

COLLECTION " LU POUR VOUS "

n°1 - avril 2020

# Les marchés à l'épreuve de la morale

Perspectives à partir des livres  
de Viviana A. Zelizer, Natacha Tatu,  
Philippe Steiner et Marie Trespeuch

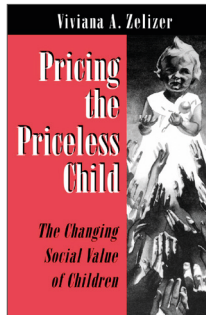
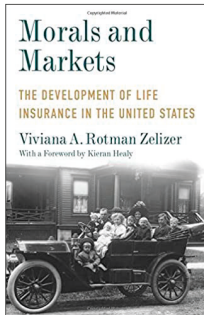
leDoTank

en partenariat avec



# Perspective thématique rédigée par **Raphaël HANUS**

(ENS Paris-Saclay) à partir de :



- *Morals and Markets. The Development of Life Insurance in the United States*, 1983, V. Zelizer
- *Pricing the Priceless Child. The Changing Social Value of Children*, 1985, V. Zelizer
- *La Fabrique des bébés : enquête sur les mères porteuses dans le monde*, 2017, N. Tatu
- *Marchés contestés : Quand le marché rencontre la morale*, 2014, P. Steiner et M. Trespéuch

---

## 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 marchés à l'épreuve de la morale.

Retour sur la notion de « marché contesté »

## 1.

### Culture, économie et morale sont-elles des sphères séparées ?

« Les affaires sont les affaires » nous répète-t-on incessamment. Manière tautologique d'affirmer que les relations marchandes seraient soumises à leur logique propre, une logique envisagée comme irréductible aux formes de rationalité qui régissent d'autres domaines de pratiques. En effet, au contraire des relations hautement personnalisées qui caractérisent les rapports entre les membres d'une famille et des relations formellement égalitaires qui sont celles du champ politique dans nos démocraties occidentales, les relations marchandes seraient des relations impersonnelles car médiatisées par cet intermédiaire réputé neutre qu'est la monnaie (celle-ci n'ayant, comme on le sait, « pas d'odeur »).

Échanger des biens à des fins de profits, peu importe leur nature (tout ce qui peut recevoir un prix est en effet un bien potentiel), constituerait l'*alpha* et l'*oméga* de ce domaine autonome que l'on appelle l'« économie » et qui rassemble l'ensemble des marchés. C'est cette série d'évidences bien ficelées que certains des travaux les plus importants de la sociologie économique française et américaine nous invitent à délier. Le propos du présent article est de les présenter succinctement afin de voir en quoi ils permettent de mettre en perspective certaines des modalités d'articulation entre économie et morale. Les ouvrages présentés seront, d'une part celui de la sociologue américaine Viviana Zelizer et, d'autre part, celui des français Philippe Steiner et Marie Trespeuch.

## 2.

### Qu'est-ce qu'un « marché contesté » ? Deux études de cas issus des travaux de V. Zelizer

Si l'on devait, d'une phrase, saisir la question fondamentale qui sous-tend l'ensemble du travail de V. Zelizer, on pourrait dire que celui-ci vise avant tout à montrer comment les transformations des marchés affectent les pratiques culturelles et réciproquement. V. Zelizer vise tout à la fois à rendre compte de la manière dont la culture d'une société affecte la construction des marchés et influence leur fonctionnement, mais aussi, comment, à l'inverse, l'économie affecte les pratiques culturelles. Elle nous permet ainsi d'entrevoir la diversité de manières d'envisager le lien marché-culture, ceci en mettant la focale sur les enjeux moraux liés à cette imbrication de l'économique et du culturel.

Pour faire ressortir l'encastrement culturel des marchés, elle étudie ce qu'elle appelle des « marchés contestés » tels que l'assurance-vie (*Morals and Markets. The Development of Life Insurance in the United States*, 1983) ou le marché aux bébés (*Pricing the Priceless Child. The Changing Social Value of Children*, 1985), deux cas limites qui permettent de montrer que le marchand et le nonmarchand sont inextricablement mêlés dans les relations économiques.

Dans le premier ouvrage, *Morals and Markets. The Development of Life Insurance in the United States* (1983), elle montre ainsi que l'assurance-vie a du mal à se développer aux États-Unis dans la deuxième moitié du XIX<sup>ème</sup> siècle

bien que ce soit un produit adapté au contexte : les classes moyennes sont de moins en moins propriétaires, les liens et solidarités au sein de la société américaine se sont distendus et le risque de mort s'en trouve spectaculairement augmenté. Néanmoins, quand bien même la situation objective semble toute disposée à la création d'un marché de l'assurance-vie, son développement est refusé au nom d'arguments d'ordre religieux : pour la morale puritaine alors dominante, il est tout bonnement impensable de s'assurer sur la vie, donc contre une « mort prématurée », car cela revient à se défier de Dieu en spéculant en quelque sorte sur la mort. Si le marché finit par se développer, c'est à la suite d'un changement des mentalités sous la pression de nouvelles idées promues par certaines sectes religieuses et de la mise en place de nouvelles méthodes de vente. Les caractéristiques du « bon père de famille » vont en effet être culturellement redéfinies, celui-ci apparaissant désormais comme celui qui a la prudence d'assurer la subsistance des siens dans l'éventualité où le Créateur déciderait de le rappeler à lui.

*Avec Pricing the Priceless Child. The Changing Social Value of Children* (1985), V. Zelizer montre cette fois-ci qu'entre 1870 et 1930, nous assistons à un changement culturel majeur dans les sociétés occidentales développées, à savoir la fin d'une appréciation des enfants en termes d'utilité économique au profit de leur valorisation affective. L'enfant passe ainsi du statut de force de travail à celui de petite merveille qu'il convient de tenir écartée de l'âpreté du monde des adultes. Or, cette transition culturelle va transformer le « marché aux bébés » de manière paradoxale car l'enfant désormais pensé comme inestimable (*priceless*) va néanmoins faire l'objet d'une commercialisation accrue à partir du début du XX<sup>ème</sup> siècle dans le cadre d'un marché noir. Auparavant, les mères pouvaient en toute légalité vendre leur bébé à des parents de substitution désireux de l'adopter.

Cela s'explique par le fait que le changement de mentalité qui s'est opéré a modifié la valeur culturelle de l'enfant, et, par là même, son prix potentiel : l'enfant-merveille est plus demandé que ne l'était l'enfant prolétaire. Zelizer se sert de trois institutions pour approcher les évolutions se faisant jour dans l'évaluation économique et affective de l'enfant : l'assurance des enfants, les indemnités pour préjudices causés par le décès d'un enfant et les tarifs pratiqués dans le cadre de l'adoption et de la vente d'enfants (que celle-ci soit légale ou non). Elle montre que si, avant 1870, la valeur économique de l'enfant était fondée sur sa capacité à travailler (aussi, il n'y avait pas véritablement de marchés des bébés, on cherchait plutôt à se débarrasser d'enfants non désirés et improductifs), dès lors que la valeur affective de l'enfant croît, son utilisation instrumentale devient contestable.

Mais cette transformation culturelle qui fait du bébé un individu sacré, affectivement inestimable, conduit à une montée en puissance de la demande d'enfants et à une raréfaction progressive de l'offre, donc à l'augmentation du prix des enfants, de leur valeur marchande. C'est en raison de ce double mouvement et du profit potentiel qu'il recèle qu'un marché noir se développe autour de cette marchandise si particulière. Dès lors, l'opinion américaine se trouve partagée entre les tenants d'un marché légal (pour faire cesser l'existence du marché noir qui existe de fait) et les tenants du don altruiste qui voient dans l'idée même d'un marché aux enfants légal un outrage moral ceci au nom du fait que la teneur du lien affectif avec un enfant acheté serait affaiblie, voire serait une dénaturation du lien « naturel » d'affection qui lie les parents biologiques à leurs enfants. Or, si l'on suit Zelizer, ce sentiment d'affection n'existe que depuis une date récente et procède d'un changement historique du regard porté sur l'enfant au cours du XIX<sup>ème</sup> siècle.

Néanmoins et comme on le voit, cette opposition schématique fait abstraction des facteurs sociaux et culturels qui organisent les marchés : d'une part, si l'on est en faveur d'un marché libre des enfants, il reste qu'il est difficile de faire abstraction de la nature spécifique de cette « marchandise ». Quand, d'autre part, la vision du marché qui est celle des tenants de l'altruisme nie la réalité des échanges dans la mesure où des marchés aux enfants existent bel et bien, même s'ils restent à l'état honteux ou larvé (ce sont des « marchés gris »), ce qui démontre bien que les transferts d'argent ne sont pas incompatibles avec l'adoption affective de l'enfant acheté.

Ainsi, et comme l'écrit V. Zelizer : ce marché « n'est qu'un exemple parmi d'autres qui montre que les relations sociales et les valeurs ne se soumettent pas passivement à un marché puissant et homogénéisant, mais que ce sont plutôt les différentes formes de relations sociales qui déterminent des marchés multiples en créant de façon dynamique de nouveaux modes d'échanges et de répartition. » (p. 24).

### 3.

## La tendance contemporaine est-elle à une multiplication des « marchés contestés » ?

D'après une journaliste comme Natacha Tatu, dans le contexte du néolibéralisme contemporain, le marché concurrentiel serait devenu un idéal à inscrire dans la réalité sociale au nom du principe d'efficacité. s'ensuivrait une multiplication des « marchés contestés », c'est-à-dire des marchés sur lesquels sont achetées et vendues des marchandises qui seraient l'objet d'intenses débats moraux. L'exemple pris par N. Tatu dans son ouvrage *La Fabrique des bébés : enquête sur les mères porteuses dans le monde* (2017) est celui de la gestation pour autrui, une pratique qui peut être vue aussi bien comme une marchandisation dégradante du corps humain que comme une possibilité acceptable de sortir de la misère. En France, l'ouvrage qui fait le point sur la question est celui dirigé par les sociologues Philippe Steiner et Marie Trespeuch et intitulé *Marchés contestés : Quand le marché rencontre la morale* (2014).

À partir de neuf cas d'étude (l'adoption, le tabac, les jeux d'argent, les poissons génétiquement modifiés, le cannabis, les organes à transplanter, les cadavres, la pornographie et les données personnelles numériques), ils montrent que les marchés contestés peuvent connaître différents états : ou bien exister et être en fonctionnement (c'est le cas du tabac), ou bien n'être qu'à l'état de potentialité (on peut penser ici aux données personnelles numériques), ou bien enfin ne pas parvenir à émerger (comme avec les organes à transplanter). La question qui se pose alors est celle des conditions d'apparition et du mode de fonctionnement des marchés contestés.



L'analyse proposée par le livre nous révèle que les controverses inhérentes à ces marchés naissent de désaccords sur la définition du bien commun, voire sur ce qui constitue les limites de la dignité humaine. Souvent, comme on le voit avec la vente des données numériques personnelles et avec les organes humains, ce qui est au coeur de la contestation est l'opération qui consiste à détacher des parties du tout que serait la personne pour ensuite leur donner un prix. Ainsi, c'est le caractère aliénable ou non de certaines choses qui se trouve mis en débat. Toute opération de marchandisation étant nécessairement une forme d'aliénation (au sens juridique du terme), la discussion porte *in fine* sur ce dont il est envisageable de se séparer.

Ces controverses sont donc intéressantes pour ce qu'elles révèlent des valeurs que le corps social et les gouvernements souhaitent maintenir ou promouvoir en les sortant de la sphère des échanges marchands. De même, ces controverses mettent en balance des arguments pour ou contre le marché qu'il importe de toujours comparer : les arguments en faveur du marché consistent pour l'essentiel dans l'idée que la marchandisation permettrait d'éliminer le commerce informel, de contrôler la qualité des produits et les types d'offreurs ; de même elle rendrait la taxation possible et permettrait de créer un appariement plus efficace entre offreurs et demandeurs.

À l'inverse, les arguments contre le marché mobilisent l'idée de potentiels dégâts liés à l'accessibilité incontrôlée et à l'offre plus importante de marchandises sensibles et susceptibles de mettre en danger des populations vulnérables — pour l'essentiel, les enfants, qui sont au centre de tous les débats sur les jeux d'argent, la pornographie, le tabac ou encore le cannabis, ceci au nom du fait qu'ils sont trop faibles pour résister à l'attrait de l'offre marchande.



# 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](http://www.ledotank.com)