



**HAL**  
open science

## Compte-rendu de l'ouvrage "Le Marché. Histoire et usages d'une conquête sociale

L.Fontaine.Gallimard,Paris(2014).464pp."

Jeanne Lazarus

### ► To cite this version:

Jeanne Lazarus. Compte-rendu de l'ouvrage "Le Marché. Histoire et usages d'une conquête sociale L.Fontaine.Gallimard,Paris(2014).464pp.". Sociologie du Travail, 2014, 56 (4), pp.517-519. <10.4000/sdt.2020>. <hal-02169595>

**HAL Id: hal-02169595**

**<https://sciencespo.hal.science/hal-02169595v1>**

Submitted on 3 Jul 2019

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire HAL, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons CC BY-NC-ND 4.0 - Attribution - Non-commercial use - No Derivative Works - International License

**Le Marché. Histoire et usages d'une conquête sociale, L. Fontaine. Gallimard, Paris (2014). 464 pp.**

Le marché est-il une bonne ou une mauvaise chose ? La marchandisation ouvre-t-elle de nouveaux possibles, ou met-elle en danger les valeurs de l'humanité ? Laurence Fontaine, historienne, spécialiste du colportage et du crédit dans l'Europe moderne, apporte sa contribution à ces questions par une synthèse qui entend couvrir les cinq continents, de l'Antiquité à nos jours. Elle poursuit un programme amorcé dans *L'Économie morale* (Fontaine, 2008), qui consiste à montrer la force révolutionnaire du marché face aux « sociétés à statut ».

Les quatre premiers chapitres sont consacrés à présenter la façon dont les marchands se sont progressivement imposés en luttant contre les pouvoirs des sociétés à statut : la religion (chapitre I) ; les pouvoirs formels et les règles édictées par les puissants dans les différents territoires, qui ont mis les plus pauvres, les femmes, les étrangers à l'écart du commerce (chapitres II et III) ; enfin les statuts eux-mêmes, qui distordent l'acte marchand, empêchant l'égalité de tous devant le crédit et l'accès à la monnaie et laissant place à la corruption et à l'enrichissement de quelques-uns (chapitre IV). Ces obstacles doivent être levés pour que le marché joue pleinement son rôle démocratique et permette à chacun de profiter de ses potentialités. Le chapitre V est consacré au rôle du marché dans la lutte contre la pauvreté et reprend une thèse classique, d'Adam Smith à Simmel, sur le pouvoir libérateur du marché : les sans-statuts, les opprimés, les étrangers, les pauvres, n'ont que le marché à leur disposition pour transformer les structures sociales qui les étouffent.

L. Fontaine n'ignore pourtant pas que les logiques marchandes peuvent aussi générer de la domination et de la violence : le chapitre VI est consacré aux « tricheries » et aux « violences » (p. 242) quand le chapitre VII revient sur la crise des tulipes et parle des bulles spéculatives. L'auteur précise néanmoins ne pas vouloir « ajouter [...] au chœur des pleureuses à seule fin de stigmatiser trop facilement le marché sans autre idée d'une alternative, mais plutôt pour aider à penser des éléments correcteurs qui rendent le marché à sa destination première : un bien

public ouvert à tous » (p. 254). À cette fin, il faut « un peu moins de naïveté sur les bienfaits du libre-échange » (p. 270) et un peu plus de régulation de la finance.

Le sujet et les données traités sont de grand intérêt. Ils participent à l'effervescence actuelle pour l'analyse de la philanthropie, des fondations, des projets « sociaux » ou « écologiques » des entreprises, liée notamment à la diminution des États-providence. Par ailleurs, L. Fontaine invite à ne pas penser l'informel en économie comme un détournement du formel, mais à voir au contraire que l'informel est premier et que la formalisation dessine un chemin particulier, le plus souvent adapté aux intérêts et modes de fonctionnement des plus puissants. Enfin, l'apport majeur de l'ouvrage est de montrer que le marché doit être observé par ses usages.

Pourtant, cet essai pose plusieurs problèmes majeurs. Le premier concerne la méthode. Le plus souvent, des exemples tirés de l'époque moderne européenne servent à montrer que des logiques similaires sont à l'œuvre dans les pays non européens contemporains. Toutefois, les deux époques ne sont pas traitées à égalité : quand pour l'Europe moderne l'historienne s'appuie sur son savoir épais et ses nombreuses recherches, les sources qu'elle mobilise pour parler de l'époque contemporaine sont essentiellement des articles de presse, et le niveau de généralité de l'analyse laisse parfois perplexe, telle cette phrase à propos des vendeurs de rue : « les grandes avenues africaines offrent plus de possibilités que les villes d'Asie où la formation urbaine est dense » (p. 97). Ne respectant pas les règles habituelles de prudence qu'impliquent les comparaisons, L. Fontaine multiplie des juxtapositions sans s'attarder sur les liens qui unissent ses exemples, risquant souvent l'anachronisme et la simplification abusive, par exemple lorsqu'elle met en parallèle les réseaux de colporteurs migrants du Moyen Âge et de grandes entreprises asiatiques comme Samsung au prétexte que les deux organisations sont nées initialement de réseaux familiaux.

De plus, les travaux universitaires existants qui pourraient étayer ses analyses ne sont que rarement cités. Les travaux d'économistes, sociologues et anthropologues qui ont écrit sur les thèmes voire sur les objets traités par le livre, et y ont souvent apporté nuances et critiques, ne sont quasiment pas évoqués. Par exemple, L. Fontaine vante les usines de yoghourt de Danone au Bangladesh, l'un des symboles du *social business*, c'est-à-dire de l'investissement des entreprises dans des productions destinées aux plus pauvres. Le projet tient compte des modes de vie locaux, du pouvoir d'achat des personnes, et emploie une partie des clients potentiels ; il semble idyllique. Mais des enquêtes de terrain en ont relaté d'autres faces : produits onéreux et vendus selon des méthodes discutables ; concurrence déloyale pour les productions locales ; répartition salaire/capital moins généreuse qu'annoncé, etc. (Servet, 2012). Le silence sur ces enquêtes critiques et la restriction des sources à des articles de journaux ou des rapports écrits par les multinationales présente un point de vue très partiel. C'est le cas lorsque l'auteur explique les difficultés de Veolia pour mettre en place un système de purification des puits en Inde par la difficulté à « court-circuiter les notables » (p. 231), représentants du mal puisque disposant de « statuts ». Or, des chefs de village pauvres sont-ils des notables plus méprisables que des cadres de multinationales occidentales ? Pourquoi les initiatives occidentales sont-elles meilleures que les organisations sociales préexistantes ? La structure du livre invite le lecteur à la conclusion suivante : les Occidentaux ont connu ces situations il y a plusieurs siècles, ils sont donc experts pour les améliorer. À aucun moment L. Fontaine ne s'interroge sur l'évolutionnisme et l'ethnocentrisme que sous-entendent ses comparaisons, ce qui produit souvent un fort sentiment de gêne. Il est très frappant que ni le colonialisme, ni l'esclavage, pourtant centraux dans l'histoire du libéralisme et du développement économique du monde occidental depuis cinq siècles<sup>1</sup>, ne soient évoqués

<sup>1</sup> En contrepoint de l'ouvrage de L. Fontaine, on peut se référer utilement à Losurdo (2013).

dans l'ouvrage, et que L. Fontaine ne réfléchisse à aucun moment au caractère néo-colonial de certaines opérations qu'elle met en avant.

Enfin, dans les deux derniers chapitres, qui critiquent l'appropriation privée du marché et « un environnement économique mortifère pour les populations », L. Fontaine présente une rhétorique bien connue, que Frédéric Lordon (2003) a brocardée dans son ouvrage au titre ironique, *Et la vertu sauvera le monde* : le marché en lui-même serait une source intarissable de bienfaits, les problèmes viendraient du comportement malintentionné de quelques-uns, fraude, corruption, conflits d'intérêts, etc. L. Fontaine plaide pour que le marché soit considéré comme un bien public et ancré dans les droits de l'homme (p. 342), sans jamais opérationnaliser ce programme. Malgré son ambition normative, elle ne discute pas avec les théories économiques et s'affranchit des débats contemporains sur les formes du capitalisme et du partage des profits.

En réalité il manque à cet ouvrage, et cela est paradoxal, une historicisation du marché comme du libéralisme : sous l'Ancien Régime, défendre l'échange marchand contre les privilèges de la noblesse avait des potentialités révolutionnaires et pouvait représenter des formes de progrès social et de diminution des inégalités. En faire aujourd'hui le panégyrique est un peu court. L'urgence ne semble pas à lutter contre les forces réactionnaires de l'aristocratie et ses privilèges sociaux, mais plutôt à réfléchir aux nouvelles inégalités et aux statuts dominants que certains ont acquis grâce au marché. Si les luttes sociales actuelles passent parfois par l'accès au marché en tant que tel, les enjeux essentiels semblent désormais de dessiner les voies de cet accès et du partage des richesses, comme l'a fait Thomas Piketty (2013).

## Références

- Fontaine, L., 2008. *L'Économie morale. Pauvreté, crédit et confiance dans l'Europe préindustrielle*. Gallimard, Paris.
- Lordon, F., 2003. *Et la vertu sauvera le monde, Raisons d'agir*. Paris.
- Losurdo, D., 2013. *Contre-Histoire du libéralisme*. La Découverte, Paris.
- Piketty, T., 2013. *Le Capital au XXI<sup>e</sup> siècle*. Le Seuil, Paris.
- Servet, J.-M., 2012. *Le social business et la société de consommation pour les pauvres*. In: Guérin, I., Selim, M. (Eds.), *À quoi et comment dépenser son argent ?* L'Harmattan, Paris, pp. 15–39.

Jeanne Lazarus  
*Centre de sociologie des organisations (CSO), CNRS – Sciences Po, 19, rue Amélie, 75007  
Paris, France*

*Adresse e-mail : j.lazarus@cso.cnrs.fr*

Disponible sur Internet le 30 juillet 2014