

COLLECTION " LU POUR VOUS "

n°3 - septembre 2020

Les relations marchandes face au don

Perspectives à partir des livres
de Marcel Mauss, Florence Weber
et Michèle de la Pradelle

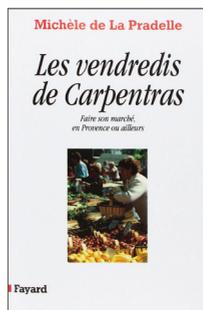
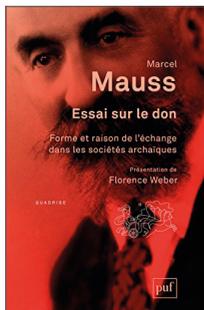
leDoTank

en partenariat avec



Perspective thématique rédigée par **Raphaël HANUS**

(ENS Paris-Saclay) à partir de :



- *Essai sur le don : formes et raisons de l'échange dans les sociétés archaïques*, 1925, M. Mauss
- *Transactions marchandes, échanges rituels, relations personnelles. Une ethnographie économique après le Grand Partage*, *Genèses*, 2000/4 (n° 41), p. 85-107, F. Weber
- *Les Vendredis de Carpentras*, 1996, M. de la Pradelle

La collection " Lu pour vous "

La collection « Lu pour vous » propose des synthèses de travaux académiques qui font référence sur des questions liées à la Responsabilité Sociale et Sociétale des Entreprises (RSE).

Chaque thématique a vocation à être abordée par des auteurs ayant des opinions contrastées.

Ces notes de synthèse ne présentent pas un avis du DoTank et n'engagent pas sa responsabilité quant aux points de vue exprimés : elles n'ont d'autre ambition que de mettre à la disposition du lecteur des ressources pour sa réflexion et de lui donner envie d'aller plus loin dans la découverte des ouvrages et de leurs auteurs.

Les relations marchandes face au don

La construction sociale des échanges

1.

L'universalité de l'échange de type marchand, une évidence en sursis

Nous sommes peu portés à interroger les formes de pratiques et les modes d'action auxquels nous sommes confrontés chaque jour de notre vie, nous n'y prenons pas garde car ils se fondent dans le tissu muet de notre quotidien, n'existant qu'à l'état d'habitudes familières et inconscientes. Les relations marchandes dans et par lesquelles des agents économiques se trouvent mis en relation et font circuler des biens entre eux contre monnaie relèvent pour nous, peuples modernes, de ce domaine obscur.

L'idée même d'une action économique, mue par l'intérêt calculateur et la volonté de profit ne nous pose pas de problème, elle nous apparaît bien plutôt comme un invariant anthropologique, une dimension de la « nature » humaine. À rebours de cette familiarité qui est bien souvent synonyme d'une ignorance qui s'ignore comme telle, et fait par là même obstacle à la connaissance de notre condition, poser des questions comme : qu'est-ce qu'une relation marchande ? Comment parvient-elle à émerger et à se clore ? Sur quels types de dispositifs s'appuie-t-elle ? C'est refuser de naturaliser ce type de relation pratique pour la renvoyer à ce qu'elle est véritablement, à savoir, une forme

particulière de relation sociale, ayant une historicité, donc une date d'apparition historiquement assignable et des conditions sociales de possibilité.

Dans le courant de la sociologie économique, l'ethnologie économique permet de réaliser ce programme d'analyse qui consiste à ôter leur évidence aux échanges de type marchand, si caractéristiques des sociétés modernes. Cette sous-discipline s'intéresse en effet aux formes d'interactions ritualisées qui rendent possible les transactions marchandes et par lesquelles celles-ci prennent les caractéristiques qu'on leur connaît, à savoir : l'impersonnalité - c'est-à-dire le fait que, lorsque j'échange, je ne me détermine par rapport au seul prix et non par rapport à des caractéristiques personnelles du vendeur ou de l'acheteur ; l'irréversibilité - étant entendu que, lorsque je vends un bien contre de l'argent, je me l'aliène de manière définitive - ; l'immédiateté - l'échange marchand ayant la particularité d'être un échange qui n'est pas différé dans le temps, la transaction s'y réalise immédiatement. Cet article sera donc l'occasion de mesurer les apports de travaux fondateurs en la matière, notamment ceux du célèbre anthropologue Marcel Mauss.

2.

L'analyse des formes de l'échange par Marcel Mauss, un moyen de faire apparaître les traits saillants de l'échange marchand caractéristique des économies modernes.

La relation marchande telle que nous la connaissons se construit en quelque sorte par-dessus cette forme élémentaire d'interaction qu'est la transaction, celle-ci pouvant être définie comme une action réalisant un double transfert, distincte en cela de toutes les interactions réalisant un transfert simple, sans contrepartie. La relation marchande a ensuite pour caractéristique de mettre en jeu une monnaie, condition nécessaire mais non suffisante à sa caractérisation, dans la mesure où tout transfert monétaire n'est pas marchand, on peut penser ici au don d'argent à visée caritative. La relation marchande est donc d'abord définissable par une transaction monétaire, elle est en outre immédiate.

Ce caractère temporel d'immédiateté permet de la distinguer d'autres types de relations possibles entre les individus telles que le don. En effet, si l'on suit l'anthropologue M. Mauss dans son célèbre *Essai sur le don : formes et raisons de l'échange dans les sociétés archaïques* (1925), le don est caractérisé par la triple obligation morale de donner, de recevoir et de rendre, il crée donc un rapport de dette du donataire vers le donateur. Cela est dû au fait que le don n'est pas clos sur lui-même comme l'est la transaction marchande. Avec le don, c'est comme si le donateur restait en quelque sorte propriétaire en puissance du bien qu'il a donné (les anthropologues parlent de « réification incomplète

des objets » pour qualifier cette aliénation partielle inhérente aux objets donnés), il détient par là même un pouvoir de reprendre qui place le donataire dans une posture de débit envers lui. Le don ainsi défini n'est donc pas conforme à l'image convenue du don pur qui est la nôtre, il est simplement une espèce d'échange qui a la particularité d'enregistrer un écart temporel entre le moment du transfert et celui du contre-transfert.

Aussi, au contraire de ce que l'on pourrait croire, le don n'est pas l'ancêtre de l'échange marchand auquel il aurait cédé la place avec l'avènement de l'économie de marché moderne, il est simplement une autre forme de l'échange qui coexiste encore de nos jours avec les échanges marchands. Comme l'écrit Mauss : « *Il est possible d'étendre ces observations à nos propres sociétés. Une partie considérable de notre morale et de notre vie elle-même stationne toujours dans cette même atmosphère du don, de l'obligation et de la liberté mêlés. (...) Nous n'avons pas qu'une morale de marchands. Il nous reste des gens et des classes qui ont encore les mœurs d'autrefois et nous nous y plions presque tous, au moins à certaines époques de l'année ou à certaines occasions. Le don non rendu rend encore inférieur celui qui l'a accepté, surtout quand il est reçu sans esprit de retour. (...) Dans cette vie à part qu'est notre vie sociale, nous-mêmes, nous ne pouvons « rester en reste » comme on dit encore chez nous. Il faut rendre plus qu'on a reçu.* » (Essai sur le don, p. 258).

De ce point de vue, il existe un *continuum* entre le don pur, le don maussien et l'échange marchand, ceux-ci se différenciant simplement en fonction du type d'écart temporel qu'ils enregistrent entre le transfert et le contre-transfert : si l'écart temporel est nul, alors nous avons affaire à une opération ponctuelle et instantanée dont relève l'échange marchand et où le contre-transfert neutralise immédiatement le rapport de dette ; si un écart temporel existe, on est dans le cas du don et du contre don différé à la Mauss qui crée des liens relationnels de subordination tout le temps que dure l'écart ;

si, enfin, l'écart temporel est infini, on tombe sous le coup du don pur, du simple transfert, celui-ci mettant souvent en jeu une disproportion entre les entités transactantes, l'un des partenaires de l'échange étant supra humain ou transcendant (Dieu, un mort, un père), de telle sorte qu'on ne peut jamais vraiment lui rendre ce qu'il nous a donné (dette infinie). On peut penser dans ce dernier cas au schème de l'héritage qui est un don sans retour, même différé.

Ainsi, pour arriver à l'écart nul qui caractérise la transaction marchande, il faut établir une proportion par des dispositifs de mise en équivalence des objets échangés, d'où la place prise par la monnaie dans celui-ci, elle y joue le double rôle d'intermédiaire des échanges et d'étalon de mesure de la valeur.

De ce constat, la sociologue Florence Weber tire l'idée intéressante selon laquelle le marché lui-même peut être redéfini comme la mise en série de telles transactions marchandes ponctuelles : « *Pour lever l'ambiguïté, il peut être utile de substituer provisoirement à la notion de marché la notion de transaction marchande, qui correspond à la situation d'écart nul entre deux interactions : la transaction marchande en effet, tout comme l'échange rituel de verres de vin décrit par C. Lévi-Strauss, consiste à échanger deux objets strictement équivalents, ou plutôt un objet contre son équivalent (monétaire ou, dans le cas du troc ou du paiement en nature, matériel). Cette définition rend la transaction observable et permet de l'isoler comme unité d'observation pour se demander ensuite avec quoi il faut la mettre en série : avec d'autres transactions marchandes portant sur le même bien (c'est ce que font les économistes qui étudient la formation des prix) ou avec l'ensemble des interactions entre mêmes partenaires dont elle avait été préalablement extraite (l'économie tient compte de ces séquences à l'aide du concept de « coût de transaction ») » (Transactions marchandes, échanges rituels, relations personnelles, p. 97, F.Weber)*

3.

Les dispositifs permettant l'autonomie relative des transactions marchandes vis-à-vis des autres types d'interactions sociales.

Deux caractéristiques essentielles de la transaction marchande restent à expliciter, d'une part, sa relative autonomie qui veut que, dans une transaction de type marchand, le bien échangé soit évalué indépendamment de la relation entre les personnes qui l'échangent, donc d'une manière impersonnelle, et, d'autre part, son caractère fermé et affectivement neutre. La question qui se pose alors est la suivante : comment le collectif produit-il l'impersonnalité des transactions marchandes et par quels procédés neutralise-t-il les affects qui pourraient sinon les déterminer, de telle sorte que ces transactions jouissent d'une relative autonomie qui a pu les faire considérer comme une sphère de réalité autonome par la science économique ?

En effet, les conditions de succès d'une transaction marchande sont triples : il doit y avoir accord sur la définition de ce qui circule, donc production d'une convention ; un travail d'abstraction doit être réalisé pour quantifier la valeur des biens afin d'évaluer le plus finement possible leur équivalent monétaire, la monnaie jouant le rôle d'intermédiaire des échanges ; enfin, il faut que soient mises entre parenthèses les caractéristiques personnelles des coéchangistes par un processus de dépersonnalisation. Pour cela, il faut des équipements matériels (la monnaie) et cognitifs (les conventions sur la définition du bien, la capacité à calculer mentalement) qui cadrent l'échange marchand et

le construisent comme tel. En outre, il faut que l'échange se réalise entre deux étrangers ou assimilés. Prendre en compte tous ces éléments, c'est se doter d'une meilleure compréhension de ce que nous faisons, bref, c'est devenir conscient de cet inconscient qui régit si souvent notre agir le plus quotidien.

Comme le résume bien la sociologue Michèle de la Pradelle en exergue de son analyse des marchés de ville et de village :

« Toute la difficulté tient en fait à ce qu'on s'interdit ou qu'on oublie, par économisme irréfléchi ou refoulé, de considérer que l'échange marchand est lui-même en tant que tel un rapport social d'un certain type : qu'on négocie des truffes, des œuvres d'art ou des tomates, le transfert de biens et de valeurs définit une situation ou, dans un laps de temps donné, un lieu précis et pour cette activité-là, les acteurs se reconnaissent simplement comme des partenaires ou des équivalents, si inégaux que soient par ailleurs leur pouvoir ou leur statut ; ils acceptent les règles d'un jeu dont la première est qu'aucun d'eux ne peut s'y réclamer d'un avantage ou d'un privilège extérieurs à la situation d'échange ; certes, dans le jeu, chacun a sa donne (la qualité de la marchandise ou l'art de la faire valoir, le pouvoir d'achat, l'indifférence affichée, etc.) mais un joueur en vaut un autre. » (Les Vendredis de Carpentras, p. 15, Michèle de la Pradelle).

À propos

LeDoTank

LeDoTank est une association dont la vocation est de chercher à combler le déficit de connaissance et de compréhension de ce que sont les entreprises moyennes ; déficit qui touche tous les champs : gouvernance, RSE, financement, performance sociale, etc.

LeDoTank s'inscrit dans l'écosystème des entreprises moyennes en initiant des projets qui associent entrepreneurs, experts et chercheurs pour mieux identifier leurs enjeux propres et chercher à mettre en avant leur singularité afin de proposer des solutions adaptées. Il s'agit de contribuer au renouvellement de leurs pratiques et d'informer les décideurs des règles du jeu sur les spécificités de ces entreprises.

Pour progresser dans ces différentes voies, leDoTank peut compter sur ses partenaires : ce sont des entreprises ou des organisations consacrant des ressources – financières et/ou humaines – à la recherche de réponses concrètes aux enjeux sociétaux qui touchent leurs marchés ou leur environnement direct, mais aussi plus largement, l'intérêt commun.

Contact leDoTank

Christine BEYSSAC
Déléguée Générale
christine.beyssac@ledotank.com

Aca Nexia

Aca Nexia est un cabinet d'audit et conseil qui compte 250 professionnels parmi lesquels 21 associés. Son offre de services couvre l'audit, l'expertise comptable, l'externalisation (BPO), l'assistance aux transactions d'entreprises, le conseil opérationnel, la paie et la gestion sociale.

Les clients d'ACA Nexia sont majoritairement des ETI et des PME qui attendent des solutions pertinentes et de l'assistance pour les mettre en œuvre. Aca Nexia cultive ses valeurs de loyauté, compétence et partage, et fonde son indépendance sur une totale maîtrise de son capital par ses associés. Aca Nexia poursuit une stratégie de croissance maîtrisée fondée sur la présence de ses associés et managers sur le terrain, une offre de services évolutive, la généralisation du digital, une dimension internationale et le développement de la RSE tant en interne qu'au service de ses clients. Aca Nexia exprime sa responsabilité sociétale dans sa gouvernance et ses pratiques managériales, et est très heureuse d'accompagner leDoTank dans sa mission.

Contact Aca Nexia

François Mahé
Président
f.mahe@aca.nexia.fr

La collection " Lu pour vous "

n°1 : Les marchés à l'épreuve de la morale

n°2 : La nouvelle question laïque. Choisir la République

n°3 : Les relations marchandes face au don

leDoTank

36 Quai Saint Antoine,
69002 Lyon
www.ledotank.com