

# L'obtention des objets : une approche anthropologique

Gilles Marion<sup>1</sup>, Professeur émérite, EM LYON Business School

2023, Vol.8, No1

<https://carnetsdeconso.com/papier/lobtention-des-objets-une-approche-anthropologique/>

DOI : <https://doi.org/10.48748/ZES5-5577>

---

<sup>1</sup> Contact auteur : [marion@em-lyon.com](mailto:marion@em-lyon.com)

## L'obtention des objets : une approche anthropologique

**Résumé** : Le but de cet article est de présenter les formalisations structurales conçues par Philippe Descola (2005) afin de les confronter aux modes d'obtention des objets dans les sociétés contemporaines, dites de consommation. L'examen des processus de circulation et de production des objets permet de distinguer un petit nombre de schèmes mis au jour par cette approche anthropologique comparée. Nous discutons et illustrons leur acception dans les pratiques ordinaires et nous soulignons l'omniprésence des processus de cadrage. Finalement nous discutons la place de l'échange marchand et les prétentions hégémoniques de l'ontologie naturaliste pour conclure sur la nécessaire critique du modèle dominant de développement.

**Mots clés** : Ontologie ; objets ; circulation ; production ; marchés ; cadrage

**Abstract** : The aim of this article is to present the structural frameworks conceived by Philippe Descola (2005), in order to confront them with the modes of obtaining objects in contemporary, so-called consumer societies. The study of the circulation and production processes of objects helps to distinguish a small number of schemas revealed by this comparative anthropological perspective. We are discussing and illustrating their meaning within ordinary practices, and we are underlining the pervasiveness of framing processes. Finally, we discuss the place of market exchange and the hegemonic claims of the naturalist anthropology and conclude with the necessary critical thinking toward the dominant model of development.

**Keywords** : Ontology; objects; circulation; production; markets; framing

## Introduction

Le mode d'obtention de nos objets semble relever d'une évidence : c'est l'échange marchand qui permet de satisfaire nos besoins de consommateurs. Mais, les anthropologues n'accordent qu'un crédit très mesuré à cette conviction et Descola (2005, p.164) soutient que « *il y aurait maintenant plus à gagner en tentant de situer notre propre exotisme comme un cas particulier* ». Autrement dit, il est intéressant de confronter les pratiques des sociétés contemporaines, dites de consommation, avec la grille de lecture de l'anthropologie comparée. L'approche structurale de Descola repose sur un double parti pris « *envisager la vie sociale du point de vue des relations* » (2005, p.171), et mettre en évidence « *un petit nombre de schèmes pratiques intériorisés* » (2005, p.174) qui organisent les interactions entre les hommes et leur environnement.

Le but de cet article est de montrer que la grille de lecture proposée par Descola fournit un point de vue pertinent, et critique, sur les modes d'obtention des objets dans nos sociétés dont l'arrière-plan est constitué par l'ontologie naturaliste. Tout lexique imposant, plus ou moins insidieusement, certaines représentations, nous renouons à utiliser le vocable « biens » pour désigner ce qui peut être transféré. Certes, il permet de désigner toute entité, matérielle ou immatérielle, mais il a le défaut de connoter d'emblée un trait mélioratif. C'est le mot « objet » qui est ici retenu afin de désigner tout ce qui peut être transféré, dès lors une marchandise n'est autre qu'un objet marchand. De même nous renouons à utiliser les termes acquisition ou appropriation au profit d'obtention (*procurement* en langue anglaise) qui paraît plus neutre et désigne tout autant le processus de transfert des objets que le processus de leur engendrement (Descola, 2005, p.550).

Dans une première partie nous présentons la grille de Descola fondée sur deux modes fondamentaux de l'expérience individuelle et collective, l'*identification* et la *relation*, quelle que soit l'ontologie envisagée. Les spécificités du mode d'identification moderne, l'ontologie naturaliste, peuvent alors être mises en évidence. L'Occident moderne est en effet la seule culture qui conçoit la nature en la dissociant du monde des humains. Afin d'aborder la situation contemporaine, une typologie des modes de relations entre les existants, adaptée de celle de Descola, est proposée et retient sept schèmes d'action : échanger, prendre, donner, transmettre, fabriquer, protéger, concevoir.

Dans une seconde partie, nous montrons, au travers d'exemples, qu'il est possible d'actualiser ces modes de relations dans la situation contemporaine. Une discussion permet alors de montrer la place de l'échange marchand, le rôle permanent des processus de cadrage et de critiquer l'ontologie naturaliste. Une conclusion souligne que la perspective de Descola permet de renouveler la critique du capitalisme industriel et du modèle dominant de développement.

## Modes d'identification et de relation

En quête d'une structure permettant de repérer la diversité des ontologies, Descola (2005) déconstruit d'abord le « Grand Partage » nature *versus* culture. Bien des peuples non modernes sont en effet indifférents à cette division et traitent les entités naturelles comme des personnes. De même, Latour (1991, p. 20-21) soutient que ce dualisme, qui a donné naissance à l'économie moderne, ne peut cependant pas rendre compte de l'ensemble des pratiques contemporaines.

### Les modes d'identification

Un mode d'identification est une ontologie qui fournit une vision du monde. Descola propose une typologie de quatre ontologies (totémisme, animisme, analogisme, naturalisme) et préfère alors utiliser, en suivant Latour (1999), la notion de *collectif* aux dépens de la notion de société. Un collectif n'est pas une unité déjà faite mais une procédure pour rassembler des existants tandis que la notion de société ne s'applique classiquement qu'à un ensemble déjà clôturé de sujets humains.

Le processus d'identification établit des ressemblances et des différences entre l'individu et les autres existants. À la dichotomie nature *versus* culture Descola substitue le dualisme *intériorité* (ce qu'ordinairement on appelle l'esprit) et *physicalité* (ce qu'ordinairement on appelle le corporel). Ces deux notions sont des *plans d'expérience* dont il considère la dualité comme universelle. Les combinaisons autorisées par ces deux critères étant très réduites, quatre manières de combiner différences et ressemblances, et d'agrèger des humains ou des non-humains, sont résumées dans le Tableau 1. Chacune permet de mettre au jour une ontologie c'est-à-dire une façon de structurer l'expérience des êtres, humains ou non-humains.

**Tableau 1 : Typologie des modes d'identification** (source : Descola 2015, 221)

<i>Ressemblance des intériorités et des physicalités</i>	Totémisme	Animisme	<i>Ressemblance des intériorités et différences des physicalités</i>
<i>Différence des intériorités et des physicalités</i>	Analogisme	Naturalisme	<i>Différence des intériorités et ressemblance des physicalités</i>

Le *totémisme* suppose l'identité des intériorités et des physicalités entre humains et non-humains à l'intérieur d'un collectif dont les membres sont affiliés à un totem principal dérivant, souvent, d'une espèce animale ou végétale. L'*animisme* suppose que humains et non-humains ont une intériorité de même nature mais qu'ils se distinguent par

leurs enveloppes corporelles. *L'analogisme* suppose des discontinuités à la fois d'intériorité et de physicalité entre tous les existants. Le chapitre consacré par Foucault (1966) à *La prose du monde* décrit cette ontologie fondée sur une pléthore de correspondances dont l'astrologie est un résidu. Le *naturalisme* suppose que seuls les humains sont dotés d'une intériorité et reconnaît une continuité physique entre humains et non-humains. Cette ontologie, qui succède historiquement à l'ontologie analogique, s'est mise en place en Europe à l'issue de la Renaissance. C'est ce qu'on appelle l'anthropocentrisme ou, pour les tenants de la cause animale, le « spécisme » (Kerbrat-Orecchioni 2021, p. 44).

Selon Descola l'ontologie moderne est naturaliste. Elle différencie humains et non-humains par la conscience réflexive, la subjectivité, le pouvoir de signifier, et la maîtrise du langage qui permet d'exprimer ces facultés. Il rejoint Foucault (1966, p. 85) qui indique que les notions de nature et nature humaine appartiennent à l'*épistémè* moderne et sont une invention récente (Ibid, p. 15). Pour autant, le naturalisme constitue la doxa qui s'efforce de juger les autres ontologies. Il apparaît alors comme une idéologie dominante, c'est-à-dire une forme de contenu, de nature interprétative, qui tend à se naturaliser mais sans s'avouer comme telle. Or, par définition la perspective anthropologique invite à se déplacer par rapport à soi-même et vis-à-vis du modèle dominant. Le projet de Descola vise donc à saper les évidences du naturalisme. Celles qui définissent les « lunettes » des occidentaux pour lire les relations avec les autres « *celle que l'on apprend à l'école, que les médias transmettent, que la pensée savante élabore et commente* » (Ibid, p. 440-441). Cependant, chaque ontologie est une forme idéal-typique qui peut s'accommoder de la présence discrète d'autres modes. Par exemple, si la plupart des occidentaux sont naturalistes, cela n'empêche pas certains d'entre nous de consulter leur horoscope (une inférence analogique) ou de parler à leur animal domestique (un comportement animique).

Il demeure que Descola réfute les prétentions de l'ontologie moderne et ne présume pas l'existence d'une nature universelle. Les peuples dits primitifs ne dissocient pas nature et culture et ignorent la notion même de nature. Notre modernisme n'est qu'un universalisme particulier (Latour, 1991, p. 141-142). Le naturalisme n'est pas le modèle qui permet de concevoir tous les modes d'identification, c'est une ontologie parmi d'autres dont l'histoire est récente contrairement à celle des trois autres modes. Car c'est au tournant du XVII<sup>e</sup> siècle qu'a commencé à se mettre en place en Europe cette vision du monde. Elle est fondée sur l'idée que les humains vivent dans un monde séparé de celui des non-humains. Sous le nom de nature, ce monde est considéré comme un réservoir de ressources illimitées qui peuvent et doivent faire systématiquement l'objet d'enquêtes scientifiques afin de dégager des lois permettant de les maîtriser. Cette révolution mentale est l'une des sources de l'exploitation de la nature et de ses ressources. C'est elle qui a favorisé le développement des connaissances scientifiques et a donné notamment naissance à l'économie moderne.

Mais, pour Descola, la nature n'existe pas. Cette notion sépare artificiellement l'homme du reste du monde et Latour (2018) considère l'ontologie naturaliste comme une brève parenthèse et un mode d'identification particulièrement instable. C'est un cadre (institutionnel, mathématique, juridique...) où sciences et techniques semblent triompher de tout. Toutefois, l'introduction des non-humains (microbes, animaux, plantes, montagnes, lacs, rivières, existants techniques...) en tant qu'acteurs de plein droit les fait sortir de leur rôle habituel d'accessoires ou d'entourage des actions humaines. La reconnaissance du continuum entre humains et non-humains conduit à reconnaître que le naturalisme fabrique sans cesse des « hybrides » de nature et de culture et permet de souligner que la question n'est pas aujourd'hui d'agir « sur » mais « avec » ce que nous appelons la nature.

### Les modes de relation

Quels que soient les modes d'identification, des schèmes d'action génériques caractérisent les comportements observables dans un collectif : des manières de traiter les existants, des attitudes partagées à l'égard du monde et des dispositions tacites intériorisées. Depuis longtemps les sciences sociales, parfois avec d'autres intitulés, portent leur attention sur ces relations.

Ces schèmes structurent la perception et les interprétations individuelles des situations fréquentes et favorisent des inférences à partir d'indices minimaux. Dans les situations contemporaines les schèmes les plus simples (script ou scénario) organisent la routine des activités quotidiennes : par exemple la séquence des gestes du matin au réveil, l'itinéraire emprunté chaque jour, ou le rôle de client dans un restaurant. Les plus complexes (schèmes intégrateurs) sont « *des structures cognitives, émotionnelles et sensori-motrices qui canalisent la production d'inférences automatiques, orientent l'action pratique et organisent l'expression de la pensée et des affects* » (Descola 2005, p. 528). Ces schèmes pratiques donnent à chacun le sentiment d'avoir une culture partagée, forment l'identité d'un sujet collectif, et recouvrent la diversité des relations possibles sans toutefois épuiser toute vie collective.

La typologie de Descola (Ibid, p. 569) distingue deux grandes familles de schèmes relationnels selon que les entités considérées sont ontologiquement équivalentes (les humains entre eux) ou non (les humains et les existants non-humains) et les rapports sont réciproques ou non. Ainsi, l'échange, la prédation, le don sont des relations potentiellement réversibles entre des termes qui se ressemblent ; alors que la production, la protection et la transmission sont fondées sur la connexité entre des termes non équivalents. Le producteur est logiquement antécédent à son produit, le protecteur surplombe le protégé et le transmetteur précède le bénéficiaire.

Cependant, si on souhaite se rapprocher de la situation contemporaine, la vue d'ensemble des grands schèmes relationnels proposée par Descola ne permet pas de repérer l'importance

du rôle de l'innovation. Avant qu'un objet ne soit transférable, il faut qu'il ait été fabriqué d'une manière ou d'une autre (industrielle, artisanale ou domestique), c'est-à-dire transformé. Mais il faut aussi, préalablement, qu'il ait été conçu. Le mot production est un vocable trop général qui masque deux processus repérés notamment par March (1991) lorsqu'il suggère de distinguer les activités d'exploitation et d'exploration. Les premiers relèvent de schèmes largement programmés par un algorithme ou une recette, alors que les seconds relèvent d'un ajustement créatif, voire d'un accident comme le montre l'exemple de la tarte des demoiselles Tatin.

La typologie de Descola est dominée par la dissociation de deux grands processus (Landowski, 2020) : 1) celui qui permet la *circulation* des objets et ; 2) celui qui permet leur fabrication et leur conception, nous dirons leur *engendrement*. Nous proposons, dès lors, le Tableau 2, adapté de Descola, qui structure sept modes de relations au sein du naturalisme et non plus six puisque nous distinguons *fabriquer* et *concevoir*. Ce sont les pièces élémentaires au moyen desquels les collectifs appartenant à l'ontologie naturaliste bricolent la schématisation de leur expérience.

**Tableau 2 : Modes de relations au sein du naturalisme (adapté de Descola, 2005, 569)**

<i>Processus de circulation négociés</i>	Échanger	Prendre/Donner/Transmettre	<i>Processus de circulation singularisés</i>
<i>Processus transformateurs</i>	Fabriquer/Protéger	Concevoir	<i>Processus générateurs</i>

Au niveau de la circulation, *échanger* est un schème d'action qui suppose un processus plus ou moins *négocié*. Deux objets distincts (une marchandise et de l'argent) circulent en sens opposés entre deux sujets. Dans les trois autres schèmes, la relation entre deux sujets repose sur un objet qui passe de l'un à l'autre, soit dans une direction (*donner, transmettre*), soit dans la direction inverse (*prendre*), des processus selon nous *singularisés* parce qu'ils supposent une reconnaissance plus ou moins précise de l'identité des parties prenantes. Au niveau de l'engendrement deux schèmes d'action visent soit à transformer un objet (*fabriquer*), soit à défendre son intégrité, voire son existence, contre des menaces (*protéger*), des processus, selon nous, *transformateurs*. Les processus *générateurs*, qui créent des formes inédites, occupent une place particulière dans notre présentation afin de reconnaître le rôle de l'innovation dans l'économie contemporaine. Ainsi, le Tableau 2 structure quatre processus qui regroupent les sept schèmes élémentaires de la pratique mobilisés dans les pages suivantes : échanger, prendre, donner, transmettre, pour le processus de circulation des objets ; fabriquer, protéger, concevoir pour le processus de leur engendrement.

## La circulation des objets

L'expérience quasi quotidienne dans nos sociétés indique que l'échange marchand est la façon « normale » d'obtenir tout objet. Mais d'autres transferts sont observables : donner, s'emparer, partager, acheter de deuxième main, récupérer, recycler, glaner, etc. L'intérêt d'une perspective anthropologique est précisément d'examiner la diversité de ces transferts et de mettre en évidence l'actualisation de ces divers schèmes de la pratique dans la situation contemporaine.

Pour Kopytoff (1986) la qualification et la valeur d'un objet se transforment au fil de ses épisodes biographiques. À propos des bijoux de « Madame de... », Bonnot (2006) en propose un bon exemple. Dans une boutique, un bijou est un objet destiné à être vendu à un certain prix, mais sa valeur n'est pas alors définitivement fixée. Acheté, et parfois offert, cet objet quitte son statut marchand pour être intégré dans une parure. Porté, il est attaché à une histoire personnelle et devient progressivement un objet d'affection. Transmis, il peut devenir l'élément d'un patrimoine. Revendu par une héritière impécunieuse, il est alors détaché de sa propriétaire, affection et attachements sont oubliés. Il peut alors connaître une seconde vie. En somme, pour qu'un objet puisse passer de main en main, il doit non seulement être transférable mais aussi connaître des processus d'attachement et de détachement. L'interprétation de chacun de ces épisodes requiert la mobilisation d'un mode de relations spécifique. Celui de *l'échange* (lorsqu'il est acheté et donc vendu), celui du *don* (lorsqu'il est offert et donc reçu), celui de la *transmission* (lorsqu'il est légué et donc hérité) et celui du *vol* ou de la *perte* ou (lorsqu'il est dérobé ou égaré). La narration de la biographie d'un objet met au jour la diversité de ces cadrages.

### Échanger

Dans l'acception la plus pure de l'échange marchand, toute personne est considérée au travers de la rationalité qu'elle exerce au moyen d'un calcul coût-bénéfice et, bien qu'un achat en suscite d'autres, la plupart des professionnels du marché focalisent leur attention sur l'échange ponctuel des objets. Il est donc tentant de lire tout échange au moyen de ce schème si, comme le prônent les tenants de la généralisation de l'échange marchand, tout le monde cherche à échanger quelque chose, dans toutes les sphères, de toute société. Selon le dogme du marketing l'échange marchand serait une fonction d'application universelle : chaque personne, quelle que soit son activité (avocat, politicien, chercheur, prédicateur ou journaliste), et chaque organisation, marchande ou non, devrait définir son offre et repérer sa « cible ». Dans le monde entier de multiples générations de consommateurs et de praticiens ont été exposés à cette thèse encourageant chacun, du demandeur d'emploi au présentateur d'émission télévisée, à devenir le marketer de soi et, finalement, à se considérer lui-même comme une marque.

Résumons : 1) dans les sociétés dites de consommation l'échange marchand est le mode privilégié d'obtention des objets et ; 2) les parties prenantes de ce type d'échange n'ont qu'un seul objectif : optimiser la valeur d'échange en poursuivant des fins intéressées. Tout client veut « en avoir pour son argent » ; tout distributeur veut « sélectionner les produits rentables » ; tout fournisseur veut « proposer une offre incontournable ». Tous doivent effectuer des calculs coût-bénéfice avantageux. L'échange est dit purement marchand lorsqu'il est envisagé dans le Marché universel et abstrait où n'importe qui peut acheter n'importe quoi à n'importe qui. Si bien que, dès lors que l'objet est mis en vente, refuser de conclure l'acte de vente en raison de l'identité de l'acheteur constitue aujourd'hui un délit dans un grand nombre de pays. Ce schème, dominant dans la société contemporaine, rend compte de conduites observables à tous les niveaux de la vie sociale, économique et politique. Il se confond avec l'idéologie dominante qui sous-tend le comportement conventionnel de l'individu « normal » et lui fournit une large part des raisons de ses actes ordinaires.

Plusieurs critiques soulignent cependant les limites de ce schème, notamment quant aux secteurs qui échappent à cette analyse et quant à la rationalité qui s'y exerce. D'abord, on sait que les échanges entre organisations sont des situations caractérisées par des interactions durables au sein de réseaux (Håkansson, 1982). Un très grand nombre de travaux ont mis au jour la spécificité des interactions en milieu industriel dans des contextes géographiques, économiques et politiques très divers (Cova et Salle, 2008). Les interactions modifient, d'une part, les objets d'échange, puisque leur valeur résulte des combinaisons dynamiques de ressources (Penrose, 1959) et, d'autre part, la définition même des attentes du fournisseur et du client. Il en va de même, dans le secteur des objets dits de grande consommation où il est (presque) évident que les marques s'efforcent de modifier la valeur, ou la perception de la valeur, de leurs objets. Surtout, elles s'efforcent de nouer des relations durables avec leurs clients au travers de l'image de ces objets. Certes, l'observation des usages montre que tous les utilisateurs ne sont pas séduits par les tactiques des marques, et même que certains usagers savent résister à ces séductions. On peut, en effet, observer les prémices de cette résistance dans l'absence de respect, par certains, des éventuels modes d'emploi. Si les clients les moins compétents s'efforcent de suivre les consignes des concepteurs, d'autres explorent de nouvelles possibilités et créent des usages. C'est, par exemple, le cas traditionnel des cuisinières qui combinent, de manière créative, des ingrédients culinaires pour confectionner un plat.

De plus, selon Bourdieu (1994), des secteurs entiers fonctionnent selon la logique du désintéressement. Ainsi, dans les domaines de la culture et de l'art, le désintéressement est célébré tandis que le prix des œuvres est laissé dans la vague. Cette pratique, qui repose sur le refoulement de l'intérêt économique, conduit cependant à un résultat spécifique : constituer un capital symbolique (prestige, respectabilité, honorabilité). L'affichage du désintérêt peut se convertir en un capital économique (notoriété, part de marché ou rente de situation). Comment s'opère le mode de circulation particulier de ces objets « symboliques » ?

Dès *La distinction* (1979, 255-267), Bourdieu établit une correspondance entre des classes de produits et des goûts de classe au travers de ce qu'il appelle « *l'orchestration des habitus* » (1997, p. 66) fondée sur un réseau d'homologies entre les produits, les vendeurs et les acheteurs. Il s'écarte alors des dogmes éculés, et largement déconstruits par Baudrillard (1970), qui soutiennent soit l'effet d'imposition qu'exerceraient les producteurs sur les clients (la « filière inversée »), soit l'effet de la quête de leurs attentes et besoins (la « logique marketing »).

Pour Karpik (2007) de multiples objets culturels et les services de nombreuses professions (médecin, architecte ou avocat) partagent un point commun : une incertitude quant à leur qualité. Cette dernière n'est pas objectivable et les prix ne peuvent fournir un repère convenable. Il est alors difficile d'effectuer un rapport qualité/prix. Dans ces marchés, que Karpik appellent des *singularités*, le client doit s'en remettre à des *dispositifs de jugement* organisés en cinq catégories : classements et palmarès ; confluence du discours publicitaire et des vendeurs et choix sélectif des lieux de vente ; marques, appellations, labels, certifications et normes techniques ; réseaux personnels et numériques ; guides et experts, professionnels ou non. La figure du client apparaît souvent comme celle de l'amateur (au sens de celui qui cultive son goût) de telle ou telle catégorie d'objets : vins fins, romans, films, peintures, etc. L'amateur sait, au moins en partie, faire usage du lexique propre à une catégorie d'objets pour manifester sa compétence et sa virtuosité sémiotique comme le montre l'exemple des objets de luxe (Marion, 2005). Les producteurs s'efforcent de rendre manifestes leurs différences vis-à-vis de la production courante. Les écarts de prix considérables sont imputés à divers processus peu explicites : l'inspiration ou l'aura du « créateur », des tours de main indicibles, l'origine mystérieuse des composants, les parti pris d'un choix artistique, etc. Un tel processus de classement hiérarchique se manifeste aussi dans l'économie des « super-gagnants » (Frank et Cook, 1995) où d'énormes différences de revenu apparaissent entre le petit nombre de gens reconnus (chanteurs, comédiens, sportifs, auteurs de *best-sellers*, dirigeants d'entreprise, etc.) et la moyenne de leurs confrères.

L'interprétation dominante de l'échange marchand (Bagozzi, 1975 ; Zeithaml, 1988) se fonde sur un modèle assez simple, et donc convaincant, acheteurs et vendeurs sont animés uniquement pas des calculs intéressés, suffisamment compétents pour exercer un jugement préférentiel sur la qualité et/ou le prix. Mais le calcul intéressé est loin de qualifier tout individu (Cochoy, 2011, p. 187-188). Une pluralité de motifs d'action (mobiles, raisons, affects, passions, pulsions, sensations...) s'articule avec le rôle particulier du calcul et de la routine. De plus, toute partie prenante d'un échange doit aussi être équipée de multiples dispositifs matériels lui permettant de faire des calculs qui la font agir dans certaines directions (Callon, 2017, p. 158-188). L'échange marchand apparaît ainsi non comme une fonction d'application universelle mais comme une forme sociale particulière. Il est donc nécessaire de mettre en évidence les caractéristiques spécifiques de chaque marché concret.

## Prendre (voler, accaparer)

Dans les sociétés traditionnelles la prédation concerne le mode d'obtention de la nourriture par la chasse et la cueillette. Dans les sociétés contemporaines la prédation s'observe d'abord dans l'économie illégale, c'est-à-dire l'ensemble des activités de production, commercialisation et consommation de biens et services prohibés explicitement par la loi (Champeyrache, 2019, p. 59). La prédation renvoie aussi à la criminalité en col blanc qui se manifeste principalement par la corruption, c'est-à-dire tout processus d'abus de positions de pouvoir au détriment du bien commun : pots-de-vin, fraudes, extorsion, favoritisme, détournement de fonds (Champeyrache, 2019, p. 132). L'enrichissement colossal des « barons voleurs » lors de l'industrialisation des États-Unis ou celui des oligarques dans la Russie en transition vers l'économie de marché se sont effectués dans des conditions douteuses et un contexte juridique flou (Champeyrache, 2019, Chap. 3). L'économie informelle qui vise par la fraude à dissimuler des activités, et les affaires mises au jour dans les années 2000 (Enron 2001, Parmalat 2003, Société Générale 2008, J.P. Morgan 2012, Panama Papers 2016) reposent toutes sur l'introduction de formes d'illégalité dans l'économie légale. Plus encore, la prédation concerne l'infiltration criminelle dans l'économie légale notamment au travers du blanchiment<sup>2</sup>, c'est-à-dire toute technique de masquage de l'origine des produits ou des fonds issus de trafics permettant de les utiliser dans l'économie légale (Champeyrache, 2019, p. 156). L'ensemble de ces transferts impliquent des parties prenantes souvent difficilement repérables et relèvent de pratiques peu documentées, ce qui conduit à souligner que la frontière entre activités légales et illégales est poreuse et donne lieu à une zone grise où légal et illégal se mêlent durablement.

Il demeure que les marchés illégaux constituent le noyau dur de l'économie criminelle (Champeyrache, 2019, p. 57). Les enjeux de cette économie, dite souterraine, parallèle ou occulte, sont d'emblée internationaux. Thomas (2020, p. 35) propose de distinguer quatre familles de transferts selon la nature des objets : 1) êtres humains (trafic de personnes et d'organes, travail forcé ou au noir, adoptions illégales, mariages par correspondance, mères porteuses, etc.) ; 2) ressources naturelles (vol d'eau ou de ressources minières, pêche et abattage illégaux, trafic d'animaux, etc.) ; 3) marchandises matérielles (armes, drogues, déchets, organes humains, médicaments, pesticides, etc.) ; 4) marchandises immatérielles (pots-de-vin, rançonnement, blanchiment d'argent, paradis financiers et fiscaux, etc.)

Le commerce illégal concerne traditionnellement les objets volés ou obtenus par fraude (non-acquittement de droits, contrebande, contrefaçon), et/ou en violation des droits relatifs

---

<sup>2</sup> La légende attribue l'origine de ce terme à la création par Al Capone, dans les années 1920, d'un réseau de laveries automatiques pour fournir une façade légale aux revenus provenant de la contrebande d'alcool (Champeyrache, 2019).

à la propriété, notamment intellectuelle. Il se développe avec la complexification des fiscalités et des réglementations et s'amplifie via la mondialisation qui démultiplie les opportunités pour toutes les activités. Dès lors, se pose la question du cadre de ce qui constitue (ou non) une pratique illégale. Un cadre réglementaire est parfois imprécis, comme le montre le flou qui sépare l'évasion fiscale et l'optimisation fiscale. Il est aussi toujours évolutif comme le montre le cas du cannabis. Dans un nombre grandissant de pays on assiste à un démantèlement progressif du régime prohibitif visant à freiner son trafic et sa consommation. Dans la mesure où il est possible de cultiver le cannabis à peu près n'importe où, l'éventualité d'un changement de réglementation suscite un grand intérêt de divers entrepreneurs. La production traditionnelle, qui se maintient grâce au commerce illicite, va devoir lutter avec celle de ces nouveaux acteurs pour accéder aux segments licites du marché.

Les pratiques sur Internet n'échappent pas à la prédation. L'accaparement de nos données personnelles par de grands groupes afin de les commercialiser à des fins publicitaires ou, pire, de propagande politique, en constitue une forme. De longs contrats de plusieurs dizaines de pages visent à obtenir un accord des usagers sur toutes les conditions d'une utilisation. L'initiative de l'Union européenne pour développer le règlement général pour la protection des données personnelles s'est efforcée d'aborder cet enjeu. Une autre forme de prédation est repérable dans l'activité des plateformes de livraison qui utilisent des milliers de coursiers, dits « indépendants », en s'efforçant de masquer le lien de subordination de ces livreurs avec elles. Leur activité ne consisterait qu'à mettre en relation des clients (les restaurateurs) avec des livreurs qui, dotés en France du statut d'autoentrepreneur, auraient toute liberté pour décider quand et où effectuer une livraison. En fait chaque plateforme exerce un contrôle minutieux sur les livreurs, grâce notamment à la géolocalisation. La controverse porte donc sur la légitimité de ces entreprises qui ont les avantages de l'employeur sans en avoir les inconvénients.

Contrairement à l'échange marchand, la prédation (vol, accaparement ou appropriation induite) consiste à s'emparer d'un objet sans offrir de contrepartie. Un transfert de cette sorte est souvent illégal, bien que la frontière entre le légal et l'illégal demeure fréquemment imprécise et toujours mouvante. Peu reconnu par les analyses traditionnelles de l'obtention des objets, le schème de la prédation demeure cependant repérable.

## **Donner**

Un échange non marchand est encadré par le lien personnel, préalable, qu'entretiennent les parties prenantes. Une forme considérée comme dominante dans les sociétés qui ignorent le marché. Aujourd'hui, elle demeure repérable dans la vie quotidienne (pourboires), la sphère

familiale ou amicale (cadeaux, étrennes) et dans le domaine caritatif (aumônes ou offrandes). Ces transferts sont fondés sur la logique du désintéressement.

Pour autant, la formule traditionnellement répétée de Marcel Mauss pour désigner la triple obligation du don (*donner, recevoir, rendre*) est amplement discutée car son interprétation est semée d'embuches (Caillé, 2007 ; Rémy, 2014). Par exemple, Darmangeat (2016, p. 35) met au jour la distinction entre la situation du restaurateur qui offre l'apéritif à ses clients, une fois leur commande passée, et celle du même restaurateur qui affiche sur sa devanture « apéritif offert ». Dans la première situation le geste du restaurateur se superpose à un échange marchand et, comme tout don, n'est pas exigible. Dans la seconde situation il s'agit en fait d'une réduction de prix lors d'un échange commercial.

Ce qui montre, d'abord, que la forme contemporaine du don et du partage ne peut être analysée par des études uniquement fondées sur les motifs psychologiques des personnes. Il s'agit d'un système social, non d'un processus conceptualisable dans une perspective individualiste (Giesler, 2006 ; Arnould et Rose, 2016). Ensuite, pour élucider le don il importe de relativiser le poids des relations désintéressées. Herrmann (1997) montre que, lors d'un vide-grenier, les modes de circulation oscillent entre le don et l'échange marchand ou relèvent des deux selon la situation et les relations sociales entre vendeurs et acheteurs. Les transferts peuvent être *a priori* construits par les uns et les autres comme des échanges marchands mais, en pratique, ils ressemblent beaucoup à des dons et suscitent parfois un prix extrêmement faible, voire la gratuité. De son côté, Marcoux (2009) souligne les facettes sombres du don et invite toute analyse à saisir en même temps la place de l'intérêt et de l'altruisme, de l'obligation et de la liberté, de la rivalité et de la solidarité. Le don n'est pas seulement la forme de transfert idéalisée par les anti-utilitaristes. Inversement, les échanges marchands ne sont pas toujours anonymes. De multiples techniques de la vente et du marketing visent à créer des obligations mutuelles entre les parties prenantes. Par son aspect ou sa marque une marchandise manifeste certaines qualités du vendeur ou du producteur. Au total, dans de nombreuses pratiques contemporaines don et échange marchand s'entremêlent. Des relations qui peuvent, en même temps, susciter du lien social et de la distinction.

Pour clarifier les situations ordinaires Testart (1997, 2001) propose un critère de démarcation fondé sur la nature de l'obligation qui est à l'œuvre. Les dons sont des transferts consentis sans obligation d'un contre transfert. Au moins dans le moment de cette prestation, le donateur ne peut exiger un contre-don du donataire. Elle se réalise donc dans un seul sens. Au sens juridique du terme la contrepartie n'est pas exigible, alors que dans une situation marchande toute partie-prenante peut, si la contrepartie n'est pas fournie, en appeler à diverses forces (police, justice, état). En revanche, recevoir un cadeau ou bénéficier d'une invitation n'entraîne pas de contrainte autre que morale. Le donataire peut se sentir tenu de fournir un contre-don, mais le non-respect de cette obligation ne peut justifier un emploi légitime de la force.

Le don généralisé, où chacun donne sans savoir qui en bénéficiera et où chacun reçoit sans savoir de qui provient le contre-don (don du sang ou d'organes et dons organisationnels) est aussi observable (Steiner, 2016, Chap. 3). Les dons ou les contributions volontaires passent souvent par l'intermédiaire d'organisations (Croix-Rouge, Les Restos du Cœur) qui suppléent à l'absence de liens directs entre donateurs et donataires. Ces organisations, spécialisées dans le commerce social charitable, s'inspirent des techniques marketing. Il leur faut, d'abord, sensibiliser, faire prendre conscience, exhorter, rendre présent et efficace le souci d'autrui, ensuite, effectuer un « travail d'appariement » afin de trier, sélectionner, mettre en forme et valoriser ceux qui peuvent donner ; des opérations de captation, séduction et fidélisation bien connues des professionnels du marché. De même qu'une analyse pertinente de l'échange marchand conduit à mettre au jour la construction de la figure du client, de même il convient de mettre au jour les dispositifs qui permettent de construire la figure du donateur et du donataire. Belk (2010) souligne que les pratiques de partage demeurent méconnues alors que l'Internet favorise leur développement. Mais, dans une perspective individualiste, il théorise la notion de « partage » comme une sorte d'ombrelle au-dessus de l'opposition entre le don et l'échange. Au terme d'un critique acerbe de cette construction, Arnould et Rose (2016) suggèrent, en lieu et place du partage, les notions de mutualité et d'intégration.

Enfin, une analyse de la pratique du mécénat par certaines organisations, par exemple la constitution de fondations artistiques ou culturelles (Fondation Louis Vuitton, Pinault Collection), relève principalement de la constitution du capital symbolique repérée par Bourdieu. Un tel engagement philanthropique, de même que le don pour le sauvetage et la restauration de Notre-Dame de Paris, consiste certes à donner en faveur d'une action d'intérêt général mais aussi à recevoir, en retour, prestige, respectabilité et honorabilité.

Ces multiples situations hybrides, entre les formes analytiquement pures du don ou de l'échange marchand, indiquent que la signification d'une même forme de transfert varie selon le contexte social dans lequel elle s'inscrit. Steiner (2016, p. 269) montre l'étroitesse du seul échange marchand, réfute la perspective qui l'appréhende comme la forme universelle de tout échange, et souligne que les frontières qui le séparent d'autres transactions sociales sont poreuses.

## **Transmettre**

La transmission des objets est un schème souvent négligé par l'approche traditionnelle de leur obtention. Pourtant, cadrés par les liens familiaux, de multiples objets, matériels ou immatériels, sont transmis aux descendants. L'approche économique de ces transferts se focalise sur la transmission d'un patrimoine (biens mobiliers corporels, biens immobiliers,

financiers et professionnels) ; tandis que l'approche sociologique s'efforce de comprendre comment est incorporé l'héritage corporel, social ou culturel de la famille.

En France la transmission d'un patrimoine peut intervenir du vivant des personnes, via une aide financière (prêt ou versement d'argent, paiement d'un loyer) ou, plus formellement, via une donation. Si elle intervient après un décès, il s'agit d'un legs (du point de vue du transmetteur) ou d'un héritage (du point de vue du récepteur). Selon une disposition centrale du Code civil, les enfants ne peuvent, en principe, être déshérités. Ils ont droit à une part réservée de la succession et ce qui ne leur est pas réservé constitue la *quotité disponible*. Celle-ci peut être transmise librement par libéralité (donation ou legs) à un conjoint survivant, à un ou plusieurs enfants, ou à toute autre personne. L'obligation de réserver aux descendants une partie de l'héritage demeure cependant inconnue aux États-Unis où la succession par testament est entièrement libre.

L'approche économique, inspirée largement par les travaux nord-américains, porte d'abord son attention sur les motifs et les modalités d'une transmission. Selon l'importance accordée par un transmetteur à l'idée de transmission, celle-ci peut être plus ou moins préparée. En France, dans la majorité des cas et surtout au sein des classes modestes, la succession ne relève pas d'un testament. Cette pratique témoigne d'une large impréparation et, donc, de l'absence de motifs spécifiques. Ce legs, dit « accidentel » (Arrondel 2006), est alors effectué selon les dispositions du Code civil qui organisent de manière générale les principes d'une succession légale (enfants réservataires à part égale et quotité disponible). En revanche, la succession organisée pour une grande fortune est typifiée comme un legs dit « capitaliste ». Le dispositif alors fréquemment adopté consiste à interposer une personne morale entre le patrimoine du défunt et celui de ses successeurs. Ce dispositif permet d'alléger les coûts de la transmission, de transformer les objets transmis qui ne deviennent plus indivisibles, et de favoriser la gestion souple d'un patrimoine par l'un des héritiers. Ce qui importe, alors, c'est moins le cadrage des objets selon leur usage que selon leur valeur. En pratique, on observe que chez les transmetteurs s'entremêlent divers motifs (altruistes ou égoïstes) et divers calculs. Une diversité probablement liée aux relations avec des professionnels du droit et de la fiscalité car un transmetteur est mieux armé lorsqu'il dispose d'un minimum de familiarité avec la complexité du droit civil, social et fiscal en vigueur dans son pays. Si bien que l'héritage est un facteur important de la concentration des fortunes.

L'approche sociologique, inspirée à divers degrés par Bourdieu (1979), s'efforce d'expliquer la persistance intergénérationnelle des préférences. Pour lui, ce qui se transmet c'est un *habitus* (un système de dispositions durables et transposables, des schèmes de perception, d'appréciation et d'action acquis pendant l'enfance et développés à l'âge adulte), et les différentes espèces de capital, au sens élargi du terme : capital culturel, économique, social et symbolique. Mais, ce faisant, Bourdieu privilégie l'opposition entre le sommet de la hiérarchie sociale et le « petit » peuple qui n'hérite ni d'un patrimoine, ni de capitaux culturels

ou relationnels. Il laisse ainsi dans l'ombre les couches moyennes où la mobilité semble plus forte et où les pratiques sont très diverses. Si on suit Lahire (1998), puisque chacun est porteur de dispositions et capacités plus ou moins plurielles, seule une sociologie psychologique permettrait de mettre au jour dans quelle mesure certaines dispositions sont transférables ou non d'une situation à l'autre.

L'approche économique de la transmission met l'accent sur la quantité des objets à transmettre tandis que l'approche sociologique met en évidence l'ampleur et la diversité de la dette des vivants à l'égard des morts. Pour autant, lorsque sont abordés les mécanismes de la reproduction intergénérationnelle, elle néglige la population peu soucieuse des enjeux concurrentiels au sein de la famille. Au total, comme le schème de la prédation, celui de la transmission est souvent absent des formalisations traditionnelles de l'obtention des objets.

## L'engendrement des objets

Nous avons souligné, dans le Tableau 2, ce qui sépare les processus *transformateurs* (*fabriquer* et, selon nous, *protéger*) des processus *générateurs* (*concevoir*).

### Fabriquer

Fabriquer est un processus transformateur constitué par des opérations programmées, standardisées et normalisées qui visent à combiner divers intrants afin d'obtenir un produit fini. Cette description convient aussi bien pour les objets industriels, les prestations de service, l'exploitation agricole, l'activité artisanale ou l'autoproduction. Les algorithmes de l'ingénieur, le savoir-faire de l'agriculteur et de l'artisan, ou la recette culinaire de la ménagère reposent tous sur une même logique : l'exécution d'un programme qui permet l'obtention d'un résultat susceptible d'être anticipé, notamment par l'application des principes essentiels du taylorisme : maîtrise et contrôle des opérations.

Au-delà de ces généralités les pratiques contemporaines ont connu de vastes évolutions notamment dans le secteur des prestations de services. D'abord, lors des processus d'achat, le travail du client s'est substitué à celui effectué jadis par des professionnels : remplir soi-même son réservoir de carburant ou son chariot dans un supermarché, monter un meuble en kit par exemple (Dujarier, 2008 ; Gomez, 2019). Ensuite, la vie quotidienne s'est en partie transformée grâce aux nouvelles opportunités suscitées par la technologie numérique car les mêmes écrans sont utilisés dans l'espace domestique et dans les entreprises. Dans les grandes métropoles touristiques les plateformes d'hébergement rémunéré transforment certains ménages en hôteliers intermittents, tandis que d'autres investissent dans des logements pour créer une activité marchande ou rentabilisent une place de parking par la mise à disposition auprès d'autres usagers. De même la généralisation de l'autopartage rémunéré a réduit la

part de l'auto-stop. Plus largement, on constate qu'un site sur Internet n'est pas seulement une vitrine, c'est un poste de travail qui permet de sélectionner des offres, documenter ses propres attentes, fournir ses évaluations (avis, notations, critiques...), et alimenter ainsi les opérations d'autres clients. Chacun travaille alors gratuitement à la création des données massives (*Big data*) tout en ignorant que, ce faisant, il contribue à la production d'informations sur ses propres goûts. Ce qu'il ignore aussi, c'est l'envergure de l'infrastructure matérielle qui soutient ces processus et suscite des externalités négatives amplement masquées.

De même, le client qui circule devant les rayons d'un point de vente remplis de poulets, de poissons et de produits laitiers ignore en général que ces objets ne sont que l'une des étapes de la chaîne productive constituée par l'élevage industriel. Ce sont les détracteurs des fermes-usines et des bateaux-usines qui soulignent les externalités négatives qui accompagnent la transformation en nourriture d'un porc, d'une volaille ou d'un poisson (Kerbrat-Orecchioni, 2021, p. 382, p. 533). Or, ce qui permet de transformer un animal en un objet marchand, apte à fabriquer de quoi alimenter les humains, est un processus de formatage (Callon 2017, p. 56), c'est-à-dire les cadrages qui permettent sa qualification et l'établissement de sa valeur marchande. Ce même processus concerne aussi le cas des organismes génétiquement modifiés (OGM) qui envahissent l'industrie agroalimentaire et de la santé (Callon 2017, p. 130-135).

Dans toutes ces situations contemporaines les processus de fabrication suscitent des problèmes identiques : transformer par divers cadrages une entité en un objet marchand et, en même temps, faire face à des inquiétudes et des contestations inhérentes aux externalités négatives que certains s'efforcent de mettre au jour afin de les intégrer à l'analyse.

## Protéger

Pour Descola (p. 555-561) la protection se manifeste par une offre d'assistance et de sécurité. On observe ce mélange d'attention et de contrôle dans la relation entre parent et enfant mineur ou, dans le cas de l'élevage, entre l'homme et l'animal. Descola observe qu'on parle parfois de production pour désigner ce façonnage des conditions d'existence de l'animal.

Dans les situations contemporaines cette relation apparaît dans le rapport entre l'État et le citoyen. Mais elle est encore plus visible dans la mise en œuvre des processus transformateurs qui visent à sécuriser un objet ou à le conserver en le défendant contre d'éventuelles dégradations. C'est le cas du stockage qui vise à protéger un objet d'éventuelles dégradations, du maintien en bon état physique et mental d'une équipe (sportive ou de travail) contre la fatigue et les accidents, ou de la préservation d'un milieu « naturel » au bénéfice de futures générations. De même, la thésaurisation (investir aujourd'hui afin de disposer de futurs revenus) apparaît comme un mode de protection visant à préserver un capital. C'est, par exemple, la conduite de l'épargnant qui, face à un avenir incertain, souscrit un contrat

d'assurance vie en espérant protéger sa situation de futur retraité. En épargnant des ressources pour l'avenir, il « fabrique » pour lui-même une sécurité pour demain. De tous ces points de vue, en protégeant on fabrique. C'est pourquoi « fabriquer » et « protéger » sont des schèmes rassemblés dans notre typologie (Tableau 2) comme un même processus transformateur.

Toutefois, la production de « valeur pour l'actionnaire » mérite un examen particulier. Avec la massification de l'actionnariat, ce thème est développé par les gérants d'actifs dont le métier est de gérer au mieux une épargne. L'entreprise est pour eux un véhicule de placement dans lequel il faut entrer et sortir au bon moment. En une journée ou quelques heures, certains spéculateurs amplifient ce mécanisme. Pour tous ces *investisseurs*, qui anticipent sans cesse de futurs profits spéculatifs, l'entreprise est une machine à générer des flux financiers. *A contrario*, le comportement de l'actionnaire traditionnel, propriétaire à long terme des parts d'une société, attend une « juste » rémunération de son fidèle engagement. Il fait suffisamment confiance au programme de « son » entreprise pour attendre le résultat qu'il estime prévisible. Ces deux figures des détenteurs d'actions relèvent de deux cadrages spécifiques : l'investisseur opère dans le cadre de la spéculation, tandis que l'actionnaire traditionnel opère dans le cadre de l'investissement et s'efforce de préserver les intérêts de l'entreprise et la pérennité de son action (Gomez, 2019, p. 50). Protéger un investissement en actions est alors une ambition très problématique lorsqu'elle dépend d'acteurs orientés par un souci spéculatif qui entremêle protection d'une épargne et contraintes du marché financier.

L'ambivalence de la protection, un mélange d'attention et de contraintes souligné par Descola, se retrouve dans l'opposition entre l'élevage industriel, qui vise à nourrir au moindre coût la plus vaste population, et l'élevage fermier traditionnel, ou paysan, qui serait capable de ne pas réduire l'animal au seul statut d'un objet alimentaire marchand. Ce qui renvoie aux questions abordées par les marchés contestés, ces lieux d'échange où sont achetés et vendus des objets contestés : drogues, tabac, enfants adoptables, organes humains, jeux d'argent, données personnelles ou poissons génétiquement modifiés (Steiner et Trespeuch, 2015).

La contestation morale favorise, retient ou bloque l'émergence d'un marché contesté. La notion d'objet contesté signifie qu'il existe des controverses sur ce que l'on peut acheter et vendre et donc sur la possibilité de mettre en place un marché pour ces objets. Les « entrepreneurs de cause » développent des argumentaires pour disqualifier certaines pratiques et organisent des actions pour les transformer en un problème public. De leur côté les promoteurs d'un marché contesté défendent leurs pratiques et le libre accès aux objets favorisé par l'échange marchand.

La mise en évidence d'une population *vulnérable* qu'il convient de protéger apparaît souvent comme la pièce centrale d'une controverse. La controverse s'efforce de désigner le collectif dont l'existence peut être bouleversée ou menacée par l'apparition ou la disparition

d'un marché contesté. Nous l'avons déjà vu en examinant les fluctuations du cadre réglementaire du cannabis. Lors d'une controverse, un collectif peut être associé à des valeurs positives, il devrait alors être protégé, éventuellement contre lui-même, ou à des valeurs négatives, ses pratiques devraient alors être rejetées ou encadrées par des contraintes réglementaires, tarifaires et/ou fiscales. La cible la plus courante de ces enjeux est celle des enfants lorsqu'il faut les protéger notamment de l'existence du marché de la pornographie ou de celui du tabac. Mais bien d'autres catégories peuvent être ciblées en tant que population à protéger : le fumeur passif, le joueur dépendant, celui qui doit se faire transplanter, celui qui peut fournir un organe ou celle qui peut proposer un enfant à l'adoption. Selon les cas, les dispositifs mis en place affecteront soit l'offre d'objets contestés, soit la demande, soit les deux à la fois avec, cependant selon Steiner et Trespeuch, le risque de favoriser la création d'un marché « noir ». C'est, bien souvent, la quête du moindre mal qui favorisera l'apparition d'un compromis entre le marchand et le non-marchand.

Au total, la « protection » est un processus transformateur qui s'apparente, de manière un peu inattendue, à une « production » : celle des conditions permettant de soustraire un objet ou une personne à la vulnérabilité.

## Concevoir

Le regard traditionnel sur l'innovation oscille entre deux modèles. D'un côté la représentation héroïque de la figure de l'innovateur. Doté de qualités exceptionnelles, il rassemble des ressources pour mener à bien son ambition, lutte pour créer de nouvelles combinaisons et s'efforce d'être le premier. De l'autre, un processus amplement décrit dans les manuels de marketing pour développer un produit, un service ou une méthode de vente qui encourage plutôt les innovations incrémentales. Celles-ci reposent sur le conformisme au design dominant ou, pire, sur une pure imitation. Ces deux modèles se recoupent en partie dans l'opposition entre les pressions exercées par la technologie (*technology push*) et celles inhérentes à la demande (*market pull*). Quel que soit le modèle, il s'agit pour l'essentiel de trouver une solution à un problème, laquelle suscitera de nouveaux problèmes pour lesquels il faudra trouver de nouvelles solutions qui conduiront à d'autres problèmes, etc. Ces interactions sont l'un des moteurs de la consommation mais conduisent peu à l'exploration de nouveaux domaines de connaissance. Or, comme on le dit souvent, la découverte des applications de l'électricité n'a pas résulté de recherches visant à perfectionner la bougie. L'approche problème/solution se contente en général de renforcer ou renouveler les objets existants destinés à des clients convenablement identifiés.

Or le processus de développement d'une innovation, dite radicale, s'écarte de ces modèles notamment parce qu'il suscite fréquemment la redéfinition de l'identité des objets et de leurs destinataires. Les activités d'exploration peuvent conduire au développement incertain de

technologies qui n'existent pas, encore, et peuvent viser des marchés qui n'existent pas, encore. Les procédures traditionnelles tiennent peu compte des spécificités de l'activité d'exploration (Garel et Rosier, 2008). Explorer consiste à créer de nouveaux écosystèmes et non seulement à trouver une place dans les chaînes de valeurs constituées ; à créer du savoir et non seulement à utiliser les savoirs disponibles.

L'approche est renouvelée lorsque le processus d'innovation est considéré comme une pratique collective, distribuée ou ouverte (Chesbrough, 2003). Des acteurs hétérogènes, détenant des savoirs complémentaires, savent interagir et former un collectif, ou un réseau, afin de coopérer dans la co-construction d'une technologie et de ses usages. Le caractère distributif de cette activité implique non seulement une diversité d'acteurs mais aussi une diversité des options ouvertes à l'exploration. L'ambition est alors de rassembler des connaissances sur des domaines méconnus, de rassembler des expertises sur des questions et des problèmes mal définis, et d'énoncer des concepts partiellement inconnus mais pouvant constituer le point de départ d'un processus de conception. Il ne s'agit plus seulement de résoudre tel ou tel problème mais de changer les systèmes ou les architectures qui en sont la cause ; non pas être radical par rapport à l'existant mais inventer une réalité à venir. Au cours d'un tel processus la qualification des objets et du profil des offreurs et demandeurs est coproduite. Les objets apparaissent alors comme des processus (ils se transforment sans cesse) et non comme des entités stables, tandis que les parties prenantes ne sont pas repérables par des identités déjà là et fixées, mais connaissent des trajectoires identitaires.

Quoique célébrées par le culte de la nouveauté, les pratiques d'exploration n'ont pas que des conséquences bénéfiques ; « nouveau » n'est pas, en soi, meilleur que « ancien ». Autrement dit, il n'est pas certain que les promesses des technosciences émergentes (biotechnologies et nanotechnologies par exemple) s'accompagnent de progrès bénéfiques et contrôlables. D'abord, la course à l'innovation trouve son exutoire dans l'hyperconsommation, si bien que de plus en plus de personnes se demandent s'il est raisonnable de poursuivre une telle course. Ensuite, les externalités négatives n'apparaissent parfois que tardivement et de manière imprévue. Il faut donc exercer une grande vigilance sur l'ampleur des conséquences de la destruction dans le processus de destruction créatrice.

Pour faire face à ces enjeux, il est possible d'organiser un dialogue permettant d'associer les acteurs *concernés* afin de collecter les inquiétudes et les objections. Une sorte d'expérimentation collective qui a l'ambition de permettre l'exercice de la démocratie technique (Callon, 1998 ; von Hippel, 2005) et de mettre en évidence le rôle des activités non marchandes pour (re)construire des solidarités et de la mutualité. *A contrario*, la prolifération des obscures innovations financières de la technocratie spéculative (Gomez, 2019, p. 57-66), n'a jamais fait l'objet d'une telle démarche. Seule l'action publique fondée, sur un débat démocratique, semble être capable d'intervenir sur la définition de ces objets.

## Discussion et voies de recherche

Descola (Ibid, p. 673) souligne que l'échange de type marchand est l'une des « *valeurs centrales des démocraties modernes* ». Cette observation nécessite un examen approfondi. D'abord pour clarifier les rapports entre l'échange marchand, l'économie de marché et le capitalisme. Ensuite, ce qui conduit à mettre au jour le rôle des cadrages qui interviennent dans la définition de l'identité des objets et de leurs parties prenantes et, finalement, à la mise en question de l'ontologie naturaliste qui fournit une vision dominante au monde contemporain.

### Une nécessaire perspective historique

L'échange marchand permet la naissance des marchés mais ceux-ci n'apparaissent que très progressivement. Braudel (1979) s'est efforcé de repérer les agents de l'échange dans les siècles d'Ancien Régime : le paysan qui commercialise une part de sa récolte, l'artisan boutiquier, l'artisan itinérant, le colporteur, le boutiquier qui peut vendre à crédit et, à un niveau supérieur, les foires et les Bourses. Il observe que c'est l'accélération des échanges, au XVIII<sup>e</sup> siècle en Europe, qui donnent naissance aux marchés, ces scènes complexes où les arrangements entre l'offre et la demande sont très variés. L'usage ordinaire contemporain privilégie toutefois un seul terme pour désigner cette diversité : le Marché, écrit avec une majuscule pour souligner qu'il s'agit d'une institution<sup>3</sup>.

Institution dont l'apparition et la théorisation datent des trois derniers siècles. Adam Smith (1776) fut l'un des premiers à montrer la logique de l'économie de marché et à décrire ce que la société pouvait attendre du libre jeu des intérêts économiques privés, notamment grâce à la métaphore de la main invisible<sup>4</sup> : fondée sur la recherche de l'intérêt personnel une société

---

<sup>3</sup> Si on accepte de définir les institutions comme des systèmes de règles sociales établies et enchâssées qui structurent les interactions sociales (Hodgson, 2006).

<sup>4</sup> « *Ce n'est pas de la bienveillance du boucher, du brasseur ou du boulanger que nous attendons notre dîner, mais de leur souci de leur intérêt propre. Nous ne nous adressons pas à leur humanité, mais à leur égoïsme, et ce n'est jamais de nos besoins que nous leur parlons, c'est toujours de leur avantage* » ; « *...chaque individu (...) ne pense qu'à son propre gain ; en cela, comme dans beaucoup d'autres cas, il est conduit par une main invisible à remplir une fin qui n'entre nullement dans ses intentions ; et ce n'est pas toujours ce qu'il y a de plus mal pour la société, que cette fin n'entre pour rien dans ses intentions. Tout en ne cherchant que son intérêt personnel, il travaille souvent d'une manière bien plus efficace pour l'intérêt de la société, que s'il avait réellement pour but d'y travailler.* » (Smith, 1776).

assure mieux la satisfaction des besoins de tous. Puis, dans le dernier quart du XIX<sup>e</sup> siècle, l'approche dite néoclassique a proposé une théorisation de l'économie de marché fondée sur la liberté pour entreprendre et choisir. Une construction qui promet de l'efficacité à l'ensemble de l'économie et démontre mathématiquement les vertus du marché libre concurrentiel. Ainsi apparaît le Marché-institution « pur et parfait », fondé sur l'anthropologie de l'*homo-œconomicus*, être abstrait, supposé parfaitement rationnel, sans histoire et sans affects, déterminé par la recherche du profit comme manifestation centrale de son intérêt. Le récit du Marché-institution a accompagné le processus de « désencastrement idéologique » de l'économie (Polanyi, 1983) et a pu ainsi devenir une sphère indépendante du reste de la société avec ses propres lois et sa propre rationalité. Toutefois, le Marché ne peut être présenté comme l'unique institution susceptible d'imposer ses règles à l'ensemble de la société.

Pour analyser la période entre XV<sup>e</sup> et XVIII<sup>e</sup> siècle, Braudel (1979, 1985) distingue trois étages de l'économie. Au premier niveau il situe l'économie domestique et non marchande, constituée par des paysans qui vivent dans leurs villages de façon presque autonome. Un niveau dominé par l'autoconsommation et désigné comme « civilisation matérielle ». Le deuxième niveau abrite les échanges quotidiens, c'est-à-dire les transactions à courte distance liées aux activités rurales, aux échoppes, aux ateliers, aux boutiques, aux bourses, aux banques et aux foires ainsi que certains échanges lointains. Au troisième niveau se situe la sphère capitaliste caractérisée par l'absence de transparence. Pour Braudel, le capitalisme désigne en effet des activités qui n'apparaissent que lorsque des marchands cherchent à contourner les règles en vigueur dans les échanges quotidiens.

Braudel distingue donc deux formes typiques de l'échange. D'un côté, les échanges quotidiens dont chacun connaît à l'avance les tenants et les aboutissants et peut supputer à peu près les bénéfices, toujours mesurés. De l'autre, les échanges qui fuient la transparence et le contrôle et visent à se débarrasser des règles des marchés traditionnels. Le marchand y dispose en effet de deux avantages : 1) lui seul connaît les conditions de l'échange aux deux bouts de la chaîne et ; 2) il dispose d'argent comptant. C'est dans le second type, sophistiqué et dominant, que se situe la sphère du capitalisme. Certes, les capitalistes prennent part à l'échange mais ils s'efforcent de réaliser un profit en imposant un échange inégal qui témoignent de leur supériorité sociale, politique et culturelle sur les autres groupes de la société. Dès lors, le capitalisme désigne des activités différentes de l'économie de marché (Braudel, 1985, p. 49). Il n'apparaît que lorsqu'un groupe, disposant d'une information supérieure et d'une souplesse dans le réinvestissement vers les activités les plus rentables, s'efforce d'échapper aux règles qui valent pour la masse des marchands. De plus, il ne s'épanouit véritablement que dans une synergie entre le capital marchand et les pouvoirs politiques. L'État moderne tantôt le favorise et tantôt le défavorise (Braudel, 1985, p. 68) et ce sont les conditions socio-politiques de chaque contexte spécifique qui entravent ou non

son essor. Si capitalisme et économie de marché sont d'ordinaire confondus c'est que l'un et l'autre ont progressé ensemble du Moyen Âge à nos jours.

Ainsi, cette analyse permet, d'une part, de distinguer l'économie de marché et le capitalisme et, d'autre part, de distinguer les pratiques d'échange concrètes, c'est-à-dire l'économie-telle-qu'elle-se-fait, des récits d'intention scientifiques qui constituent l'économie-telle-qu'elle-se-pense (Gomez, 2022, p. 107). Le Marché est une fiction institutionnelle dont le récit revendique l'objectivité des sciences naturelles et permet, entre autres : 1) de postuler que tous les échanges marchands obéissent à une même logique et ; 2) de justifier le capitalisme en puisant des arguments très généraux issus des bienfaits de l'économie de marché : progrès, efficacité, liberté (Boltanski et Chiapello, 1999, p. 50). Si on ajoute que, en assurant la promotion de la concurrence des opinions et des positions politiques, la démocratie moderne (ou plus précisément le processus de démocratisation) agit comme la concurrence sur le marché, Descola est fondé à soutenir que l'échange marchand est l'une des valeurs centrales des démocraties modernes.

Cependant, ceci n'implique pas, comme le soutient Friedman (1962), que le capitalisme en soi assure les libertés politiques. L'Italie et l'Espagne fascistes, sans parler du régime nazi, montrent qu'il est possible de voir apparaître, en même temps, un arrangement économique capitaliste et une société qui n'est pas libre. Ceci n'implique pas, non plus, l'absence de rapports de force sur les marchés. Sans doute, un échange n'a lieu que si chaque partie prenante y trouve un minimum d'intérêt, mais un échange marchand n'est pas le révélateur d'un accord parfait. Il peut n'être que la moins mauvaise solution car la concurrence est rarement pure et parfaite. Un prix révèle un accord, mais aussi les forces en présence.

Si Adam Smith parle de richesse c'est que, soucieux de lutter contre la pauvreté, il veut repérer les conditions permettant de donner accès au plus grand nombre de personnes à un large éventail de moyens pour satisfaire leurs besoins. Évidemment, à l'époque où Smith écrit, Baudrillard n'a pas encore déconstruit le mythe des besoins primaires (1972, p. 84). Les travaux de Sahlins (1972), qui montrent que les sociétés primitives sont des sociétés d'abondance et non de subsistance, n'ont pas été encore publiés. Baudrillard (1968, p. 233) n'a pas encore montré combien « *Pour devenir objet de consommation, il faut que l'objet devienne signe* » et il n'a pas publié *La société de consommation* (1970)<sup>5</sup>. En somme, la dynamique de la consommation de masse et la critique du consumérisme sont des processus dont l'analyse est récente. Mais, désormais, dans la société contemporaine l'acquisition des objets est une (la) manière d'acquérir une identité ; les processus de la mode et l'hyperconsommation sont couplés avec la course à l'innovation. La critique est amplifiée par

---

<sup>5</sup> Pour une présentation du décodage de la société de consommation par Baudrillard, amplement reprise notamment par Hamilton (2010) et Hietanen, Andéhn and Bradshaw (2018), cf. Marion et Sitz (2015).

les mouvements écologistes qui dénoncent la dynamique des besoins croissants et toujours frustrés, et soulignent l'impossibilité d'étendre ce modèle de consommation à toute la planète.

## Le rôle des cadrages

L'obtention des objets est inséparable des pratiques, c'est-à-dire au sens le plus simple et évident du terme « ce que les gens font ». La notion de pratique est très large, elle englobe des habitudes, des routines, des usages et des compétences ; mais aussi des représentations, des idées, des images, des désirs, des émotions et des conventions (Trentmann, 2009). Il est difficile de dissocier les pratiques des discours qui les accompagnent pour les décrire, les justifier, les dénoncer ou les discipliner, bref pour les cadrer.

Pour reconnaître dans la situation contemporaine les modes de relations proposés par Descola (Tableau 2), nous les avons désignés par des verbes et non des substantifs (échanger et non échange, fabriquer et non fabrication...) afin de souligner qu'il s'agit toujours d'un « faire ». Cette forme verbale, un gérondif, souligne qu'il s'agit d'actions « en train de se faire » et non d'un état ; des processus et non des catégories. Certeau (1980, p. 9-10) l'a indiqué : « *la relation (toujours sociale) détermine ses termes, et non l'inverse* ». Dès lors, il n'est pas possible de qualifier, *a priori*, telle ou telle partie prenante : vendeur, acheteur, fournisseur, client, donateur, donataire, transmetteur, héritier, fabricant, innovateur... Ce lexique et ces prénotions doivent être suspendus. L'analyse des pratiques concerne une combinaison d'opérations, non le sujet qui en est l'auteur.

La figure du sujet « dit » de la consommation s'éloigne de plus en plus du cadrage proposé par la théorisation du Marché-institution. Celle qui retient l'hypothèse de la figure de l'*Homo œconomicus*, doté d'une seule manière d'ordonner ses préférences et fondée sur l'idée que les individus sont des êtres mus par leur unique intérêt. Un « idiot rationnel » selon Sen (1977), un égoïste, fruit de l'utilitarisme, qui ne porte intérêt qu'à ses propres avantages. C'est pourquoi, au cours des dernières années, de nouvelles figures ont proliféré (Toffler, 1980 ; Gabriel et Lang, 1995 ; Cova et Cova, 2009) sans cependant évacuer la référence à l'individu qui vise la maximisation de son utilité. Apparaissent alors, comme nous l'avons vu, de multiples situations hybrides où les calculs intéressés s'entremêlent avec bien d'autres motifs. On comprend que l'identité des parties prenantes, et la nomination du rôle joué par chacune d'elles, sont le résultat de toute analyse, non son préalable.

De même, la carrière d'un objet souligne le caractère instable de son identité. Il n'apparaît stable que lorsqu'il est, temporairement, cadré ; typiquement dans un self-service : supermarché, station d'essence, distributeur automatique de billet... Mais la remarquable stabilité de ces situations est l'exception et non la règle. Dans bien d'autres situations, comme le montre la carrière d'un objet (Kopytoff, 1986), ils sont sans cesse construits et reconstruits.

De même, l'examen du processus de leur engendrement indique qu'ils ne deviennent stables que lorsqu'ils sont cadrés et qu'ainsi ce qui leur est extérieur (les externalités) est mis entre parenthèses. Aujourd'hui, l'économie numérique a révélé l'ampleur de la consommation « collaborative » et de l'économie « de partage » qui gomme la frontière entre fournisseurs et clients, ou vendeurs et acheteurs. D'où les difficultés pour repérer les activités de production des possesseurs d'un objet pour leurs propres bénéfices, versus les activités qui peuvent être engagées au bénéfice d'autres utilisateurs. Certeau (1980) l'a souligné : la consommation est une « autre » production, d'expérience, d'usages, d'activités, de trajectoires et, aussi, de déchets. Au total, l'identité des objets ne dépend pas de leurs qualités intrinsèques mais de l'espace social où ils se meuvent. Tout objet est un processus, non une entité stabilisée une fois pour toutes. L'identité des objets, comme celle des parties prenantes, résultent d'un cadrage.

Deux acceptions de la notion de cadrage, partiellement liées, apparaissent : des *schèmes pratiques intériorisés* pour Descola ; des processus constituant les activités marchandes pour Callon. Selon Descola (2005), les cadrages permettent de rendre compte de la cohérence et de la régularité des « manières de faire » et de la manière dont les individus perçoivent leur engagement dans le monde (Ibid, p. 169). Les schèmes collectifs (Ibid, p. 189-193) sont, comme les habitus, des dispositions issues de la vie commune, intériorisées grâce à l'expérience acquise dans un milieu social donné, qui permettent d'exercer diverses compétences : structurer la perception d'une situation, organiser l'activité pratique, cadrer les interprétations des comportements considérées comme « normaux ». Les schèmes *intégrateurs*, les plus complexes, génèrent des inférences dotées d'un haut degré d'abstraction, sont distribués avec régularité dans un collectif, et assurent la compatibilité entre des familles de schèmes spécialisés. Ils se construisent peu à peu lorsque des ensembles d'individus traversent des expériences comparables. Un schème est alors dominant lorsqu'il est activé dans le plus grand nombre de situations. C'est le cas de l'échange marchand dans la situation contemporaine. Dans cette acception un cadrage, comme une convention, fournit ce qui va de soi. Le cadrage des usages impose les règles pratiques qui permettent à chacun d'agir de façon « normale ». Une scène sociale apparaît comme un cadre (matériel, cognitif, moral) qui donne une signification aux interactions qui s'y déroulent. Les calculs savants effectués par les économistes et ceux qui les reprennent à leur compte ne constituent qu'une rationalité pratique parmi d'autres. À propos des calculs ordinaires, Weber (2013) présente une critique de toutes les tentatives qui visent à étendre le raisonnement économique au-delà des interactions marchandes.

Selon Callon (2017), qui porte son attention sur l'organisation des activités marchandes, tout processus d'engendrement d'un objet se manifeste par la combinaison de ressources économiques, sociales, matérielles, techniques et politiques qu'il appelle un *agencement* ; un collectif hybride fait d'entités humaines, naturelles et matérielles capable d'actions productives et marchandes. Toutefois, un agencement ne s'accompagne pas de la naissance

du Marché-institution mais de l'émergence d'innombrables marchés concrets qui peuvent susciter des inquiétudes et des résistances. Il s'agit, alors, de trouver un compromis entre ces marchés et des enjeux plus larges : sociaux, climatiques, politiques... Ce qui peut alors encourager des luttes à propos des externalités négatives, et peut permettre la construction de nouvelles identités (des objets et des parties prenantes) et, ce faisant, peut légitimer de nouvelles pratiques. Toutefois, les inquiétudes suscitées par tel ou tel agencement sont si nombreuses et complexes qu'il est nécessaire de les articuler et de les hiérarchiser.

Callon (2017, p. 55-59) met en évidence cinq cadrages qui structurent les *agencements marchands* et configurent les cours d'action : cadrage des objets d'échange, des parties prenantes de l'échange et de leur manière de calculer, des rencontres marchandes, des attachements et détachements, et du mode de fixation des prix. Ces cadrages sont envisagés comme une grammaire à la disposition de ceux qui veulent comprendre la dynamique des marchés et ambitionnent de les transformer. Selon Callon, un cadrage met entre parenthèses le monde qui lui est extérieur sans pour autant abolir toute connexion avec lui. La pratique d'un cinéaste est une métaphore expressive de cette opération. Lors d'un tournage il doit décider ce que le cadre doit inclure (quel acteur, quelle action, quel angle spécifique, quelle profondeur de champ privilégier ?). De même, ceux qui œuvrent dans un marché, ou un champ, doivent l'observer selon une perspective spécifique. Ils utilisent des lunettes qui portent leur attention sur certains éléments de la situation et en rejettent d'autres hors-champ. Un cadrage n'est pas immuable, les controverses suscitées dans un marché *contesté* en témoignent. On aperçoit, à nouveau, l'inévitable performance de l'économie-telle-qu'elle-se-fait, par le large ensemble des sciences économiques et des sciences de gestion, c'est-à-dire l'économie-telle-qu'elle-se-pense. Toutes les disciplines de la gestion de l'entreprise (comptabilité, marketing, finance, etc.) ont un impact considérable non seulement sur les manières de penser mais aussi sur les manières de faire, c'est-à-dire les pratiques. La notion de performance (Muniesa et Callon, 2013), empruntée à la pragmatique du langage, montre que ces disciplines ne se limitent pas à représenter le monde, elles le constituent et instaurent ce dont elles parlent. Il faut donc observer finement comment fonctionnent les savoirs issus de ces disciplines et comment ils affectent les pratiques savantes ou ordinaires. Analyser les outils qui peuplent les sciences de gestion consiste alors à les considérer comme des existants (techniques) dotés de leur propre capacité d'agir (*agency*). Ils sont construits par des récits dotés d'une force performative, c'est-à-dire des descriptions qui font ce qu'elles disent. Chaque discipline, économique ou non, construit des catégories qui lui permettent de définir ce qui s'inscrit dans un cadrage et ce qui est en dehors.

Ces deux acceptions des processus de cadrage peuvent s'éclairer grâce à la définition des « imaginaires sociaux » proposée par Taylor (2006)<sup>6</sup>. Celui-ci n'utilise pas le concept de cadrage mais considère que « *l'imaginaire social constitue en fait l'ensemble de la compréhension partagée, souvent implicite, d'une population, qui est sous-jacente à leurs pratiques communes* » (2006, p. 480). Un arrière-plan d'intelligibilité pour les acteurs, acquis par socialisation, intériorisation et pratique quotidienne. Ce qui fournit la compréhension de la finalité de leurs actions, y compris la possibilité d'en critiquer l'existence ou l'acception majoritaire. Dès lors « *on peut lier le concept d'imaginaire social à celui de répertoire. Partager une certaine compréhension commune rend possible, pour une population donnée, de s'engager dans certaines pratiques* » (Taylor, 2006, p. 480). C'est, selon Taylor, le cas de l'imaginaire social moderne, si on accepte avec lui que la modernité se caractérise par l'émergence de trois figures majeures : l'économie de marché, les États-nations, et un mode de gouvernement fondé sur la souveraineté des peuples. Or, c'est précisément cet imaginaire, ce *paradigme social dominant* (Gorge, Herbert, Robert et Özçağlar-Toulouse, 2018 ; Arnould, 2022), qui suscite les multiples critiques vis-à-vis de l'aggravation de la crise écologique contemporaine. L'individualisme, la quête de l'abondance matérielle, la croissance économique et la foi dans les technosciences sont des valeurs qui animent en permanence la consommation de ressources naturelles et, en conséquence, la production de déchets et de pollution. Un ensemble de valeurs soutenues par l'anthropologie naturaliste qui entend nous rendre maître et possesseur de la nature.

## L'ontologie naturaliste

En examinant le Grand Partage, Descola (2005) montre que la révolution scientifique du XVII<sup>e</sup> siècle a légitimé l'idée d'une nature mécanique où le comportement de chaque élément est explicable par des lois (Ibid, p. 133, p. 496) traduisant les régularités auxquelles un phénomène doit sa reproductibilité. La découverte de ces lois devait conduire, et a suscité, la révolution industrielle permettant de dominer la nature. C'est, précisément, ce qu'affirme Descartes en 1637 lorsqu'il souligne, dans le *Discours de la méthode*, qu'il est possible de parvenir à des connaissances pratiques aptes à « *nous rendre comme maîtres et possesseurs de la nature* ». Il fallait donc, préalablement, qu'accède à l'existence la nature, comme champ d'enquête et d'expérimentation scientifique et comme objet à exploiter et à améliorer (Ibid,

---

<sup>6</sup> Il emprunte le terme « imaginaire social » à Castoriadis (1975) et l'utilise en un sens légèrement différent du sien. Castoriadis envisage l'imaginaire social sous deux aspects : *l'imaginaire instituant* qui est l'œuvre d'un collectif humain créateur de significations nouvelles et *l'imaginaire institué* c'est-à-dire l'ensemble des institutions qui donnent réalité à ces significations qu'elles soient matérielles (outils, techniques, instruments de pouvoir...) ou immatérielles (langage, normes, lois...). D'où sa conception de l'histoire comme union et tension de l'imaginaire instituant et de l'imaginaire institué.

p. 134). Mais, objection majeure si on suit Descola, cette nature n'existe pas. Son existence, son évidence, est une croyance qui appartient à notre cosmologie partagée : l'ontologie naturaliste qui alimente fondamentalement notre conception des rapports économiques : « *Ce n'est donc pas l'humanité en général qui est à l'origine de l'Anthropocène, c'est un système, un mode de vie, une idéologie, une manière de donner sens au monde et aux choses dont la séduction n'a cessé de s'étendre et dont il faut comprendre les particularités si l'on veut en finir avec lui et tenter ainsi de défléchir certaines de ses conséquences les plus dramatiques* » (Descola, 2015, p. 8). Ainsi, la cause principale de notre entrée dans l'Anthropocène c'est le développement de ce qui pourra être désigné comme le capitalisme industriel, le capitalocène<sup>7</sup>, la modernité ou le naturalisme, selon les aspects du système que l'on souhaite souligner et la date du déclenchement de l'Anthropocène qui sera retenue. Mais, quelle que soit l'appellation retenue, la nature y est toujours considérée comme un stock de ressources exploitables par les technosciences et, un tel processus se déployant à une échelle globale, il requiert des réponses globales.

Certes, pour Latour (1991) depuis le XVII<sup>e</sup> siècle l'activité scientifique et technique n'aurait eu cesse de faire proliférer des hybrides. Plus encore, il nous invite à refuser la prétention du cadrage de la science moderne lorsqu'elle affirme qu'elle seule détient le « vrai » quels que soient les modes d'existence envisagés (Latour, 2012). Le social est fait de l'association de divers types de vérité (scientifique, technique, juridique, politique, religieux...) mais aucune de ces véridictions, incompatibles les unes avec les autres, ne peut prétendre détenir le vrai. C'est, là aussi, un résultat de la force performative des descriptions qui interviennent constamment dans la constitution du monde qu'elles s'efforcent de représenter. Bref, selon Latour, les Modernes ont toujours pratiqué une ontologie particulière.

Toutefois, pour Descola, le naturalisme constitue bien une cosmologie singulière, installée et efficiente. Il est donc indispensable d'évaluer ses certitudes et de critiquer ses prétentions hégémoniques (Descola, 2005, p. 302-336). Car il importe de rechercher un régime de cohabitation apte à récuser la discrimination entre humains et non-humains et qui, comme pour l'ontologie animiste, serait prudent dans ses actions sur l'ensemble des existants. Ce n'est certes pas la visée de son ouvrage mais Descola reconnaît (2005, p. 689) qu'il est indispensable de remédier à la disparité des conditions d'existence entre les pays du Sud et les pays du Nord et à la dégradation alarmante des grands équilibres de la biosphère sous l'effet de l'action humaine.

On sait que le capitalisme est doté d'une formidable capacité de récupération. Il est si robuste qu'il a pu reprendre à son compte les critiques sociales et artistes formulées à son

---

<sup>7</sup> Qui considère la dynamique du capitalisme fossile, et notamment la croissance forte dites des « Trente Glorieuses » caractérisée par sa glotonnerie énergétique, comme responsable du dérèglement climatique (Bonneuil, 2017)

égard (Boltanski et Chiapello, 1999, p. 86-90). Toutefois, la récupération de la critique fondée sur les inquiétudes suscitées par le dérèglement climatique est loin d'aller de soi. C'est que les actions envisagées doivent être à la fois respectueuses de l'environnement, socialement justes et économiquement efficaces. D'où les multiples manières de concilier les inquiétudes liées à l'environnement avec les enjeux socio-économiques. Trois courants apparaissent selon l'envergure des changements envisagés : le *statu quo*, la réforme et la transformation radicale (Hopwood, Mellor et O'Brien, 2005). Il s'ensuit que les professionnels du marché peuvent puiser dans trois discours aptes à conceptualiser ce que certains appellent le *marketing durable* (Kemper et Ballantine, 2019). Le premier propose des changements qui ne remettent pas fondamentalement en cause les manières de produire et de consommer (abandonner les techniques de l'obsolescence programmée et promouvoir les éco-gestes, par exemple). Le deuxième (réformateur) propose de changer les styles de vie, notamment occidentaux, de reconnaître les limites de la croissance et de contredire les normes, les valeurs, les croyances, les habitudes, les pratiques et l'idéologie de la société « dite » de consommation (développer la frugalité, la simplicité volontaire et la sobriété, par exemple). Le troisième, transformateur, vise à changer les institutions qui entravent la transition vers un monde plus juste et solidaire. Il s'agit alors, certes, de tenter de modifier les comportements individuels mais, surtout, de recadrer le problème en mettant en évidence que l'entrée dans la société de consommation et l'ère consumériste résulte de la construction sociale des besoins et désirs.

Il est fort probable que les pays en développement ne puissent atteindre le niveau de vie actuel des pays les plus avancés. Toutefois, le problème ne vient pas tant du niveau de développement des pays pauvres que du mode de vie des pays riches. Or, on voit mal comment ces derniers peuvent renoncer à leurs privilèges. Pour les tenants de l'éco-modernisme (Breakthrough Institute, 2015), il faut placer les espoirs dans l'application du savoir scientifique et de la technologie. Tandis que pour Bourg *et al.* (2020, p. 16) il s'agit de « *changer ni plus ni moins de civilisation* » et pour Arnould (2022) de changer de paradigme en faveur d'une ontologie néo-animiste.

## Conclusion

La grille de lecture proposée par Descola ne fournit pas seulement un point de vue permettant de reconnaître les divers modes d'obtention des objets dans les sociétés contemporaines. Elle offre aussi une perspective qui permet de renouveler la critique du capitalisme industriel et du modèle dominant de développement.

Pour l'ontologie naturaliste, la nature est un ensemble de ressources exploitable au bénéfice de la prospérité économique et non un milieu dans lequel les humains sont inscrits. L'expansion planétaire du capitalisme l'a imposé comme la voie unique vers le développement. La disparition du communisme, en tant que système alternatif, a accentué la convergence apparente de toutes les sociétés contemporaines. Au total, le Consommateur est

devenu l'agent-type supposé orienter ultimement l'exploitation des ressources communes. Mais la mutation de l'anthropocène conduit à reconnaître le rôle des activités humaines dans l'altération des écosystèmes.

Dans les sociétés contemporaines, en dépit de la rareté grandissante des ressources naturelles, de plus en plus d'objets suscitent des échanges marchands ; c'est ce qu'on appelle la *marchandisation*. Ces objets, y compris les ressources limitées de la planète, sont d'emblée conçus comme devant être mis en marché ; c'est ce que la langue anglaise désigne par le vocable *marketization* (parfois traduit par marchandisation). Selon Djelic (2006), ce processus repose sur la croyance que le marché est la solution la plus efficace pour organiser les modes d'obtention des objets aux dépens d'autres agencements. Les savoir-faire de la fabrication et de la conception, épaulés par les savoir-faire du marketing, contribuent tous à la création des marchés concrets et à la transformation des individus en clients. Le besoin de consommer devient ainsi autant ce qu'il faut satisfaire que ce qu'il faut construire.

Ces lourdes tendances à l'*économisation* de toute pratique, c'est-à-dire à transformer tout objet, comportement, affect ou institution en une réalité économique, témoignent de la dominance du schème de l'échange marchand. Elles accompagnent le processus de *globalisation*, un vocable supplémentaire à ajouter à la longue liste des anglicismes mal définis. Toutefois, on voit mal comment ce schème pourrait absorber l'ensemble des modes de relations mis au jour par Descola. Dans de nombreux transferts ordinaires, en raison du fait que toutes les parties prenantes ne partagent pas les mêmes représentations, nous avons fréquemment observé une tension entre les cadrages existants et la tendance des objets et des parties prenantes à les remettre en question au travers d'une hybridation.

Finalement, on ne voit pas l'intérêt collectif ou individuel de créer un univers d'objets (depuis l'air ou l'eau jusqu'à ceux qui résultent des technosciences) accompagné d'un ensemble de règles fixant *a priori* (c'est-à-dire en puisant dans les fruits de la technoscience en l'absence d'un débat démocratique) la manière dont ils devraient être obtenus et engendrés. Si l'on veut habiter la Terre de manière moins destructive et plus juste, il est nécessaire de poursuivre la critique du modèle de développement qui s'est imposé à toute la planète, de mettre les sciences en démocratie, de reconnaître la dimension politique des marchés concrets et, ce faisant, de susciter la mise au jour d'autres imaginaires.

## Références

- Arnould E. J. (2022). « Ontology and circulation: towards an eco-economy of persons » *Journal of Marketing Management*, 38, 1-2, 71-97.
- Arnould E. J. and Rose A. (2016). « Mutuality: Critique and substitute for Belk's "sharing" », *Marketing Theory*, 16, 1-25.

- Arrondel L. (2006). « Transmission du patrimoine et impôt successoral. L'impact sur les transferts entre générations », *Informations sociales*, n° 134, 42-53.
- Bagozzi R. P. (1975). « Marketing as Exchange », *Journal of Marketing*, 39, October, 32-39.
- Baudrillard J. (1968). *Le Système des objets. La consommation des signes*, Denoël/Gonthier, Paris.
- Baudrillard J. (1970). *La société de consommation. Ses mythes, ses structures*, Gallimard, Paris.
- Baudrillard J. (1972). *Pour une critique de l'économie politique du signe*, Gallimard, Paris.
- Belk R. W. (2010). « Sharing », *Journal of Consumer Research*, 36, 5, 715-734.
- Boltanski L. et Chiapello E. (1999). *Le nouvel esprit du capitalisme*, Gallimard, Paris.
- Bonneuil C. (2017). « Capitalocène. Réflexions sur l'échange écologique inégal et le crime climatique à l'âge de l'anthropocène », *EcoRev'*, 44, 1, 52-60.
- Bonnot T. (2006). « Qu'est-ce qu'un objet précieux ? Au sujet d'un roman de Louise de Vilmorin », *Ethnologie française*, 36, 4 723-733.
- Bourdieu P. (1979). *La distinction*, Éditions de Minuit, Paris.
- Bourdieu P. (1994). *Raisons pratiques. Sur la théorie de l'action*, Éditions du Seuil, Paris.
- Bourdieu P. (1997). « Le champ économique », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 119, 48-66.
- Bourg D., Chapelle G., Chapoutot J., Desbrosses P., Ricard Lanata X., Servigne P., Swatow S. (2020). *Retour sur Terre : 35 propositions*, PUF, Paris.
- Braudel F. (1979). *Civilisation matérielle, économie et capitalisme, XV<sup>e</sup>-XVIII<sup>e</sup> siècle*, Armand Colin, Paris.
- Braudel F. (1985). *La dynamique du capitalisme*, Champs, Flammarion, Paris.
- Breakthrough Institute (2015). *Un manifeste éco-moderniste*, [en ligne], [URL : <http://www.ecomodernism.org/français/>], consulté le 11 avril 2023.
- Caillé A. (2007). « Ce qu'on appelle si mal le don... Que le don est de l'ordre du don malgré tout », *Revue du MAUSS*, n° 30, 393-404, La Découverte, Paris.
- Callon M. (1998). « Des différentes formes de la démocratie technique », *Annales des mines*, no 9, 63-73.
- Callon M. (2017). *L'emprise des marchés. Comprendre leur fonctionnement pour pouvoir les changer*, La Découverte, Paris.
- Castoriadis C. (1975). *L'institution imaginaire de la société*, Seuil, Paris.
- Certeau de M. (1980). *L'invention du quotidien. 1 Arts de faire*, 10-18, Paris, Nouvelle éd. 1990, Gallimard, Paris.
- Champeyrache C. (2019). *La face cachée de l'économie : néolibéralisme et criminalités*, PUF, Paris.
- Chesbrough H. (2003). *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*, Harvard Business School Press, Boston.
- Cochoy F. (2011). *De la curiosité. L'art de la séduction marchande*, Armand Colin, Paris.

- Cova B. et Cova V. (2009). « Les figures du nouveau consommateur : une genèse de la gouvernementalité du consommateur », *Recherche et Applications en Marketing*, 24, 3, 81-100.
- Cova B. et Salle R. (2008). « The industrial/consumer marketing dichotomy revisited », *Journal of Business & Industrial Marketing*, 23, 1, 3-11.
- Darmangeat C. (2016). « Don, échange et autres transferts. Formes simples, hybrides et composées », *L'Homme*, 217, 21-44.
- Descola P. (2005). *Par-delà nature et culture*, Gallimard, Folio essais, Paris.
- Descola P. (2015). « Humain, trop humain », *Esprit*, 12, décembre, 8-22.
- Djelic M.-L. (2006). « Marketization: From Intellectual Agenda to Global Policy Making » in Djelic M.-L. et Sahlin-Andersson K. *Transnational Governance*, Cambridge University Press, 53-73.
- Dujarier M.-A. (2008). *Le travail du consommateur. De Mac Do à eBay : comment nous coproduisons ce que nous achetons*, La Découverte, Paris.
- Frank R. and Cook P. (1995). *The Winner-Take-All Society*, The Free Press, New-York.
- Friedman M. (1962). *Capitalism and Freedom*, University of Chicago Press, Chicago.
- Foucault M. (1966). *Les mots et les choses. Une archéologie des sciences humaines*, Gallimard, Paris.
- Gabriel Y. and Lang T. (1995). *The Unmanageable Consumer: Contemporary Consumption and its Fragmentation*, Sage, London.
- Garel G. et Rosier R. (2008). « Régimes d'innovation et exploration », *Revue Française de Gestion*, 187, 127-144.
- Giesler M. (2006). « Consumer gift systems », *Journal of Consumer Research*, 33, 2, 283-290.
- Gomez P.-Y. (2019). *L'esprit malin du capitalisme*, Desclé de Brouwer, Paris.
- Gomez P.-Y. (2022). *Le capitalisme, Que sais-je ?* Paris.
- Gorge H., Herbert M., Robert I. et Özçağlar-Toulouse N. (2018). « Sobriété et normes de consommation : cheminer entre le volontaire et le contraint » in Villalba B. et Semal L. (eds.) *Sobriété énergétique : Contraintes matérielles, équité sociale et perspectives institutionnelles*, Versailles, Éditions Quæ, 59-172.
- Håkansson H. (1982). *International Marketing and Purchasing of Industrial Goods: An Interaction Approach*, J. Wiley & Sons.
- Hamilton C. (2010). *Requiem for a Species*, Allen and Unwin, trad. Faire face à la réalité du changement climatique, Presse de Sciences Po, Paris, 2013.
- Herrmann G. M. (1997). « Gift or commodity: What changes hands in the U.S. garage sales », *American Ethnologist*, 24, 4, 910-930.
- Hietanen J., Andéhn M. and Bradshaw A. (2018). Against the implicit politics of service dominant logic, *Marketing Theory*, 18, 1, 101-119.
- Hippel von E. (2005). *Democratizing Innovation*, The MIT Press, Cambridge.
- Hodgson G. M. (2006). « What Are Institutions? », *Journal of Economic Issues*, XL, 1, March.

- Hopwood B., Mellor M. and O'Brien G. (2005). « Sustainable Development: Mapping Different Approaches », *Sustainable Development*, 13, 38-52.
- Karpik L. (2007). *L'économie des singularités*, Gallimard, Paris.
- Kerbrat-Orecchioni C. (2021). *Nous et les autres animaux*, Éditions Lambert-Lucas, Limoges.
- Kopytoff I. (1986). « The cultural biography of things: commoditization as process », in Appadurai A. (ed.) *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge University Press, 64-91.
- Kemper J. A. and Ballantine P.W. (2019). « What do we mean by sustainability marketing? » *Journal of Marketing Management*, 35, 3-4, 277-309.
- Lahire B. (1998). *L'Homme pluriel. Les ressorts de l'action*, Nathan, Paris.
- Landowski E. (2020). Une rencontre imprévue, *Actes Sémiotiques*, [En ligne] n° 123.
- Latour B. (1991). *Nous n'avons jamais été modernes. Essai d'anthropologie symétrique*, La Découverte, Paris.
- Latour B. (1999). *Politique de la nature. Comment faire entrer les sciences en démocratie*, La Découverte, Paris.
- Latour B. (2012). *Enquête sur les modes d'existence. Une anthropologie des modernes*, La Découverte, Paris.
- Marcoux J.-S. (2009). « Escaping the gift economy », *Journal of Consumer Research*, 36, 4, 671-685.
- Marion G. (2005). « Objets et marques de luxe », in Assouly O. *Le luxe. Essais sur la fabrique de l'ostentation*, Éditions du regard, Paris, 293-317.
- Marion G. et Sitz L. (2015). Baudrillard : des objets à la réalité intégrale, in Rémy E. et Robert-Demontrond P. (Coord.) *Regards croisés sur la consommation, Tome 2 - Du fait social à la question du sujet*, EMS, Cormelles-le-Royal, 43-70.
- Muniesa F. et Callon M. (2013). « La performativité des sciences économiques », in Steiner P. et Vatin F. (dir) *Traité de sociologie économique*, PUF, Paris, 281-316.
- Penrose E.T. (1959). *The Theory of the Growth of the Firm*, Basil Blackwell, Oxford.
- Polanyi K. (1983, 1944). *La Grande Transformation. Aux origines politiques et économiques de notre temps*, Gallimard, Paris.
- Rémy E. (2014). « Essai de sociologie maussienne appliquée à la consommation », in Rémy E. et Robert-Demontrond P. (Coord.) *Regards croisés sur la consommation, Tome 1 - Du fait social à la question du sujet*, EMS, Cormelles-le-Royal, 51-85.
- Sahlins M. (1972). *Stone Age Economics*, Hawthorne, N.Y.: Aldine de Gruyter, New York, trad. *Âge de pierre, âge d'abondance : L'économie des sociétés primitives*, Gallimard, Paris, 1976.
- Smith A. (1776). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, trad. *La Richesse des nations*, Flammarion, Paris.
- Sen A. K. (1977). « Rational Fools: A Critique of the Behavioral Foundations of Economic Theory », *Philosophy & Public Affairs*, 6, 4, 317-344.
- Steiner P. (2016). *Donner... Une histoire de l'altruisme*, PUF, Paris.

- Steiner P. et Trespeuch M. (dir.), (2015). *Marchés contestés. Quand le marché rencontre la morale*, Presse Universitaire du Mirail, Toulouse.
- Taylor C. (2006). « Précis de *Modern Social Imageries* », *Philosophiques*, 33, 2, automne, 477-483.
- Testart A. (1997). « Les trois modes de transfert », *Gradhiva*, n° 21, 39-49.
- Testart A. (2001). « Échange marchand, échange non-marchand », *Revue française de sociologie*, 42, 4, 719-748.
- Thomas A. O. (2020). *Shadow Trades. The Dark Side of Global Business*, Sage, London.
- Toffler A. (1980). *The Third Wave*, Bantam Books, New-York.
- Trentmann F. (2009). « Materiality in the Future of History: Things, Practices, and Politics », *Journal of British Studies*, 48, April, 283-307.
- Weber F. (2013). « Le calcul économique ordinaire » in Steiner P. et Vatin F. (dir) *Traité de sociologie économique*, PUF, Paris, 399-438.
- Zeithaml V. A. (1988). « Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence », *Journal of Marketing*, 52, July, 2-22.