



HAL
open science

**Compte-rendu de l'ouvrage "Isabelle Hillenkamp et
Jean-Michel Servet (dir.), Le Marché autrement.
Marchés réels et Marché fanstamé"**

Jeanne Lazarus

► **To cite this version:**

Jeanne Lazarus. Compte-rendu de l'ouvrage "Isabelle Hillenkamp et Jean-Michel Servet (dir.), Le Marché autrement. Marchés réels et Marché fanstamé". Sociologie du Travail, 2017, pp.en ligne. 10.4000/sdt.893 . hal-03186449

HAL Id: hal-03186449

<https://sciencespo.hal.science/hal-03186449>

Submitted on 31 Mar 2021

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

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



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0
International License

**Isabelle Hillenkamp et Jean-Michel Servet (dir.),
*Le Marché autrement. Marchés réels et Marché fantasmé***

Classiques Garnier, Paris, 2015, 302 p.

L'ouvrage dirigé par Isabelle Hillenkamp et Jean-Michel Servet réunit historiens, économistes et anthropologues travaillant sur les pratiques marchandes principalement en Amérique du Sud et en Asie. Il a pour objectif de montrer les limites scientifiques et politiques du *Marché* de Laurence Fontaine (2014) et d'en réfuter la thèse centrale selon laquelle le marché est le meilleur outil d'émancipation des pauvres.

Si tous les auteurs réunis dans cet ouvrage peuvent être en accord avec L. Fontaine quant à la possibilité, dans certaines configurations, d'une émancipation des femmes, des pauvres ou de n'importe quel groupe opprimé grâce à leur insertion dans un marché, ce qu'ils combattent est le fait de faire de la concurrence un « principe unique » et un « système hégémonique ». Pour les auteurs, « le » marché n'existe jamais, contrairement à l'affirmation de L. Fontaine, qui insiste dans son livre pour utiliser le terme au singulier, comme un universel. Il existe des marchés, situés dans le temps et l'espace, qui sont des intrications de systèmes juridiques, économiques, culturels et sociaux. Parfois libérateurs, les marchés sont également des sources d'incertitude, d'inégalités et de violence sociale. Pour les auteurs, l'ouvrage de Laurence Fontaine, qui a connu un grand succès public, est « politiquement dangereux » car il produit un discours ethnocentrique et justifie les politiques économiques les plus libérales, sans se rendre compte de leurs conséquences néfastes, en particulier pour les plus pauvres.

Les contributions à l'ouvrage sont organisées en trois parties. La première interroge les capacités émancipatrices du marché à travers la question de la fin des corporations (Jean-Michel Servet), du *social business* mis en regard d'autres expériences comme l'économie populaire d'Amérique du Sud (Jean-Louis Laville) et de l'accès des femmes aux marchés de La Paz en Bolivie (Isabelle Hillenkamp). Les trois cas montrent la variété des agencements entre liberté du commerce et protection des individus : « Pour que le marché "libère les pauvres", il ne suffit donc pas d'en élargir l'accès — en faire un "bien public" au sens de Laurence Fontaine. Il est nécessaire d'examiner les conditions sociales et historiques pour que les acteurs populaires tirent parti de son potentiel émancipateur » (Hillenkamp, p. 131). Ces chapitres prouvent que les oppositions binaires telles que État contre marché, statuts contre libertés, bien commun contre privatisations, ne résistent pas aux études de cas approfondies : ainsi les corporations peuvent-elles être perçues comme le diable du point de vue du libéralisme, car instaurant le règne des « statuts » que fustige L. Fontaine, mais elles peuvent aussi être vues comme des instruments de protection sociale et d'intégration. Gagner sa vie et améliorer son sort grâce au marché est certes possible ; toutefois, cela requiert des constructions politiques et administratives spécifiques. Le cas des marchés de La Paz le montre en creux : certes, les femmes indigènes vendent leur production au marché, mais cet accès au marché est profondément inscrit dans les structures patriarcales et raciales du pays, et ne leur offre pas la libération. Comme le souligne Jean-Louis Laville, Laurence Fontaine a exposé dans son ouvrage les « enjeux de pouvoir lovés dans le don », mais pas ceux contenus dans le marché. J.-L. Laville estime que « la survalorisation du marché est indissociable d'un projet de moralisation des pauvres » (p. 108) qui passe notamment par la dépréciation de leurs démarches collectives, remplacées par un projet de responsabilisation individuelle.

La seconde partie est consacrée à la monnaie et à la dette : Hadrien Saiag, à propos du troc en Argentine, et Isabelle Guérin et Solène Morvant-Roux, à propos du micro-crédit en Inde et au Maroc, montrent la nécessité de présenter une analyse des marchés

« située, contextualisée et historicisée » (Guérin, p. 172). Il s'agit notamment de montrer que l'accès à l'argent, à l'endettement et, dans le cas de l'Argentine, à certaines monnaies, est indissociable des positions sociales occupées. Le genre, la caste, le niveau socio-économique, les réseaux mobilisables rendent ou non possible l'émancipation par le marché. Cette partie est d'autant plus importante dans le dialogue avec L. Fontaine que le micro-crédit est l'un des outils les plus glorifiés dans *Le Marché*, où il est décrit comme le moyen par excellence pour les plus pauvres, et en particulier les femmes, de développer une activité économique, de s'autonomiser des tutelles patriarcales et d'élever le niveau de vie de leur famille. Or, cette vision enchantée du micro-crédit ignore délibérément les limites bien connues de cet outil. Outre le surendettement qu'il a parfois provoqué, I. Guérin et S. Morvant-Roux rappellent qu'il prend place au sein de structures de domination et plutôt que de les déjouer s'y adosse, contribuant à renforcer les positions des dominants et à accentuer l'exploitation des moins dotés.

La troisième partie aborde la question des inégalités, enjeu lui aussi invisibilisé par Laurence Fontaine, en s'appuyant sur trois cas « naturels » d'introduction du marché dans des économies jusque-là « démarchandisées » par le socialisme. Dans la Géorgie post-soviétique, l'agriculture s'est effondrée quand « le marché » a été promu par le gouvernement ultra-libéral de Mikheil Saakachvili (Éveline Baumann) ; à Cuba, la remarkandisation issue des réformes économiques et juridiques et de l'ouverture du pays aux devises et au tourisme a apporté de nouvelles opportunités. Toutefois, c'est au prix de la relégation de certains et de l'accroissement des incertitudes et inégalités (Blandine Destremau). La structure sociale pré-révolutionnaire se reconstitue : les familles riches d'alors ont conservé leur patrimoine immobilier et leurs membres partis à l'étranger reviennent investir sur l'île, quand les plus pauvres, qui sont aussi celles à la peau la plus sombre, se retrouvent en revanche profondément appauvries. Enfin, en Chine, le marché est présenté par certains comme le meilleur outil de lutte contre la pauvreté, quand il est en même temps une source d'incertitude majeure (Thierry Pairault).

Revenant aux fondamentaux de la sociologie économique, cet ensemble d'articles montre que le marché est encastré dans le social, retrouvant ici des résultats classiques. Le principal apport de cette collection de textes est l'insistance des auteurs sur la pluralité des marchés qui leur permet de montrer que « le » marché n'est ni nocif ni bénéfique en lui-même, mais qu'il est aux mains des groupes sociaux. Dans certaines conditions il peut être démocratique et libérateur, mais rien dans sa nature ne l'y contraint.

Référence

Fontaine, L., 2014, *Le marché. Histoire et usages d'une conquête sociale*, Gallimard, Paris.

Jeanne Lazarus
Centre de sociologie des organisations (CSO)
UMR 7116 CNRS et Sciences Po
19, rue Amélie, 75007 Paris, France
jeanne.lazarus[at]sciencespo.fr