

1.3 – MARCHÉ ET SOCIÉTÉ

1. **Les hommes ont échangé à toutes les époques.** Cela signifie-t-il que l'économie de marché ait toujours existé, en tout lieu et en tout temps, comme le pensent les libéraux ? Autrement dit, le marché est-il un principe de fonctionnement universel et naturel ? Les échanges marchands sont-ils les seuls types d'échange possibles ? L'intérêt est-il le seul moteur des activités humaines ?
2. **Le marché est souvent opposé à l'Etat.** Les libéraux considèrent que le bon fonctionnement du marché implique l'absence d'intervention de l'Etat dans l'économie. Qui est à l'origine de la création d'un marché ? Qui fixe les règles de son fonctionnement ? Quel est le rôle de l'Etat dans le bon fonctionnement du marché ? L'Etat ne doit-il pas compenser les défaillances du marché ?
3. **Les relations humaines ne sont pas seulement économiques.** Elles sont aussi sociales (familiales, amicales,...). Ces relations sociales sont-elles solubles dans le marché ? En d'autres termes, le marché est-il le seul principe d'organisation économique possible pour une société ? Son extension est-elle infinie ? L'économie de marché peut-elle déboucher sur une « société de marché » ?

A – LA CONSTRUCTION HISTORIQUE ET SOCIALE DU MARCHÉ

a) – Le marché est un ordre naturel selon les libéraux

1. **Pour l'économiste « classique » et libéral Adam Smith, les hommes sont incités « naturellement » à échanger** pour deux raisons :
 - ✓ **Le marché les a conduits à se spécialiser et cette division du travail les rend interdépendants.** Ils sont donc condamnés à échanger leur production ; Ce qui permet la division du travail, c'est donc l'échange. Les hommes se répartissent les tâches pour survivre, puis s'échangent les fruits de leur travail. Plus les échanges s'accroissent, plus les hommes sont à même de se consacrer à une tâche particulière et d'espérer des autres la satisfaction de leurs autres besoins.
 - ✓ **En poursuivant des buts égoïstes dans l'échange, les hommes s'enrichissent mutuellement** (phénomène de la « **main invisible** »). Selon Smith, les « lois » du marché, associées au caractère égoïste des agents économiques, conduiraient à un résultat inattendu : l'harmonie sociale. La confrontation des intérêts individuels mène naturellement à la concurrence, et cette dernière amène les individus à produire ce dont la société a besoin. En effet la forte demande provoque l'envolée des prix, cette dernière amène donc naturellement les producteurs avides de profits à produire le bien recherché. Le marché est autorégulateur.
 - ✓ **En conséquence, l'Etat n'a pas à intervenir dans l'économie.** Il doit se limiter à son rôle d'« Etat-Gendarme » (l'armée, la police, la justice) auquel Smith ajoute la prise en charge des infrastructures non rentables. L'Etat doit, en particulier) défendre le droit de propriété indispensable aux échanges et le droit d'échanger librement. Selon Smith, le marché ne peut pas prendre en charge toutes les activités économiques, car certaines ne sont rentables pour aucune entreprise, et pourtant elles profitent largement à la société dans son ensemble. Ces activités doivent alors être prises en charge par l'État.

b) – Le marché n'est pas universellement institué

2. **Il est vrai que, de tout temps et dans toutes les sociétés, les hommes ont échangé.** Mais ces échanges n'obéissent pas tous aux lois d'une « économie de marché ». Il est donc nécessaire d'établir quelques distinctions :
 - ✓ **Tout d'abord, il ne faut pas confondre « échange et « échange marchand ».** Un certain nombre de sociétés réalisent des échanges « non marchands » de biens et de services, symboliques plus qu'utilitaires, sous la forme de « dons et de contre-dons » (la kula mélanésienne, le potlatch des Kwakiutl...). Les sociétés archaïques, par exemple, ne reposent pas sur l'échange marchand, mais sur quelque chose de beaucoup plus complexe, qu'il appelle la **triple obligation : donner, recevoir, rendre**. Parce que tout don oblige, le don est un puissant opérateur social. Le don en question ne relève pas de la charité. Il n'est pas l'effet d'un altruisme opposé à l'égoïsme économique. Il est une **obligation sociale qui dépasse les volontés individuelles**.
 - **L'objectif n'est pas d'accumuler des richesses matérielles mais de créer des « alliances »,** de renforcer le « lien social » pour éviter la guerre ou de réaffirmer des « liens de sujétions » entre dominants et dominés. Ainsi, le Potlatch obéit à une logique de surenchère qui consiste à affirmer son pouvoir. On est loin de l'échange individuel, calculateur et utilitaire des libéraux même si le don a sa rationalité propre qui n'exclut pas l'intérêt (Marcel Mauss : « *Essai sur le don* » 1925). **On donne pour recevoir.** L'homme n'a donc pas toujours été un animal économique. L'*Homo oeconomicus* serait donc une invention moderne.
 - **De nos jours, cette logique du don (« donner, recevoir, rendre ») continue d'exister** (cadeaux de Noël, institution de l'apéritif, don du sang, bénévolat...). La production, par L'Etat, les associations et les individus, de services non marchands représente une part non négligeable de la production totale d'un pays (près de 1/6ème). L'organisation de la Sécurité sociale qui établit une solidarité entre les actifs et les retraités, les malades et les bien-portants, les actifs employés et les chômeurs, est un bon exemple de cet esprit de don qui se substitue aux relations marchandes et utilitaires.

c) – Les marchés n'obéissent pas toujours à la logique de marché

- ✓ Ensuite, il ne faut pas confondre « échanges marchands » et « économie de marché ». Autrement dit, l'existence d'un marché ne fait pas une "économie de marché". Karl Polanyi, dans « *La Grande Transformation* » (1944), a montré, qu'au cours de l'histoire, deux types de commerce ou d'échange ont pu exister, voire coexister :
- **L'échange ou le commerce traditionnel dans lequel les prix ne dépendent pas des variations de l'offre et de la demande.** Ils sont fixés par la coutume ou par l'Etat (« prix administrés ») : fixation autoritaire du prix des céréales sur les marchés locaux pour éviter des explosions sociales, prix administrés dans le cadre des échanges internationaux pour établir des relations diplomatiques, interdiction de l'intérêt par la Religion... Dans ce type d'économie agricole, la production est autoconsommée. Les échanges sont rares. Ils échappent en grande partie aux lois du marché. Les prix sont donc « encastrés » dans le social et les lois du marché n'ont guère d'influence sur les comportements des agents économiques.
 - Ainsi, pendant longtemps dans le monde, les économies sont restées des économies agricoles relativement autarciques. Dans ces sociétés, la production agricole est autoconsommée. Seul le surplus éventuel peut être échangé sur des marchés traditionnels. Dans ces économies, il peut exister également des foires dans lesquelles s'échangent des biens plus élaborés ou des biens précieux mais ce type de marché joue un rôle marginal dans le fonctionnement des économies.
 - De même, de nos jours, un certain nombre de biens, pour des raisons sociales ou politiques, échappent aux lois du marché (le prix du livre en France, le prix des produits agricoles dans l'UE, le prix des médicaments, le prix des denrées alimentaires dans les pays en développement...).
- **L'échange ou le commerce de marché** : il suppose des prix flexibles déterminés par le libre jeu de l'offre et de la demande. Une « économie de marché » implique l'existence d'un certain nombre de conditions :
 - Une production de masse afin que les échanges soient nombreux et réguliers.
 - Une concurrence afin que nul ne puisse imposer son prix.
 - Une interdépendance des marchés afin d'établir l'unicité des prix.
 - Un marché autorégulateur.
 - Une culture et un esprit de marché (les individus ont intériorisé la logique du marché : esprit de compétition, valorisation de l'argent, rechercher du profit maximum, esprit calculateur...).

d) – Économie de marché et société de marché

3. **L'économie de marché est donc un principe d'organisation de l'activité économique des sociétés modernes.** Lorsqu'elle étend ses principes à l'ensemble des relations sociales, on peut parler d'une « société de marché ». Elle n'a pas toujours existé. Elle n'est ni universelle ni naturelle :
 - Certaines sociétés ne l'ont pas connu (les sociétés « primitives », l'Occident au Moyen âge ou durant la Renaissance à cause des interventions des corporations ou de l'Etat pour fixer les prix et limiter la circulation des marchandises) ou à la marge (on ne commerce qu'avec l'étranger).
 - Elle peut apparaître puis disparaître au cours du temps (présente sous l'empire Romain au IIe siècle, elle disparaît au moment de son effondrement).
 - On ne peut fixer précisément sa date de naissance ni décrire une histoire linéaire de son expansion (Elle peut être décrite en Chine dès le VIIe siècle avant JC). Karl Polanyi est plus radical : le marché apparaît en 1834, au moment de l'abolition de l'Acte de Spennhamland, qui donnait un revenu minimum aux pauvres, pour disparaître en 1930 avec l'intervention de l'Etat pour lutter contre la Grande Crise. Autrement dit, « l'économie de marché » apparaît lorsque les hommes sont obligés de se louer sur un marché du travail pour survivre et disparaît lorsque la Sécurité sociale et le droit du travail mettent fin au « libre » marché du travail.

Cependant, depuis la Révolution industrielle du XIXe siècle, le marché a tendance à s'étendre à l'ensemble des activités économiques et à l'ensemble de la planète.

e) – Le marché est une construction sociale

4. **Une institution est un ensemble de règles juridiques et de normes sociales organisant la société.** Elles s'imposent aux individus et déterminent leurs comportements. **L'institutionnalisation du marché** est donc la mise en place progressive d'un système de règles (respect de la propriété privée, respect de la concurrence) permettant son fonctionnement et sa perpétuation. Quels sont les acteurs à l'origine de ces règles ? Comment sont-elles acceptées ?
5. **Contrairement aux présupposés de la théorie « néoclassique », les règles du marché ne s'imposent pas spontanément.** La création d'un marché suppose :
 - ✓ **Une volonté des agents économiques de le créer parce qu'ils y ont intérêt.** Ainsi, le marché au cadran est institué parce que les gros producteurs et les gros acheteurs veulent établir de nouvelles règles valorisant leur produit face à la concurrence. La construction sociale est donc à l'œuvre car il faut regrouper les producteurs dans une organisation syndicale dont le rôle est de persuader les acteurs de l'utilité du marché.

- ✓ **L'existence d'un produit homogène.** L'homogénéité n'est pas un phénomène naturel mais une construction sociale. Ainsi les producteurs de fraises de Sologne établissent des normes de production et de conditionnement pour obtenir un label garantissant l'homogénéité et la qualité de leur produit. De même, les grands producteurs de produits électroniques ont établi une norme mondiale pour les téléviseurs HDI (numériques à haute définition).
- ✓ **Enfin, l'Etat joue un rôle majeur dans l'institutionnalisation du marché.** Il fixe les règles du jeu, les normes juridiques et incite les acteurs à les adopter par des subventions ou par des sanctions lorsqu'elles ne sont pas respectées. Ainsi, c'est l'Etat qui contrôle la qualité des produits (respect du cahier des charges) et qui subventionne ou taxe les participants selon le degré de conformité aux règles. Historiquement l'Etat a eu un rôle majeur pour « instituer » le marché. Par une série de lois, entre le XVIIIe et le XIXe siècle, il a imposé la propriété privée et la concurrence à des sociétés qui préféraient le communalisme et le corporatisme (lois sur les « enclosures » en GB mettant fin aux terrains communaux, loi Le Chapelier en 1791 interdisant coalitions et syndicats,...). L'Etat avait intérêt à instituer le marché pour deux raisons :
 - Tout d'abord, le budget de l'Etat dépend en partie du développement des échanges marchands. En effet, il lui est facile de prélever une taxe sur tous les échanges. Plus les échanges se développent et plus les recettes de l'Etat augmenteront.
 - Ensuite, la croissance des échanges marchands va enrichir la Nation. Une nation prospère garantit le pouvoir à ceux qui sont à la tête de l'Etat (c'est le pari du Parti communiste chinois dont le monopole politique est peu contesté parce qu'il a su assurer la transition de l'économie chinoise autarcique vers une économie de marché très dynamique).
- 6. **La création d'une économie de marché se traduit par la destruction des liens sociaux traditionnels qui sont remplacés par des liens marchands fondés sur l'intérêt personnel et le gain monétaire.** Ainsi, la mise en place du marché au cadran fait disparaître les liens exclusifs qui existaient entre certains expéditeurs et certaines familles de producteurs. Les relations sociales ne se nouent plus après la messe ou au cours du marché traditionnel, mais lors de rencontres professionnelles ou de fêtes organisées autour du produit. Le marché est aussi créateur de lien social.

B – LE MARCHE A BESOIN D'INSTITUTIONS

a) – L'échange marchand a besoin de règles et d'organisation

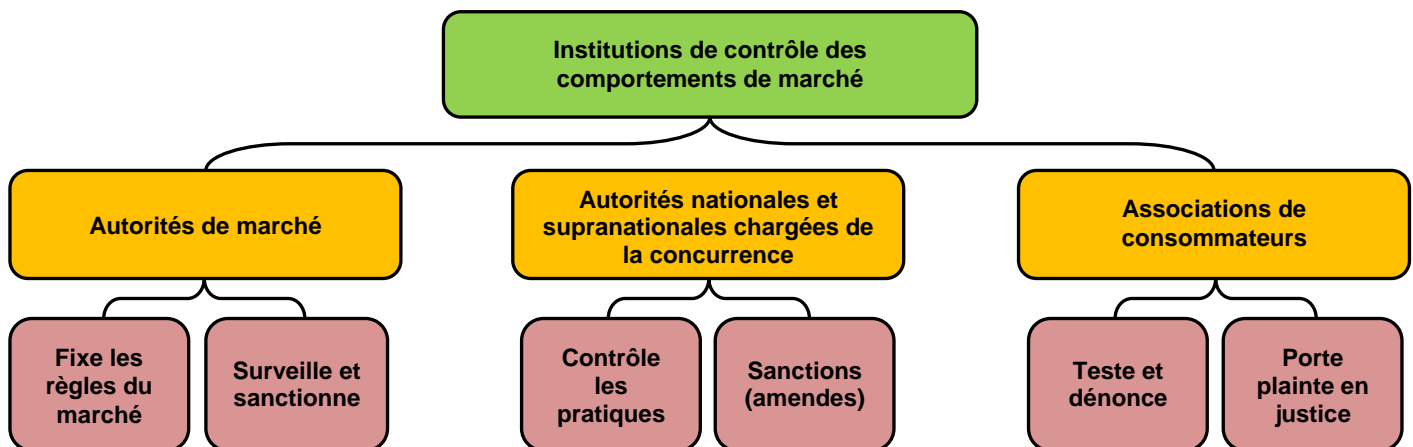
1. **L'institutionnalisation est aussi une réponse aux incertitudes et aux « coûts de transaction » que le marché engendre** (fluctuations des prix imprévisibles, coût de la recherche d'informations...). En effet, pour que les échanges se développent, il faut que la **confiance** soit au rendez-vous. C'est la raison pour laquelle, deux types d'institutions vont se mettre en place :
 - ✓ **Des institutions horizontales** qui sont des réseaux de distribution qui s'appuient sur des liens familiaux ou communautaires (la diaspora chinoise ou libanaise) ou sur des liens contractuels (les franchisés, la sous-traitance, le réseau de concessionnaire...). Ces réseaux réduisent les risques liés aux échanges et favorisent le commerce car ils défendent les intérêts des vendeurs et leur fournissent des informations.
 - ✓ **Des institutions verticales** qui sont mises en place par l'Etat pour le bon fonctionnement du marché. Les deux principales sont :
 - **Le droit et, en particulier, le droit de propriété.** En effet, pour que l'échange ait lieu, il faut être certain que la propriété du bien acheté ne sera pas contestée par une autre personne et que les droits du propriétaires seront reconnus (lutte contre la contrefaçon par exemple). Le droit de propriété protège de la spoliation et permet l'échange.
 - **La monnaie** est indispensable aux échanges car elle permet d'évaluer les biens dans une unité monétaire commune (économie d'information), elle évite la recherche d'un coéchangiste (moins de perte de temps) et facilite l'épargne (instrument de réserve).

Ces deux institutions sont des **biens collectifs** qui ne peuvent connaître une appropriation privée. L'Etat les prend donc en charge au nom de l'intérêt général. Il doit garantir le droit de propriété par des lois et un appareil judiciaire chargé de les faire respecter. Il doit garantir le pouvoir d'achat de la monnaie en luttant contre l'inflation. Ceci montre à nouveau que l'Etat et le marché ne sont pas opposés mais complémentaires contrairement à ce que pensent les libéraux.

b) – Les règles sociales de la concurrence

2. **L'institutionnalisation est aussi une réponse au fait que les acteurs ont tendance à s'affranchir des lois du marché pour réduire les risques et maximiser leurs gains.** L'adhésion aux règles du marché n'est pas spontanée. Offreurs et demandeurs ont tendance à s'organiser pour échapper aux lois du marché. Les firmes s'accordent sur les prix et la répartition des marchés (**ententes**). Le **monopole**, **l'abus de position dominante** (une firme impose à ses concurrents et aux acheteurs ses prix ou ses produits), **le dumping** (la firme vend à perte sur un marché et se rattrape par des prix élevés sur les marchés où elle domine), le **délit d'initié** (une personne profite d'une information que les autres n'ont pas pour s'enrichir)...sont autant de moyens d'échapper à la concurrence. Le respect des lois du marché implique donc 3 types d'organisations :

- ✓ **Des autorités de marché**, chargées de codifier son fonctionnement (heures d'ouverture, mode d'accès au marché, type de fixation des prix) et les règles de « bonne pratique ». Une autorité de marché doit surveiller les comportements des acteurs et les sanctionner lorsqu'ils contreviennent aux règles (amendes, transmission du dossier à la justice, exclusion du marché...). Elles peuvent porter une affaire en justice. Ainsi, l'autorité des marchés financiers (AMF) est une institution chargée de la régulation des marchés financiers. Elle apporte son concours au législateur pour l'élaboration de la réglementation des marchés financiers. Elle veille à la régularité de l'information donnée aux acteurs des marchés et au bon fonctionnement des marchés financiers. Elle dispose d'un pouvoir de contrôle et de sanctions. Elle peut porter une affaire en justice...
- ✓ **Des organisations étatiques chargées de surveiller les atteintes à la libre concurrence et de les sanctionner.** L'Etat protège ainsi les consommateurs en surveillant les concentrations et en interdisant les monopoles, les ententes, les entraves à l'accès au marché (lois anti-trust, accords de libre-échange, interdiction du refus de vente, interdiction du dumping...). On trouve ce type d'institutions :
 - Au niveau national : l'autorité de la concurrence ;
 - Au niveau européen : la commission européenne chargée de la concurrence ;
 - Au niveau mondial : l'organisation mondiale du commerce (OMC).
- ✓ **Des associations de consommateurs** qui essayent de faire contre poids à la concentration des producteurs. Elles luttent contre les prix abusifs, la mauvaise qualité des produits ou des services, une information tronquée. Pour cela, elles utilisent plusieurs moyens :
 - Le test des produits pour établir le meilleur rapport qualité-prix ;
 - La médiatisation des abus pour forcer l'Etat et les producteurs à réagir ;
 - Des actions en justice qui, aux Etats-Unis, peuvent être collectives (les class action).



3. **Cependant, ces actions contre les atteintes à la concurrence sont limitées.** D'une part, les actions en justice sont lentes et les jugements arrivent souvent trop tard pour empêcher la sortie du marché des entreprises concurrentes. D'autre part, les amendes représentent une faible part du chiffre d'affaires des entreprises sanctionnées ce qui ne les empêche pas de récidiver puisque les gains potentiels sont largement supérieurs au coût des actions illicites.

c) – L'État doit pallier aux défaillances du marché

1 – Externalités et biens collectifs :

1. **Même si le marché est le meilleur moyen de réguler une économie, Adam Smith reconnaît que l'intervention de l'Etat est légitime dans trois domaines (conception de l'Etat-Gendarme) :**
 - ✓ La défense de la société (armée, police) qui ne peut être assurée par le marché (biens collectifs et risque d'anarchie) ;
 - ✓ La justice qui ne peut être confiée au privé (biens collectifs et risque de corruption) ;
 - ✓ Les équipements collectifs non-rentables mais indispensables au bon fonctionnement de l'économie (routes, canaux...).
2. **Les néoclassiques vont également reconnaître que le marché peut avoir des défaillances dans trois cas :**
 - ✓ **La prise en compte des externalités** : un agent économique crée un « effet externe » lorsqu'il procure à autrui par son activité un gain ou une perte sans compensation monétaire. Ainsi, une entreprise chimique peut décider de son niveau de production et de ses tarifs sans tenir compte des conséquences pour les riverains des produits polluants qu'elle déverse dans la rivière proche, parce que le coût de cette pollution ne lui est pas imputé. Ce sont les associations de pêcheurs ou les autorités municipales qui vont lutter contre cette pollution. L'entreprise fixe donc un prix trop bas, puisqu'il ne tient pas compte des coûts environnementaux, ce qui entraîne une surconsommation. Inversement, la personne qui paie un vigile pour faire une ronde devant chez elle pendant les vacances contribue aussi à protéger le voisinage. Elle assume pourtant seule la totalité du prix, ce qui peut l'amener à renoncer à le faire.

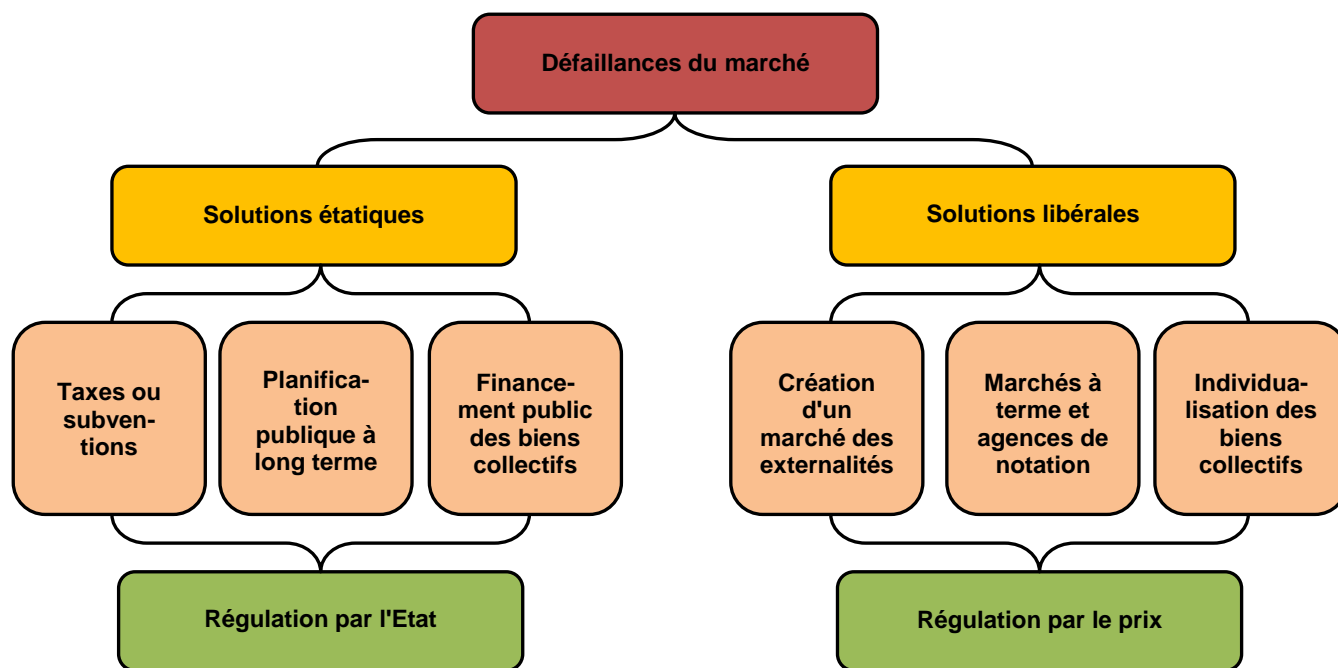
- **L'externalité est positive** lorsqu'elle se traduit par un enrichissement sans frais pour les agents environnants (le train diminue les encombrements et la pollution, la présence d'un tramway enrichit la valeur des appartements des riverains...). Les activités auxquelles sont associées des externalités positives (bénéfices externes) ne comptabilisent pas les avantages pour leur environnement et le bien être collectif serait amélioré si elle étaient augmentées.
- **L'externalité est négative** si elle entraîne des coûts supplémentaires pour la collectivité (les dépenses pour lutter contre pollution d'une rivière par une usine chimique, le double vitrage imposé par la présence d'un aéroport, les dépenses médicales engendrées par la présence d'une voie rapide bruyante...). Les activités auxquelles sont associées des externalités négatives (coûts externes) méconnaissent les inconvénients pour leur environnement et le bien être collectif s'améliorerait si elles étaient réduites.
- **Dans tous les cas, les coûts engendrés par les externalités négatives ou les plus-values créées par les externalités positives n'apparaissent pas dans le prix des produits**, ce qui n'incite pas les agents économiques à modifier leur comportement. Si un agent crée une externalité positive, il n'en sera pas récompensé et aura donc tendance à sous-produire (les transports publics en ville peuvent ne pas être rentables. Ils seront donc insuffisants alors qu'ils offrent un service très utile à la collectivité). Inversement, en cas d'externalité négative, il y n'y aura pas de frein à l'activité (l'usage de la voiture privée engendre des coûts sociaux énormes qui ne sont pas payés directement par les automobilistes). Le prix de marché ne reflète donc pas les vrais coûts de production. Si le calcul économique des agents intégrait le coût total de leur activité (coûts privés + coûts sociaux) ils seraient amenés à modifier leur activité.
- ✓ **La fourniture de biens collectifs** : ce sont des biens ou des services indivisibles consommés par plusieurs personnes à la fois (le phare, la route, l'éclairage public, défense nationale, un feu d'artifice). On ne peut faire payer individuellement cette consommation car tout le monde en profite en même temps. Il n'y a donc ni « rivalité » (le fait que j'écoute la radio n'empêche personne d'en faire autant) ni exclusivité (la consommation d'un tableau du Caravage ne peut être individualisée). Il y aura toujours un **passager clandestin** (« free rider ») qui attendra que les autres aient payé pour en profiter gratuitement. En conséquence, les biens collectifs n'ont pas de prix et le secteur privé ne sera pas incité à les produire alors qu'ils sont nécessaires à la collectivité. Ainsi, Lorsque les services municipaux nettoient les rues où lorsqu'ils allument les réverbères la nuit tombée, ils rendent à la population un service qui est indivisible, c'est-à-dire qu'il reste entier quel que soit le nombre des personnes qui se promènent dans les rues. Si celles-ci sont éclairées, elles ne le sont pas moins si 100 personnes au lieu de 2 se promènent dans les rues. Le nombre de bénéficiaires de l'éclairage est sans influence sur la disponibilité du service pour les autres. Un utilisateur de plus ne réduit pas l'éclairage disponible pour les autres.

2 – L'imperfection de l'information :

- ✓ **L'imperfection de l'information** : une information parfaite est souvent impossible pour deux raisons :
- **Le marché est myope ou aveugle à long terme**. En effet, les prix de marché donnent une information sur la rentabilité d'un projet à court terme. Mais, on ne sait pas quel sera le niveau des prix dans le futur. Cette incertitude sur la rentabilité future d'un projet, aggravée par le manque d'information sur les projets des autres agents économiques, paralyse la prise décision des agents économiques et les conduit à des comportements mimétiques.
Les acteurs ont tendance à faire confiance et imiter les leaders d'opinion, ce qui les conduit à aggraver les tendances du marché à la hausse ou à la baisse à la suite de prédictions auto réalisatrices (si tout le monde pense que les prix vont baisser, tout le monde vend, ce qui fait effectivement baisser les cours). Les marchés deviennent très volatils, instables, ce qui empêche l'autorégulation de bien fonctionner (les « bulles spéculatives » sur les marchés financiers ou sur le marché des changes par exemple).
- **De même, le marché n'est pas transparent**. L'information peut y être asymétrique. Certains détiennent plus d'informations que d'autres (les « initiés »). Un patron qui embauche ne sait pas quelle sera l'efficacité réelle du salarié recruté. Un patient qui va voir un médecin ne connaît pas la qualité des soins... Face à cette incertitude, les acheteurs sont prêts à payer plus cher dans l'espoir de ne pas être trompés sur la qualité de la prestation (la « sélection adverse »). La recherche de l'information a donc un coût (les « coûts de transaction ») et nécessite la création d'un certain nombre d'organisations (laboratoires de test, système de cotations des risques, création de normes de qualité...).
- 3. **Ces défaillances peuvent être traitées de deux façons qui, dans tous les cas, impliquent l'intervention de l'Etat** car c'est lui qui va mettre en place les institutions nécessaires :
- ✓ **L'Etat prend en charge les défaillances du marché**. Il peut :
- **Internaliser les externalités** c'est-à-dire réintroduire dans le prix du produit le coût ou l'avantage de l'externalité par une **taxation** des externalités négatives (le principe du « pollueur payeur » de Pigou telle que l'écotaxe sur l'émission de CO²) et par des **subventions** des externalités positives (subvention des transports publics pour en diminuer le prix et encourager son usage) afin de corriger les prix du marché. Mais, pour fixer la taxe au niveau approprié, il faut disposer des informations nécessaires pour calculer le coût de la pollution, ce qui est parfois bien difficile: quelle est la valeur d'un paysage enlaidi par une construction ou du calme troublé par des machines? En pratique, les taxes sont souvent fixées en fonction de critères purement financiers. Ainsi, des

économistes de l'OCDE ont montré que les agences de bassin, chargées de réglementer la pollution des lacs et rivières dans les pays développés, établissaient les taxes de manière à équilibrer leur budget et non en fonction du coût social de la pollution. Car, quelle que soit leur bonne volonté, ces agences ont beaucoup de mal à évaluer correctement le coût de la pollution pour la collectivité.

- **Prendre en charge les services collectifs non marchands** qui seront financés par l'impôt (la justice, l'armée, la police, l'éducation, l'éclairage public, les routes, le feu d'artifice...) ou ils seront définis par une réglementation imposée aux entreprises privées. La production publique des biens "non rivaux", comme les bibliothèques municipales, permet de les proposer gratuitement aux consommateurs.
- **Mettre en place une planification à moyen et à long terme** qui vise à éclairer l'horizon des chefs d'entreprises en faisant des prévisions à moyen terme sur les évolutions économiques et en présentant des objectifs de la politique de l'Etat.
- ✓ **Pour les libéraux, le marché peut corriger ses propres défaillances.** Il suffit :
 - **De créer un marché des externalités** afin d'établir le prix de marché des effets externes qui s'intégrera dans le prix des produits. Ainsi, on peut créer un marché des « droits à polluer » en attribuant à chaque firme un droit à polluer. Les firmes les moins polluantes pourront vendre leurs droits aux firmes polluantes sur le marché, ce qui augmentera leurs coûts et les incitera à réduire leur pollution. C'est l'Etat qui détermine le montant des droits à polluer mais c'est au marché d'inciter les agents à agir.
 - **D'individualiser les biens collectifs** par des systèmes techniques (décodeur, péage, puce électronique) qui permettent de faire payer l'utilisateur individuel (carte magnétique sur l'autoroute...).
 - **De créer des marchés à terme** sur lesquels on spéculait sur la valeur future des biens ou des titres financiers (Marché à terme des matières premières, marchés à terme des produits financiers...). Le prix fixé sur ces marchés indique aux agents ce que devrait être le prix dans le futur, ce qui leur permettra de planifier leurs investissements.



C – RAPPORTS MARCHANDS ET ORDRE SOCIAL

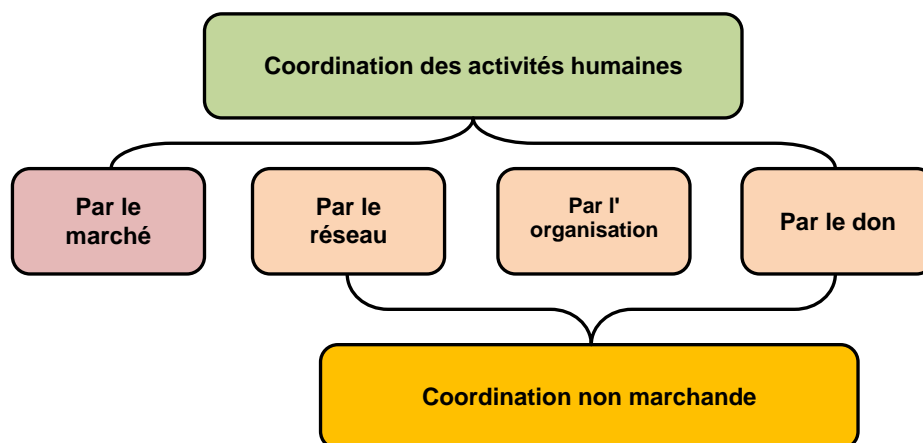
a) – L'extension de la coordination par le marché

1. Une « économie de marché » donne-t-elle naissance à une « société de marché » dans laquelle tous les comportements humains seraient déterminés par une logique de maximisation des intérêts égoïstes des individus ? Un certain nombre de faits sociaux pourrait le faire croire.
- ✓ **Tout d'abord, l'économiste libéral croit pouvoir expliquer dans sa « théorie de la famille » un certain nombre de comportements sociaux à partir du calcul coût-avantage.** Fondamentalement, toute action a un coût (le coût d'opportunité du temps passé à cette activité) et peut donc faire l'objet d'un calcul. L'individu est comme une entreprise qui produit et investit sous des contraintes de revenu et de temps. Becker peut ainsi expliquer l'homogamie (on a tendance à se marier avec une personne du même milieu social car les avantages l'emportent largement sur les coûts), le divorce (la croissance de l'activité féminine diminue les avantages du mariage pour les femmes et augmente ses coûts), ou la fertilité (la naissance d'un enfant supplémentaire augmente le coût et réduit les avantages)...

- ✓ Ensuite, de nombreux domaines d'activité, qui échappaient jusqu'à présent au marché, deviennent marchands. Autrefois, la garde des enfants, la fabrication d'un repas, le choix d'un conjoint, la scolarité d'un enfant...relevaient d'institutions non marchandes : la famille, l'école. De nos jours, on voit apparaître des crèches payantes, des repas livrés à domicile, des agences matrimoniales, des entreprises de soutien à la scolarité...La marchandisation s'étend même aux composantes du corps humain (le sang, les organes...) ou aux enfants (le marché de l'adoption). Cela signifie-t-il que toutes les activités humaines vont être coordonnées par le marché ?

b) – La persistance d'autres types de coordination

2. En réalité, il existe encore dans nos sociétés marchandes d'autres types de coordination qui échappent à la logique du marché. Ils sont au nombre de trois :
 - ✓ La coordination par les organisations évite les incertitudes d'un marché parfait qui supposerait une remise en cause journalière des contrats et des prix. Les entreprises signent donc des contrats à terme avec leurs fournisseurs ou leurs clients et des contrats à durée indéterminée avec leurs salariés afin de créer des relations stables qui leurs permettent de planifier d'investir à long terme. L'organisation des entreprises et des administrations n'obéit donc pas aux lois du marché.
 - ✓ La coordination par les réseaux utilise les liens familiaux, les liens amicaux, les liens professionnels et les liens politiques pour obtenir des biens, des services ou des emplois sans passer par le marché. *Un réseau social est un ensemble d'acteurs sociaux, tels que des individus ou des organisations sociales, reliés entre eux par des liens créés lors des interactions sociales.* La théorie des réseaux sociaux conçoit les relations sociales en termes de nœuds et de liens. Les nœuds sont habituellement les acteurs sociaux dans le réseau mais ils peuvent aussi représenter des institutions, et les liens sont les relations entre ces nœuds. Ainsi, un individu va pouvoir se constituer un capital social au cours de ses rencontres et il va l'utiliser pour essayer d'améliorer sa situation (Rachida Dati est un bon exemple de cette stratégie). Des réseaux sociaux peuvent être créés stratégiquement pour agrandir ou rendre plus efficace son propre réseau social. Ainsi, Il existe des applications internet aidant à se créer un cercle d'amis, à trouver des partenaires commerciaux, un emploi ou autres (les liens « peer to peer », facebook...).
 - ✓ La coordination par le don est fondée sur l'échange solidaire. Le comportement altruiste se substitue au comportement égoïste même si le don implique souvent le contre-don. La réciprocité, vécue comme une forme de justice, constitue une motivation puissante des actions individuelles. Les individus sont mus par leurs sentiments tout autant que par leurs intérêts matériels. Et ils sont souvent prêts à sacrifier ceux-ci à ceux-là. Elle est parfois plus efficace que la coordination du marché. C'est le cas dans les échanges de sang : le don du sang se révèle être plus efficace qu'un marché du sang dans lequel on rémunère les vendeurs.



c) – L'extension du marché reste sous le contrôle du social et du politique

3. De plus, la société n'a pas abdiqué son contrôle sur la frontière entre les activités marchandes et les activités non marchandes. Le social n'est pas totalement encastré dans l'économique. On peut le voir à deux niveaux :
 - ✓ La société contemporaine développe des échanges gratuits : au sein de la famille (échanges de biens ou de services gratuits entre générations), par l'intermédiaire du réseau associatif (bénévolat) ou d'Internet (le « peer to peer » permet l'échange de fichiers entre membres du réseau) ou par l'organisation d'un système de troc (les SEL) qui réintroduisent les plus pauvres dans un circuit d'échange. L'Etat participe à cette « économie non marchande » puisqu'il fournit des services collectifs non marchands (école, police, justice...). Les entreprises privées peuvent même participer à cette « culture du gratuit » (les journaux gratuits, la télévision gratuite...). L'absence de prix ne signifie pas une absence de coûts mais ces coûts sont pris en charge par des bénévoles (« altruisme ») ou par l'impôt ou par la publicité.

✓ **La société met des barrières sociales et éthiques au comportement utilitaire.**

- Tout d'abord, on peut remarquer que les consommateurs ne choisissent pas toujours les biens et les services qu'ils achètent en fonction d'un calcul coût-avantage mais en fonction de considérations sociales (on achète une voiture parce qu'elle permet de nous transporter mais aussi pour montrer son rang social).
- Ensuite, certains biens ou certains services ne sont pas à vendre au nom de considérations morales ou religieuses (le sang, le corps humain,...) qui dépendent de la culture des sociétés. C'est donc à l'Etat de dire, par la loi, ce qui relève du domaine du marché et ce qui doit lui échapper.
- La marchandisation du monde n'est donc pas inéluctable et relève de décisions politiques.