

Thierry **AMOUGOU**

Matthieu **de NANTEUIL**



Introduction à la sociologie économique

**Analyse critique des organisations
et des marchés**



- Cours illustré
- Exemples concrets
- Questions de synthèse

+ EN LIGNE



- Études de cas
- Développements complémentaires
- PPT pour enseignants

Introduction à la sociologie économique

Thierry **AMOUGOU**

Matthieu **de NANTEUIL**

Introduction à la sociologie économique

**Analyse critique des organisations
et des marchés**

Ressources numériques

- Études de cas
- Développements complémentaires
- Les enseignants peuvent s'identifier à l'adresse <https://www.deboecksuperieur.com/site/345263> et accéder à des PowerPoint

Repérez les ressources numériques dans votre livre



lienmini.fr/ressourcesnum-dbs

Accédez directement à votre ressource :

Flashez le code avec votre
téléphone ou votre tablette



OU

Tapez l'URL
dans votre navigateur



Pour toute information sur notre fonds et les nouveautés dans votre domaine de spécialisation, consultez notre site web : **www.deboecksuperieur.com**

© De Boeck Supérieur s.a., 2022
Rue du Bosquet, 7 – B1348 Louvain-la-Neuve

Tous droits réservés pour tous pays.

Il est interdit, sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, de reproduire (notamment par photocopie) partiellement ou totalement le présent ouvrage, de le stocker dans une banque de données ou de le communiquer au public, sous quelque forme ou de quelque manière que ce soit.

Dépôt légal :

Bibliothèque nationale, Paris : octobre 2022

Bibliothèque royale de Belgique, Bruxelles : 2022/13647/157

ISSN : 2030-2061

ISBN : 978-2-8073-4526-3

Ce livre est dédié à chaque étudiante et à chaque étudiant
du cours d'Analyse critique des organisations et des marchés,
dispensé tant à l'UC Louvain qu'à l'Université Saint-Louis Bruxelles.
Qu'il soit pour toutes et tous une balise dans l'apprentissage d'une pensée
libre, ancrée dans la société, engagée en faveur d'un monde plus juste
et plus soutenable.

Ce livre n'aurait jamais pu voir le jour sans le soutien constant
des assistantes qui ont accompagné ce cours depuis ses origines.
Notre profonde reconnaissance, en particulier, à : Delphine Dion,
Émilie Malcourant, Stéphanie Coster, Thi Thu Thao Lê et Camilla Scola.

AVANT-PROPOS ORGANISATIONS ET MARCHÉS À L'ÂGE DE L'ANTHROPOCÈNE¹

Ce manuel propose de réfléchir aux bases relationnelles des phénomènes économiques, c'est-à-dire à l'ensemble des relations qui sous-tendent le fonctionnement concret des organisations et des marchés. Pour cela, il entend rendre compte non seulement de ces deux entités comme telles, mais des liens qui les unissent. Une analyse critique des organisations et des marchés, comme celle que nous proposons ici, est avant tout une analyse des liens entre ces deux entités constitutives des phénomènes économiques. À l'heure où notre monde globalisé fait l'expérience de la finitude et doit relever le défi de l'Anthropocène, notre propos n'est pas de dénoncer abstraitement les phénomènes économiques mais d'en proposer une analyse approfondie, en examinant leur genèse, leur diversité à la surface du globe, les théories sur lesquelles ils s'appuient, mais aussi le rapport qu'ils entretiennent de longue date – positivement ou négativement – avec la question écologique.

Par « organisation », on désigne à la fois l'action d'organiser et le résultat d'une telle action². De façon générale, une organisation désigne un processus de gestion des ressources et de coordination des activités en vue d'atteindre un résultat, quel qu'il soit. Toutes les organisations ne se réduisent pas à la figure de l'entreprise privée – située sur un marché et obéissant aux principes de l'accumulation capitaliste –, même si celle-ci joue un rôle clé dans la genèse des organisations modernes. En conséquence, le manuel insiste sur la distinction entreprise/organisation et, plus largement, sur la variété des types d'organisation. À ce titre, il rappelle qu'il existe de nombreuses organisations qui ne se situent pas sur un marché ou dont la finalité n'est pas lucrative : organisations publiques ou parapubliques, entreprises sociales, coopératives, mutuelles, associations, etc. Pour des raisons didactiques, notre manuel distinguera « organisations marchandes » et « organisations non marchandes », mais d'autres classifications sont possibles³.

1 L'Anthropocène se développe à la suite à l'Holocène : il désigne une nouvelle période géologique, au cours de laquelle la biosphère se forme et se transforme *sous l'effet* de la civilisation humaine – ce qui, en l'occurrence, conduit à sa dégradation irréversible. Pour une discussion des termes les plus appropriés permettant d'évoquer ce changement d'époque, cf. le chapitre 2. Pour une présentation et une discussion détaillées de ce terme, cf. le chapitre 5.

2 Livian, Yves-Frédéric, *Organisation. Théories et pratiques*, Paris, Dunod, 2005, p. 8.

3 À ce propos, certains auteurs préfèrent distinguer organisations à but lucratif (*profit organisations*) et organisations à but non lucratif (*non profit organisations*). Sur le sujet, voir notamment : Nyssens, Marthe, *Social Enterprise. At the Crossroads of Market, Public Policies and Civil Society*, Londres, Routledge, 2006.

Par « marché », on désigne un mécanisme d'échange économique reposant sur les critères suivants : (1) la rencontre d'une offre et d'une demande, avec (2) détermination des prix et (3) fixation des quantités. De façon générale, le marché constitue l'environnement immédiat d'une organisation marchande. À l'inverse, un environnement non marchand se caractérise par l'absence d'un ou plusieurs de ces critères, ou encore par l'existence d'un ajustement non lucratif entre ces critères. Il forme l'environnement immédiat des organisations non marchandes. Il existe toutefois de nombreux croisements entre ces différentes situations⁴.

Ce manuel propose donc de rendre compte des bases relationnelles qui sous-tendent à la fois les marchés et les organisations, quel que soit le but ou la finalité de celles-ci. À cette fin, il insiste sur la distinction entre *rationalité formelle* (qui met l'accent sur la conformité des comportements à une procédure de calcul ou de droit, laquelle existe préalablement à l'action) et *rationalité substantielle* (qui met l'accent sur les interactions elles-mêmes et sur le sens que les acteurs lui donnent dans le cours de l'action) et promeut une *approche substantielle des phénomènes économiques*, inspirée de Max Weber et Karl Polanyi. Dans cette perspective, il défend une approche résolument pluraliste, en proposant *plusieurs* grilles d'analyse (« paradigmes »). Ces grilles d'analyse sont elles-mêmes le fruit d'une lente *sédimentation historique* : depuis la révolution industrielle jusqu'à aujourd'hui, elles ont pris forme à l'épreuve du temps long. Dans ce manuel, quatre paradigmes seront examinés. Ils seront *précédés* par une partie introductive, fournissant les définitions de base et tirant les enseignements de l'histoire, notamment autour du concept de « rationalité du mal », et *suivis* par une partie conclusive, qui propose une synthèse du parcours réalisé dans ce manuel :

Partie introductive – Définitions et leçons de l'histoire (chapitres 1 et 2)

- Paradigme 1 – Utilitarisme et critique sociale (chapitres 3 et 4)
- Paradigme 2 – Systèmes et structures (chapitres 5 et 6)
- Paradigme 3 – Régulations et conventions (chapitres 7 et 8)
- Paradigme 4 – Savoirs et identités (chapitres 9 et 10)

En guise d'ouverture – La carte et les territoires

Ces éléments étant rappelés, l'actualité nous pousse à franchir une étape supplémentaire, en faisant de la *soutenabilité* une dimension essentielle de notre analyse. Qu'est-ce que cela veut dire ? Selon Wikipédia, « un écosystème désigne un ensemble formé par une communauté d'êtres vivants, en interaction (biocénose) avec son environnement (biotope). Les composantes de l'écosystème développent un dense réseau de dépendances,

4 Pour éviter toute confusion, nous opérons dans ce manuel une distinction nette entre, d'une part, la notion d'« environnement », qui désigne ce qui *environne les organisations*, qu'il s'agisse d'un environnement marchand ou non marchand et, d'autre part, celles de « biosphère », mais aussi de « nature » ou de « Terre », pour désigner ce qui relève de la *question écologique* au sens strict. À propos de la Terre comme métaphore de notre lien à la biosphère, voir : Kern, Anne-Brigitte et Morin, Edgar, *Terre-Patrie*, Paris, Seuil, 1993.

d'échanges d'énergie, d'information et de matière permettant le maintien et le développement de la vie.⁵ » Dans un écosystème, chaque composante est essentielle et toutes se nourrissent mutuellement de manière dynamique, en vue de préserver et de transmettre la vie. Le plus souvent, cette notion est utilisée pour décrire les équilibres au sein de la biosphère, mais aussi les relations que l'espèce humaine est susceptible de nouer avec elle. Cette dimension est déterminante. Elle conduit à placer au centre des préoccupations contemporaines de nombreux aspects occultés par le capitalisme industriel (empreinte carbone, techniques extractives, traitement des déchets, etc.), alors qu'ils conditionnent le devenir de l'humanité. C'est d'abord cela que désigne l'idée de soutenabilité : reconnaître *le lien des humains à la biosphère* comme une condition de notre devenir commun. Mais il s'agit aussi de revisiter les *relations des humains entre eux*, au-delà de la seule critique des rapports de domination, pour contribuer à dessiner des pratiques soutenables. Voilà pourquoi nous proposons dans ce manuel une version élargie de la soutenabilité : la soutenabilité écologique et sociale, tournée vers le « maintien et le développement de la vie », sous toutes ses formes. À l'âge de l'Anthropocène, penser les organisations humaines comme des écosystèmes suppose de s'intéresser à cette double dimension de la soutenabilité.

Ici, le concept de « vie » appelle une précision. La vie dont il est question est d'abord la *vie biologique* (*bios*, en grec), celle qui a trait au développement des organismes, reliant le monde humain, le monde animal et le monde végétal. Longtemps vécue par les humains comme une contrainte inévitable, cette dimension fut, avec le XIX^e siècle industriel, assimilé à la simple survie, tout en allant de pair avec l'instrumentalisation de la nature et son exploitation illimitée à des fins productives. Le souci de la vie biologique suppose de sortir de cette soumission de la nature pour découvrir l'importance de la vie de la biosphère, la vie des « vivants non humains ». Mais la vie dont il est question est aussi la *vie signifiante*, celle qui confère aux humains une spécificité : l'usage de la parole qui donne sens à toute « vie vécue », à toute subjectivité, et ouvre sur le symbolique (*logos*, en grec). Ce recours à la parole fut le support sur lequel s'est appuyée l'analyse critique du travail – qu'est-ce que la condition ouvrière au XIX^e siècle, sinon la marque collective de ceux dont la vie est privée de sens et dont la parole est tenue pour illégitime ? – et, à travers elle, la critique de l'économie politique. Elle demeure essentielle aujourd'hui, même si le contexte a considérablement changé. La vie concerne cette fois celle des « vivants humains », qui est toujours affaire de significations. L'une des conséquences les plus néfastes du capitalisme industriel est d'avoir opposé ces deux conceptions de la vie (*bios* et *logos*), mais aussi d'avoir érigé les phénomènes économiques en phénomènes à part, privés de tout débat sur leur signification ou ne donnant voix au chapitre qu'à quelques-uns. L'un des défis majeurs d'une analyse critique des organisations et des marchés est de réarticuler ces deux dimensions : la vie biologique et la vie signifiante.

5 Voir : <https://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89cosyst%C3%A8me>, consulté le 15 mai 2022. Sur le sujet, voir également : Lévêque, Christian, *Écologie. De l'écosystème à la biosphère*, Paris, Dunod, 2001. Voir également : Arnsperger, Christian et Bourg, Dominique, *Écologie intégrale, Pour une société permacirculaire*, Paris, PUF, 2017.

Ainsi, la perspective *critique* que nous proposons repose-t-elle sur un triple effort de mise en perspective historique, de valorisation de la pluralité et d'attention à la soutenabilité. Mais la notion d'écosystème nous renvoie également à une réalité trop souvent ignorée : celle de la vulnérabilité. Un écosystème désigne un réseau dense d'interactions entre de multiples composantes, frappé du sceau de la fragilité, de la précarité, de la finitude.

Tel est donc le but de ce manuel : à l'heure de vulnérabilité des formes de vie, s'intéresser à la dimension substantielle des phénomènes économiques, en comprendre la généalogie historique et en rendre compte de façon plurielle, pour éclairer l'ensemble des relations qui sous-tendent les organisations et les marchés – tant les relations des humains entre eux que les relations des humains vis-à-vis de la biosphère. Cette posture critique est à la fois *compréhensive* et *transformatrice* : elle vise à comprendre le réel le plus adéquatement et le plus finement possible, mais aussi à créer les capacités collectives permettant de transformer la réalité socioéconomique, compte tenu des risques que celle-ci fait aujourd'hui peser sur les humains et la biosphère. À terme, il s'agit d'aider les lectrices et lecteurs à faire des propositions concrètes pour reconstruire les organisations comme des écosystèmes soutenables, dans des environnements marchands et non marchands. Dans cette perspective, les questions sociologiques « classiques » relatives au degré de coopération ou de conflit, aux rapports de pouvoir, à la place des identités, aux formes de gouvernement ou encore au contenu éthique des décisions ou des choix, toutes ces questions demeurent importantes, mais sont constamment articulées à la question écologique au sens large.

Excellente lecture à toutes et tous⁶ !

Thierry Amougou et Matthieu de Nanteuil

6 Dans notre livre, tous les termes s'entendent dans leur sens épïcène. Pour des raisons de lisibilité, nous n'avons pas retenu l'écriture inclusive, mais en partageons l'intention : si l'analyse économique et le monde du travail ont longtemps été dominés par une analyse « masculiniste », pour ne pas dire « virile », ce livre rappelle l'importance du combat féministe dans la genèse d'une analyse critique des organisations et des marchés, ainsi que son rôle pour aujourd'hui, en interaction avec d'autres plans d'analyse.

PARTIE INTRODUCTIVE

• DÉFINITIONS • ET LEÇONS • DE L'HISTOIRE

SOMMAIRE

- 1 Qu'est-ce qu'un marché?
Qu'est-ce qu'une organisation?
- 2 Aux frontières de l'inhumain.
Marché aux esclaves, organisation génocidaire
et productivisme : regards croisés
sur la rationalité du mal

CHAPITRE 1

- Qu'est-ce qu'un marché?
- Qu'est-ce qu'une organisation?

SOMMAIRE

1.1	Le marché : le mot et la chose	14
1.2	Les marchés des mondes anciens : de l'Égypte à l'antiquité grecque	16
1.3	Du marché populaire africain...	20
1.4	... aux marchés modernes	21
1.5	Le marché en général : contextes et définitions	23
1.6	Le marché comme environnement dominant, mais non exclusif, pour les organisations : une diversité de perspectives	26
1.7	L'énigme de l'organisation	29
1.8	Figures de l'organisation	32
1.9	Principes de l'organisation	48
1.10	Notre manuel : une perspective sociohistorique, valorisant la pluralité des grilles d'analyse	59

1.1 LE MARCHÉ : LE MOT ET LA CHOSE

Pourquoi ne pas commencer notre recherche sur l'origine du marché par un récit mythique ? En tant que berceau de l'humanité, l'Afrique est légitime pour un tel exercice. Dans *Légendes africaines* Tchicaya U Tam'si relate le mythe africain ci-dessous :

« Beaucoup d'hommes ne voulaient pas laisser leurs femmes à la maison. Seuls ceux qui n'avaient pas un bon cœur allaient à la chasse. Solitaires, traquant les bêtes, ils fournissaient la viande... que leur achetaient ceux qui étaient restés à la maison. Ainsi commença le premier marché¹. »

Dans ce récit mythologique, l'offre et la demande de viande, qui font ainsi naître le premier marché de l'humanité, sont le résultat de deux contraintes sociales : rester aux côtés de sa femme ; chasser pour se nourrir. Deux contraintes matérialisées par des enjeux qui semblent bien éloignés des représentations habituelles de l'échange économique. Ce mythe permet de souligner plusieurs aspects souvent occultés dans l'analyse des marchés :

- derrière l'apparence d'un jeu à somme nulle, une transaction s'opère entre des entités irréductibles entre elles et *sans équivalence possible* : l'amour et la nourriture. De fait, ceux qui restent auprès de leurs femmes sont obligés d'acheter de la viande et ne peuvent l'obtenir par eux-mêmes ; ceux qui vont à la chasse ne peuvent évacuer leur solitude, mais obtiennent des gains matériels par la vente de viande. Les uns sont riches de relations mais n'ont pas les moyens de leur propre subsistance ; les autres subviennent à leurs besoins mais souffrent de solitude ;
- l'existence du marché repose sur un minimum d'asymétrie entre les agents, pour que naissent une *demande* et une *offre* de viande : si tout le monde va à la chasse, la demande de viande n'existe pas ; si tout le monde reste auprès de sa femme, l'offre de viande est inexistante ;
- dans ce récit mythologique, le marché est connecté aux besoins humains les plus élémentaires – ici, vivre en couple et se nourrir. Il est intéressant de constater que ce mythe africain articule de façon profonde la dimension *relationnelle* et la dimension *matérielle* de l'existence humaine, ainsi que la perte que la maximisation de l'un entraîne vis-à-vis de l'autre. Or, c'est précisément cette articulation qui disparaît dans la célèbre évocation, par Adam Smith, de l'intérêt du boulanger : la « femme du boulanger », titre d'un célèbre film de Marcel Pagnol, est inexistante. Et avec elle, la famille et les proches du boulanger, mais aussi ceux du boucher, du brasseur, etc. Ces derniers « n'ont pas de cœur », au propre comme au figuré. Jusqu'où le concept de marché peut-il être séparé de l'analyse de différents besoins vitaux et des dimensions affectives qui les accompagnent ?
- enfin, ne voyons-nous pas à l'œuvre dans ce mythe une forme d'harmonie spontanée entre les intérêts individuels ? Celui qui va à la chasse et celui qui n'y va pas

¹ U Tam'si, Tchicaya, *Légendes africaines*, Paris, Seghers, 1987, p. 39.

s'échangent la viande alors qu'ils ne se sont pas *concertés* dans leurs arbitrages. Ceux qui ont « bon cœur » et ceux qui ont « mauvais cœur » ne sont-ils pas finalement réconciliés par cet échange ? Le marché est-il neutre ou a-t-il une fonction de pacification sociale ?

Passons à grands pas du temps mythologique au temps historique et dirigeons-nous vers la « chose » (le marché comme pratique) à partir du « mot » (la désignation du marché). Nous retrouvons encore la parole : non plus celle du mythe, mais celle des langues et du monde qu'elles mettent en forme de façon conceptuelle. Le dictionnaire des idées historiques relate que le mot « marché » vient du latin *mercatus* (« commerce, trafic, négoce, marché public, foire »), dérivé de *merx* (« marchandise »), terme du ^x^e siècle. D'après le dictionnaire de l'ancien français, marché, écrit *marchié*, a un sens unique : « vente, achat à prix débattu² ». De son côté, le spécialiste Léon De Meyer écrit :

« Lorsqu'on consulte les dictionnaires étymologiques du latin et du grec [...], on constate qu'ils sont tous d'accord sur une origine sémitique [du terme de "marché"]. Et cette origine est [à trouver] dans le mot hébreu *mikla* ("clôture"), de la racine *kala* "entourer, enfermer". [Par ailleurs], la racine sémitique qui signifie "faire du commerce, vendre et acheter", est *mkr*. Partant de cette racine, on est en droit de postuler une forme nominale du type *maktrum*, qui pourrait signifier le "commerce". À côté d'une signification "commerce", on peut admettre une autre qui en dérive : "le lieu où le commerce s'exerce", donc le "marché". [Par la suite], le latin *macellum* a la signification de "marché", il est attesté depuis Plaute. Par restriction de sens, il signifie aussi "marché aux viandes", de là, "boucherie", et même "abattoir", "marché aux poissons", "marché aux légumes". [...] Des considérations qui viennent d'être émises, il nous paraît probable que le mot latin *macellum* ("marché") est un emprunt à la langue commerciale des Phéniciens³. »

De nos jours, on lit souvent dans la presse : « les marchés sont nerveux », « les marchés sont frileux », « les marchés n'aiment pas l'incertitude », « il faut rassurer les marchés ». Du mythe au moment contemporain, en passant par diverses métamorphoses étymologiques, les marchés seraient-ils devenus des personnages réels du monde moderne ? Ces quelques phrases, où l'on distingue une forme d'anthropo-psychologisme du marché, sont monnaies courantes dans les médias occidentaux au ^{xxi}^e siècle. La réalité du marché serait si prégnante qu'il lui prête des sentiments humains... Cependant, d'autres citoyens et d'autres institutions accusent le marché d'être à l'origine de la majeure partie des maux sociaux des sociétés modernes : chômage massif, dumping social, dérèglement climatique, crises financières récurrentes... Le marché (au singulier et en général) puis les marchés (au pluriel et spécialisés) occupent donc une place de choix dans l'actualité

2 Fontaine, Laurence, *Le marché. Histoire et usages d'une conquête sociale*, Paris, Gallimard, 2014.

3 De Meyer, Léon, « L'étymologie de *Macellum* "Marché" », in *L'antiquité classique*, tome 31, fasc. 1-2, Paris, FNRS, 1962, p. 148-152.

et les débats publics contemporains. Mais qu'est-ce qu'un marché ? Comment peut-il aller de l'unicité à la diversité ? Comment peut-il se définir ? Est-il le seul environnement possible d'une organisation ?

Posées à un économiste, ces questions reviennent à lui demander de passer en revue l'histoire des filiations et des oppositions au sein d'une science économique dont la totalité du savoir gravite et se construit autour de la discussion sur le marché et les marchés depuis le XVIII^e siècle.

1.2 LES MARCHÉS DES MONDES ANCIENS : DE L'ÉGYPTE À L'ANTIQUITÉ GRECQUE

1.2.1 *La civilisation du Nil : le marché égyptien (vers 3000 ans avant notre ère)*

Le Nil et sa vallée constituent le berceau de la civilisation africaine :

« Sur les rives du Nil, par exemple, la présence de ressources abondantes a favorisé la fixation de groupes préhistoriques dès la fin du Pléistocène. Ainsi, entre 18 000 et 16 000 ans avant notre ère, les communautés de l'oued Koubanieh – un affluent de la rive gauche du Nil situé au nord d'Assouan – développent une stratégie d'exploitation de l'environnement liée au régime annuel des crues⁴. »

La prospérité égyptienne, comme celle de nombreuses autres grandes civilisations, eut besoin de l'eau. Sa production agricole dépendait du cycle du Nil, lui-même calqué sur celui de la nature *via* celui des pluies. Le lit majeur du Nil (période de crue) déposait sur les terres arables immergées limons, engrais naturels et autres sédiments qui fertilisaient le sol. Cela augmentait sa productivité agricole lorsque le lit mineur (période de décrue) survenait après la saison des pluies. La préoccupation économique des Égyptiens, paysans, prêtres et rois, consistait donc à gérer les stocks de blé entre les périodes agricoles d'abondance et les périodes agricoles moins prospères. C'est la technique du grenier, encore très répandue en Afrique de nos jours, qui a été choisie comme mode de gestion des stocks de blé. Ainsi, chaque paysan, lors des périodes de bonnes récoltes, déposait une certaine quantité de blé dans des greniers et recevait un retour un certificat/récépissé de dépôt mentionnant non seulement son identité, mais aussi la qualité et la quantité de blé déposée. Ces certificats/récépissés de dépôt ont commencé à être utilisés comme monnaies dans des transactions marchandes entre biens et services, desquelles découle l'expression moderne qui assimile « avoir du blé » à « avoir beaucoup d'argent ».

4 « Les premières sociétés de production en Afrique. X^e millénaire avant notre ère-I^{er} millénaire de notre ère », in Fauvelle, François-Xavier (éd.), *L'Afrique ancienne. De l'Acacus au Zimbabwe. 20 000 avant notre ère-XVII^e siècle*, collection Mondes anciens, Paris, Belin, 2018, p. 469-497.

En conséquence, pendant les trois mille ans qui caractérisent la civilisation égyptienne antique (de 3150 à l'avènement du christianisme), le marché en Egypte correspond à l'échange de biens contre des biens et de services contre des services ou des biens, en contrepartie d'une monnaie fiduciaire (certificats/récépissés de dépôt), dont le blé garantit la valeur réelle. C'est un marché qui a fonctionné pendant trois mille ans avec des taux d'intérêt négatifs. Comment ? Supposons qu'un paysan dépose 1 000 kg de blé dans un grenier. Le paysan en question ne retirait jamais intégralement les 1 000 kg lorsqu'il voulait rentrer en possession de son stock. Le gardien des stocks lui remettait toujours moins de 1 000 kg étant donné que le blé pouvait se détériorer, que des souris pouvaient en manger et qu'il fallait payer le gardien des stocks pour son travail. Il faut cependant noter que le seul marché en présence n'était pas celui du blé comme monnaie et/ou comme bien de consommation, ainsi que le souligne l'égyptologue Bernadette Menu :

« On peut affirmer que tous les biens servant de manière généralisée comme étalons monétaires, à savoir : *dében* et *kitè* d'or et de cuivre, *dében*, *kitè* et séniou d'argent, pièces d'étoffes standardisées, *khars* et *oipè* de céréales (orge et blé amidonnier), *hin* d'huile, relevaient du monopole étatique [...]. Les prix, en principe formés par l'ajustement de l'offre à la demande étaient sérieusement corrigés par l'intervention étatique⁵. »

Plusieurs enseignements en découlent :

- la monnaie, ici principalement le blé, ne tombe pas du ciel comme chez Milton Friedman qui, sans autre moyen d'explication de ses origines dans le marché, suppose qu'elle tombe d'un hélicoptère⁶ ;
- la monnaie est un bien réel (ici, le blé) qui acquiert une double valeur : une valeur d'usage comme nourriture et une valeur d'échange comme étalon de référence. Il n'y a donc pas déconnexion entre marché monétaire et marché réel comme cela est le cas dans les économies modernes⁷ ;
- le rôle de l'environnement, c'est-à-dire de la « part du milieu⁸ » sous forme de bonnes ou de mauvaises récoltes de blé suivant les crues et les décrues du Nil, dépendantes elles-mêmes du cycle des pluies dans une société majoritairement agricole, souligne le degré d'encastrement social et écologique du marché. C'est de la nature (terre, pluies, eau), du travail des paysans, des produits de ce travail (blé, orge, plantes sauvages, poissons, autres animaux) et du travail des gardiens de stocks, que le marché puise ses conditions d'existence ;

5 Menu, Bernadette, *Égypte pharaonique. Nouvelles recherches sur l'histoire juridique, économique et sociale de l'ancienne Égypte*, Paris, L'Harmattan, 2004, p. 211 et 223.

6 Il faut noter que la plupart des paradigmes macroéconomiques sont des paradigmes sans monnaie. Raison pour laquelle, afin de soutenir le caractère exogène de la monnaie dans le monétarisme dont il est le chef de file, le Prix Nobel d'économie, Milton Friedman, parle d'une « monnaie-hélicoptère », c'est-à-dire qui tombe du ciel.

7 Amougou, Thierry, *Dualisme financier et développement au Cameroun. Une approche néobraudélienne et systémique*, Louvain-la-Neuve, Presses universitaires de Louvain, 2010.

8 Pour prendre une expression de Fernand Braudel, exposée dans le chap. 5 (cf. *infra*).

- le grenier (proto-banque), un acteur important de ce marché, n'a pas pour but de faire fructifier le blé (la monnaie) mais de le garder de façon à créer un stock régulateur sans le rémunérer à un taux créditeur positif. Le marché ancien n'étant pas, dans le cas égyptien, un système isolé de la biosphère de laquelle il tire son énergie productive (agriculture) et ses ressources (blé), l'absence de l'accumulation comme objectif central eut moins de conséquences négatives sur les écosystèmes que ce qu'elle aurait eu aujourd'hui, mais elle ne permit pas la naissance d'une économie capitaliste en Égypte : c'est un marché précapitaliste sans recherche effrénée de surplus et au service d'une « société d'agriculteurs authentiques⁹ », dont l'objectif primordial est la sécurité alimentaire que permettent un stockage et une consommation différée ;
- le marché égyptien est fortement régulé par l'État à travers le contrôle des prix¹⁰.

1.2.2 Le Code d'Hammourabi (vers 1730 avant notre ère) : le marché mésopotamien

Plus de mille ans avant l'apogée d'Athènes, Hammourabi, souverain du pays aujourd'hui appelé Irak mais jadis dénommé la Mésopotamie, établit un code considéré comme un des premiers documents économiques et juridiques. Il se structure autour de 281 articles régissant différentes règles de la vie courante depuis le fonctionnement judiciaire à la fixation des prix¹¹. Le marché mésopotamien est assez normatif, car l'arsenal juridique du Code d'Hammourabi décrit ce que doit être l'activité économique, entre l'initiative économique dans le domaine de la production des marchés (échanges) et l'action de l'État (entretien des canaux d'irrigation, accords de prêts à bas prix, contrôle de la propriété terrienne...). Le marché mésopotamien n'existe pas sans un *droit* qui norme son fonctionnement *via* la fixation des prix et sans un *État* qui assure les projets d'intérêt général dans une société composée de trois classes sociales¹² : les notables, les hommes modestes, dépendant du palais/temple, et les esclaves. La question sociale au sens de types de rapports sociaux prédateurs qu'entraîne l'existence des esclaves n'est ni posée ni résolue par le droit, l'État et le marché mésopotamien. Contrairement au marché égyptien où nulle trace d'esclaves n'est historiquement répertoriée¹³, le marché mésopotamien est aussi un marché aux esclaves.

9 Fauvelle, François-Xavier, *L'Afrique ancienne*, op. cit.

10 Bassong, Mbog, *La théorie économique africaine. L'alternative à la crise du capitalisme mondial*, Montréal, Kiyikaat Éditions, 2013.

11 Berzbakh, Pierre, *Histoire de l'économie. Des origines à la mondialisation*, Paris, Petite Encyclopédie Larousse, 2005.

12 Il faut noter que les premières formes de l'État au sens moderne du terme proviennent de la Mésopotamie aujourd'hui appelée Irak. Pour plus d'informations, voir Picq, Jean, *Une histoire de l'État en Europe ? Pouvoir, justice et droit du moyen âge à nos jours*, Paris, Presses de Science Po, 2009.

13 Schumpeter, Joseph, *Impérialisme et classes sociales*, Paris, Éditions de Minuit, 1972.

1.2.3 La chrématistique : le marché aristotélicien (384-322 avant notre ère)

Les marchés égyptien et mésopotamien sont largement antérieurs au marché des mondes occidentaux anciens où fait autorité la figure d'Aristote, au IV^e siècle avant notre ère. La pensée économique d'Aristote se trouve dans deux groupes de textes : le livre V de l'*Éthique à Nicomaque* et le livre I de *La Politique* où se distinguent deux principales préoccupations : la justice par rapport au problème de la distribution équitable des honneurs et des biens, et la valeur à travers une réflexion sur les moyens de corriger, le cas échéant, les injustices et les incohérences de la distribution des richesses.

« Ce faisant, il en arrive à poser le problème de la valeur puisqu'il s'agit d'estimer de combien un citoyen a pu être lésé et à combien il a droit comme réparation. Aristote définit ainsi les notions de valeur-travail et de valeur utilité¹⁴. »

En conséquence, le marché aristotélicien (l'échange de produits) consiste en un échange de travail de nature différente en fonction du besoin que chacun éprouve pour le bien qu'il veut acquérir. C'est un marché où les prix doivent jouer un rôle distributif qui, s'il advient à manquer, doit être rétabli afin d'aboutir à une distribution équitable des biens. À la différence de l'Égypte où il n'y a pas d'esclaves, la Grèce antique a une économie agricole fondée en grande partie sur l'esclavage. Le marché aux esclaves n'est pas concerné par ces considérations de justice distributive, car l'esclave ne fait pas partie de la nomenclature sociale qui importe. Aristote désigne par le mot « chrématistique » l'activité qui consiste à acquérir des biens, donc aussi des esclaves. Il considère cette activité comme légitime quand elle sert la satisfaction des besoins humains, mais condamnable lorsqu'elle a pour but une pure accumulation de l'argent pour lui-même et à partir de lui-même comme dans le prêt à intérêt.

In fine, il apparaît que les marchés égyptien, mésopotamien et grec ont de nombreuses similitudes. Ceci est lié au fait qu'ils sont le produit d'une société et d'une économie agricoles qui dépendent largement des ressources naturelles, de la force de travail paysanne et, en dehors de l'Égypte, du travail servile des esclaves. Il y a bien une rencontre entre une offre et une demande de biens avec détermination des prix et des quantités, mais les prix sont fortement administrés par l'État. Ce sont donc des marchés où l'accumulation est accessoire et où l'idée de justice distributive est présente même si, dans les cas mésopotamien et grec, l'existence d'esclaves questionne l'idée de justice et sa pratique. En Grèce, où les hommes importants se dédient à l'administration, et où les riches vivent de leurs rentes et ne travaillent pas, le marché est une affaire de pauvres (ceux qui sont obligés de travailler pour vivre). C'est un marché (sphère des transactions privées) distinct de l'agora (sphère politique) et de l'acropole (sphère religieuse).

¹⁴ Berzbakh, Pierre, *Histoire de l'économie*, op. cit., p. 10.

1.3 DU MARCHÉ POPULAIRE AFRICAIN...

Quiconque voyage en Afrique tombe un jour ou l'autre sur des marchés populaires, urbains ou ruraux. Un jour ou l'autre parce que ces marchés, notamment en zones rurales, ne se tiennent pas tous les jours. Ils sont épisodiques, limités dans le temps et dans l'espace.

En zones rurales, le marché populaire africain a lieu un jour spécifique de la semaine, le « jour du marché ». C'est une référence calendaire bien localisée, au cours de laquelle vendeurs et acheteurs se donnent rendez-vous pour du troc, des traitements de dettes, des ventes et des achats au comptant ou à terme. Les prix se discutent tête à tête, corps à corps, arguments contre arguments, à haute et intelligible voix. Outre cela, le marché se matérialise par des camions garés dans tous les sens et des klaxons qui crépitent et s'entremêlent aux cris d'enfants courant entre les sacs de charbon du bougnat.

Mais le marché populaire africain, ce sont aussi des porteurs en sueur, musclés, torses nus en train de débarquer des objets dont le marchandage commence avant qu'ils ne prennent place sur le comptoir du marchand. Ici en langues locales, là en français, en anglais ou en portugais, des vendeurs hèlent des clients de passage. Partout, des étalages tapissent le sol. Sur eux reposent une multitude de produits vivriers multicolores qu'on peut examiner dans tous les sens. Des femmes vous accueillent en souriant avec, parfois, leur bébé à califourchon sur le dos. Plus loin, ce sont des moutons, des chèvres, des canards et des poules qui se nourrissent de marchandises environnantes en attendant que leur sort soit scellé. Le marché populaire africain n'est pas discret. Il fait du bruit, il parle haut, il rit, il crie, il fabrique du marché et plus que du marché : c'est un lieu et un temps de grande sociabilité.

Le marché populaire africain véhicule rumeurs et informations – il en reçoit aussi. C'est un marché *non permanent* car il s'achève en fin de journée. Il est aussi *non spécialisé* parce que tout ce que des hommes, des femmes et des enfants peuvent y vendre et y acheter... s'y vend et s'y achète. Les femmes sont numériquement dominantes dans le segment de la vente en détail quand les hommes dominent celui de la vente de gros¹⁵.

Le marché s'achève au crépuscule du jour du marché. L'ambiance est aussi frénétique qu'aux petites heures du matin. C'est le moment des clients tardifs, les clients du soir. Ceux-là viennent faire leur marché à la fermeture, afin de profiter de la tendance à la baisse de certains prix en fin de journée. C'est aussi le moment où le vendeur du matin devient acheteur de ce qui lui manque en entérinant ainsi le caractère *circulaire* de l'échange. Tout compte fait, le paysan vient vendre ses produits agricoles pour, en retour, acheter du savon, une machette, un paquet de sucre, une hache, du sel ou une lime.

Le jour du marché s'achève. Les marchands, aidés de chargeurs, réembarquent leurs marchandises dans des camions, des charriots, sur leurs dos ou sur les têtes des femmes sans cesser un seul instant de discuter avec leurs clients du soir. C'est aussi le moment

¹⁵ Ngo Nyemb-Wisman, Martine Cécile, *Autonomisation des femmes dans un cadre de déficit de développement réel. Analyse des pratiques des Bayam-Sellam, détaillantes des marchés populaires de Yaoundé et de Douala au Cameroun*, Louvain-la-Neuve, PUL, 2017.

où arrivent chiens et chats errants qui se nourrissent des invendus mis à la poubelle mais encore consommables. Il faut déguerpier les lieux, les nettoyer et attendre le prochain jour du marché.

Ces caractéristiques se modifient quelque peu en zone urbaine. Si les femmes restent dominantes, le marché populaire des villes africaines devient, contrairement à celui des villages, permanent, quoique toujours localisé géographiquement. Il n'a plus lieu un seul jour de la semaine ou du mois, mais tous les jours parce que, contrairement aux villageois qui utilisent leurs plantations pour se nourrir, les citadins achètent tous les jours auprès de vendeurs dont le commerce devient une occupation professionnelle en continu.

C'est un marché qui devient aussi plus ou moins spécialisé. Il arrive qu'on ne vende plus de la viande de bœuf et les habits dans les mêmes emplacements, que les biens soient mobiles en fonction des intérêts en présence, contrairement aux pratiques villageoises. Outre les caractéristiques sus évoquées, la modernisation de l'Afrique par l'urbanisation semble transformer ses marchés populaires sous l'effet des modes de vie urbains. Dans les villes africaines, le marché populaire africain devient une activité continue, plus professionnalisée et plus présente dans le quotidien des citadins. Certains marchés populaires de la ville de Douala, capitale économique du Cameroun, ne distinguent plus le jour de la nuit.

1.4 ... AUX MARCHÉS MODERNES

La variante occidentale des marchés populaires africains semble encore exister. Elle prend la forme du marché de Noël, du marché hebdomadaire de certaines localités ou des brocantes épisodiques de quartiers où le marchandage assidu, le troc, la vente au comptant et la vente à terme sont aussi possibles.

On peut cependant souligner d'autres aspects du marché et des marchés dans le langage courant. Même si la localisation géographique reste parfois présente comme dans le cas des supermarchés ou des concessionnaires du secteur de l'automobile, le marché désigne tantôt un secteur (« marché de l'automobile », « marché du logement », etc.), tantôt l'existence d'une demande (« y a-t-il un marché pour ce produit ? »), tantôt une affaire juteuse (« il a gagné un marché »), tantôt une instance qui fixe les prix de référence (« le prix du marché »), tantôt une relation contractuelle (« passer un marché »), tantôt un système économique (« économie de marché »)¹⁶. Et l'on pourrait continuer longuement...

La discussion des prix tête à tête, corps à corps, arguments contre arguments, est moins prégnante que dans les marchés populaires africains. C'est l'*information standardisée* sur les produits vendus qui remplace l'information produite par des *rapports de proximité* construits le jour du marché à travers une sociabilité routinière. Même si le marché

¹⁶ Généreux, Jacques, *Introduction à l'économie*, Paris, Seuil, 2001.

moderne reste parfois localisé géographiquement, il devient plus éclaté dans l'espace en une multiplicité de marchés, répartis par produit spécifique (agences, concessionnaires, garages pour le marché de l'automobile par exemple), et moins enclins à tisser des rapports autres que commerciaux entre vendeurs et acheteurs. Le marché moderne est donc un marché qui soumet l'intersubjectivité à une exigence d'objectivité *via* une offre et une demande impersonnelles. Dans ce contexte, les rapports de proximité sont relégués à l'arrière-plan et, avec eux, tous les éléments ayant trait à la singularité humaine. Dans cette approche du marché, les êtres humains sont essentiellement des êtres anonymes. Genre, sexe et culture n'existent pas... sauf comme informations objectives permettant des ajustements mutuels et pouvant servir, le cas échéant, à établir des « segments de marché » pour les théoriciens du marketing. Entre ces êtres, il n'existerait ni discriminations ni rapports de pouvoir : chacune ou chacun est à l'égal d'autrui.

Mais faisons un pas de plus et entrons dans la *salle des marchés* d'une grande banque bruxelloise. Jointes les uns aux autres, les produits financiers – actions et obligations pour n'évoquer que les plus connus – constituent des marchés spécifiques qui, eux-mêmes, sont des réalités composites. Parallèlement, cette salle des marchés est un marché organisé car mis en place par une organisation, l'entreprise bancaire, dont il est un organe. En pratique, la salle des marchés repose sur la mise en relation d'un principe d'échange et d'un principe d'organisation. La salle des marchés de la grande banque bruxelloise est ainsi un marché organisé et unifié en un seul lieu, grâce aux nouvelles technologies de l'information et de la communication¹⁷. Les produits échangés y ont des noms familiers lorsqu'il s'agit de l'échange de monnaies : euro contre dollar, yuan contre yen, yen contre dollar, yuan contre euro à un prix de marché qui s'appelle le *taux de change*, c'est-à-dire le prix d'une monnaie exprimée en une autre monnaie. Mais ces produits peuvent aussi avoir des noms exotiques – « swaps », « futures », « primes », « *subprimes* », « options », etc. Les produits échangés sont des droits de propriété, des droits de recevoir des intérêts, des obligations de les payer, des droits ou des obligations d'achat suivant les termes des contrats de base, etc.

Et puis, il y a le travail... pour lequel il existe un marché spécifique. Est-ce une marchandise comme les autres avec une offre, une demande et un prix d'équilibre qui serait le salaire ? Rien n'est moins évident, car ce qu'on appelle offre et demande de travail concerne des informations sur des hommes et des femmes dont la rencontre est médiatisée par des agences de recrutement ou des structures nationales chargées de la lutte contre le chômage. Keynes pensait, dans *sa théorie générale de l'emploi, de l'intérêt et de la monnaie*, que le marché du travail n'existait pas en tant que marché autonome¹⁸. À ses yeux, il n'existerait que de façon indirecte et dépendante : seul ce qui se passe au niveau du marché des biens et des services détermine l'offre et la demande de travail, étant donné que c'est la production de biens et de services qui mobilise du travail. D'où la possibilité d'un marché des biens et services *en équilibre* dans une société en situation

17 Guesnerie, Roger, *L'économie de marché*, Paris, Le Pommier, 2013.

18 Keynes, John Maynard, *La théorie générale de l'emploi, de l'intérêt et de la monnaie*, Paris, Payot-Rivages [1936], 2017.

de *sous-emploi structurel*, le niveau de travail demandé par le marché des biens et des services pouvant y être inférieur à celui qui existe effectivement dans une société.

En outre, si l'idée que le travail puisse avoir un prix rebutait Karl Marx, il est tout aussi difficile de savoir de quoi on parle lorsqu'on parle du travail comme « marchandise ». Est-ce la capacité qu'a chaque individu de produire un bien ou un service *via* un investissement physique et/ou intellectuel ? Est-ce une expérience sensible où la subjectivité est fondamentale ? Est-ce une expérience relationnelle où la coopération et le conflit seraient à l'origine de toute la vie sociale ? Est-ce du temps passé à l'ouvrage ? Est-ce l'indicateur métrique et évaluatif des qualifications et compétences mobilisées ? Enfin, le marché du travail peut-il fonctionner sans un code du travail qui fixe les modalités de contrat, sans des règles qui régissent la subordination, sans un ensemble de droits et de devoirs ?

Une chose est certaine : le travail semble être le seul actif de ceux que Marx appelait les prolétaires. Il ne *s'accumule* pas comme le capital et ne *se diversifie* pas de la même manière que des actifs financiers. Sa manipulation par les marchés et les organisations, suivant les exigences de rentabilité du capital ou les impératifs de la rationalisation, a toujours des conséquences profondes sur les personnes, le tissu social, les communautés de vie. Le marché du travail semble ainsi plus une représentation concrète de l'*achat du travail par le capital* suivant les contraintes de rendement du capital que ce que serait la *soumission du capital aux exigences du travail humain* suivant les conditions de protection de l'intégrité des personnes. Qu'elle soit théorisée par les économistes libéraux ou marxistes, la relation entre le capital et le travail a toujours été une relation asymétrique. David contre Goliath...

1.5 LE MARCHÉ EN GÉNÉRAL : CONTEXTES ET DÉFINITIONS

1.5.1 *Des sociétés traditionnelles aux sociétés contemporaines*

Si nous revenons à la discipline économique, le XIX^e siècle se caractérise par une focalisation des travaux scientifiques sur la compréhension du marché. Ce dernier semble le résultat de la rencontre entre l'histoire des pratiques d'échanges au sein des sociétés et l'histoire de l'organisation capitaliste du monde¹⁹. Rencontre dynamique qui marque la formation et l'évolution des différentes figures du marché suivant la conjoncture civilisationnelle dominante et le mode de coordination des échanges afférent.

Une de ces figures du marché est décrite dans *La Grande Transformation*, l'ouvrage majeur de Karl Polanyi²⁰. Ce dernier montre, en se basant sur les travaux des

¹⁹ Le Velly, Ronan, *Sociologie du marché*, Paris, La Découverte, 2012.

²⁰ Polanyi, Karl, *La Grande Transformation. Aux origines économiques et politiques de notre temps*, Paris, Gallimard [1944], 1983.

anthropologues, que le marché dit « autorégulateur », c'est-à-dire qui se régulerait de lui-même et par lui-même après une quelconque perturbation, est plus une *exception* qu'une *règle* dans l'histoire de l'humanité. Les règles qui ont prévalu avant la révolution industrielle ont été, d'une part, celles d'un marché encasté dans des cadres sociaux, culturels et politiques et, d'autre part, celles d'une coexistence du marché avec d'autres modes de coordination des activités humaines que sont la réciprocité et la redistribution. C'est uniquement au XIX^e siècle que le marché s'arrache de ses assises anthropologiques et impose à celles-ci ses lois positives. Pour y parvenir cependant, il aura dû ériger le travail, la terre et de la monnaie en marchandises fictives. Ainsi, quoique de façon multiple et diversifiée, la révolution industrielle a entraîné le passage d'un marché inclus dans la société et dépendant d'elle à une société incluse dans le marché et dépendante de lui.

1.5.2 Du monde tripolaire au monde unipolaire

Avant la chute du mur de Berlin en 1989, le monde était économiquement structuré en trois pôles où la place du marché dans l'organisation de l'économie était variable :

1. Le bloc de l'Ouest composé de pays d'économies libérales. Le marché y était au centre de l'organisation de la vie économique aux côtés d'une planification dite « indicative » et « décentralisée ».
2. Le bloc de l'Est composé de pays d'économies dirigées. La planification y était « centralisée » et « impérative ». Elle occupait une place primordiale dans l'organisation de la vie économique aux côtés d'un marché considéré comme accessoire.
3. Les pays non alignés. Les marchés formels y étaient soit embryonnaires, soit encastés dans les structures sociales, soit dominés par d'autres formes de coordination. Ils coexistaient avec des « plans » ou des « programmes » de développement.

La chute du mur de Berlin a consacré la victoire théorique et pratique des économies libérales. D'après cette approche, le marché est censé occuper une place centrale et universelle dans l'organisation de la vie économique. Il est défini formellement comme suit : toute confrontation localisée ou non entre une offre et une demande, avec détermination des prix (salaire, prix des biens, taux d'intérêt, cours boursier) et des quantités (de travail, de production, de monnaie ou de titres). Par extension, un marché concerne : tout dispositif matériel ou immatériel permettant à des opérateurs de réaliser des échanges *via* des transactions. Il peut être infranational, national ou international. Il peut être formel ou informel, dans le cadre de l'économie souterraine ou de l'économie cachée (*hidden economy*).

Dans le cas d'un marché dit « concurrentiel », les prix et les quantités qui résultent de la rencontre entre offres et demandes sont des prix et des quantités *d'équilibre*, à la fois efficaces et optimaux par rapport à l'allocation des ressources. Les prix d'un marché dit « concurrentiel » jouent un rôle central. Ils ont un triple rôle :

- un rôle *informatif*, au sens où ils renseignent les agents économiques sur la qualité des biens et des services ;

- un rôle *allocatif*, au sens où ils indiquent les quantités de biens et services disponibles ;
- un rôle *distributif*, au sens où ils fixent la quantité de biens et services que chaque acheteur peut acquérir avec son pouvoir d'achat. Dans cette approche, le prix contient toute l'information !

1.5.3 Quelques cas limites : discontinuité du marché, continuité des échanges

Un marché peut disparaître en cas d'*asymétries d'informations majeures* entre vendeurs et acheteurs potentiels. C'est le cas du marché des véhicules d'occasion²¹ où juger de la qualité d'une bonne occasion est difficile pour l'acheteur... mais très facile pour le vendeur. Comme le montre George Akerlof, le marché des véhicules d'occasion est doublement menacé :

- du côté de l'offre, c'est un lieu que les vendeurs peuvent quitter parce que les bonnes occasions risquent de se vendre au même prix que les mauvaises ;
- du côté de la demande, les acheteurs incapables d'avoir des informations fiables sur les occasions vendues peuvent vouloir sortir du marché ou ne jamais y entrer.

Cependant, un marché peut également disparaître en cas de *symétries informationnelles majeures* entre acheteurs et vendeurs potentiels. Cela est possible dans le cas, par exemple, d'une situation avérée de déflation : celle-ci pousse tous les acheteurs potentiels à attendre la plus grande baisse des prix et donc à annuler le marché par ajournements successifs et récurrents de leurs achats.

Ces cas limites appellent quelques remarques complémentaires :

1. Dans les deux exemples considérés (marché des véhicules d'occasion et situation de déflation), les prix ne sont plus fiables, car ils ne sont plus le gage de la qualité des biens et services *via* l'information qu'ils véhiculent. D'où l'importance de la *confiance* dans les relations entre les agents.
2. Pour être effectif, un marché nécessite à la fois une différenciation des rôles et une asymétrie minimale, d'informations mais aussi de projets.
3. Parler de la disparition du marché, c'est faire allusion à un dysfonctionnement qui annihile son existence fonctionnelle, et parfois aussi son existence géographique. Ce dysfonctionnement peut être plus ou moins long sur le plan fonctionnel. Il peut aussi être de courte durée ou définitif sur le plan géographique. Le marché d'une chose peut aussi disparaître parce qu'elle devient moins rentable qu'une autre ou un autre marché de même profil. Situation qui fait disparaître son offre, sa demande ou les deux à la fois.

21 Bacache-Beauvallet, Maya et Montoussé, Marc, «G. Akerlof 1970. Le marché des lemons : incertitude sur la qualité et mécanismes de marché», *Textes fondateurs en sciences économiques depuis 1970*, Paris, Bréal, 2003, p. 9-22.

4. La disparition du marché n'entraîne pas automatiquement celle de l'échange, qui peut se poursuivre suivant d'autres modalités non marchandes. Par exemple, une voiture d'occasion peut se vendre de gré à gré par la technique du bouche-à-oreille en contournant aussi bien le lieu (géographique) que le dispositif (matériel) nécessaire à la transaction. Dans ce cas, la vente elle-même peut ne pas avoir lieu : la circulation des biens d'occasion peut répondre à un désir de prestige, d'identité, de solidarité, de don... Ainsi, une voiture d'occasion déclassée en Belgique – elle ne passe plus le contrôle technique – peut faire l'objet d'un don communautaire par un Africain vers la famille restée au pays, où le véhicule pourra encore être utilisé pendant 2 à 3 ans. En retour, celui qui a envoyé la voiture reçoit la reconnaissance de la communauté, et la solidarité que cela implique. Solidarité dont il bénéficiera lorsqu'il se rendra dans sa communauté d'origine. Tu donnes, tu reçois : c'est la logique du « don/contre-don » définie par l'anthropologue Marcel Mauss dans son fameux *Essai sur le don*²².

1.6 LE MARCHÉ COMME ENVIRONNEMENT DOMINANT, MAIS NON EXCLUSIF, POUR LES ORGANISATIONS : UNE DIVERSITÉ DE PERSPECTIVES

Très souvent, l'analyse dominante des organisations réduit celles-ci à l'entreprise, unité fondamentale de production au sein d'une économie de marché. Cette dernière devient alors le seul cadre pris en compte lorsqu'on évoque l'environnement de l'organisation. Cela est lié, en grande partie, au fait que l'analyse standard de l'entreprise se fait sous l'hypothèse *ceteris paribus*, toutes choses étant égales par ailleurs. Hypothèse qui neutralise l'existence d'autres environnements et d'autres types d'organisations possibles, à l'exception du marché et de l'organisation marchande. L'objectif à la base de ce manuel est de prendre le réel au sérieux et de mettre en exergue la pluralité des environnements (marchands, non marchands, etc.) et, par voie de conséquence, la pluralité des types d'organisation.

1.6.1 L'absence de marché

Elle se caractérise par l'inexistence d'un des paramètres qui assurent le fonctionnement du marché et donc son existence : c'est la dimension fonctionnelle de l'environnement non marchand. Le problème d'organisation qui découle de cette situation est l'absence d'une demande solvable si l'organisation est une organisation marchande. Il faut soit créer cette demande solvable pour l'entreprise marchande, soit chercher comment satisfaire la demande non solvable par des innovations sur les modalités de paiement et de dispositifs particuliers. Une organisation marchande peut donc évoluer dans un

²² Mauss, Marcel, *Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*, Paris, PUF [1924], 2012.

environnement non marchand. C'est le cas historique du pacte colonial, organisation commerciale autarcique, qui produisait en Afrique des produits destinés au marché métropolitain mais sans marché africain car sans demande africaine de cette production. C'est aussi le cas contemporain des entreprises du groupe Bolloré qui produisent de la matière première pour les biocarburants en Afrique sans demande africaine et donc sans marché africain des biocarburants. L'absence de marché peut donc parfois constituer un grand avantage économique pour l'organisation marchande qui exploite en deçà du prix du marché des facteurs de production (travail, terre, minerais...) pour augmenter ses profits dans des marchés situés hors de son environnement de production.

1.6.2 Le hors-marché

Dans ce cas de figure, le marché existe mais l'organisation évolue en dehors de lui : ceci renvoie à une situation où coexistent des organisations *insiders* qui opèrent à l'intérieur du marché et des organisations *outsiders* qui se trouvent à l'extérieur mais gardent des liens fonctionnels avec lui. C'est le cas des coopératives en économie sociale au sein des économies de marché²³.

À titre d'exemple, une organisation non marchande d'échange de livres de seconde main peut connaître une baisse de son nombre de nouveaux livres à cause de la hausse du prix du livre, alors qu'elle fonctionne en dehors de ce marché. Elle peut aussi attirer plus d'adeptes écologistes sensibles, au fait que la fabrication de nouveaux livres à la suite de la demande n'est pas sans effet sur la déforestation responsable du dérèglement climatique. Pour rappel, le non marchand vise un ajustement non lucratif de l'offre, de la demande et du prix inhérent. C'est aussi le cas d'une maison de repos du CPAS qui fonctionne au sein du marché belge des maisons de repos, dont certaines sont des organisations marchandes. Un des problèmes pour l'organisation non marchande peut être celui de l'isomorphisme marchand. Il s'agit du processus contraignant qu'induisent le marché et ses institutions sur des organisations *outsiders* par rapport à lui, de façon à forcer celles-ci, afin d'éviter leur disparition, à ressembler aux autres organisations marchandes du même domaine qu'elles et soumises aux mêmes conditions environnementales. Cela a pour résultat une baisse drastique des différences entre organisations marchandes, dont le hors-marché devrait être l'environnement, et l'organisation marchande, dont le marché est l'environnement de prédilection.

En conséquence, autant le *hors-marché* comme environnement connaît l'impact du marché comme environnement économique dominant d'une économie de marché, autant le fonctionnement et les objectifs d'une *organisation non marchande* connaissent l'impact concurrentiel d'une organisation marchande évoluant dans le même domaine qu'elle.

²³ Bidet, Éric, « L'insoutenable grand écart de l'économie sociale. Isomorphisme institutionnel et économie solidaire », *Revue du Mauss*, n° 21/1, 2003, p. 162-178.

1.6.3 Un environnement marchand défaillant

Notons enfin que les organisations marchandes peuvent exister alors que le marché est défaillant dans de nombreux domaines.

L'analyse économique néoclassique a, pendant longtemps, présenté l'organisation marchande comme un simple facteur de production où pénétraient des *inputs* et sortaient des *outputs* sans expliquer les raisons de ce mouvement. Sortir d'une telle représentation, où l'organisation est une « boîte noire », a poussé de nombreux économistes, dont Kenneth Arrow, à soutenir que les organisations dépendent de la circulation de l'information et de l'existence d'une information imparfaite. Plus précisément, les organisations marchandes sont pour lui un « moyen de tirer parti de l'action collective lorsque le système des prix est défaillant²⁴. » Il s'agit de comprendre pourquoi les prix considérés comme fiables dans le modèle néoclassique sont défaillants. De cette interrogation découlent deux hypothèses supplémentaires :

- l'hypothèse de Ronald Coase soutient que l'existence d'organisations marchandes permet de « zapper » le marché parce que celui-ci est coûteux. Coûts de recherche et de collecte de l'information, coûts de transaction et coûts de négociations : « En créant une organisation et en permettant à une autorité de répartir les ressources, certains coûts peuvent être évités²⁵ » ;
- l'autre hypothèse émise par Frank Knight soutient qu'on évite le marché au profit des organisations marchandes parce que l'incertitude y est trop grande. L'horizon des transactions de marché ne permet pas aux capitalistes de faire de prévisions fiables. Autrement dit : « Avec une nature humaine telle que nous la connaissons, il serait irréalisable ou bien peu fréquent qu'un individu se porte garant vis-à-vis d'un autre d'un rendement précis de ses activités sans que lui soit accordé le pouvoir de diriger son travail. Et d'un autre côté, la seconde personne ne se placerait pas sous la direction de la première sans une telle assurance [...]. Le résultat de ces spécialisations diverses est le système d'entreprise et de salaire de l'industrie²⁶. »

Ces deux hypothèses montrent que le capitalisme organisationnel n'est pas le marché. Que les marchés ne sont pas parfaits, car les prix ne sont pas toujours fiables pour le capitaliste. Ce dernier fait ainsi appel à l'organisation marchande pour pallier ce manque de fiabilité accentué par le court terme des décisions marchandes. En outre, le pouvoir hiérarchique, le pouvoir de coordination et la confiance interpersonnelle, qui sont autant de dimensions absentes du marché concurrentiel et de l'entreprise considérée comme une simple « boîte noire », sont mentionnés par Knight. Son travail montre l'importance de la rationalité substantielle dans le fonctionnement de l'organisation marchande et du capitalisme organisationnel.

24 Arrow, Kenneth, « The economic implications of learning by doing », *Review of Economic Studies*, vol. 29, n 2, 1962, p. 155-173.

25 Coase, Ronald H., « The Nature of the Firm », *Economica*, n° 4, novembre 1937, p. 386-405.

26 Knight, Frank H., *The Ethics of Competition and Others Essays*, Londres, George Allen & Unwin, 1935.

Face au défi écologique, ce livre offre une analyse approfondie et pratique des phénomènes économiques.

Thierry Amougou

est professeur d'économie à l'UCLouvain. Il est l'auteur, notamment, de *L'esprit du capitalisme ultime* (PUL, 2018) et *Qu'est-ce que la raison développementaliste ?* (Academia, 2020).

Matthieu de Nanteuil

est professeur de sociologie à l'UCLouvain. Il est l'auteur, notamment, de *Rendre justice au travail* (PUF, 2016) et, en collaboration avec Anders Fjeld, du *Monde selon Adam Smith* (PUF, 2022).

A l'ère de l'Anthropocène, ce manuel propose de réfléchir aux bases relationnelles des phénomènes économiques, c'est-à-dire à l'ensemble des relations qui sous-tendent le fonctionnement concret des organisations et des marchés.

Son originalité tient en quatre points :

- Les auteurs développent une analyse socio-économique des organisations et des marchés et dépassent, de ce fait, la spécialisation disciplinaire.
- Ils en proposent une lecture plurielle, à travers les quatre paradigmes suivants : utilitarisme et critique sociale, systèmes et structures, régulations et conventions, savoirs et identités.
- Ils évaluent la capacité de chaque paradigme à fournir des arguments critiques et nourrir des propositions d'action.
- S'inscrivant dans une perspective postcoloniale, ils alimentent leur propos de nombreux exemples issus de l'Afrique subsaharienne.

Ce manuel est un support indispensable, non seulement pour les étudiants en sciences économiques et de gestion, en sciences sociales et en sciences du travail, mais aussi pour toute personne qui veut comprendre la réalité économique et agir de façon concrète en vue d'un monde plus juste et plus soutenable.

RESSOURCES NUMÉRIQUES



Étudiants : Grâce aux QR Codes, accédez à des développements complémentaires et des études de cas.

Enseignants : Identifiez-vous à l'adresse <https://www.deboecksuperieur.com/site/345263> et accédez à des PowerPoint.

ISBN : 978-2-8073-4526-3



9 782807 345263

deboeck
SUPÉRIEUR

www.deboecksuperieur.com

L

M

D

Dans le cadre du Système Européen de Transfert de Crédits (E.C.T.S.), ce manuel couvre les niveaux Licence (Baccalauréat/Bachelor) et Master.