

## **De la sociologie de la religion aux théories des organisations : l'identité comme fil conducteur pour étudier des organisations dotées d'une éthique religieuse**

**Jean François CHANLAT - Asma KLAI**

**Université Paris Dauphine**

**[Jean-francois.chanlat@dauphine.psl.eu](mailto:Jean-francois.chanlat@dauphine.psl.eu) - [asma.klai@dauphine.psl.eu](mailto:asma.klai@dauphine.psl.eu)**

### **Résumé :**

---

Le monde subit de nombreuses transformations depuis le début du XXe siècle. Parmi ces transformations le retour du fait religieux est un phénomène qui est largement observable dans nos sociétés occidentales qui pensaient parfois avoir clos cette question depuis des décennies, notamment en France (Banon et Chanlat, 2018). Dans ce contexte, la dimension religieuse qui a toujours été présente dans toute société (Durkheim, 1912, 2013 ; Weber, 1996), revient sur le devant de la scène du travail et des organisations. En sciences de gestion, si quelques études rendent compte, notamment de la montée de certaines demandes religieuses, il reste que les travaux abordant des organisations inspirées par des convictions religieuses demeurent encore rares, en particulier sur l'influence que ces convictions exercent sur la dynamique de l'organisation et les comportements du personnel. C'est la raison pour laquelle nous avons décidé de proposer dans le cadre de cette communication une perspective théorique qui puisse rendre compte de l'influence religieuse dans une organisation de ce type et enrichir de ce fait la réflexion sur la manière dont ce genre d'organisation intègre d'autres logiques que religieuse dans un environnement turbulent.

**Mots-clés :** Religion, identité organisationnelle, travail identitaire, banque islamique, théorie des organisations.

## **INTRODUCTION**

Depuis le début du XXe siècle, le monde subit de nombreuses transformations. Parmi ces transformations le retour du fait religieux est un phénomène qui est largement observable dans nos sociétés occidentales qui pensaient parfois avoir clos cette question depuis des décennies, notamment en France (Banon et Chanlat, 2018). Dans ce contexte, la dimension religieuse qui a toujours été présente dans toute société (Durkheim, 1912, 2013; Weber, 1996), revient sur le devant de la scène du travail et des organisations.

En sciences de gestion, si quelques études rendent compte, notamment de la montée de certaines demandes religieuses (Barth, 2012 ; Honoré, 2014 ; Gundolf et Filser, 2013 ; Banon et Chanlat, 2018 ; Randstad, 2018), il reste que les travaux abordant des organisations inspirées par des convictions religieuses demeurent encore rares, en particulier sur l'influence que ces convictions exercent sur la dynamique de l'organisation et les comportements du personnel. C'est la raison pour laquelle nous avons décidé dans le cadre d'un travail de recherche doctoral, d'explorer cette influence dans un contexte particulier : celui d'une banque islamique tunisienne et d'enrichir de ce fait la réflexion sur la manière dont ce genre d'organisation intègre d'autres logiques que religieuse dans un environnement turbulent.

A partir d'un certain nombre de données déjà recueillies, pas encore toutes analysées, nous avons décidé de présenter dans cette communication une proposition strictement théorique quant à la manière d'articuler religion, cultures, identité et management ; cette proposition nous semble intéressante pour rendre compte de ce phénomène et de son influence dans un contexte organisé concret. Pour ce faire, notre communication se divisera en trois parties. Après avoir rappelé brièvement quelques éléments de sociologie des religions, nous aborderons dans la deuxième partie, le lien qui s'est constitué entre religion et management, dans la troisième et dernière partie, nous présenterons notre proposition à partir de la notion d'identité et de travail identitaire et terminerons en guise de conclusion par quelques questionnements

### **1. DE LA SOCIOLOGIE DE LA RELIGION**

Relevant des composantes des sciences sociales, la sociologie constitue un des fondements pour comprendre et analyser le fonctionnement des organisations et plus précisément dans le cas

d'organisations imprégnées de valeur religieuses (Desroche, 1968) .Dans le cadre de notre recherche nous pensons qu'il est fondamental de passer par la sociologie de la religion pour comprendre l'évolution de la compréhension de la religion par les individus ou groupes d'individus dans une société .

A cet égard, la sociologie de la religion qui est une des composantes de la sociologie générale, occupe une place importante pour introduire des notions fondamentales quand on s'intéresse justement à l'articulation entre la dimension religieuse présente dans une société, et la société avec toutes ces composantes (Desroche, 1968). Ce qui conduit inmanquablement, à un moment donné, à s'intéresser à l'organisation économique et à sa gestion. C'est ce qu'on fait les pères fondateurs de la sociologie, notamment Weber et Durkheim, chacun à leur manière, dans un contexte de transformation socio-économique marquée par l'émergence du système industriel capitaliste (Durkheim, 1912, 2013 ; Weber, 1904; 1992; 1996). Ils ont cherché, dans une société en pleine mutation, à comprendre comment les sociétés d'un point de vue religieux faisaient un lien entre cette modernité émergente et le fait religieux. C'est la raison pour laquelle les travaux de Weber et Durkheim demeurent, encore aujourd'hui, des références incontournables pour les chercheurs en sciences de gestion qui s'intéressent à la religion (Barth, 2012 ). Car ces pionniers de la sociologie de la religion cherchaient à voir d'une part, qu'est-ce qui restait de la religion comme héritage social et d'autre part, comment pouvait-on s'organiser sans référence religieuse dans une période marquée par une profonde sécularisation, notamment en Occident. La naissance de la sociologie de la religion était, selon eux, une façon d'y répondre.

Selon Durkheim, il était en effet impératif de se libérer de la singularité de la religion en en faisant un objet sociologique comme un autre. Ce thème est abordé dans un de ses grands ouvrages : « Les formes élémentaires de la vie religieuse : le système totémique en Australie, (1912) dans lequel il définit la religion comme « un système solidaire de croyances et de pratiques relatives à des choses sacrées, c'est-à-dire séparées, interdites, croyances et pratiques qui unissent en une même communauté morale appelée Église, tous ceux qui y adhèrent. »<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Définition du « *Les Formes élémentaires de la vie religieuse* »(1912), **Le Livre de Poche, 1991, pp. 103-104.**

En outre, son étude, menée à partir des travaux ethnologiques disponibles sur les Aborigènes l'a conduit à faire une distinction entre le sacré et le profane, d'attribuer au sacré un caractère totémique, et de mettre l'accent sur le caractère collectif de la religion (Ramp, 2010). Ainsi, il voit la religion d'un point de vue expérimental et cherche à trouver les points communs entre toutes les religions des plus simples aux plus complexes, du totémisme au christianisme. Selon lui, il existe une base religieuse qui relie toutes les religions. Pour la comprendre, il décompose ainsi la religion en trois : les phénomènes religieux, les croyances et les rites.

En se référant à la définition de la religion, avancée par Durkheim, comme un « ensemble de choses sacrées », le sacré est une réalité sociale et pas nécessairement physique. Partant de la forme la plus simple de la religion : le totémisme, Durkheim montre que si le totem n'est qu'un symbole matériel, sa valeur est divine et forte car ce totem représente aussi le clan.

Cette étude faite à partir de matériels ethnographiques recueillis sur les sociétés australiennes a permis de conclure que le regroupement du clan, volontairement et purement autour d'un totem, dégage une force, et que ce regroupement amène à une forme d'identification des individus par rapport à ce totem. En réalité, le clan qui exerce le culte autour du totem atteint un grade supérieur. En suivant la démarche de Durkheim, la religion devient le reflet d'une réalité mais avec une dimension imaginaire, supérieure et divine.

La religion d'après la théorie de Durkheim est perçue comme un objet épistémologique pour celui qui cherche à l'observer, tout en demeurant subjective pour les croyants. La notion de symbolisme permet ainsi à Durkheim de réunir à la fois le sociologue et le croyant. Par ailleurs, cette notion ne se limite pas uniquement à la religion et peut atteindre d'autres domaines. D'où l'universalité de la théorie de Durkheim qui peut même s'appliquer à la politique, qui permet elle-même d'analyser les formes séculières. En revanche, les travaux de Durkheim ont été critiqués surtout parce que, pour lui, la religion n'est rien d'autre qu'une simple expérience (Davie, 2006). Cette critique souvent anglo-saxonne oublie le contexte d'élaboration de cette pensée : la construction d'une République laïque à laquelle Durkheim était très attachée, comme un grand nombre de Français depuis la Révolution française (Fournier, 2007; Chanlat, 2018; Banon et Chanlat, 2018).

Par rapport au travail de Durkheim, Weber va, quant à lui, se concentrer sur les conséquences de la religion. La publication de ses deux célèbres ouvrages: « la sociologie de la religion »

(1996) et « l'éthique protestante et l'esprit du capitalisme » (1905, 2002) vont profondément influencer les théories en sociologie de la religion, notamment en relation avec l'émergence du capitalisme (Weber, 1921; 1992 ; Peltonen, 2008).

Weber distingue la religion de la société, la religion relevant des croyances et de l'éthique. Dans sa démarche, Weber s'appuie sur une approche historique et comparative afin de comprendre la naissance et la création de cette société moderne capitaliste. Cette émergence s'inscrit dans un processus plus global de rationalisation du monde qui apparaît dans les sociétés occidentales et qui trouve des résonances dans certaines éthiques religieuses, notamment juives et chrétienne (Weber, 1992 ; 1996).

Son étude sur le protestantisme, qui va connaître une grande diffusion, cherche à mettre en lumière comment l'éthique protestante, notamment calviniste, va avoir des effets sur la dynamique économique en prônant le travail et l'épargne et encourager ainsi des éléments constitutifs de ce qui fait le capitalisme (McKinnon, 2010). Cette obéissance à Dieu par le travail étant par ailleurs commune à toutes les religions monothéistes.

L'intérêt de la posture webérienne réside principalement dans sa méthode compréhensive sur laquelle elle est fondée. Les croyances d'une personne coïncidant alors ou non avec cette identification par rapport au cadre éthique d'interprétation qui donne sens à l'action en situation. En effet, selon Weber, la croyance religieuse, scientifique ou juridique est fondée sur une explication à laquelle tient le croyant. Dans un tel contexte, la rationalisation touche tous les domaines de notre vie, selon un processus spécifique ; et le capitalisme est l'une des formes de cette rationalisation dans la sphère économique (Weber, 1992).

Cette rationalisation de Weber apparaît dans un contexte de désenchantement du monde, les gens ayant tendance à s'éloigner de la religion, la sécularisation associée à la modernité progressant d'autant (Weber, 1996). Cependant, Weber trouve que cet individu tellement rationnel, obsédé par le travail, et accumulateur d'argent, finit par devenir irrationnel puisque l'argent devient lui-même une fin en soi et non plus un moyen pour satisfaire les besoins de l'être humain. Autrement dit, cette compréhension du sens religieux que les croyants donnent à leur travail est une forme de pratique qui a conduit à la production de richesse sans qu'ils en soient toujours conscients et à donner lieu par la suite à l'apparition de nouvelle forme

d'économie plus efficace basé sur l'épargne et à ce qu'on a qualifié d'économie moderne (Weber, 1996).

Par ailleurs, les rites ou les cultes religieux peuvent aussi être générateurs d'avantages. Par exemple, la participation à une secte religieuse peut procurer aux participants des profits d'ordre interne ou externe (Adam Smith, 1776). Le regroupement dans le cadre d'une « Bonne » secte peut favoriser le sentiment de confiance entre les membres du même groupe, simplifier les transactions entre eux et ainsi minimiser l'aversion au risque des prêteurs et des clients potentiels (Anderson, 1988).

Les travaux de Weber en sociologie de la religion sont donc d'une grande importance malgré certaines critiques et controverses (Tawney, 1938, 1962; Eisenstadt, 1968; Besnard, 1971; Lenski, 1961; Peltonen, 2008). Car ils permettent d'analyser le rapport entre les valeurs religieuses et l'économie. C'est ainsi que Weber a étudié tour à tour l'Hindouisme, le Bouddhisme, le Confucianisme, le Judaïsme et l'Islam même si cette dernière étude n'a pas été achevée (1996). Au départ de son analyse, Weber part du cas de l'Europe et de l'Amérique du Nord, là où le capitalisme s'est bien développé (1992); cette analyse s'est alors basée sur l'observation de l'écart entre les valeurs religieuses et le monde réel (Yang, 1964), et a classé à partir de cette analyse les religions selon leur degré d'adaptation au monde existant (Weber, 1996).

En s'intéressant à la communauté juive de l'Europe occidentale, Weber constate, par exemple, le succès économique des juifs dans cette partie du monde et le justifie par le fait que ces derniers forment une minorité en se référant à la théorie d'Adam Smith. Le Protestantisme et le Judaïsme se rapproche théologiquement, en dépit du fait que la réalisation de profit ne soit pas perçue comme un signe de piété, ses fondements étant la rationalité et la maîtrise du monde (Troeltsch, 1991; Weber, 2004); ce qui confirme sa conclusion sur le Judaïsme par un contre-exemple, celui des juifs résidants en grand nombre en Europe de l'Est et en Orient et qui n'ont pas pu accumuler de richesse suffisante pour les épargner (Weber 1920,1952)

L'hindouisme et le bouddhisme, selon Weber, se détachent, quant à eux, du monde existant ; cet écart est dû aux rites invitant à des exigences spirituelles qui crée une fracture avec le monde matériel environnant. Quant à son analyse de l'Islam, Weber trouve que les dynasties Abbasides, Mameluks et Ottomanes ont empêché le développement de structure légale-

rationnelle; ce qui a freiné, en son absence, le développement du capitalisme. En effet, en comparant les institutions juridique et légale en Europe à celle du monde musulman, il conclut que ce qui a empêché l'évolution du capitalisme dans ces pays sont les barrières sociopolitiques. Selon Weber, l'économie des musulmans à cette époque était basé sur le pillage pour s'enrichir, ce qui est contradictoire avec les fondements du capitalisme, tel que mis de l'avant par Adam Smith; ces arguments de Weber ont été critiqués pour leur absence de données empiriques solides (Kuran, 1997, Lapidus,1999; Levtzion, 1999). Dans le même ordre d'idées, une recherche plus récente s'est penchée sur le rôle de l'islam dans la croissance économique, en procédant à une étude quantitative basée sur des données issues de trois pays à caractère

multi-religieux et multiethnique : l'Inde, la Malaisie et le Ghana. Les résultats de cette étude montre qu'à un niveau économique donné, l'islam ne réduirait pas la croissance mais il la favoriserait. (Noland, 2007).

Les contradictions que nous observons dans les résultats de ces recherches nous montrent donc l'intérêt d'étudier les effets de la religion sur l'activité économique qu'elle soit positive ou négative et à creuser en profondeur le niveau organisationnel à cet égard. Ce qui est intéressant pour nous à travers tous ces travaux en sociologie de la religion, c'est que cette question renvoie aussi à un questionnement identitaire ; c'est en effet la question « qui sommes-nous ? » à laquelle plusieurs formes d'éthiques religieuses peuvent répondre, et qui peut prendre des formes variées (Durkheim, 1912, 2013 ; Weber, 1996), qui peut affecter la manière de s'organiser économiquement et de gérer une entreprise.

## **2. RELIGION ET MANAGEMENT : UN INTÉRÊT RENOUVELÉ**

Si les effets de la religion sur l'économie sont observables par de nombreuses recherches plus ou moins contradictoires depuis le tournant du XXe siècle, il faut reconnaître qu'en théorie des organisations, cette question n'a pas occupé une grande place jusqu'à présent (de Vaujany, Hussenot et Chanlat, 2016). Pourtant, l'individu mettant rarement à coté ses croyances lorsqu'il vient au travail, la religion est toujours plus ou moins présente selon les contextes nationaux et organisationnels (Barth, 2012 ; Gundolf et Filser, 2013 ; Honoré, 2014; Banon et Chanlat, 2018; Chanlat, 2018).

Depuis quelques décennies, quelques chercheurs, notamment anglo-saxons, se sont intéressés à cette relation entre croyances religieuses et comportements, attitudes et identité au sein d'une organisation ((Friedlander, 1975, Nielsen & Edwards, 1982, Sagie et Elizur, 1996) et plus récemment, dans le monde francophone avec la croissance de demandes religieuses en milieu de travail, notamment musulmanes (Barth, 2012 ; Honoré, 2014 ; Randstad, 2018; Banon et Chanlat, 2018).

Comme nous venons de le présenter ci-dessus, pour comprendre ce niveau d'analyse organisationnel, il faut revenir aux travaux fondateurs, notamment ceux de Weber qui confirme que chaque religion a son propre système de croyance (ou «éthique») qui engendre des formes particulières de comportement. Cette relation entre valeurs religieuses et comportements a fait l'objet de quelques recherches dont une qui a porté sur un échantillon de dirigeants américains croyants et qui a révélé que ce type de dirigeant avait une influence positive sur le lieu de travail, puisqu'ils cherchaient à accomplir et poursuivre leurs objectifs sociaux au travail, en améliorant ainsi les conditions de travail de tous les membres de l'organisation (Senger, 1970); d'autres études ont également confirmé le rôle des croyances religieuses sur l'orientation des rôles (Nielsen et Edwards, 1982), le style de vie (Friedlander, 1975) ou encore le degré d'optimisme (Furnham, 1997).

En effet, le rapport entre la religion et le comportement et l'attitude par rapport à l'organisation dépend de plusieurs variables ; ainsi, la relation ne sera pas la même pour un dirigeant et un salarié, « croyant » ou incroyant et variera selon le contexte dans lequel il ou elle travaille, puisqu'il ou elle peut travailler dans une organisation religieuse ou dans une organisation neutre par rapport à la religion (Jaouen, 2013 ; Banon et Chanlat, 2018). Dans ce cadre, une étude faite par Drakapoulou Dodd et Seaman (1998) montre que la conviction religieuse des entrepreneurs britanniques n'a aucun effet sur la performance des entreprises si on les compare aux employés.

Une autre étude nous semble intéressante, c'est le travail mené en France par Castro (2002) dont l'intitulé de la thèse est : « une approche exploratoire de l'influence des valeurs catholiques du dirigeant de PME sur son mode de management :le doctrine sociale de l'Église catholique à l'épreuve de l'entreprise »; cette recherche s'inspire de la théorie philosophique de la valeur de Lavelle pour suivre le cheminement et la dynamique que connaissent des valeurs catholiques en

explorant de près le comportement de managers de PME de l'Ouest de la France. L'étude a débouché sur un modèle d'analyse du processus d'influence des valeurs catholiques du dirigeant de PME sur son mode de management. Il a mis en exergue deux processus :

-Un premier qui contribue à fixer au sein de l'idéal catholique de la GRH, des principes inspirés du milieu catholique, et que le dirigeant va essayer de traduire à travers ses pratiques en se référant chaque fois au texte d'origine.

-Un second qui fait intervenir la réalité de l'entreprises ce qui va donner naissance à des valeurs socio-économiques catholiques.

Selon Castro, la valeur catholique dans ce cas doit être étudiée, en tant que processus dynamique, et non comme un objet isolé, son analyse s'étant construite en confrontant sphère religieuse, dans ce cas-là, catholique, et sphère profane (sociale et économique). Par la suite, le rapprochement entre les deux sphères a déclenché une tension interne dans l'esprit du dirigeant, entre respecter des valeurs de l'enseignement social de l'Église et s'adapter à certaines techniques du management moderne qui peuvent être en contradiction.

D'autres recherches se sont intéressées à la relation entre religion et leadership (Gumusay, 2017) pour mettre en avant le rôle des religions abrahamiques sur le leadership des personnes croyantes en menant une étude comparative entre les textes sacrés et une étude empirique. Une autre revue de la littérature sur l'islam et l'entrepreneuriat (Gumusay , 2015) a démontré que l'islam peut favoriser l'entrepreneuriat aux niveaux micro, méso et macro et ainsi montrer que l'islam peut être une religion qui encourage l'activité entrepreneuriale.

Une autre étude ethnographique sur la première banque islamique en Allemagne (Gumusay et al,2019) mobilisant la théorie néo-institutionnelles et la théorie des paradoxes nous a permis d'adopter la littérature sur le travail institutionnel (Lawrence et Suddaby ,2006) comme un courant de la théorie néo-institutionnelle .Le travail identitaire ;un concept que nous développerons ultérieurement, fait partie du travail institutionnel (Creed,2010) ;un concept que nous développerons ultérieurement.

En effet, la théorie néo-institutionnelle permet d'établir une relation entre l'organisation et son environnement tout en intégrant les variables culturelles et cognitives qui peuvent dicter le comportement de l'organisation (Tolbert et Zucker 1983 ; Dacin 1997). En plus la théorie néo-institutionnelle n'est pas qu'une analyse processuelle de l'isomorphisme institutionnel. Cette

théorie a connu le développement de plusieurs autres courants de recherche dont notamment le travail institutionnel comme courant de recherche qui s'intéresse aux activités par lesquelles les acteurs, et notamment les organisations s'efforcent d'influencer les pressions institutionnelles.

Toutes ces études confirment le lien qui peut exister entre valeurs religieuses et management et nous a encouragé à mener une étude de cas au sein d'une banque islamique tunisienne dont le cadre religieux est explicitement affirmé. La recherche de terrain nous a conduit à nous intéresser au concept d'identité et de travail identitaire pour appréhender ce type de réalité. En effet la littérature sur l'identité organisationnelle nous permettra de cerner les deux dimensions micro et macro de l'organisation. C'est ce que nous allons voir maintenant.

### **3. L'IDENTITE ORGANISATIONNELLE : UNE PISTE DE RECHERCHE FÉCONDE POUR ABORDER UNE ORGANISATION INFLUENCÉE PAR DE FORTES CONVICTIIONS RELIGIEUSES**

Introduire la religion au sein des études organisationnelles n'est pas une tâche facile mais cela reste possible à travers quelques pistes qui relient les croyances religieuses et le management. Il nous semble que l'identité peut être l'une des voies prometteuses pour parler de religion dans le domaine des sciences de gestion (Tracey, 2014).

L'identité est en effet l'un des concepts les plus importants en sciences sociales (Tap, 1979; Chanlat, 1990; Stryker et Burke, 2000). La littérature sur l'identité se concentre sur la façon dont les individus et les groupes d'individu répondent aux deux questions fondamentales suivantes : "qui suis-je?" et "qui êtes-vous?" Ces deux questions peuvent être intimement liées aux croyances religieuses et aux organisations fondées sur des valeurs religieuses car dans cette dynamique identitaire individuelle et collective, la religion peut, pour certains, être un élément important dans la définition de soi. Il n'est donc pas surprenant que la religion joue un rôle central dans les discussions sur l'identité dans les sciences sociales (Desroche, 1967).

Dans la littérature en sciences sociales, on peut retenir trois niveaux d'analyse concernant l'identité à savoir l'identité individuelle, l'identité organisationnelle et l'identité collective. Dans cette communication, nous allons nous intéresser uniquement aux deux premiers niveaux d'analyse.

Le premier niveau, l'identité individuelle, est vu comme une projection de l'individu dans un groupe à travers sa façon de se définir (Tap, 1979 ; Chanlat, 1990). Dans les travaux sur l'identité individuelle en psychologie et en sociologie, la religion est prise en considération et est considérée comme l'une des références clés à travers laquelle les gens se définissent, les agnostiques et les athées étant également identifiables par rapport à leur position envers la religion (Desroche, 1967).

Les conflits religieux à travers l'histoire, depuis les Croisades médiévales jusqu'à aujourd'hui, sont la preuve de l'importance de la religion dans les manifestations identitaires. C'est la raison pour laquelle nous pensons que la prise en compte de la religion dans les travaux qui s'intéressent à l'identité, notamment organisationnelle, représente une opportunité de recherche théorique et empirique pour étudier des organisations influencées par de fortes valeurs religieuses.

De ce point de vue, l'intérêt croissant pour la notion d'identité organisationnelle en théorie des organisations est une autre raison qui nous pousse à étudier ce type d'organisation à partir de ce concept. L'identité d'une organisation est généralement définie comme l'ensemble des attributs de l'organisation que les membres perçoivent comme centraux, durables, et distinctifs (Albert & Whetten, 1985); elle représente un cadre pour l'interprétation des événements par ses membres et influence leur action. Par ailleurs, l'identité organisationnelle aide les membres à se définir dans le contexte dans lequel ils interagissent, permettant de donner un sens à l'organisation et à la distinguer d'autres organisations. Selon Fiol (1991), et Dutton, Dukerich et Harquail (1994), on peut parler d'identité organisationnelle lorsque les membres s'identifient à l'organisation, le degré variant selon le degré d'assimilation et d'acceptation des valeurs et des croyances de l'organisation par ses membres. C'est ainsi que Gioia et Thomas (1996) affirment que la perception qu'ont les décideurs de l'identité organisationnelle affecte le processus du "sensemaking" .

Par rapport à cette littérature existante sur l'identité organisationnelle, la religion n'a pas été encore vraiment prise en compte. Selon Tracey (2014), si les organisations religieuses comme des banques islamiques ou des écoles catholiques qui respectent dans leur fonctionnement

certaines principes religieux, ne se définissent pas uniquement par la religion, notamment quand on prend en considération les objectifs financiers et la rentabilité d'une banque islamique par exemple, il reste que ce côté identitaire n'a pas encore été analysé par les chercheurs en sciences de gestion. C'est pourquoi il nous semble, la dynamique identitaire et le travail identitaire étant aussi des éléments associés à l'identité organisationnelle, souhaitable de l'aborder maintenant.

### **3-1 Identité organisationnelle et émergence du travail identitaire**

L'identité organisationnelle fait l'objet de recherches de plus en plus nombreuses (Gomes da Silva, 2010 ; Grellier, 2017). En cherchant à répondre à la question « qui sommes-nous en tant qu'organisation ? », le concept d'identité organisationnelle a été défini comme l'ensemble des critères centraux et durables d'une organisation qui la différencient d'autres organisations (Albert et Whetten, 1985). D'autres recherches ont complété le concept pour proposer de définir l'identité organisationnelle selon deux composants : les affirmations et les compréhensions identitaires. Tous les éléments « visibles » tel que le logo, le nom de l'organisation constituent la première composante ; ces affirmations sont la résultante du travail et des actions des dirigeants, il s'agit de tout un processus et d'actions menés au sein de l'organisation pour donner du sens et le diffuser .

Le concept de travail identitaire, quant à lui, prend racine dans le débat entre les deux principaux courants de l'identité. Alors que le premier considère l'individu comme le principal acteur dans la définition de ce qu'il est, ce que la littérature renvoie à la théorie de l'identité (*Identity Theory*) ( Stryker, 1980), l'individu s'identifiant ici à des rôles qu'il va animer, et « mettre en action », le second mouvement conçoit l'individu comme faisant partie intégrante de catégories sociales, auxquelles il ne peut échapper. Traditionnellement nommé sous le terme de théorie de l'identité sociale (*Social Identity Theory*) (Tajfel et Turner, 1986), cette seconde approche, montre un individu déterminé par la structure sociale.

La théorie du travail identitaire essaie de concilier ces deux approches (Stets et Burke, 2000), en considérant que ces deux dynamiques d'identification et de catégorisation sont complémentaires. A un niveau organisationnel, ce travail identitaire permet la gestion de l'identité organisationnelle à un niveau macro en prenant en considération les exigences de

l'environnement pour rester concurrentiel, et à un niveau micro, en répondant aux menaces identitaires (Ravasi et Schultz, 2006), tout en mettant en valeur le rôle de la culture organisationnelle afin d'articuler ces deux aspects d'affirmation et de compréhension identitaires.

### **3.2 L'identité organisationnelle et la compétitivité de l'organisation:**

Au cours des dernières années, de plus en plus de chercheurs en management stratégique s'intéressent à l'identité organisationnelle, (Brunninge,2007;Ravasi, VanRekom, Soenen,2007; Schultz,Ravasi,Langley,Tsoukas,2013; Kouamé et Hafsi,2017); c'est ainsi que l'identité organisationnelle intervient dans la remise en question stratégique (Shaw, 1994), qu'elle est exprimée et mise en action dans la stratégie (Ashford et Mael, 1999) et qu'elle peut avoir une influence positive ou négative sur la performance de l'organisation (Collins et Porras, 1994, Tripas, 2009, Ravasi, Tripas et Langley, 2017). Plusieurs recherches sont en train de se développer pour expliquer cette relation entre l'identité organisationnelle et la performance (Oliver, 2015). Alors que certains chercheurs considèrent l'identité organisationnelle comme une ressource stable qui pourrait aider une entreprise à acquérir un avantage concurrentiel durable (Fiol 1991, 2001, Sillince 2006, Ravasi et Phillips 2011), d'autres la voient comme une lentille à travers laquelle les acteurs interprètent leur organisation et prennent des décisions qui peuvent faciliter leur capacité à faire face à l'environnement externe (Miller, 1991; Dutton et Dukerich, 1991). Plus récemment, des chercheurs se sont intéressés au processus (Gioia, Price, Hamilton & Thomas, 2010), d'autres à des approches qui s'intéressent aux pratiques concrètes de transformation de l'identité organisationnelle au quotidien (Kreiner et al., 2015; Schultz et al, 2012). Ces approches adoptant des paradigmes différents (par exemple, positiviste ou constructiviste), elles sont souvent perçues comme inconciliables, bien que certaines études récentes aient tenté de les rapprocher (Kreiner et al, 2015; Ravasi & Schultz, 2006).

L'approche fonctionnaliste de l'identité organisationnelle se définit à partir des attributs et des caractéristiques de l'organisation ; elle la considère comme une ressource stratégique. Ces attributs sont intégrés à la stratégie pour permettre à l'organisation de se distinguer sur le marché. L'identité devient ici une ressource à gérer.

Les recherches existantes sur l'identité organisationnelle, en tant que ressource, ont souvent montré comment l'identité permet aux organisations d'acquérir un avantage concurrentiel durable (Barney et al, 1998) en la considérant comme une ressource organisationnelle durable (Barney, 1991). Cette vague de recherche axée sur le contenu de la stratégie s'est intéressée aux caractéristiques de l'identité comme une variable stratégique importante qui peut procurer un avantage concurrentiel lorsqu'elle est précieuse, rare, inimitable et non substituable (Sillince, 2006). Cette vision de l'identité organisationnelle est basée sur la continuité et la stabilité (Whetten & Mackey, 2002), elle s'appuie sur le passé de l'organisation pour orienter sa stratégie (Ravasi et Phillips, 2011) d'où l'importance de prendre en considération l'histoire de l'organisation. La gestion de l'histoire d'une organisation est l'une des façons dont les gestionnaires peuvent tenter de réguler de façon substantielle l'identité organisationnelle (Suddaby, Foster et Trank, 2010 ; Grellier, 2017).

Plusieurs recherches ont montré qu'il y a une relation entre l'identité organisationnelle et son environnement externe (Elsbash & Kramer, 1996), l'identité peut aider une entreprise à maintenir sa position sur le marché (Wang, Wezel & Forgues, 2016). En effet, le changement externe peut affecter l'identité, et la sensibilité de l'organisation à son environnement externe peut affecter sa capacité concurrentielle (Wang et al, 2016). L'identité organisationnelle prend ainsi en compte le marché et l'environnement concurrentiel externe, pour ensuite devenir un outil de concurrence.

Selon cette perspective, l'identité organisationnelle peut être considérée comme une ressource dans la mesure où les membres de l'organisation et les intervenants externes l'interprètent exactement comme l'a déjà prédéfini l'organisation. En outre, la « valeur » stratégique de l'identité d'une organisation peut changer radicalement en cas de chocs externes majeurs qui privilégient soudainement certains attributs identitaires organisationnels.

Pour bien comprendre cette approche, il faut revenir à une vision processuelle de l'identité. C'est en effet une perspective plus dynamique qui suscite d'ailleurs de plus en plus l'intérêt des chercheurs du courant de la pratique de la stratégie (« Strategy as practice »). La pratique de la stratégie se fait à travers le travail identitaire en faisant intervenir les différents membres de

l'organisation. Chaque travail qui se fait sur l'identité prend en considération les trois dimensions du temps: le passé, le présent et le futur de l'organisation.

L'identité organisationnelle peut alors être définie comme un travail identitaire stratégique selon une perspective qui va la considérer comme fluide, flexible et imprégnée de valeurs qui ne sont pas fixes et sujettes à réinterprétation (Gioia et al, 2000; Kreiner et al, 2015). L'identité organisationnelle se construit à travers ce travail identitaire (Schultz et al, 2012, Kreiner et al, 2015) et celui-ci est considéré comme un processus cognitif et comportemental à travers lequel les individus créent, présentent, vivent et adaptent l'identité de leur organisation (Kreiner et al, 2015). Ce travail peut être fait en relation avec la perception de la haute direction et le sens qu'elle donne à cette identité organisationnelle (Johnson, Balogun & Beech, 2010) mais aussi par rapport à tous les individus de l'organisation. Ce travail sur l'identité fait dès lors partie des pratiques de la stratégie (Oliver, 2015).

Malgré la confusion produite par la proximité des concepts de culture et d'identité organisationnelle, plusieurs chercheurs font la distinction entre les deux notions tout en confirmant qu'ils sont reliés (Albert et Whetten, 1985; Cuche, 2004; Fiol et al, 1998 ; Gambault, 2000 ; Hatch et Schultz, 2002). L'analyse que fait Brunninge des travaux de certains auteurs, tels que Selznick (1957), Albert et Whetten (1985) et Schein (1985) a permis de confirmer que les deux concepts sont différents mais qu'il existe une relation entre identité organisationnelle et culture. Si la culture est différente de l'identité organisationnelle, ces deux notions sont en effet intimement reliées (Chanlat, 1990, 2012 ; Hatch et Schultz, 2002 ; Grellier-Bidalun, 2017). En considérant l'organisation comme un système culturel, on détermine plusieurs niveaux de culture : une culture externe (macro-culture et méso-culture) et une culture interne celle de l'entreprise (Chanlat, 1990; Chanlat et Pierre, 2018).

La culture externe comprend à la fois la macro-culture (cultures nationale, régionale et locale) et la méso-culture (le secteur industriel). Plusieurs chercheurs ont mis l'accent sur l'influence de ce niveau macro sur la culture organisationnelle (Hosfstde, 1980; Iribarne, 1993, 2006 ; Chanlat, 1990; Davel, Dupuis et Chanlat, 2008; Barmeyer et Franklin, 2016; Chanlat, de Rozario et Goxe, 2016 ; Chanlat et Pierre, 2018), et du niveau méso, sur l'impact des caractéristiques du secteur d'activité auquel elle appartient aussi (Gordon, 1991). Quant à la

culture interne ou les sous-cultures, elles permettent la construction d'une identité au travail au-delà du métier (Sainsaulieu, 1977, 2014) et favorisent un processus de formation de sous-groupes se partageant un ensemble de normes et de règles (Thévenet, 1986) au sein de l'organisation qui vont former dans certains cas des identités multiples au sein de la même organisation ; c'est ce qui a été illustré dans le modèle idéographique de l'identité hybride d'Albert et Whetten (1985).

Un grand nombre de recherches confirme donc que la culture influence la construction de l'identité de l'organisation que ce soit de manière externe, par l'environnement dans lequel opère l'organisation et de manière interne par la culture d'entreprise (Chanlat, 1990 ; Thévenet, 1993). Toutes ces recherches confirment le lien entre culture et identité organisationnelle sans expliquer la façon avec laquelle se construit cette identité.

Dans une approche constructiviste de l'identité, les chercheurs, (Corley & Gioia, 2004, Fiol, 1991 ; Gioia et Thomas, 1996) s'attendent à ce que les croyances partagées soient soumises à une révision périodique, car les membres de l'organisation modifient leurs interprétations à la lumière des changements externes. Selon Ravasi et Schultz (2006), cette modification n'est pas systématique, la construction de l'identité se fait en prenant en considération le rôle de la culture organisationnelle. En outre, en prenant ainsi en considération le rôle central de la culture, le travail identitaire nous permet de conserver l'originalité de l'identité organisationnelle en conservant les éléments distinctifs de la culture organisationnelle et en même temps, de contribuer à construire un nouveau sens adapté au changement qui apparaît dans l'environnement. Autrement dit, le rôle de la culture est de préserver une distinction et une continuité qui se transmettra au niveau de l'identité organisationnelle renouvelée et qui aidera les dirigeants à mieux comprendre leur organisation (construction de sens) et de diffuser ce nouveau sens aux autres. Il est donc particulièrement intéressant de l'étudier dans le contexte d'une organisation ayant des valeurs religieuses explicites comme une banque islamique tunisienne.

## **EN GUISE DE CONCLUSION : QUELQUES QUESTIONNEMENTS**

De nombreux chercheurs se sont penchés pour étudier le lien entre la stratégie et l'identité organisationnelle (Ashforth et Mael, 1996, Fiol, 1991, Sillince et Simpson, 2010). Au début, comme nous venons de le mentionner, l'identité organisationnelle était définie comme ce que les membres de l'organisation considéraient comme les ressources durables, stables et distinctives de l'organisation (Albert et Whetten, 1985, Whetten et Mackey, 2002). Cette conception a évolué pour prendre en compte le sens que les individus peuvent donner à l'identité, favorisant ainsi une perspective plus dynamique et constructiviste (Dutton & Dukerich, 1991; Gioia, Schultz & Corley, 2000).

Pour certains chercheurs comme Ravasi et Schultz (2006), l'identité organisationnelle est mieux comprise sous les deux angles, surtout lorsqu'il s'agit de voir comment la culture organisationnelle réagit face à l'environnement pour permettre la compréhension des aspects internes et externes de l'identité. L'identité organisationnelle peut donc être considérée comme un travail produit et reproduit de manière processuelle au sein des organisations; cependant, il comprend également des caractéristiques durables (Albert et Whetten, 1985). En termes de stratégie, Fiol (2001) réfute la vision statique de l'identité en tant que ressource dans un contexte de concurrence et suggère que l'avantage concurrentiel basé sur l'identité provient de la capacité dynamique de cette identité.

De leur côté, les spécialistes de la capacité organisationnelle ont commencé à remettre en question l'identité comme source d'avantage concurrentiel. Ils ont montré que cela peut empêcher les organisations de s'adapter aux innovations technologiques (Tripsas, 2009). L'identité doit donc s'adapter aux changements de l'environnement grâce à un travail identitaire (Kreiner et al, 2015).

Afin de gérer l'identité d'une organisation à des fins stratégiques, les membres de l'organisation peuvent aider à assurer une cohérence entre la façon dont l'organisation est perçue de l'extérieur (Dutton et Dukerich, 1991) et comment elle est perçue de l'intérieur.

A partir d'une recherche de terrain encore en cours, notre intérêt s'est porté sur les pratiques internes et les mécanismes, ce que nous avons appelé ici le travail identitaire, par lesquels les dirigeants et la haute direction en particulier gèrent l'identité organisationnelle et arrivent à la maintenir comme ressource stratégique, tout en insistant sur le rôle de la culture organisationnelle. En consultant la littérature sur l'identité organisationnelle, nous avons constaté que cette dimension dynamique de l'identité est mise en action à travers un véritable travail identitaire qui, à chaque niveau d'analyse, nous a permis de voir l'importance qu'avait l'identité organisationnelle, à la fois, en tant que ressource et en tant que travail identitaire stratégique.

En effet, l'image d'une organisation fondée sur des valeurs religieuses dépend en grande partie de la flexibilité de son identité pour être concurrentielle sur le marché. Ce qui peut être un défi dans certain contexte comme, par exemple, un pays à la fois musulman et laïc comme la Tunisie sous fond de la révolution arabe de 2011. Notre question à ce niveau est en effet la suivante : comment les dirigeants vont-ils faire appel à ce travail identitaire pour demeurer concurrentiel ? Car les changements dans cet environnement, provoqués par des mouvements politiques, inspirés par la religion, ne sont pas sans influencer la perception identitaire d'une organisation fondée sur les valeurs, comme peut l'être une banque islamique ; ce qui peut amener à prendre en considération ces changements dans le travail sur l'identité afin de garder un certain équilibre entre la perception interne et externe de l'identité organisationnelle et de rester concurrentiel sur le marché.

En insistant sur le rôle de la culture organisationnelle dans la construction de sens et sur l'importance de la mise en place de certaines pratiques et actions qui vont permettre la diffusion du sens construit pour que l'identité organisationnelle puisse être partagée, ce travail identitaire permet de gérer les tensions entre les équipes, souvent dû à un non partage de la même perception de l'identité organisationnelle. La question que nous pouvons poser à ce niveau concerne la façon dont les dirigeants vont avoir recours à ce travail identitaire afin de faire passer les messages et amener les employés à épouser l'identité organisationnelle très fortement influencée par les valeurs religieuses musulmanes. La recherche sur l'identité et le côté dynamique de ce travail identitaire dans un tel environnement, ce qui est le cas de la banque islamique tunisienne que nous sommes en train d'étudier, nous amène donc à nous poser la

question suivante : comment le travail identitaire des gestionnaires affecte-t-il l'identité organisationnelle et son adaptation aux changements environnementaux ?

Pour l'appréhender, il nous faut passer par une étude de cas. Ce qui correspond aux travaux de recherches menés jusqu'ici autour de la question de l'identité organisationnelle (Gombault, 2000 ; Brunninge, 2005 ; Schltz, Maguine, Langley et Tsoukas, 2013 ; Grellier-Biadalun, 2017). Une telle étude de cas permet en effet de s'intéresser aux acteurs tout en tenant compte du contexte (Yin, 1984), et puisqu'il s'agit d'analyser la construction du sens en situation, elle permet également au chercheur de comprendre l'identité organisationnelle en question en se rapprochant des membres de l'organisation et en s'entretenant avec eux (Weick, 1995 ; Stimpert, Gustafson et Sarason, 1998) et à rendre compte ainsi du travail identitaire qui est fait par les responsables de cette organisation. En se positionnant entre la sociologie de la religion et les sciences de gestion, cette étude de cas d'une banque islamique dans un contexte exigeant et turbulent comme la Tunisie, va nous permettre d'apporter une contribution à la théorie des organisations et aux pratiques en management, notamment dans le cas d'organisations influencées par de fortes convictions religieuses (de Vaujany, Hussenot et Chanlat, 2016). Ce qui bien sûr ne doit pas nous faire oublier non plus l'influence de l'environnement institutionnel et de voir le lien qui peut exister ici entre travail institutionnel et travail identitaire (Creed, 2010) pour approfondir par la suite cette recherche.

## **Références**

Albert, S., & Whetten, D. A. (1985), Organizational identity, *Research in Organizational Behavior*, 7, 263-295.

Ashforth, B and Mael, F (1996), « Organizational Identity and Strategy as a Context for the Individual », *Advances in Strategic Management*, Volume 13, pages 19-64.

Banon, P et Chanlat, J-F (2018), « The French Principle of 'laïcité' and Religious Pluralism in the Workplace: Main Findings and Issues", Chapter 10, in *Religious Diversity in the Workplace*, edited by Jawad Syed, Alan Klarsfeld, Charmine E.J. Härtel, and Faith Ngunjiri, Cambridge University Press, pp.264-304.

Barney, J, (1991), Firm resources and sustained competitive advantage, Journal of Management, Vol 17

Barney, J., and Stewart, A. C. (2000), « Organizational identity as moral philosophy: competitive implications for diversified companies », in Schultz, M., Hatch, M. J., and Holten Larsen, M. (eds.), The Expressive Organization: Linking Identity, Reputation, and the Corporate Brand: 36–47. Oxford University Press

Barth, I (dir), (2012), Management et religions, Caen, Editions Management et Société.

Besnard, P, (1970). Protestantisme et Capitalisme. La controverse post-wébérienne, Paris, Armand Colin.

Castro J.L, (2002), Une approche exploratoire de l'influence des valeurs catholiques du dirigeant de PME sur son mode de management : la doctrine sociale de l'église catholique à l'épreuve de l'entreprise, Université Paris 9 Dauphine, Thèse de doctorat en sciences de gestion.

Chaar.A-M, (2011), La structuration des stratégies au sein de champs en voie d'institutionnalisation : Le cas des banques islamiques au Liban, Université Paris Est, thèse de doctorat en sciences de gestion.

Chanlat, J-F (dir) , (1990/2011), L'individu dans l'organisation : Les dimensions oubliées, Les Presses de l'Université de Laval, Editions Eska.

Chanlat J-F et Özibilgin, (2018), (dir), Management et diversité : comparaison internationales, Ste-Foy, Les Presses de l'université Laval.

Chanlat, J-F, (2012), « Antropologie des organisations », dans Allouche, J, (coord), Encyclopédie des ressources humaines, Paris, Vuibert.

Chanlat, J.-F. (2005). « La recherche en gestion et les méthodes ethnosociologiques », In Management des ressources humaines, Roussel, P et Wacheux, F, Bruxelles, Ed De Boeck Supérieur, 159-175.

Chanlat, J-F, de Rozario, P et Goxe, F, (2016), « Ce que faut la culture à l'organisation », in De Vaujany, F-X, Hussenot, A et Chanlat, J-F (dir), Théories des organisations ; Nouveaux tournants, Paris, Economica.

Chanlat, J-F, (2018), « Management, diversité, égalité des chances et cohésion sociale en France: la République à l'épreuve des différences », dans Chanlat, J-F et Özbilgin, M (dir),

Management et diversité: comparaisons internationales, Ste Foy, Les Presses de l'université Laval.

Collins, J & Porras, J, (1994, Built to last. Habits of Visionary Companies, New York, HarperBusiness,

Creed, D, DeJordy, R and Lok, J (2010), Being the change : Resolving institutional contradiction through identity work, academy of management journal Vol 53, No 6

Davie, G, (2006), « Religion in Europe in the 21st Century: The Factors to Take into Account », European Journal of Sociology, 47, 2, 271-296.

Desroche, H, (1968). Sociologies religieuses, Paris, PUF.

De Vaujany, F-X, Hussenot, A et Chanlat, J-F (dir), (2016), Théories des organisations ; Nouveaux tournants, Paris, Economica.

Durkheim, E. (1912/2013). Les formes élémentaires de la vie religieuse, Paris, Alcan, 1ère édition, Paris, PUF, 7ème édition.

Dutton & Dukerich, (1991), « Keeping an eye on the mirror: Image and identity in organizational adaptation », Academy of management journal, vol. 34 no. 3, 517-554

Eisenhardt, M, (1989, « Building Theories from Case Study Research », The Academy of Management Review, Vol. 14, pp. 532-550.

Elsbach, K. D., and Kramer, R. M. (1996), « Members' responses to organizational identity threats: encountering and countering the Business Week rankings », Administrative Science Quarterly, 41/3: 442-76.

Fiol, M. (2001) « Revisiting an identity-based view of sustainable competitive advantage », Journal of Management, vol 27/6, pp 691-9.

Fiol, M. (1991), « Managing culture as a competitive resource: An identity-based view of sustainable competitive advantage », Journal of Management, (17) : 191-211,

Fournier, M (2007), Emile Durkheim, Paris, Fayard.

Gioia, D and Thomas, J (1996), « Identity, Image, and Interpretation: Sensemaking during Strategic Change in Academia », Administrative Science Quarterly, (41/3) : 370-403

- Gioia, D, Price, K. N., Hamilton, A. L., & Thomas, J. B. (2010), « Forging an Identity: An Insider-outsider Study of Processes Involved in the Formation of Organizational Identity ». *Administrative Science Quarterly*:55(1): 1-46
- Gioia, D, Schultz, & Corley, (200, « Organizational Identity, Image, and Adaptive Instability », *Academy of management review*,( 25) :163-81
- Glaser, B., & Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*, London: Wiedenfeld and Nicholson.
- Grellier-B H, (2017), *Les dynamiques de l'identité organisationnelle dans un contexte coopératif :le cas de deux coopératives appartenant au groupe Mondragon*, Université Paris – Dauphine P.S.L , Thèse de doctorat en sciences de gestion.
- Gümüşay, A(2015), *Entrepreneurship from an Islamic Perspective*, *Journal of Business Ethics* August 2015, Volume 130, Issue 1, pp 199–208 | Cite as
- Gümüşay, A (2017), « Embracing religions in moral theories of leadership, *Academy of Management Perspectives*In-Press Account ». *European Journal of Sociology*, Cambridge Univ Press
- Gümüşay, A. A., Smets, M., & Morris, T. (2019). 'God at Work': Engaging Central and Incompatible Institutional Logics through Elastic Hybridity. *Academy of Management Journal*,
- Gundolf, K , Filser, M, (2013), « Management Research and Religion : A Citation Analysis », *Journal of Business Ethics*, Vol 112, Issue 1, 177-185.
- Hatch .M.J (1993), « The Dynamics of Organizational Culture », *The Academy of Management Review* ,Vol. 18, No. 4, pp. 657-693
- Hatch, M J et Schultz,(2002), « The Dynamics of Organizational Identity », *Human relations*, vol 55, n 8,p989-1018
- Honoré .L, (2014), « Le management à l'épreuve de la religion », *Revue Interdisciplinaire Management, Homme & Entreprise*, vol 4 n° 13- p 122.
- House, R., Rousseau, D. M., & Thomas-Hunt, M. (1995). « The meso paradigm: A framework for integration of micro and macro organizational ». In L. L. Cummings & B. Staw (Eds.), *Research in organizational behavior*, vol. 17, pp. 71-114). Greenwich, CT: JAI 21.
- Jaouen, M, (2013), « La religion, source d'inspiration des managers », *Capital*, 22/10,

Johnson, P., Balogun, J., and Beech, N. (2010), « Researching strategists and their identity in practice », in Golsorkhi, D., Rouleau, L., Seidl, D., and Vaara, E. (eds.), *Handbook of Strategy as Practice*, Cambridge, Cambridge University Press, 243-57.

Kreiner, G.E., Hollensbe, E., Scheep, M.L., Smith, B.R., & Kataria, N. (2015) » Elasticity and the dialectic tensions of organizational identity: How can we hold together while we are pulling apart ? », *Academy of Management Review*, 58(4), 981-1011.

Lenski, G. (1961), *The Religious Factor: A sociologist's Enquiry*, New York, Doubleday..

McKinnon, A., Hart, R.J. and Smith, D. (2010), « Sociological Epistemology: Durkheim's Paradox and Smith's Actuality », *Sociology*, December 2010 vol. 44 no. 6 1038-1054/

Miller, D. (1991). *Le paradoxe d'Icare*. Ste Foy, Les Presses de l'Université Laval

Nielsen, E., & Edwards, J. (1982). Perceived feminine role orientation and self-concept. *Human Relations*, 35(7), 547–558.

Oliver, D. (2015) « Identity work as a strategic practice ». In D. Golsorkhi, L. Rouleau, D. Seidl, & E. Vaara (Eds.), *Cambridge Handbook of Strategy as Practice*, 2nd ed.: 331-344. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Peltonen, M. (2008), « The Weber Thesis and Economic Historians », *Max Weber Studies*, Global Policy Institute, London Metropolitan University, p.79-98.

Petriglieri, J. and Devine, B. (2016), « Mobilizing Organizational Action Against Identity Threats », *The Oxford Handbook of Organizational Identity*, Edited by Michael G. Pratt, Majken Schultz, Blake E. Ashforth, Davide Ravasi, Oxford University Press.

Randstad Institut et Ofre, (2018), *L'entreprise, le travail et la religion*, Paris, rapport d'étude.

Ramp, W. (2010), *Durkheim and After .The Sociology of religion*.

Ravasi, D. and Schultz, M. (2006). « Responding to organizational identity threats: Exploring the role of organizational culture ». *Academy of Management Journal*. 49 (3): 433–458

Ravasi, D., Tripsas, M., Langle, A. (2017), Call for Papers: Special Issue of Strategic Organization "Exploring the strategy-identity nexus." *Strategic Organization*, 15: 113–116

Ravasi, D., and Phillips, N. (2011), Strategies of alignment: organizational identity management and strategic change at Bang & Olufsen", *Strategic Organization*, 9/2: 103–35.

right.

- Sagie, A., & Elizur, D. (1996). « The structure of personal values: A conical representation of multiple life ideas ». *Journal of Organizational Behavior*, 17(S1), 573–586.
- Sainsaulieu, R (1977, 2014), *L'identité au travail*, Paris. Presses de Sciences Po.
- Schultz, M., Maguire, S, Langley, A, and Tsoukas, H. (eds.) (2012), *Constructing Identity in and around Organizations*, Oxford University Press.
- Sillince, J. (2006), « Resources and organizational identities: the role of rhetoric in the creation of competitive advantage », *Management Communication Quarterly*, 20/2: 186–212.
- Sillince, J., and Simpson, B. (2010), « The strategy and identity relationship: towards a processual understanding », in Baum, J. A. C., and Lampel, J. (eds.), *Advances in Strategic Management*, vol. 27, *The Globalization of Strategy Research*: 111–43. Bingley, UK: Emerald
- Stimpert, J.L, Gustafson, L T et Sarason, Y, (1998), « Organizational identity within the strategic management conversation: contributions and assumptions », dans Whetten, D, Godfrey, P (ed), *Identity in organizations developing theory through conversations*, Thousand Oaks, Sage, p 83
- Smith, A (1776) , *de la Richesse des nations* , Édition de Londres
- Tawney, R, (1926, 1962), *Religion and the Rise of Capitalism :A Historical Study*, London, Hammond-worth, Pelican.
- Thévenet, M. (1993, 2010), *La culture d'entreprise*, Paris, Presses universitaires de France.
- Tracey, P .(2012), « Religion and organization: a critical review of current trends and future directions." *Academy of Management Annals*, 6(1): 87-134.
- Tracey, P , Phillips .N and Lounsbury .M, (2014), *Taking religion seriously in the study of organizations*, in Paul Tracey , Nelson Phillips , Michael Lounsbury (ed.) *Religion and Organization Theory (Research in the Sociology of Organizations, Volume 41)* Emerald Group Publishing Limited, pp.3 - 21
- Trice, H et Beyer, J (1993) « The Cultures of Work Organizations », *The Academy of Management Review* , Vol. 19, No. 4 , pp. 836-839.
- Tripsas, M. (2009). « Technology, identity, and inertia through the lens of The Digital Photography Company ». *Organization Science*, 20(2): 441-460.
- Troeltsch, E, (1991), *Protestantisme et modernité*, Paris, Gallimard.
- Wang, T, Wezel, F.C and Forgues, B. 2016 "Protecting market identity: When and how do organizations respond to consumers' devaluations?." *Academy of Management Journal* , 59.1: 135-162.

Weber, M, (1992), Histoire économique. Esquisse d'une histoire universelle de l'économie et de la société, Paris, Gallimard.

Weber, M, (1996), Sociologie des religions, Paris Gallimard.

Weber, M, (1904, 2004), L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme, Paris, Gallimard.

Weick,KE,(1995),Sensemaking in Organizations, London,Thousand Oaks, CA, Sage publications.

Whetten, D. A, Lewis, D., & Mischel, L. J. (1992). « Towards an integrated model of organizational identity and member commitment ». Paper presenter à la conférence annuelle de AOM the Academy of Management, Las Vegas 23

Whetten,A & Mackey,A, (2002), « A Social Actor Conception of Organizational Identity and Its Implications for the Study of Organizational Reputation », Business and Society, Vol 41, Issue 4, 393-414.

Yin,K (1994), « Discovering the Future of the Case Study. Method in Evaluation Research » , American Journal of Evaluation, Volume 15, pp. 215–227

