

Objectifs

- Définir le marché
- Discuter le caractère naturel ou socialement construit du marché

Exercice 1 – Qu'est-ce qu'un marché ?

http://sesame.apses.org/index.php?option=com_content&view=article&id=91:activite-1-le-marche-ordre-naturel-ou-ordre-social&catid=15:quelle-est-la-place-des-liens-marchands-dans-les-liens-sociaux-

- ✎ 1- Quels sont les points communs et les différences entre les 6 photos ci-dessus ?
- ✎ 2- Quel(s) « produit(s) » sont proposés ?
- ✎ 3- Qui sont les individus qui fréquentent ces lieux et quelles sont leurs motivations ?
- ✎ 4- À quelle condition peuvent-ils revenir satisfaits de leur « déplacement » ?
- ✎ 5- À partir des caractéristiques communes à ces différents marchés, quelle définition générale du marché pouvez-vous proposer ?

Document 1 – Et si marché rimait avec société ?

- Quand tu achètes une baguette chez ta boulangère, me demande un ami économiste, pourquoi te la vend-elle ?

- C'est son métier...

- C'est surtout son intérêt. Elle préfère avoir 4,20 francs plutôt qu'une baguette...

- C'est normal : la baguette lui a coûté beaucoup moins cher.

- Exactement. Et pourquoi est-ce que tu lui achètes sa baguette ?

- Parce que j'ai besoin de pain...

- Sans doute. Mais tu pourrais faire ton pain toi-même. La vraie raison c'est que tu préfères avoir une baguette plutôt que 4,20 francs.

- Bien sûr ! La baguette, si je devais la fabriquer moi-même, me reviendrait, temps de travail compris, beaucoup plus cher...

- Tu commences à comprendre ce que c'est que le marché. Elle vend son pain par intérêt, tu l'achètes par intérêt, et chacun y trouve son compte. C'est le triomphe de l'égoïsme...

- C'est surtout le triomphe de l'intelligence ! Faire son pain, passe encore. Mais qui pourrait se fabriquer une voiture ou une machine à laver ? [...]

- Je reviens à ta boulangère. Tu pourrais aller chez un de ses concurrents. Pourquoi vas-tu chez elle ?

- Parce que son pain est meilleur.

- Elle a donc intérêt à faire le meilleur pain possible. Mais l'achèterais-tu à n'importe quel prix ?

- Sans doute pas.

- Pour te garder comme client, elle a intérêt, dans une économie concurrentielle, à t'offrir le meilleur rapport qualité-prix possible. C'est aussi ce que tu souhaites. Vos intérêts ne sont pas seulement complémentaires, ils sont convergents ! [...]

- Chacun de vous deux n'agit que par égoïsme, mais cela, loin de vous opposer, vous rapproche.[...] Mais que le pain soit moins bon ou plus cher qu'à la boulangerie voisine, ou que tu ne puisses plus payer, c'en est terminé de votre relation : tu ne lui dois rien, ni elle à toi, qu'autant que vous y trouvez l'un et l'autre votre compte. (...). Chacun est utile à l'autre, sans qu'on ait besoin de le forcer. Tous ne cherchent que leur propre intérêt, mais ne peuvent le trouver qu'ensemble. [...]

André Comte-Sponville, *Dictionnaire philosophique*, PUF, 2001, p.355-358

✎ 6- Comment les intérêts de la boulangère finissent par rencontrer ceux du client ?

✎ 7- Justifiez le titre du document.

Document 2 – Le marché de Carpentras étudié par une ethnologue.

Au début des années 1980, Michèle de La Pradelle se rend à Carpentras pour étudier les marchés de cette ville moyenne de Provence. Une question anime son travail : comment comprendre le succès de cette forme marchande alors qu'elle ne semble pas la plus efficace du point de vue économique ? La réponse est la suivante : l'échange marchand n'est jamais réductible à la simple rencontre de l'offre et de la demande, du vendeur et du client. C'est toujours un échange social et symbolique plus vaste. Dans le cas du marché forain de Carpentras, l'ethnologue montre que le temps de l'échange marchand, et parce que tout le monde y est « traité à la même enseigne », une petite société égalitaire émerge. On viendrait chercher là ce petit « frisson égalitaire », d'autant plus agréable qu'il est limité dans le temps. En outre, le marché est l'occasion de mettre en scène la « provençalité ». D'ailleurs, ne se rend-on pas souvent dans les marchés des villes que nous visitons pour y voir « la couleur locale » ?

Pour mener son enquête, elle procède à une description du lieu. Chaque vendredi matin, le marché envahit les rues de la vieille ville de Carpentras et se présente aux yeux des badauds comme un joyeux chaos. Les étals envahissent les rues, on entend le bruit de la foule, les clients jouent des coudes. Ce désordre festif participe sans aucun doute au charme du marché. En réalité, comme le montre l'ethnologue, il s'agit d'un chaos bien ordonné. On est là sur le domaine public et il existe des règles qui organisent la tenue du marché : le code du commerce encadre l'événement et la commission municipale des « foires et marchés » s'occupe de l'organisation interne du marché (métrage, nombre de places pour les forains, nombre de « volants »). Autrement dit, n'importe qui ne vient pas vendre au marché. Les vendeurs doivent être inscrits au registre du commerce. Les « abonnés », c'est-à-dire les « réguliers », ont une place attribuée ; pour les autres, les « volants », le placier de Carpentras procède à un tirage au sort qui détermine, au hasard, la place de chacun. On le sait, toutes les places ne sont pas équivalentes au marché, et c'est là une manière de faire au plus juste, d'éviter tout favoritisme. Le marché n'est donc pas une forme sociale spontanée de l'échange même s'il peut souvent se donner à voir ainsi.

Source : Sophie Corbillé, Université Paris-Sorbonne, *notes de cours traitant de l'ouvrage de Michèle de la Pradelle, Les vendredis de Carpentras, Paris, 1996*

✍ 8- Quelles sont les différentes règles d'organisation du marché de Carpentras ?

✍ 9- En choisissant le marché de votre choix, présenter les règles qui l'encadrent.

✍ 10- En quoi l'exemple du marché de Carpentras permet-il de nuancer l'analyse d'A. Comte-Sponville ?