

Résumé

Cette thèse propose de s'intéresser aux cadres de multinationales de services marchands après une perte d'emploi et dans un contexte « d'outplacement individuel », à partir de différents matériaux qualitatifs issus d'une démarche socioclinique dans trois cabinets, à travers des observations ethnographiques et des entretiens approfondis. Nous montrons comment les logiques socio-historiques de l'employabilité des cadres irriguent et structurent les cabinets d'outplacement et ses activités marchandes : entre techniques de recherche d'emploi, prestations de conseil et développement personnel. Nous présentons ensuite la démarche de recherche au cœur des tensions créatrices entre clinique et critique, puis l'élaboration du dispositif méthodologique et ses aspects concrets au plus près du travail de subjectivation des individus. En nous intéressant aux processus de construction de soi post-licenciement des cadres en outplacement, nous montrons que derrière la rhétorique managériale et ses techniques de marchandisation de soi, les individus incorporent et s'identifient à l'expérience du cabinet selon des logiques d'appartenance, de carrière individuelle et d'évaluation de soi. Nous analysons ce système de (re)classement spécifique, et plus particulièrement les processus qui contraignent les cadres à agir comme des « promoteurs d'un soi-employable » ; mobilisés par des dynamiques de réseaux, de compétition et de réputation. Nous mettons également en lumière les tensions et contradictions des individus en recherche d'emploi qui s'inscrivent dans une lutte dramaturgique de distinction managériale. Enfin, à partir des principaux résultats de la recherche, nous discutons de ses apports et de ses limites.

Abstract

This dissertation proposes to focus on executives of market services after a job loss and in a context of « individual outplacement », from various qualitative materials resulting from a socio-clinical approach within three practices, through ethnographic observations and in-depth interviews. We show how the socio-historical logics of the executives employability irrigate and structure outplacement firms and their market activities : between job search techniques, consulting services and personal development. We then present the research approach at the heart of the creative tensions between clinical and critical, then the development of the methodological device and its concrete aspects as close as possible to the work of subjectifying individuals. By focusing on the post-layoff self-construction processes of outplacement executives, we show that behind managerial rhetoric and its self-commodification techniques, individuals incorporate and identify with the experience of the outplacement firm according to the logic of belonging, individual career and self-assessment. We analyze this specific (re) classification system, and more particularly the processes that force executives to act as « promoters of an employable self » ; mobilized by dynamics of networks, competition and reputation. We also highlight the tensions and contradictions of individuals seeking employment who are part of a dramatic struggle for managerial distinction. Finally, based on the main research results, we discuss its contributions and limitations.