un discours à prétention universelle » (Salmon, 2004). Ce discours prend donc sa légitimité dans cette prétention appuyée par les grandes institutions (FMI, BM, EU) et l'idéologie de la modernité. L'idéologie classique de la modernité se caractérise d'ailleurs par « l'idée que la société est source de valeurs, que le bien est ce qui est utile à la société et le mal ce qui nuit à son intégration et à son efficacité » (Touraine, 1992 : 30).

La RSE regroupe des standards de conduite, liés au concept de développement durable. Elle s'inscrit aussi dans cette uniformisation des pratiques.

« Si l'éthique tisse un réseau de normes et d'obligations dont les directions espèrent une régulation des rapports sociaux au sein des entreprises, la RSE se situe à un niveau différent. Elle consiste en l'affirmation de la capacité des firmes à élaborer un encadrement normatif de leurs propres activités dans un contexte de mondialisation des systèmes productifs et financiers ». (Salmon, 2009 : 59)

Ces standards sont centraux dans la stratégie de développement de l'entreprise, mais également dans l'intégration à son milieu (qu'il soit social, économique ou environnemental).

Les principaux détracteurs du mouvement RSE insistent sur le fait qu'un engagement RSE ne suppose pas une conduite morale et que cette double mesure est révélatrice du décalage entre les standards de développement durable et la

responsabilité réelle de l'entreprise (Garsten, Hernes, 2008 : 4). Le scandale d'Enron<sup>11</sup> est un bon exemple, car l'entreprise avait pourtant des indicateurs RSE très élevés quand elle s'est retrouvée pointée du doigt, comme le montre l'anthropologue Garsten dans sa recherche sur l'éthique et la RSE (Garsten, 2008 : 5). Il est évident dans cet exemple que la RSE n'était qu'un écran.

Quant aux standards endogènes qui sont générés par les entreprises elles-mêmes à travers la pratique de l'éthique appliquée, ils sont révélateurs des dynamiques internes et des préoccupations morales au sein de l'entreprise.

Il serait tentant de vouloir mener une étude critique de ces discours en cherchant à prouver ou non leur véracité. Cependant, il ne s'agit pas ici de juger de la sincérité ou même l'efficacité de ces mesures. Il serait réducteur de se limiter à cette explication simpliste, particulièrement lorsque l'on étudie le monde de l'entreprise si complexe qui, nous allons le voir pose quelques difficultés méthodologiques.

### C. Anthropologie et entreprise

Les chercheurs ont dû trouver de nouvelles manières d'étudier l'entreprise, car il n'est pas aisé à appréhender à cause de sa nature. À travers les traditions de chaque pays, de nombreuses manières d'étudier l'entreprise sont à observer. Un numéro de *Current Anthropology* en 2011 nommé « *Corporate lives : New perspectives on the social life of the corporate form* » a posé les jalons d'une nouvelle perspective dans l'étude de l'entreprise :

---

<sup>11</sup> En 2001, la firme d'énergie américaine Enron Corporation se retrouva dans un scandale révélant des détournements de fonds et du blanchiment à très grande échelle. L'affaire causa la banqueroute de l'entreprise qui sera brièvement la plus grande banqueroute de l'histoire des États-Unis.

« We are interested in how corporate forms shape and are shaped by the lives of other social institutions (religious, state, media, and nongovernmental) » (Welek, Partridge, Hardin, 2011 : S4).

Il serait ainsi infiniment plus fructueux d'étudier les réseaux et les modes d'interaction qui articulent l'entreprise et son environnement. En particulier dans le cas de l'éthique entrepreneuriale, il est compliqué d'ethnographier l'entreprise sans un changement de perspective. En effet, l'entreprise fonctionne comme une rationalité transnationale qui ne se conforme pas aux frontières nationales, géographiques ou légales (Dolan, 2011 : 98). L'étude des relations de pouvoir et la manière dont elles prennent effet dans ce réseau en font un objet d'étude unique.

Dolan parle d'ailleurs de l'éthique comme mode de « gouvernementalité » (Foucault, 1994), dans le sens où la production mondiale a dû ajuster les conditions de production à des standards issus des pays riches (Dolan, 2007 : 241), sans qu'il s'agisse d'un changement profond dans le modèle capitaliste, mais simplement d'un changement de mode de gouvernance (Partridge, 2011). En effet, l'éthique entrepreneuriale, si elle est le fait d'une situation sociale et économique donnée, est foncièrement encadrée dans des logiques globales. Se limiter à l'argument du manque de sincérité fermerait malheureusement la porte à un éventail de possibilités analytiques.

La difficulté à étudier cet objet qui semble pourtant anodin réside certainement dans le fait qu'il est intriqué dans des logiques de pouvoir complexes et globales.

#### D. L'éthique entrepreneuriale et la recherche anthropologique

Peu de chercheurs en sciences sociales, particulièrement dans la sphère francophone, se sont vraiment intéressés à ce phénomène. Les économistes, gestionnaires et politologues se sont emparés de ce sujet assez tôt (Mercier,

Friedman, Schumacher, Chauveau), le débat se divise surtout entre *Business Ethics* — *normative* — et *Real Ethics* — plutôt européenne et positive.

Les sociologues ont été les premiers en sciences humaines à s'étonner de ce changement de paradigme puis à prendre le sujet au sérieux en l'étudiant dans ses manifestations les plus courantes (Salmon, Terrenoire, Arnsperger, Van Parijs). En se concentrant dans un premier temps sur les pratiques de travail — ou déontologie — (Terrenoire, 1991), la tendance s'est focalisée sur l'éthique dans sa forme institutionnelle avec les travaux d'Arnsperger (2003) ou de Salmon (2007).

La nature de l'objet a certainement freiné les anthropologues par son caractère ambigu. Cet objet ne fait en effet pas partie des centres d'intérêt classiques des anthropologues, mais sa particularité le rend d'autant plus important. Il est toujours concluant de se concentrer sur des objets au croisement de plusieurs champs, car ils apportent un angle d'approche innovant et pertinent sur les autres domaines de connaissance.

Le sujet a été abordé d'abord par le biais de l'anthropologie du développement durable quand les spécialistes se sont rendu compte de l'apparition des entreprises dans le développement de communautés locales (Catherine Dolan, 2000); et par l'angle du management et de la communication (Hervé Laroche, 1995). Dinah Rajak (2006, 2011), Ghislaine Gallenga (2013, 2016) ou Damani Partridge (2011) sont parmi les anthropologues ayant traité le sujet de manière complète et non pas anecdotique.

Bien que l'anthropologie ait depuis longtemps porté attention aux relations entre l'économie et la morale, l'anthropologie de l'entreprise, influencée par une approche marxiste, s'est longtemps concentrée sur l'étude de la force de travail (Durkheim, 1906). La RSE et l'éthique entrepreneuriale sont principalement étudiées par d'autres disciplines, mais des sociologues tels qu'Anne Salmon ou des économistes comme Samuel Mercier (2004), ont produit des publications entièrement consacrées à ce thème. Pour ce qui est de l'anthropologie, à la suite d'un colloque organisé par

Ghislaine Gallenga en 2011<sup>12</sup>, un ouvrage collectif et plusieurs numéros de revues dirigé par Ghislaine Gallenga et Jérôme Soldani sur cette thématique ont été publiés.

Catherine Dolan et Dinah Rajak — deux anthropologues du développement — ont publié en 2016 « *The Anthropology of Corporate Social Responsibility* », cet ouvrage élabore un projet anthropologique autour de la notion de RSE. Elles y suggèrent une nouvelle approche cet objet impliqué dans la mondialisation et révélateur de logiques subtiles.

En présentant une lecture différente de cet objet, je vais pouvoir étudier comment l'éthique entrepreneuriale articule plusieurs domaines de connaissance anthropologique. Si les concepts issus de ces domaines peuvent aider à la compréhension de cet objet, il ne faut pas minimiser ce que l'étude de l'éthique entrepreneuriale porte comme lumière sur ceux-ci. Cependant, la majorité des premières études s'étaient concentré sur l'angle de la marchandisation de morale et son usage comme outil de gestion.

---

<sup>12</sup> Anthropologie de l'éthique entrepreneuriale, colloque international organisé à Aix-en-Provence du 8 au 9 novembre 2011.

## 2. L'éthique comme outil de marketing et de communication

Pour de nombreux auteurs de ce champ d'études (Dolan, Partride, Gallenga, Rajak), des intérêts plus concrets sont bien évidemment en jeu, au-delà de la rhétorique morale déployée. La sociologue Anne Salmon y reconnaît une marchandisation du discours moral, selon elle, les dérives du capitalisme ont donné naissance à une « économisation » de la morale, qui permet lui d'intégrer en son sein et de rationaliser les critiques (Salmon, 2004 : 26) et de leur donner une valeur marchande. Le premier et plus évident est certainement l'usage de l'éthique entrepreneuriale comme outil de communication et de marketing.

### A. Éthique et marketing

Dans leur ouvrage posant les jalons pour une anthropologie de la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE), Catherine Dolan et Dinah Rajak (2016) proposent de nombreuses ethnographies dans des pays en développement et utilisent le terme « d'économies éthiques » (Sayer, 2005). Ce terme inclut tous les systèmes de gouvernance basée sur un modèle éthique et les réseaux économiques, humains et de pouvoir dans lesquels ils sont encastés. À travers leurs analyses du « CRM » (Cause-Related Marketing) les auteures posent des questions concernant le tournant éthique du capitalisme et en quoi les systèmes de gouvernances éthiques ou

environnementales introduisent de nouvelles formes de management et de marketing qui aliènent plutôt qu'autonomise (Dolan et Rajak, 2016).

Ces anthropologues spécialisées en développement se concentrent plus particulièrement sur la RSE, elle fait partie d'une démarche «éthique», mais est caractérisée par une série de standards et de projets de développement.

Dans son article paru dans *Current Anthropology*, Damani James Partridge ethnographie la marque qu'il renommera «*Rightous*», la marque a pour argument principal de vente le démarche et le développement durable. L'argument essentiel de l'article est que malgré la volonté de produire de manière égale, le changement ne s'opère pas au niveau fondamental, mais de la gouvernance. En se concentrant sur les nouvelles formes de «corporate gouvernementability», l'auteur insiste sur le fait que «the moral landscape being produced is directly connected to issues of power and sovereignty» (Partridge, 2011 : S100)

Son ethnographie commence en 2004 dans une firme de vêtements de luxe créée pour «*Help People in Africa*» (Partridge, 2011 : S100), par une célébrité américaine qu'il ne nomme pas. La focale est essentiellement sur l'Afrique d'après les directives du créateur qui souhaite se concentrer les efforts de production sur le continent pour une raison obscure à tous les employés, la production de coton est assurée sur place, dans leurs propos «local» se réfère à l'Afrique en opposition à la Chine.

L'auteur argumente que « These voluntary regulations are also a result of the guilt among rich-nation consumers about colonial and postcolonial participation in producing global inequality » (Partridge, 2011: S98). Pour l'auteur ces efforts sont simplement de nouveaux modes de gouvernance adoptés par les entreprises à l'heure de la globalisation répondant à un fort sentiment de culpabilité.

Tor Hernes et Christina Garsten dans leur ouvrage «Ethical dilemmas in management», expose la manière dont des entreprises comme *NIKE, IKEA ou H&M* dépendent de la perception du public comme «éthiquement responsable» pour prospérer dans leur domaine respectif au vu de plusieurs scandales (Bhopal, Bangladesh<sup>13</sup>). En plaçant un questionnement sur des questions de société plus profondes — la modernité et la morale, paternalisme, le rôle de l'entreprise au sein de la société — les auteurs sont parvenus à rendre une image claire de la question de l'éthique entrepreneuriale.

La succession de scandales a posé problème, cependant la situation a tourné à l'avantage de beaucoup d'entreprises, qui fondent leurs bases de communication et de marketing sur ces mêmes principes et prospèrent grâce à ceux-ci (Garsten, 2008). Dans le cas d'Enron, une entreprise, significative du manque de réglementation dans les années, en profitant des dérèglementations et par la spéculation sur le marché de l'énergie, le cabinet d'audit a pu détourner plusieurs centaines de millions de dollars. La bulle éclata et força la banqueroute d'Enron, plusieurs dirigeants furent envoyés en prison. Les auteurs argumentent le fait qu'avant le scandale, Enron figurait parmi les exemples en terme « d'éthique entrepreneuriale » et de RSE, ils faisaient même figure d'exemples. Avant ce scandale, l'engagement « éthique » d'un acteur économique était associé automatiquement à un comportement sans aucun reproche. Selon Garsten, 'The example suggests how CSR (RSE) standards, along with many other standards, may sometimes serve as a smokescreen.' (Garsten & Hernes, 2008 : 5). Cela étant dit la motivation des entreprises n'est pas toujours exclusivement malicieuse et peut être du marketing simplement.

Dans son ethnographie d'une entreprise de lait Tor Hernes, étudie l'impact d'une publication scientifique — déclarant le lait comme potentiellement dangereux

---

<sup>13</sup> L'effondrement du Rana Plaza, le 24 avril 2013, a provoqué la mort d'au moins 1127 personnes. Il abritait des ateliers de confection de vêtements opérant pour de nombreuses marques internationales. Des règles de sécurité non respectées sont à l'origine de la catastrophe

pour la santé humaine — sur le marketing de cette firme. Comment ont-ils résolu en matière de marketing les préoccupations éthiques concernant la santé ou l'environnement (Hernes, 2011)? Ainsi l'auteur s'est penché sur la nouvelle démarche éthique de la firme.

De nombreux exemples montrent de manière explicite la manière dont l'argument éthique peut-être employé par les entreprises avec une visée lucrative.

## B. Éthique, gestion et management

S'il est clair à plusieurs égards que l'usage massif de l'argument éthique a une fonction de communication et de marketing, elle a aussi la fonction d'outil de gestion dans le management.

Dans son chapitre dans "Ethical dilemmas in management", Hervé Laroche consacre son étude sur le comportement éthique au prisme du management et de la pratique professionnelle. Selon lui, si un manque de conscience morale est à constater c'est principalement à cause du "surmanagement" de contrôle éthique. Ceci donne lieu à des pratiques d'opportunisme (Laroche, 2008 : 136) et expéditives qui répondent aux injonctions de rentabilité. Selon l'auteur, le manque de conscience morale dans les organismes est le fait d'une pression exercée par les managers, ainsi que les évaluations excessives. Laroche parle d'un effet Hawthorne<sup>14</sup> inversé, car les attentes

---

<sup>14</sup> Situation dans laquelle des sujets montre plus de motivation ou de productivité quand ils ont conscience d'être observé. Cette expérience a été menée dans une usine de Chicago entre 1924 et 1932 par les sociologues du travail Mayo, Roethlisberger et Dickson.

semblent tellement inatteignables que les employés développent une culture du “faire semblant”. En faisant semblant d’être motivés et investis, ils diffusent le problème dans la sphère personnelle et le règlent par eux-mêmes. Ce surmanagement en allant l’encontre de pratique d’automanagement, provoque des écarts considérables entre le discours et les pratiques quotidiennes

Il est ainsi intéressant d’étudier l’éthique comme outil de gestion et comme technologie de pouvoir au sein de l’entreprise. En effet, le positionnement éthique de l’entreprise peut aussi être étudié sous l’angle de la gestion, il est présenté comme un élément fédérateur des intérêts divergents des uns et des autres. Le discours éthique propose un socle de construction de l’identité d’entreprise et veut favoriser la cohésion. Mais comme nous avons pu le constater s’il est dans la pratique opposé aux logiques et injonctions ordinaires, il aura des difficultés à s’insérer dans les pratiques. La volonté de moraliser les comportements est une constante dans les pratiques de management du risque. (Garnes, 2008)

Dans son article “Les démarches éthiques des entreprises : Inculquer des normes pour responsabiliser individuellement les salariés?” (2009), Anne Salmon pose la question de l’utilisation des normes éthiques endogènes pour réguler les comportements de la force de travail. Les deux ethnographies menées chez EDF et Gaz De France — de la diffusion du discours éthique puis de la perception de celui-ci — montre un écart considérable entre la volonté de moraliser les pratiques et l’application réelle. Elle parle d’une mobilisation par les valeurs, mais qui faillit à s’attacher à des valeurs préexistantes. Leur superficialité et le manque d’affinité avec la réalité ont mené ces *policies* à tomber rapidement dans l’oubli.

C’est dans cette optique que l’éthique doit également être étudiée comme une *policy*, car elle fait partie d’un réseau de pouvoir au sein des organisations.

### 3. L'éthique comme *policy*

#### A. Une approche par l'anthropologie politique et des institutions

Cris Shore et Susan Wright appellent, dès 2003, à une anthropologie des *policies*<sup>15</sup>. La définition de ce nouveau champ est un enjeu majeur pour les auteurs, car il transcende la question politique et structure les rapports humains et la *policy* doit être pensée comme une institution sociale comme la famille, compte tenu de la manière dont elle structure nos vies. Une anthropologie de la *policy* permettrait d'étudier sous une nouvelle perspective le pouvoir contemporain et les technologies de gouvernance.

« One key point to emerge was that organizations exist in a constant state of « organizing », and that process revolves around the concept of policy. From universities and schools to public agencies and large corporations, policy is increasingly being codified, publicized and referred to by workers and managers as the guidelines that legitimate and even motivate their behavior. » (Shore, Wright, 2011 : 4)

C'est un point fort de l'anthropologie que de pouvoir dégager les structures de pouvoirs et les réseaux qui articulent une situation donnée, de leur donner sens dans des logiques globales et locales.

---

<sup>15</sup> Le terme *Policy* est ici préféré à sa traduction française, par faute de précision. Le terme politique n'intègre pas sa complexité sémantique et peut appeler à une certaine ambiguïté.

## B. Ethics as policy

Une nouvelle clé de compréhension de l'éthique entrepreneuriale est présentée par l'auteur Klaus Hoeyer dans la revue *Current Anthropology* (2005). Issue d'un rapprochement entre l'anthropologie politique et des institutions et l'anthropologie de la morale, l'auteur prend à partie le concept de *policy*. Après le constat que le terme d'éthique n'était pas approprié pour définir et étudier cet objet en anthropologie, il propose d'employer le concept de *policy* lors de l'étude de l'éthique entrepreneuriale.

Pour décrire le terme d'éthique il cite par ailleurs Margaret Lock:

« I would say that ethics is not a fact, and hence it cannot be neatly packaged or contained in a single precise term that transcends time and space, history and culture. On the contrary, it is a concept with boundaries and meanings that shift depending upon the viewpoint and interest of the speaker and listener. » (Lock, 1993: xviii)

Pour Hoeyer, le concept d'éthique est à la fois empirique et analytique, c'est un objet empirique et un concept analytique en même temps. « The meanings of the words "ethics," "moral," and "morality" are shaped by the people who use them. » (Hoeyer, 2005 : S72).

Son terrain se situe dans le nord de la Suède, il s'agit d'une *startup* de génomique, qui a obtenu tous les droits commerciaux d'une banque biologique d'une population. À la suite de la commercialisation de cette base de données, l'entreprise a déployé une série de *policies* au sein de l'entreprise, par exemple des formulaires de consentement. Hoeyer décrit la manière qu'a l'entreprise de problématiser les crises morales. Il étudie la problématisation (Foucault) des dilemmes éthiques de l'entreprise.

« The study of problematization implies that, rather than identifying problems, one asks how and why something at a certain time comes to be viewed as a problem.» (Hoeyer, 2005 : 3)

Hoeyer étudie plutôt la manière dont quelque chose devient un problème et quelles attentions et moyens vont se cristalliser sur le sujet, ainsi que le sens que chaque personne lui donne.

La startup UmanGenomics — dans un effort de communication pour éviter tout problème médiatique — développa une *policy* éthique. Les employés malgré la visée de marketing de la *policy*, se sont vite emparés de celle-ci. Ils étaient largement préoccupés par la dimension morale de leur emploi, mais la priorité était de diffuser une image éthique de UmanGenomics.

L'exemple utilisé dans son ethnographie est celui du formulaire de consentement. Un décalage considérable est à noter entre les créateurs de cette *policy* et les donneurs à propos de l'importance du formulaire.

C'est principalement dans un effort de maintien de standards éthiques élevés que le comité d'éthique a créé cette *policy* et s'efforce de la maintenir. Malgré leurs efforts, même le personnel chargé de faire signer ces formulaires n'a pas non plus la même compréhension, il s'agit pour certaines de se débarrasser simplement de la responsabilité.

L'auteur s'est arrêté sur la vie sociale de la *policy* — selon ses termes. En effet, en étudiant les réseaux à travers lesquels une *policy* est censée prendre effet, Hoeyer a pu constater que certaines s'intriquaient dans des pratiques sociales de manière efficace et d'autres moins. Le consentement a été placé au sommet des priorités par le comité d'éthique de UmanGenomics.

En étudiant la vie sociale de cette *policy*, Hoeyer montre toute la pertinence de l'anthropologie des *polices* et des institutions dans l'étude d'une forme d'éthique entrepreneuriale, avec sa proposition, il nous permet d'aborder le sujet sous un autre angle qui ne fait qu'affiner le savoir anthropologique sur le sujet.

« Therefore, the conclusion we might draw from this study need not be that anthropology should replace normative philosophical ethics, but it does have the potential for raising important questions which might not otherwise be posed. »

L'anthropologie apporte un point de vue complémentaire à celui de la philosophie morale, qui manquerait de saisir certains aspects de l'évolution sociale d'un objet. L'auteur exhorte à ne pas penser une éthique fixe et homogène qui se heurterait aux conceptions et économies morales (Fassin, 2009) des employés. La partie suivante mettra au clair l'importance de l'établissement d'une anthropologie de la morale et de l'éthique.

En l'étudiant, nous espérons mettre en lumière le changement de mode de gouvernance qui a lieu dans l'entreprise et comment ils témoignent d'un tournant plus général dans la société. L'anthropologie a beaucoup à apporter au débat sur la place de la morale dans la société contemporaine. Dans la partie suivante j'étudierai l'investissement anthropologique dans les débats sur la morale et l'éthique. En partant de l'éthique entrepreneuriale comme biais méthodologique, j'explorerai les caractéristiques majeures du raisonnement moral capitaliste.