

Les marchés agroalimentaires sont-ils des « marchés spéciaux » ?

Philippe Steiner
Université de Lille III
& IRISES, Université Paris IX-Dauphine
Philippe.Steiner@dauphine.fr

Il n'est pas fréquent pour un sociologue économiste de trouver écho à ses sujets de réflexions dans les interventions médiatiques des responsables des grandes organisations mondiales¹. Pourtant, en décembre dernier, on pouvait lire dans l'entretien accordé au journal *Libération* par Pascal Lamy, président en exercice de l'OMC, une affirmation selon laquelle, au sein des débats qui allaient s'ouvrir à Hong Kong, existait une position selon laquelle que les marchés agricoles étaient des marchés spéciaux. La formule « marché spécial » signifiant que le problème majeur de l'agriculture ne serait pas de produire des denrées agricoles, mais qu'en lieu et place les paysans seraient payés à entretenir le paysage et les ressources naturelles. Ce qui est bien spécial comme définition d'un marché spécial, car payer les individus à rendre un service à la collectivité plutôt que de produire des biens matériels ne fait pas d'un marché un marché spécial pour autant.

Le propos est d'examiner la notion de *marché spécial* telle qu'on peut la trouver dans l'ouvrage de Karl Polanyi (1944) *La grande transformation*. Ce propos s'inscrit dans le cadre de la sociologie économique, un domaine que je définirai, à la suite d'André Orléan (2005), comme les travaux visant à inscrire les faits économiques à l'intérieur des faits sociaux, ce qui signifie souvent dans la recherche concrète de prendre en compte *simultanément* les comportements intéressés et les relations sociales. Ce propos est aussi qualifié par le fait que, sociologue économiste, je m'intéresse plus particulièrement à une forme très spécifique assurément de transfert de ressources : le don d'organes à fin thérapeutique. Cela me conduit à privilégier certains rapprochements possibles entre la socio-économie de la santé et celle des marchés agroalimentaires.

Je procéderai en deux temps. Premièrement, je discuterai la définition polanyienne de la marchandise fictive et de sa définition du marché spécial, notion que je tacherai de prolonger pour y intégrer les marchés agroalimentaires. Deuxièmement, j'indiquerai certaines pistes qui

¹ Une première version de ce texte a été présentée au colloque "Les marchés agroalimentaires" organisé par Fabrice Dreyfus à l'INRA de Montpellier en mars 2006.

permettraient aux sociologues économistes de traiter des marchés agroalimentaires en tant que marchés spéciaux.

1. Les marchés spéciaux et les marchandises fictives

1.1. *Le marché comme mécanisme social*

Le marché entendu comme mécanisme social permettant de fournir à un nombre important d'individus les ressources dont ils ont besoin sans qu'intervienne une autorité centrale ou une norme de comportement d'origine morale, politique, esthétique ou religieuse est un phénomène dont on peut fixer l'émergence au 18^{ème} siècle. Il s'agit d'un *mécanisme social*, au sens où ce terme est utilisé dans la théorie sociologique contemporaine (Hedström & Swedberg 1998) puisque l'on a des mécanismes formateurs des attentes, des comportements individuels et, finalement, des procédures d'agrégation selon le schéma classique élaboré par James Coleman (1990) faisant passer du macro-social au micro-social puis de ce dernier niveau au premier.

L'explicitation de ce mécanisme a été fournie au 18^{ème} siècle par Adam Smith dans le chapitre 7 de la *Wealth of Nations* et la version moderne est donnée par Léon Walras dans les *Éléments d'économie politique pure* à la fin du siècle suivant. Ce mécanisme social est ce que Smith appelle la gravitation du prix de marché autour du prix naturel (du prix de courte période autour du prix de longue période dans le vocabulaire d'Alfred Marshall) et c'est ce que Walras appelle le mécanisme d'enchères. Le principe en est simple : le comportement intéressé des individus les amène à accroître leur offre et à diminuer leur demande lorsque le prix du bien s'élève et, réciproquement, à diminuer leur offre et à accroître leur demande lorsque le prix diminue. Le principe repose sur deux éléments centraux : la coordination des individus présents sur le marché passe par l'intermédiaire d'un comportement particulier (la recherche de l'intérêt économique par une forme ou une autre de rationalité optimisatrice) activé, idéalement, par un signal unique, les prix².

Ce mécanisme est bien plus qu'une vue de l'esprit des économistes, et plus qu'un simple énoncé performatif, au sens où il est à l'œuvre très concrètement, et cela d'une manière toujours plus large, dans la société depuis le 18^{ème} siècle. Au point que l'on peut défendre la thèse selon laquelle la société présente a pour particularité d'être organisée autour de ce mécanisme et de son application à des sphères de plus en plus nombreuses de la société. Dès que ces conditions ne sont pas respectées, on parle de « marchés spéciaux » parce que les ajustements prix – quantité ne se font plus selon l'idéal-type avec lequel le marché est pensé. L'exemple typique du marché

² En économie industrielle, les variables d'ajustement sont plus nombreuses : le prix bien sûr, mais aussi la qualité et le délai.

spécial c'est le marché du travail, soit que l'on fasse entrer en ligne de compte des rigidités à la baisse du salaire nominal (Simiand 1932, Keynes 1936), soit que l'on prenne en compte le caractère incomplet du contrat de travail (Marx 1867), soit encore que l'on tienne compte des asymétries d'informations (Spence 1973). Le marché financier est aussi un bon exemple de marché spécial (Keynes 1936), tout particulièrement parce que l'incertitude est consubstantielle à ce marché (qui définit la manière dont la société se rapporte au futur) avec les phénomènes de croyance qui se développent et qui peuvent donner lieu à des équilibres « à tâches solaires », c'est-à-dire à n'importe quel équilibre du moment où se réalise une convergence des croyances des intervenants sur le marché. Le marché peut alors devenir erratique et perdre de son efficacité (Shiller 1999).

Dans tous ces cas de figure, le marché spécial désigne un système d'attentes et d'actions individuelles intéressées distincts de ceux supposés dans la théorie du marché : soit parce que les attentes et comportements diffèrent, soit parce que les résultats agrégés diffèrent.

1.2. le marché comme dispositif politique

Spécial ou pas, un marché est un dispositif politique. Il s'agit d'un *dispositif* au sens où Michel Foucault (2001: 299) définit ce terme comme un agencement d'éléments hétérogènes : des textes, des lois, des règlements, des formes architecturales, des individus, des objets, grâce auxquels ceux dont la tâche est de « conduire » les autres arrivent à une de leurs fins : assurer la sécurité alimentaire des populations. Il s'agit d'un dispositif *politique* au sens où il définit un mode d'être des individus dans une société, un mode général et généralisable d'interactions, de hiérarchie et de légitimité.

En associant la dimension politique au mécanisme social, on aboutit à définir le marché — à l'instar d'autres institutions en rapport avec le transfert de ressources (Steiner 2005b) — comme un opérateur de légitimité permettant le transfert de ressources dans une société donnée.

La particularité d'un marché « spécial » doit être distinguée de ce que l'on appelle la « construction sociale » du marché. Le fait que le marché soit une institution qui, à l'égal d'autres institutions, exige un travail de la société sur elle-même pour faire advenir cette institution doit être distingué du problème posé par les marchés spéciaux. La raison en est simple : le marché standard demande une construction sociale de même qu'un marché « spécial » (Steiner 2005a). L'exemple canonique de la construction d'un marché n'est-il pas, dans le cas de la sociologie économique de langue française, le marché au cadran de Fontaines-en-Sologne, marché dont le produit phare est la fraise à bouche (Garcia-Parpet 1986) ?

1.3. Polanyi et les marchandises fictives

Polanyi ne s'intéresse guère aux différentes modalités de la construction sociale du marché et ne cherche pas à fournir une explication de l'apparition d'une telle institution. En outre, Polanyi s'intéresse peu au marché³, mais bien plutôt au marché autorégulateur généralisé (ou système de marchés) dans lequel il voit un danger grave pour le fonctionnement de la société : avec le marché autorégulateur généralisé, la société passe sous la coupe de l'institution qu'elle a engendrée. Ce qui intéresse Polanyi ce sont les *conséquences politiques* du système de marchés. C'est à ce point que prend sens la notion de marché spécial au sens de Polanyi, ou encore ce qu'il appelle un marché fictif. Le marché est une *fiction* lorsque la ressource qui y circule n'est elle-même qu'une *marchandise fictive*. Une marchandise est une marchandise fictive lorsqu'elle n'a pas été produite pour être vendue sur le marché.

« Le point fondamental est le suivant : le travail, la terre et l'argent sont des éléments essentiels de l'industrie ; ils doivent eux aussi être organisés en marchés ; ces marchés forment en fait une partie absolument essentielle du système économique. Mais il est évident que travail, terre et monnaie *ne sont pas* des marchandises [...] Aucun de ses trois éléments — travail, terre, monnaie — n'est produit pour la vente ; lorsqu'on les décrit comme des marchandises, c'est entièrement fictif. C'est néanmoins à l'aide de cette fiction que s'organisent dans la réalité les marchés du travail, de la terre et de la monnaie » (Polanyi 1944: 107).

L'idée de Polanyi a eu un grand écho parmi les sociologues économistes, et les économistes dits hétérodoxes. Pourtant, je crois qu'il faut se méfier un peu de la rhétorique de Polanyi qui entraîne aisément de ces affirmations à l'idée de nocivité du marché autorégulateur et à l'impossibilité pour la société de vivre sur la base de telles fictions.

Il faut tout d'abord ne pas se laisser abuser par le terme de fiction. Bien des domaines de la société contemporaine reposent sur des fictions sans que le fonctionnement de la société ne soit mis en danger ; il arrive que de telles fictions soient créées pour éviter la fiction du marché au sens de Polanyi. Je n'en retiendrai que deux exemples qui ont l'avantage de traiter de modalités alternatives à l'échange marchand pour faire circuler des ressources entre les êtres humains. Un premier exemple vient avec la fiction qui organise le transfert de ressources au moment du décès

³ Sauf sous sa forme archaïque de marché administré (Polanyi 1977). Il est un autre exemple de ce désintérêt de Polanyi pour le marché qui se trouve logé au cœur de sa conceptualisation des formes de transferts de ressources. Polanyi a ouvert une belle perspective en mettant en comparaison l'œconomia, la redistribution, la réciprocité. Chacune de ces formes est définie par une configuration relationnelle spécifique : respectivement, l'autarcie, la centralisation, la symétrie (Polanyi 1944: 76-86). Mais lorsqu'il en arrive au marché, sa pensée devient floue et il ne sait pas nommer le principe à l'œuvre dans cette institution sauf à le dénommer par « troc » ou « échange » (*ibid.*: 87) et plus loin à se limiter à une définition par répétition selon laquelle le modèle de marché donne naissance à une institution spécifique, le marché (*ibid.*: 88). En bonne logique, on aurait attendu une configuration relationnelle comme la connectivité complète (idéalement une clique au sens de l'analyse de réseau) ainsi que le suggère Harrison White (1992).

du propriétaire, fiction selon laquelle le père (ou la mère) aime également ses enfants, d'où le principe de l'héritage égalitaire mis en place par le *Code civil* en 1804.

Le deuxième exemple concerne le don d'organes. Pour permettre les greffes d'organes à fin thérapeutique tout en évitant la commercialisation des organes sains de personnes vivantes ou décédées, la loi française, largement suivie en Europe, a introduit la fiction du consentement présumé, fiction selon laquelle, sauf à avoir indiqué son refus de son vivant, tout citoyen français responsable juridiquement est présumé solidaire des citoyens malades et peut, de ce fait, sans déclaration explicite et sans l'autorisation de ses proches, être déclaré « donneur » et ses organes sains être prélevés. Est-ce là une fiction nocive pour le fonctionnement social ? Une grande partie des individus appartenant aux sociétés modernes considère que non ; et parmi ceux qui ont tendance à répondre oui figurent ceux qui considèrent que le marché est une fiction bien préférable à cette fiction d'une solidarité présumée. Les fictions peuplent donc nos institutions et il n'y a pas lieu de condamner le marché autorégulateur pour faire usage de tels moyens.

Il est important de souligner que ces fictions sociales sont rarement poussées jusqu'à leurs conséquences ultimes parce qu'elles sont des équilibres, plus ou moins stables, entre des intérêts différents (ceux des individus, des familles, de la société) : le consentement présumé est *de facto* associé à une demande aux familles, et dans le cas où celles-ci refusent le don, les chirurgiens arrêtent le processus *contra legem* ; de même, l'héritage égalitaire comporte un correctif puisque la loi française met à part une portion du patrimoine (la part disponible, au moins égale à un quart du patrimoine) que le propriétaire peut léguer à son grés. Bref, le fait que la fiction marchande ne soit pas conduite jusqu'à son terme est sans doute un phénomène général, car toute fiction poussée à la limite de ses possibilités risque de conduire à des problèmes graves en termes de justice sociale selon l'adage attaché au droit : *Summa jus, summa injuria*. On pourrait d'ailleurs faire le parallèle entre cette conclusion sur la logique inaboutie de la mise en œuvre des fictions sociales et la thèse (forte) de Polanyi quant à la différence entre le changement social et le rythme de ce changement⁴. En d'autres termes, le fait qu'un mouvement social n'empêche pas la mise en place d'une fiction marchande, ne veut pas dire que ce mouvement a échoué en ce qui concerne les limites placées à la mise en œuvre de cette fiction, ce qui revient à une forme d'encastrement, celle que l'on appelle parfois le libéralisme encadré (*embedded liberalism*) (Blyth 2002).

Le deuxième problème que soulève le texte de Polanyi est celui de la définition de la marchandise *fictive* : un bien qui n'a pas été *produit pour être vendu* sur le marché. Le problème est

⁴ La thèse forte à laquelle nous faisons allusion ici est celle qui dissocie la réalisation d'un objectif et la vitesse à laquelle on l'atteint (Polanyi 1944: 63-4). Ainsi, l'échec d'un mouvement social à empêcher un *changement*, n'implique pas que ce mouvement social a été sans influence sur *le rythme du changement* et sur la capacité de la société à s'adapter à ce changement. On peut dire la même chose lorsqu'une logique institutionnelle n'est pas poussée à son terme en raison d'un mouvement social ou de représentations sociales fortes.

qu'il n'est pas simple de déterminer ce que recouvre exactement le domaine de la marchandise fictive ainsi définie. Que signifie l'affirmation qu'un bien n'a pas été produit pour le marché et en quoi cela empêcherait le marché de s'emparer de ce bien pour en assurer la distribution selon la règle de l'enchère walrasienne ? Commençons par cette dernière question. Les économistes savent bien que certaines marchandises ont un statut particulier. Il est à propos de rappeler que pour deux d'entre elles, l'être humain et la nature, Walras a parfaitement conscience de ce fait et il en a tenu compte pour les intégrer dans son analyse économique. Sur la base de la différence entre le capital et le revenu, soit la différence entre le stock et le flux, Walras fait entrer la terre et le travail dans le mécanisme marchand généralisé en tant que « capitaux *naturels* et non artificiels ou produits » (Walras 1900: §174), la première étant non-consommable, tandis que le second est consommable, mais reproductible par les grâces de la « génération reproductrice » (*ibid.*). Mais les marchés des services des capitaux naturels ne sont pas plus spéciaux que les marchés des services des capitaux produits et consommables en ce sens que dans les deux cas, on y achète et on y vend le service du capital et non le capital lui-même — le marché du capital neuf n'intervient que dans l'économie avec capitalisation (*ibid.*: §234), mais dans une telle économie il n'y a pas de marché des capitaux naturels et les quantités de ces derniers sont des données et non des inconnues des équations du modèle (*ibid.*: §§235-6).

D'une certaine manière, c'est précisément cette réponse, théorique et pratique, qui inquiète Polanyi — même s'il ne faut pas croire que cela laisse indifférents les économistes, Walras inclus⁵. Ce que Polanyi vise c'est le fait que si certains biens sont produits *pour* le marché et distribués *par* le marché autorégulateur, d'autres ne sont redevables que de cette seule dernière phase, ce qui en fait des marchandises fictives. Par voie de conséquence, cette inclusion de marchandises fictives fait du marché autorégulateur un mécanisme contre-social (de même que l'on parle d'un phénomène contre-nature) puisque cela renverse l'ordre des priorités entre le moyen (le marché) et la fin (les êtres humains).

Aussi Polanyi pose le problème à un autre niveau, celui de la production matérielle de la marchandise : si le bien n'a pas été produit en tant que marchandise destinée à être vendue sur le marché pour en tirer un gain, alors le bien n'entre sur le marché que sous la forme d'une marchandise fictive. Prise au pied de la lettre, cette définition qui est le pendant de la vision substantive de l'économie que propose Polanyi (1977: 19-34) est d'une application très complexe. Première difficulté : à s'en tenir à la déconnexion entre le but poursuivi par celui qui produit et le but du marchand visant le gain, il y a un risque évident d'inflation du nombre des marchandises

⁵ On peut le voir dans un des textes où Walras (1897) examine la question des salaires à la lumière de la théorie pure, de la théorie appliquée et de la cénonique (sociologie pure).

fictives et des marchés spéciaux. Dira-t-on que le marché de l'art est un marché spécial parce que le tableau fait pour rendre hommage à la beauté et donné comme cadeau à un ami est proposé, quelques générations plus tard, à la vente en vue d'un gain ? Dira-t-on que le marché de l'art brut est un marché spécial parce que les dessins, tableaux et sculptures réalisés par des aliénés mentaux profonds sont arrachés à leurs contextes d'origines pour devenir les objets d'une spéculation en vue du gain ?

Deuxième difficulté : quelle est la nature du phénomène caractérisé comme production ? Polanyi ne répond pas à cette question, si ce n'est d'une manière indirecte avec l'accent mis sur le rôle de la machine. Polanyi accorde à la machine une grande importance puisqu'il la place à égalité avec le marché pour définir la société industrielle, étape caractéristique de notre modernité après l'âge néolithique et la révolution agricole portée par la charrue (Polanyi 1977: xlviiii-li). Polanyi vise donc la *production industrielle* des biens sans laquelle il n'existe pas de marché autorégulateur capable d'envahir et de bouleverser les conditions de vie dans une société commerciale⁶. Et sous cet angle, la formule de Polanyi fait immédiatement sens : on ne produit pas le sol et les individus comme on produit des chaussures ou des aliments surgelés avec l'aide d'un système de machines pour les distribuer ensuite grâce au mécanisme social qu'est le marché.

Mais pourquoi donc donner une place aussi importante à la production par la machine ? Il est aisé d'en montrer le caractère insatisfaisant. La production peut prendre des formes autres que la production au sens technologique du terme, le sens auquel Polanyi se rapporte implicitement. Par exemple, la définition de Polanyi laisse échapper des formes d'organisation dans lesquelles le *marché autorégulateur* n'existe pas, mais où le *marché* de la vie humaine existe grâce à une *production politique de la marchandise* : la capture d'esclaves est l'un des objectifs des conflits armés dans l'Antiquité. La définition ne peut non plus prendre en compte le fait que, en Europe, l'existence du marché du travail, aux dires de Marx et de Polanyi lui-même, résulte d'un processus politique de production du travail libre par expropriation des paysans des terres qu'ils avaient la possibilité d'utiliser jusque-là. De nos jours, on peut également parler de production politique de ressources dans le domaine de la greffe d'organes et, dans certains cas (les cornées ou certains tissus dont on peut différer l'usage grâce aux techniques de cryogénéisation), il s'agit de ressources vendues et achetées sur un marché d'organisations médicales (Steiner 2006a, 2006b).

⁶ « Nous avançons l'idée que tout cela [l'apparition des taudis, les longues heures de travail des enfants, les bas salaires, la concentration industrielle] était simplement le résultat d'un unique changement fondamental, la création d'une économie de marché, et que l'on ne peut pleinement saisir la nature de cette institution si on ne conçoit pas bien quel est l'effet de la machine sur une société commerciale. Notre intention n'est pas d'affirmer que la machine fut la cause de ce qui arriva, mais d'insister sur le fait qu'une fois que des machines et des installations complexes avaient été utilisées en vue de la production dans une société commerciale, l'idée d'un marché autorégulateur ne pouvait que prendre forme » (Polanyi 1944: 68 ; voir aussi 109-111).

Par contre, cette définition suppose que les êtres humains peuvent se rendre maître et souverain de la nature en considérant que le lait, la chair et le travail des animaux peuvent être transformés en marchandises, sans que cela ne pose de problème (Vatin 1996: 28-29). Mais, dirait-on qu'un cœur prélevé sur une personne en état de mort encéphalique est produit et donc qu'il est une vraie marchandise qui peut être distribuée par le marché, parce qu'il faut un système de machines (celles qui servent à maintenir les fonctions vitales des organes dans le corps défunt, celles qui établissent les encéphalogrammes, celles qui déterminent les compatibilités tissulaires, etc.) pour produire un organe humain à fin thérapeutique ? Je ne pense pas que Polanyi aurait donné son assentiment à cette formule. Il y a donc autre chose derrière cette définition des marchandises spéciales. La machine est prise par Polanyi, c'est l'hypothèse la plus raisonnable, comme le signe et le moyen de l'interconnexion entre les différents marchés, interconnexion sans laquelle il ne pourrait exister un système de marchés.

1.4. Marchandise fictive et biopolitique

Mais c'est sans doute mal s'y prendre avec Polanyi. Son ouvrage est autant, sinon plus, un vibrant plaidoyer politique qu'une analyse méticuleuse et circonspecte du marché. S'attacher à la lettre de sa définition de la marchandise fictive et des marchés spéciaux amène à négliger ce qu'il y a de plus profond dans ses ouvrages, à savoir que la marchandise fictive désigne le fait que le marché s'empare de la vie, de la vie de masse d'individus, laquelle va dépendre du fonctionnement du marché. La marchandise fictive est la face polanyienne de la biopolitique de Foucault (1977, 1978) — la phase suivante étant celle de la marchandisation de la vie à l'état nue, la *zoe* du philosophe italien Giorgio Agamben (1995), et non plus seulement le *bios* (la vie qualifiée politiquement) et c'est le très polanyien Richard Titmuss (1970) qui, le premier, a attiré l'attention sur ce fait. Voilà un point général et solide — le roc, pour employer une expression de Marcel Mauss — sur lequel on peut poser la discussion du concept de marchandise fictive.

Le marché autorégulateur est une des formes de la biopolitique et les marchés spéciaux sont ceux où se réalise concrètement cette forme du politique ; ce n'est pas par hasard que Foucault s'est intéressé au marché du blé tel que théorisé par les économistes français de la deuxième moitié du 18^{ème} siècle. La biopolitique comporte deux volets : d'une part, elle repose sur le marché en faisant du comportement intéressé un moyen de gouverner les individus et, de l'autre, elle repose sur des techniques statistiques de gestion de la santé des populations. Marché et santé publique sont donc les deux faces de la même forme politique⁷. En ce sens le marché

⁷ Alessandro Stanziani (2005) retrouve cette question lorsqu'il repère dans les formes de régulation des marchés agroalimentaires qu'il étudie (la viande, le lait, le beurre, le vin) : certains marchés (le vin, le beurre) étant régulés par

agroalimentaire est un marché spécial car il place la vie humaine face à la nature de deux manières : la première par le fait que la nourriture achetée et consommée met, fut-ce au travers d'une longue chaîne d'intermédiaires, le consommateur en contact avec la nature, la deuxième par le fait que pour produire la nourriture, l'homme est face à son environnement. La marchandise devient fictive lorsqu'elle touche directement à la vie.

Néanmoins, si on adopte cette définition de la marchandise fictive qui fait du marché le cœur de la forme politique moderne depuis le 18^{ème} siècle, il est clair que la démarche de Polanyi est mal fondée dans ses sources. *La première marchandise fictive* saisie par le marché autorégulateur, ce n'est ni le travail, ni la monnaie, ni la terre : c'est le blé. Et si c'est le blé, alors Polanyi se trompe de siècle : c'est le 18^{ème} siècle qui voit s'affirmer le phénomène de renversement des moyens et des fins en matière de la relation entre le marché et la vie.

Tout sociologue lecteur de Polanyi et intéressé par la théorie économique ne peut pas ne pas relever la manière superficielle avec laquelle Polanyi aborde l'économie politique du 18^{ème} siècle⁸. Son traitement de la Physiocratie et de Smith — Turgot est purement et simplement ignoré — est sommaire, tant il est obnubilé par la société industrielle et par la machine. Cette démarche le conduit à négliger la création d'un marché du blé au 18^{ème} siècle, et les problèmes qu'une telle création institutionnelle a posés à propos d'un *marché agroalimentaire*.

Depuis Polanyi, on a la chance de posséder de solides études sur cette question avec les travaux de Stephen Kaplan (1976, 1984). De cette masse d'informations recueillies par un historien très informé de la théorie économique en France dans cette période, il ressort trois phénomènes intéressants pour notre propos.

Le marché du blé est aussi le marché de la farine et du pain. Cela signifie que le produit agricole (le blé) ne peut être saisi indépendamment du processus de distribution et de transformation industrielle par lequel il passe⁹. On est bien dans un marché agroalimentaire parce que le consommateur achète finalement un produit transformé tout au long d'une filière qui part du blé pour aboutir au pain. Deux faits peuvent illustrer cette caractéristique agro-industrielle du blé au 18^{ème} siècle. Une disette peut se déclencher parce qu'il manque du blé, mais aussi parce que

l'organisation de la concurrence que se livrent les professionnels, tandis que de d'autres le sont par des mesures de santé publique (le lait).

⁸ Polanyi (*ibid.*: 184-5 ; 1977: 6-8) affirme qu'il serait grotesque d'attribuer à François Quesnay l'idée d'un marché autorégulateur et que la liberté du commerce se limitait chez lui au blé et à fournir un revenu aux propriétaires fonciers et aux fermiers. C'est bien peu fondé car le tableau économique suppose l'existence d'un système de prix librement déterminés par la concurrence. Par ailleurs, il est bien commode de s'en tenir au seul Quesnay : l'affirmation ne tient tout simplement pas dès qu'il s'agit du contemporain de Quesnay, Anne-Robert-Jacques Turgot, lequel n'était pas qu'un économiste de salon, mais un administrateur de haute volée, intendant dans le Limousin puis Contrôleur général des finances de Louis XVI.

⁹ On n'est donc pas obligé de rompre complètement avec Polanyi et l'importance donnée à la machine, celle-ci n'est plus aussi centrale qu'il le disait, c'est tout.

les rivières sont gelées : le blé ne peut plus circuler sur les voies d'eau et il ne peut plus être moulu parce que les moulins à eau ne peuvent fonctionner. Les économistes administrateurs s'intéressent alors de près à la technologie de transformation du blé en farine et l'on suit de près les progrès de la « meunerie économique » permettant d'améliorer le rendement en farine d'une quantité donnée de blé.

Le marché du blé et du pain connaît alors un profond bouleversement. On passe du marché-rencontre — la place de marché de Polanyi — au marché autorégulateur, là où le marché est partout, c'est-à-dire nulle part, insaisissable aux yeux des populations qui ont été habituées à se rendre physiquement sur une place de marché approvisionnée par les producteurs locaux. Ce bouleversement dans le système d'attentes et d'actions se double d'une modification organisationnelle considérable : la police, c'est-à-dire l'administration locale, doit désormais protéger le marchand des « émotions populaires » alors que son rôle traditionnel consistait, en contrôlant l'activité du marchand, à protéger la population de l'avidité de ce dernier.

Enfin, grâce aux études faites sur ces « émotions populaires » à la suite du travail de l'historien anglais Edward P. Thompson (1971), on peut suivre tout au long du 18^{ème} siècle, en Espagne, en France, en Grande-Bretagne, le rythme de la commercialisation du blé par le marché autorégulateur avec les révoltes de marché, les attaques de convois de grain, les pillages des greniers des boulangers, des marchands ou des meuniers. Il y a l'idée, fermement ancrée chez les économistes du moment (c'est le cas de Pierre de Boisguilbert et de Jacques Necker et l'exception est fournie par les très rationalistes Physiocrates et par Turgot) que le marché du blé est le lieu de formation d'anticipations et de craintes. Ces anticipations rendent le marché du blé extrêmement instable dès lors que la population, à tort ou à raison, s'inquiète pour sa subsistance quotidienne. « Le peuple a faim trois fois par jour » lance le spirituel avocat Simon-Nicolas Linguet, adversaire des Physiocrates et de la liberté du commerce des grains. La formule correspond, *mutatis mutandis*, à la célèbre formule de John Maynard Keynes — « *In the long, run, we are all dead* » — face à ceux qui lui reprochaient de s'intéresser à la courte période au détriment de la longue période. Deux citations qui montrent que l'économie politique a bien, parmi ses questions de fonds, le problème posé par la vie, par la biopolitique. Si l'on s'intéresse aux réactions des populations elles-mêmes, éloignées de ces joutes verbales policées, il y a plus qu'une simple réaction de personnes affamées, ainsi que le montre l'étude de Thompson. Il intervient un problème qui est celui du sentiment de justice, voir plus, pour reprendre un passage de Smith qui voit au cœur de ce marché — et c'est cela qui en fait un marché spécial — une réaction homologue à celle qui a cours lorsqu'il est question de la foi religieuse :

« The laws concerning corn may every where be compared to the law concerning religion. The people feel themselves so much interested in what relates either to their

subsistence in this life, or to their happiness in a life to come, that government must yield to their prejudices, and, in order to preserve the public tranquility, establish that system they approve of » (Smith 1776, I: 539).

Ce passage de Smith rassemble en une formule puissante une idée importante que charrie le thème du marché spécial une fois qu'on le généralise au-delà de la définition un peu étroite dans laquelle Polanyi a présenté ses idées. Le marché du blé charrie avec lui des représentations sociales fortes, similaires selon Smith à celles qui ont cours dans le domaine du religieux, qui lui donnent sa tonalité politique et ses régimes de fonctionnement particuliers.

2. La sociologie économique des marchés agroalimentaires

Comment la sociologie économique peut-elle traiter les marchés spéciaux à la Polanyi, une fois élargi le cadre de Polanyi lui-même ?

2.1. Rationalisation marchande et peurs alimentaires

Si le phénomène premier de la création du système de marché autorégulateur n'est pas lié au 19^{ème} siècle et à la machine, mais au 18^{ème} siècle et à la commercialisation de la nourriture, c'est donc la *ville* qui est le moteur de la commercialisation et de l'extension de la place prise par les marchés et les marchands, et cela aujourd'hui encore. Avec la ville se creuse la distance entre l'individu et la nourriture, entre l'homme et la nature. Ce phénomène ressort de l'ouvrage de Madeleine Ferrières(2002) : dès le 13^{ème} siècle, les traces à partir desquelles l'historienne peut saisir les représentations sociales que sont les « peurs alimentaires » ce sont les règlements, édits, lois que les municipalités établissent ou bien que les corps de métiers, institution urbaine s'il en est, élabore pour rassurer le mangeur qui est devenu un consommateur par l'éloignement dans lequel l'urbanité le place vis-à-vis de sa nourriture (*ibid.* chap. 1-3). Il en va de même au 18^{ème} siècle lorsque, dans le bassin d'approvisionnement de Paris, les marchands de blé « raflent » le blé sur les marchés locaux pour approvisionner la capitale que le Lieutenant de Police a toujours le souci de fournir abondamment et à prix modéré car il se défie de la populace urbaine (Kaplan 1976, 1984). L'urbanisation contemporaine, avec les transformations qu'elle induit sur les comportements d'achat, de consommation et de préparation de la nourriture, demeure une variable importante dans le processus de globalisation et de transformation des industries agroalimentaires et dans les études sur la sécurité alimentaire (Pintstrup-Andersen & Pandya-Lorch 1995 ; Fischler 2001: chap 7; Stanziani 2005: *passim*). Le sociologue économiste peut-il y trouver la matière de sa réflexion sur le marché comme fait social et, plus généralement, sur le fait économique comme fait social ? Certainement.

L'éloignement de l'urbain vis-à-vis de sa nourriture est une facette concrète d'un phénomène sociologique central de la sociologie de Max Weber. En effet, cet éloignement est une dimension du processus de rationalisation que Weber définit dans sa célèbre conférence de 1917 sur « La profession et la vocation de savant »¹⁰. Cette rationalisation ou intellectualisation que permet le développement de la science et de la technique signifie un éloignement croissant d'avec la maîtrise pratique de son environnement, éloignement qui n'est compensé que par la croyance que nous pouvons avoir que, en y passant suffisamment de temps pour réunir les connaissances adéquates, il n'y a pas solution de continuité dans les explications rationnelles que l'on peut fournir de l'enchaînement entre les causes et les effets. Il est d'ailleurs significatif que Weber fasse une opposition entre les auditeurs de sa conférence et un Indien ou un Ottentot dans leurs rapports respectifs au moyen de se procurer leurs aliments : les uns par le marché, les autres grâce à la maîtrise pragmatique des instruments avec lesquels ils produisent leur nourriture quotidienne¹¹.

Le marché, libre et transparent, produit de l'opacité sociale et cognitive à partir de la généralisation d'un comportement très ancien que cherche à contrôler d'une manière inédite à partir du 18^{ème} siècle. Le comportement ancien, aussi ancien que l'humanité, c'est le comportement intéressé, au sens de matériellement intéressé par le gain. Ce qui est inédit, c'est le fait de modérer cet intérêt, comme le dit Weber lorsqu'il définit le capitalisme, et le moyen inédit pour parvenir à cette modération consiste à placer le comportement intéressé face à lui-même. Cela s'appelle la concurrence. Le marché concurrentiel produit de l'abstraction sociale en éliminant le marché-rencontre, le lieu sur lequel se retrouvaient les individus pour exposer, palper, évaluer les biens, ce qui permettait aux consommateurs urbains de prendre une connaissance concrète du produit et des producteurs ruraux. Il produit aussi de l'abstraction cognitive en éloignant le consommateur du processus de production et cela d'une manière toujours plus profonde par allongement du détour de production. L'abstraction sociale et cognitive produite par l'institution du marché n'est maîtrisée que par l'abstraction avec laquelle nous pensons le marché et les dispositifs dont on l'entoure en tant que mécanisme social qui, en régime « normal », celui dans lequel nous avons la quiétude de savoir ou de croire savoir que le processus

¹⁰ « L'intellectualisation et la rationalisation croissantes *ne signifient donc pas* une connaissance générale toujours plus grande des conditions de vie dans lesquelles nous nous trouvons. Mais elles signifient quelque chose d'autre : le fait de savoir ou de croire que, si on le *voulait* seulement, on *pourrait* à tout moment l'apprendre, qu'il n'y a donc en principe aucune puissance mystérieuse et imprévisible qui entre en jeu, que l'on peut bien plutôt *maîtriser* toute chose (en principe) par le *calcul* » (Weber 1917-19: 83).

¹¹ Le passage qui précède la définition célèbre de la rationalisation scientifique et technique énonce l'idée dans les termes suivants : « Quand nous dépensons de l'argent aujourd'hui, je parie que, même s'il y a des collègues spécialistes d'économie politique dans la salle, presque chacun proposera une réponse différente à la question : qu'est-ce qui fait que l'argent peut acheter quelque chose, tantôt plus, tantôt moins ? Le sauvage sait comment il fait pour se procurer sa nourriture quotidienne, et quelles institutions lui servent pour cela » (*ibid.*).

de rationalisation permet de maîtriser pratiquement le marché globalisé, fournit la nourriture en quantité et en qualité à ceux qui peuvent la payer. Lorsque ce régime normal qui repose sur un *éthos* long à mettre en place en tant que réalité pratique qui n'est plus considérée comme un problème pour les masses d'individus composant la société moderne, se rompt parce que des informations, vraies ou fausses, circulent faisant craindre pour la sécurité alimentaire, alors un régime d'inquiétude se met en place, qui peut déboucher sur les peurs alimentaires. En ce sens, le marché agroalimentaire est bien un *marché spécial* parce qu'il est chargé des représentations fortes liées aux conditions assurant la vie des individus et parce que le marché crée en même temps les conditions sociales — l'éloignement cognitif et pratique — de la production et de la diffusion des peurs alimentaires.

2.2. Sociologie économique des représentations marchandes

La sociologie économique s'épuise-t-elle dans le repérage de cette spécificité ? Non. Si l'on s'empare des ressources qu'offre la sociologie durkheimienne, la sociologie économique peut définir un protocole pour étudier ce qui fait la spécificité de tels marchés.

Considérer que le marché agricole tient sa spécificité de l'existence de représentations fortes concernant le rapport de l'individu à la nature socialisée de ce qu'il ingère, fait que la sociologie économique de ce marché peut s'appuyer sur les recherches menées sur la nature de ce qui est ingéré (parce que considéré comme nourriture saine, nourrissante, équilibrée) et sur les causes qui font que tel produit passe du répugnant au comestible, de la table des pauvres à celle des riches, etc. La sociologie du goût et de l'alimentation (Fischler 2001) doit être mobilisée à ce premier niveau de la sociologie économique du marché agroalimentaire considéré ici essentiellement du point de vue de l'aval, point de vue considéré comme déterminant par les spécialistes de ces marchés.

Mais ce niveau demande à être complété. Ces représentations sociales sont des institutions (au sens durkheimien du terme) et il faut donc considérer aussi bien leur genèse que leur fonctionnement¹². Cela veut d'abord dire que le sociologue économiste ne peut s'intéresser seulement à décrire ou même à expliquer comment se forment les représentations sociales relatives à la nourriture et aux produits agroalimentaires. Ce n'est pas un mince résultat que d'y parvenir, mais la tâche du sociologue économiste ne s'arrête pas là. Il faut montrer comment ces

¹² « Nous avons toujours conçu que l'étude scientifique d'une institution (au sens large) ou d'un phénomène ne se bornait pas, bien entendu, à une définition et description de cette institution ou de ce phénomène, mais encore comprenait non seulement une étude génétique, mais aussi — et peut-être même autant — une étude fonctionnelle » (Simiand 1912: 123). Je ne suivrai pas complètement les propositions très stimulantes de Michel Lallement (2004) sur l'institution durkheimienne qu'il propose d'étudier selon quatre dimensions — l'intégration, la régulation, l'émancipation et la construction du cadre cognitif — pour valoriser ici le caractère quantitatif de la représentation économique.

représentations sociales jouent un rôle dans le fonctionnement concret de telle ou telle filière agroalimentaire (la filière bovine dans le cas de la crise de l'ESB, la filière avicole dans le cas présent de la grippe aviaire). Cela demande d'étudier les structures sociales des deux dimensions du marché, celles qui portent la demande et celles qui portent l'offre¹³.

Du côté de la demande, il faut s'intéresser aux vecteurs de la « peur alimentaire » et, bien sûr, on mettra l'accent sur le rôle des médias qui jouent ici un rôle essentiel. Mais il y a des vecteurs organisationnels plus discrets, mais tout aussi décisifs. Des autorités locales peuvent intervenir sur fonds de peur alimentaire en interdisant que tel ou tel produit entre dans la composition des menus des collectivités dont ils ont la responsabilité (Allaire 2005: 950). Ces prescripteurs appliquent sur une petite échelle le principe de précaution selon un mécanisme décrit par Sophie Dubuisson-Quellier (1999) où le prescripteur (par exemple le maire) intervient vis-à-vis du prestataire (l'entreprise de restauration servant les établissements scolaires) de manière à indiquer aux responsables (les parents) des « clients » (les enfants) qu'il prend soin des enjeux de santé publique qui sont à la portée de son action. L'enjeu est pour le prescripteur de se couvrir vis-à-vis de ses mandants (les parents) de toute mise en cause, juridique ou politique, face à un risque médiatisé. Bref, le support social de la demande peut être étudié avec fruit dans le cas de ce marché spécial. De la même manière, toute la séquence de professionnels qui interviennent dans l'approvisionnement des linéaires de grandes surface — le vecteur essentiel de la vente dans le secteur agroalimentaire — doit être pris en compte pour comprendre comment se forme « la demande » dans ce régime particulier du marché qu'Olivier Favereau (1989) a proposé d'appeler un « marché d'organisations ».

Du côté de l'offre, les marchés d'organisations ont été étudiés en examinant comment se construit l'accord entre les organisations qui forment la filière (Dubuisson-Quellier & Neuville 2003) ou bien comment s'élaborent les normes et les standards grâce auxquels les professionnels du marché diminuent les coûts de transaction et tâchent de répondre aux « exigences de l'aval », c'est-à-dire aux demandes des acheteurs des grandes surfaces, relais des demandes des consommateurs finaux. La normalisation permet de s'assurer de la qualité du produit en définissant des seuils au-delà desquels le produit est déclassé ; la traçabilité permet de suivre le produit tout au long de la filière et permet d'isoler le chaînon faisant problème quand la norme de qualité n'est pas respectée. Il faudrait aussi tenir compte du complément de cette procédure de suivi du produit normé, complément qui est à chercher à l'intersection de la sociologie du droit économique et de la sociologie de l'organisation. Comme le montre bien le travail d'Alessandro

¹³ Il existe de nombreux croisements entre les remarques qui suivent et le travail de Gilles Allaire (2005) sur ce qu'il appelle le « modèle anthropogénétique ».

Stanziani¹⁴, la définition d'une norme associée à une forme de traçabilité — la comptabilité par exemple (Stanziani 2005: chap. 15) — fait qu'en cas de difficulté, la traçabilité sert à déterminer la *responsabilité*. C'est un problème central qui mériterait sans doute qu'on lui accorde une plus grande importance, à côté de celle de l'expertise scientifique, tant cette question de la responsabilité est liée aux représentations fortes qui sont une des caractéristiques du marché agroalimentaire¹⁵.

Finalement, ces représentations, portées par des structures sociales spécifiques et bien repérées se traduisent par ce qu'il y a de particulier aux représentations économiques selon le point de vue des durkheimiens : ces représentations économiques ont une expression *quantitative*. L'étude que Maurice Halbwachs (1912) avait réalisée sur les comportements d'achat des classes ouvrières au début du 20^{ème} siècle peut servir à préciser ce point important pour la sociologie économique contemporaine. L'idée directrice d'Halbwachs est que le rapport marchand à la nourriture est caractérisé par sa fréquence, comparativement à ce qu'il en est de l'achat de vêtement ou de logement — malgré les modifications qui ont eu lieu depuis un siècle, on peut considérer que cette hiérarchie est restée inchangée. La conséquence majeure qu'en tire Halbwachs est qu'il existe un moindre éloignement du consommateur vis-à-vis du produit alimentaire que pour d'autres biens. Cela va-t-il à l'encontre de l'argument weberien mentionné plus haut ? Non. Halbwachs parle du moindre éloignement vis-à-vis du couple prix-qualité, ce qui fait que le consommateur qui achète fréquemment d'un produit a une représentation chiffrée de ce que coûte ce dernier en situation normale (le commerçant chez qui il s'approvisionne, dans des périodes déterminées, etc.), mais qu'il est démuné face au produit lui-même, au processus de production dont il émane, ce qu'Allaire (2005: 950) appelle le « service complexe » qu'est devenu le produit. La familiarité porte sur le couple prix-qualité, mais la qualité reste opaque pour le consommateur. Une anecdote rapportée par Michèle de La Pradelle (1996) dans son enquête ethnographique sur le marché de Carpentras fournit une illustration contemporaine de ce phénomène relevé au début du 20^{ème} siècle par Halbwachs¹⁶. Un marchand forain, charcutier, a bénéficié de son fournisseur de plateaux de croustillons à un prix inférieur au prix habituel (4F au

¹⁴ C'est aussi le cas dans l'étude conduite par Jérôme Bourdieu (2003) sur la crise de la filière bovine suite à l'ESB.

¹⁵ Sur la question des représentations fortes qui se trouvent associées au fait social qu'est la responsabilité, on peut se reporter à l'étude, ancienne, mais bien conduite, de Paul Fauconnet (1928). Fauconnet traite de la difficulté que pose l'individualisation de la responsabilité lorsque celle-ci a une nature collective, tandis que Coleman (1990: Part.IV) pose la question de la dissolution inéluctable de la responsabilité individuelle — un pilier de la logique libérale qui accompagne l'extension du marché — dans le cadre d'une société d'organisation. Coleman en arrive ainsi à la question de l'asymétrie produite par une société organisationnelle car les personnes sont démunies face aux organisations, sauf à construire des organisations spécifiques (les associations de consommateurs par exemple) lesquelles contribuent à renforcer l'asymétrie initiale.

¹⁶ On pourrait aussi s'appuyer sur les consommateurs de classes populaires dans la banlieue de Londres étudiés par David Miller (1998) dans son étude ethnographique sur les achats en supermarché. Ce dernier note toutefois que les prix sont mal connus des individus, sauf pour les achats les plus fréquents (lait, pain).

lieu de 7F). Le marchand forain décide d'en faire profiter sa clientèle, mais il se heurte à des réactions inattendues. Pradelle (1996: 167) rapporte le récit du marchand forain de la manière suivante :

« La première cliente qui arrive, qui d'habitude m'en prenait une plaque entière ou deux même des fois, je lui dis : "Tiens aujourd'hui vous allez faire une affaire". Je n'avais pas encore mis les prix, elle me dit : "Ça tombe bien, il m'en faut deux plaques aujourd'hui". Quand elle a vu le prix, c'était presque la moitié de ce que je vends d'habitude, elle a marqué l'arrêt et m'a dit : "Comment ça se fait ?" Alors je lui explique le coup. "Ils sont frais ?" Alors je lui dis oui, je lui fais voir, je lui mets presque le nez dessus. "Ah, donnez-moi des saucisses à la place !" »

Dans cet exemple, la qualité reste complètement opaque pour la cliente, c'est le prix qui sert d'indicateur à celle-ci, c'est le prix qui sert de grandeur de référence pour le bien que l'on connaît au sens de connaître son prix normal, celui qui « fait partie en quelque sorte de son être » dit Halbwachs (1912: 404). Dans cet échange entre le marchand et la consommatrice, on voit se profiler l'idée que la perturbation du rapport qualité-prix produit des effets que l'on peut saisir sous une forme quantifiée : le volume débité de la marchandise dont le rapport qualité-prix a été modifié, le débit des produits alternatifs et leur prix. On peut faire l'hypothèse que le mécanisme fonctionne aussi lorsque c'est la peur alimentaire portant sur la qualité qui modifie ce rapport « naturel » qualité-prix et on peut s'intéresser à l'évolution des prix et des quantités qui permettent de quantifier ces représentations sociales, y compris dans le cas des peurs alimentaires modernes¹⁷. Si la baisse du prix est en régime normal le signe d'un risque comme on le voit dans le cas rapporté sur le marché de Carpentras, en est-il autrement dans le régime de peur alimentaire ? Quelle va être la nouvelle grandeur « naturelle » dans ce régime ? Comment joue-t-elle son rôle dans le maintien de la filière, au sens où il s'agit de maintenir une rémunération satisfaisante, au moins transitoirement, pour le producteur et la chaîne des distributeurs qui se place entre lui et les consommateurs ? Comment et quand se reconstitue la grandeur « naturelle » initiale ? etc.

Ce sont là aussi des problèmes que le sociologue économiste peut se poser et grâce auquel la notion de marché spécial, dans le cas de l'agroalimentaire, peut devenir un objet plus important qu'il ne l'est aujourd'hui encore dans la sociologie économique contemporaine.

Conclusion

La sociologie économique du marché n'a pas de raison particulière de s'en tenir aux seuls marchés spéciaux. La liste serait bien sûr très longue, mais il suffit de rappeler les travaux de Neil

¹⁷ Cela peut aussi marcher en sens inverse, comme le rapporte Claude Fischler (2001: 201) à propos d'une émission de télévision sur le *French paradox* qui a eu des effets importants sur les comportements d'achat de vin rouge aux Etats-Unis.

Fligstein sur la concurrence entre les grandes firmes industrielles aux Etats-Unis, ceux d'Harrison White sur le concept de marché de production, pour s'en rendre compte. Néanmoins, il est exact que les marchés spéciaux au sens de Polanyi ont fortement retenu l'attention : les marchés du travail, de la monnaie (et de la finance) sont des domaines très actifs dans la sociologie économique contemporaine des marchés, même si on ne peut en dire autant du marché de la terre¹⁸. Si on élargit l'éventail de ce qui est rangé derrière la notion de travail pour englober la vie des individus, il y a bien sûr les travaux de Viviana Zelizer sur l'assurance vie, les soins aux enfants, ce qui montre qu'il existe un passage entre les marchés spéciaux et l'élargissement que nous avons proposé de la définition de Polanyi.

La surprise vient finalement de ce que les marchés agroalimentaires sont à la fois absents du renouveau de la sociologie économique — et cela est accentué dans le cadre de la *New Economic Sociology* américaine — et très marqués par une approche pluridisciplinaire qui fait que le sociologue économiste, s'informant des travaux menés par les collègues œuvrant dans ce domaine de recherche, a rapidement le sentiment d'avancer dans un domaine qui ne lui est pas très étranger. Il semble donc qu'il n'y aurait qu'un très médiocre effort à faire pour donner à l'étude de ces marchés la place qui lui revient dans le cadre de la sociologie économique contemporaine.

Références

- Agamben, Giorgio (1995) *Homo sacer. Le pouvoir souverain et la vie nue*, trad. française, Paris: Seuil (1997)
- Allaire, Gilles (2005) «Des secteurs aux normes. Les 'peurs alimentaires' et la régulation du 'modèle anthropogénétique'», *Économie et sociétés*, 27(5): 939-954
- Benbouzid, Djamil, *et alii* (1995) «La sécurité alimentaire considérée du point de vue de la santé», *Économie et sociétés*, 22-3(3-4): 37-50
- Blyth, Mark (2002) *Great Transformations. Economic Ideas and Institutional Change in the 20th Century*, Cambridge: Cambridge university Press
- Coleman, James S. (1990) *Foundations of Social Theory*, Harvard: Belknap Press
- Dubuisson-Quellier, Sophie (1999) «Le prestataire, le client et le consommateur. Sociologie d'une relation marchande», *Revue française de sociologie*, 40(4): 671-688
- Dubuisson-Quellier, Sophie & Neuville, Jean-Philippe (eds.) (2003) *Juger pour échanger*, Paris: Éditions de l'EHES
- Fauconnet, Paul (1928) *La responsabilité. Études de sociologie*, Paris: Alcan
- Favereau, Olivier (1989) «Marché interne, marché externe», *Revue économique*, 40(2): 273-328
- Ferrières, Madeleine (2002) *Histoire des peurs alimentaires. Du Moyen Âge à l'aube du 20^{ème} siècle*, Paris: Seuil
- Fischler, Claude (2001) *L'Homnivore. Le goût, la cuisine et le corps*, Paris: Odile Jacob
- Foucault, Michel (1977) *"Il faut défendre la société"*, Paris: Gallimard-Seuil (1997)
- (1978) *Sécurité, territoire, population*, Paris: Gallimard-Seuil (2004)

¹⁸ La deuxième édition du *Handbook of Economic Sociology* éditée par Neil Smelser & Richard Swedberg en 2005 contient plusieurs chapitres consacrés au travail («The Sociology of Labor Markets and Trade Unions» et «Sociology of Work and Occupations»), à la monnaie («The Sociology of Money and Credit») ou à la finance («Banking and Financial Markets»), mais aucun à la terre. Le rapport à la nature intervient par un autre biais, celui de l'environnement («Firms and Environments») et «The Economy and the Environment») qui figurait déjà dans la première édition, en 1994. On trouve néanmoins quelques remarques sur la sociologie de la consommation chez Swedberg (2003: chap. 10).

- (2001) *Dits et écrits II, 1976-1988*, Paris: Gallimard
- Garcia-Parpet, Marie-France (1986) «La construction sociale d'un marché parfait. Le marché au cadran de Fontaines-en-Sologne», *Actes de la recherche en sciences sociales*, 65: 2-13
- Halbwachs, Maurice (1912) *La classe ouvrière et les niveaux de vie*, Paris-New York: Gordon and Breach (1970)
- d'Hauteville, François & Green, Raúl (2000) «Internationalisation de la distribution : la logistique comme source d'avantages concurrentiel ?», *Économie et sociétés*, 24(10-11): 187-198
- Hedström, Peter & Swedberg, Richard (eds.) (1998) *Social Mechanisms. An Analytical Approach to Social Theory*, Cambridge: Cambridge university Press
- Kaplan, Stephen (1976) *Le pain, le peuple et le Roi. La bataille du libéralisme sous Louis XV*, trad. française, Paris: Perrin (1986)
- (1984) *Les ventres de Paris. Pouvoir et approvisionnement dans la France d'Ancien Régime*, trad. française, Paris: Fayard (1988)
- Keynes, John Maynard (1936) *The General Theory of Employment, Interest and Money*, dans *The Collected Writings of J.M. Keynes*, Cambridge: Macmillan (1973)
- Kracht, Uwe (1995) «Short and Long-Term Food Security», *Économie et sociétés*, 22-3(3-4): 67-75
- Lallement, Michel (2004) «Penser les institutions : paradigmes d'hier, débats d'aujourd'hui», *Sociologia del Lavoro*, S93: 62-75
- La Pradelle, Michèle de (1996) *Les vendredis de Carpentras. Faire son marché en Provence ou ailleurs*, Paris: Fayard
- Marx, Karl (1867) *Le capital. Critique de l'économie politique*, trad. française, Paris: Editions sociales (1974)
- Maucourant, Jérôme (2005) *Avez-vous lu Polanyi ?*, Paris: La dispute
- Miller, Daniel (1998) *A Theory of Shopping*, Ithaca: Cornell university Press
- Orléan, André (2004) «L'économie des conventions : définitions et résultats », dans A. Orléan (ed.) *Analyse économique des conventions*, 2^{ème} éd., Paris: Presses universitaires de France: 9-48
- (2005) «La sociologie économique et la question de l'unité des sciences sociales», *L'Année sociologique*, 55(2): 279-306
- Padilla, Martine & Le Bihan, Geneviève (1997) «La dynamique internationale de la consommation alimentaire», *Économie et sociétés*, 23(9): 11-25
- Pinstrup-Andersen, Per & Pandya-Lorch, Raul (1995) «The Supply Side of Global Food Security», *Économie et sociétés*, 22-3(3-4): 17-36
- Polanyi, Karl (1944) *La grande transformation. Aux origines politiques et économiques de notre temps*, trad. française, Paris: Gallimard (1983)
- (1977) *The Livelihood of Man*, New York: Academic Press
- Polanyi, Karl & Arensberg, Conrad (1957) *Les marchés dans la théorie et dans l'histoire*, trad. française, Paris: Larousse (1975)
- Pouch, Thierry & Lorgeril, Charlotte de (2004) «La dynamique des échanges de produits agroalimentaires (1967-2000)», *Économie et société*, 26: 507-529
- Rastoin, Jean-Louis & Ghersi, Gérard (2000) «La mondialisation des échanges agroalimentaires» *Économie et sociétés*, 24(10-11): 161-185
- Rio, Yves (2000) «Le concept de filière dans un contexte de mondialisation», *Économie et sociétés*, 24(10-11): 213-221
- Schiller, Robert J. (1992) *Market Volatility*, Princeton: Princeton university Press
- Simiand, François (1912) *La méthode positive en science économique*, dans F. Simiand (2006) *Critique sociologique de l'économie*, Paris: Presses universitaires de France
- (1932) *Le salaire, l'évolution sociale et la monnaie*, Paris: Alcan
- Smelser, Neil J. & Swedberg, Richard (eds.) (2005) *Handbook of Economic Sociology*, Princeton: Princeton university Press
- Smith, Adam (1776) *An Inquiry Into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, Indianapolis: Liberty Press (1981)
- Spence, Michael (1973) «Job Market Signaling», *Quarterly Journal of Economics*, 81(3): 355-374
- Stanziani, Alessandro (ed.) (2003) *La qualité des produits en France (XVIII^e – XIX^e siècle)*, Paris: Belin
- (2005) *Histoire de la qualité alimentaire XIX^e – XX^e siècle*, Paris: Seuil
- Steiner Philippe (2005a) «Le marché vu par la sociologie économique», *Revue européenne des sciences sociales*, 132: 31-64
- (2005b) «L'héritage égalitaire comme dispositif social», *Archives européennes de sociologie*, 46(1): 127-149
- (2006a) «La construction politique des transferts de ressources *causa mortis*», dans G. Lazuech & P. Moulévrier (eds.) *Sociologie des conduites économiques*, à paraître

- (2006b) «Le don d'organes : une typologie analytique», *Revue française de sociologie*, à paraître
- Swedberg, Richard (2003) *Principles of Economic Sociology*, Princeton: Princeton university Press
- Sylvander Bertil (2004) «Crédibilité et flexibilité de la certification : le cas de l'agriculture biologique», *Économie et sociétés*, 26(3) : 471-486
- Thompson, Edward P. (1971) «The Moral Economy of the English Crowd in the Eighteenth Century», *Past and Present*: 76-136
- Titmuss, Richard (1970) *The Gift Relationship. From Human Blood to Social Policy*, LSE Books (1997)
- Vatin, François (1996) *Le lait et la raison marchande. Essai de sociologie économique*, Rennes: Presses universitaires de Rennes
- Walras, Léon (1897) «L'économie appliquée et la défense des salaires», dans *Études d'économie politique appliquée, Œuvres économiques complètes*, vol.10, Paris: Economica (1992): 245-261
- (1900) *Éléments d'économie politique pure*, dans *Œuvres économiques complètes*, vol.8, Paris: Economica (1988)
- Weber, Max (1917-9) *Le savant et le politique*, Paris: La découverte (2003)
- White, Harrson (1992) *Identity and Control. A Structural Theory of Social Action*, Princeton: Princeton university Press