

## « Des risques du marché au marché de la précaution : une perspective historique »

Face aux crises sanitaires et environnementales qui menacent le marché et la société d'aujourd'hui, tous les acteurs — industriels, médias, consommateurs, et même sociologues ! — semblent unanimes pour vanter le principe de précaution, cette sage règle de conduite qui permettrait, face aux dangers qui nous guettent dans un monde incertain, de ne pas se laisser abuser par la science, de retrouver l'autonomie du politique, de prendre des décisions s'appuyant sur une consultation équilibrée des experts et des profanes<sup>1</sup>. Or la préoccupation croissante pour la prévention des risques du marché débouche aujourd'hui sur l'avènement d'un véritable marché de la précaution. Ce marché vise à sauvegarder la confiance nécessaire au fonctionnement de l'échange, en commercialisant des outils censés prémunir les consommateurs contre les aléas du marché. La traçabilité, notamment, en tant que technique d'identification et de suivi des produits, autoriserait à la fois l'évitement des objets douteux parce que non tracés (*ex ante*) et la recherche des produits tracés mais éventuellement fautifs (*ex post*). Nous ferons ici le pari qu'il existe un lien très étroit entre la reconnaissance des risques du marché et l'avènement d'un marché de la précaution. Ce lien est le fruit d'une longue histoire, qu'il nous faut retracer à grands traits pour comprendre les vertus mais aussi les risques de la nouvelle société de précaution.

### Le marché du risque : assurances sociales et options financières

L'affirmation d'un marché du risque est consubstantielle à l'histoire du capitalisme. L'émergence du marché du travail et des drames sociaux qui lui sont attachés — notamment les accidents du travail — ont conduit à l'avènement d'une « société assurantielle ». Comme l'a bien montré François Ewald<sup>2</sup>, le développement des mécanismes d'assurance sociale a permis, vers la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle, le passage d'une société gouvernée par un principe de responsabilité, fondé sur la faute imputable aux individus, à une société mue par un principe de solidarité, fondé sur la prise en charge collective des risques et de leurs conséquences. Mais si l'assurance débouchait sur une reconnaissance de l'inévitabilité des risques et de leur nécessaire gestion, elle n'en faisait pas encore une marchandise. Même si la diversité des caisses de prévoyance et des mutuelles était porteuse d'une concurrence potentielle entre ces dispositifs, il reste qu'avec l'assurance, les risques étaient davantage socialisés que marchandisés. De ce point de vue, c'est plutôt aux marchés financiers que revint l'essor d'un véritable marché des risques : le développement des contrats à terme et des options financières a permis, dès la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle, l'instauration d'un échange entre une offre prête à prendre des risques et une demande en quête de précaution. Grâce à ces produits financiers, les uns achètent la certitude d'un prix à terme (pour se prémunir des aléas inhérents à la fluctuation des marchés) et les autres garantissent ces engagements (contre le versement d'une prime et/ou la possibilité de spéculer sur le cours des options)<sup>3</sup>.

---

1. Latour, Bruno, *Politiques de la nature*, Paris, La Découverte, 1999.

2. Ewald, François, *Histoire de l'Etat providence : les origines de la solidarité*, Paris, Librairie générale française, 1996.

3. Pour une sociologie des marchés d'options, cf. David Martin, « Dispositifs de défiance et fluidité des échanges sur les marchés financiers de gré à gré », *Sociologie du travail*, vol. 44, n° 1, mars 2002, pp. 55-74.

## **Répression des fraudes**

Alors que l'assurance sociale concernait les risques associés aux conditions sociales de production, alors que les contrats à terme ou optionnels s'adressaient aux risques impliqués par la fluctuation des prix, d'autres dispositifs de gestion des risques prirent en charge, à la même époque, les risques inhérents à la qualité des produits. Tout le problème est ici celui de l'avènement d'un marché de masse : sur un tel marché, le caractère de plus en plus anonyme et lointain de la production favorise l'occurrence des fraudes commerciales. Au début du siècle par exemple, les pratiques de mouillage et de sucrage des vins se multipliaient. Pour contrer ces pratiques, les pouvoirs publics mirent en place, via la promulgation de la loi de 1905, tout l'arsenal juridique et administratif de la répression des fraudes. Cette loi a joué un rôle considérable dans l'extension du marché de la précaution : en renversant le vieux principe du « caveat emptor » (tiens-toi sur tes gardes), c'est-à-dire en cessant d'imputer la faute à l'imprudence du consommateur pour engager la responsabilité du fabricant, la loi de 1905 a favorisé le développement de dispositifs d'engagements commerciaux, comme la marque et les mentions obligatoires. Certes, les obligations et les garanties légales, imposées à tous, ne pouvaient par définition faire l'objet d'un marché. Mais elles ont servi de base pour l'instauration de pratiques de différenciation des produits par la qualité et par la sécurité... des pratiques dont la normalisation industrielle sut se saisir dans l'entre deux guerres.

## **Normalisation et marché des certificats**

L'exemple de l'industrie du gaz est ici emblématique. En 1930, les producteurs de gaz français craignaient que des accidents domestiques imputables à des fabricants d'appareils peu scrupuleux ne vinssent remettre en cause cette énergie au profit de l'électricité. Pour percevoir et contrer les effets désastreux de l'incertitude sur la qualité sur le marché du gaz, les gaziers eurent l'idée de se tourner vers l'Association Française de Normalisation (AFNOR) non seulement pour obtenir une normalisation minimale des appareils à gaz, mais surtout pour demander que le respect des normes techniques de sécurité soit garanti par l'apposition d'un certificat signalant aux consommateurs les appareils conformes aux spécifications adoptées. Cette démarche aboutit en 1946 à la création de la marque « NF-GAZ », première application de la marque nationale française de conformité aux normes. Avec la certification, on voit combien les risques du marché ont fini par achever la construction d'un marché de la précaution, avec l'invention de « certificats » de qualité qui permettent de construire et de vendre de la sécurité. Depuis lors, le mouvement n'a cessé de s'étendre : la concurrence par la qualité n'a pas tardé à déboucher sur une concurrence entre labels, sur le registre du mieux disant qualitatif et sécuritaire (cf. par exemple, l'affrontement entre « label rouge » et produits « bio », ou la rivalité entre le marquage « CE » européen et la marque « NF » de conformité aux normes françaises). Ce mouvement s'est traduit par l'invention de toute une série de produits — dispositifs d'assurance qualité, systèmes de traçabilité — et par la prolifération de toute une série d'intermédiaires et de professionnels : normalisateurs, certificateurs, consultants en tous genres.

## **La précaution : une politique industrielle**

Une telle histoire, même rapide, est riche d'enseignements. D'abord, cette histoire nous apprend que dans ces processus et contrairement à ce que l'on pourrait penser, le consommateur ou le citoyen n'est quasiment jamais intervenu en premier dans la « demande » d'outils de gestion des risques : par exemple, ce sont les corporations professionnelles — viticulteurs, gaziers — qui ont fait pression pour la mise en place d'une politique de répression des fraudes ou l'avènement de certificats de qualité. Si les consommateurs sont

intervenues dans le débat, c'est à titre d'argument rhétorique : tandis que les représentants de l'offre se préoccupaient beaucoup plus des dangers économiques de concurrence déloyale que des risques que les fraudes font courir aux consommateurs, les représentants de l'Etat (pour la loi de 1905) puis les normalisateurs (pour la marque NF) ont mobilisé le « consommateur » comme une instance discursive leur permettant de faire valoir, face à leurs partenaires, leur propre point de vue.

Sans doute, les consommateurs « mobilisés » dans les discours, à force d'entendre parler d'eux-mêmes et de la sécurité qui leur était due, ont fini par s'inviter progressivement dans les discussions techniques et politiques portant sur leur protection. Dans les années 1960 notamment, les consommateurs français sont entrés en dialogue avec les normalisateurs, non sans obtenir quelques résultats : ils ont amenés les ingénieurs industriels à délaisser quelque peu la routine des spécifications techniques pour prendre en compte de nouveaux objectifs en termes de performance et de sécurité. Mais la focalisation actuelle des débats sur la sécurité du consommateur — et l'implication effective, croissante et salutaire des citoyens ordinaires dans de tels débats<sup>4</sup> ne doivent pas faire oublier — c'est le deuxième enseignement de notre histoire — à quel point ces questions engagent, depuis les origines, non seulement les représentants de la demande mais aussi et surtout les acteurs de l'offre. Ces derniers, sous prétexte de protection du consommateur, sous couvert de qualité et de sécurité, au motif d'un besoin de traçabilité et de précaution, développent à tour de bras des dispositifs qui privilégient surtout les solutions industrielles. En effet, les dispositifs adoptés inclinent les consommateurs à croire — à tort — que les produits non tracés ou non certifiés sont forcément moins bons que les autres, alors qu'il s'agit souvent de produits dont les producteurs ne peuvent payer le prix d'un « abonnement » aux systèmes industriels de gestion de la qualité<sup>5</sup>. Ainsi, faute d'un recul suffisant, les acteurs ont oublié de prendre la mesure de certains effets de la marchandisation de la sécurité, ou plutôt de la domination croissante des enjeux sécuritaires dans les questions de marché.

### **Du goût à la sécurité : un effet d'inscription**

On touche ici au deuxième enseignement de l'histoire, qui n'apparaît qu'une fois rassemblées les propriétés propres à chacun des dispositifs de gestion des risques successivement mis au point et proposés aux acteurs du marché. Tous ces dispositifs — assurances, contrats à termes, options, garanties, engagements, certificats, traçabilité — ont un point commun : leur dimension analytique et scripturale. Le contrat et l'emballage jouent ici un rôle crucial. Le contrat privilégie les engagements réciproques et formels, et remplace les anciennes solidarités sociales par des mécanismes qui favorisent l'individualisation caractéristique de la « société du risque » chère à Ulrich Beck (2001)<sup>6</sup>. Quant à l'emballage, il joue un rôle peut-être plus crucial encore dans les transformations sociétales qui affectent la société marchande. Ce « packaging » que chacun jette sans y prendre garde a subrepticement révolutionné le rapport des consommateurs au produit : en coupant tout accès direct aux choses qu'il protège et décrit, l'emballage a remplacé l'évaluation personnelle et corporelle des objets par l'instauration d'un jugement « délégué », qui privilégie l'observation d'indications

---

4. Callon, Michel, Lascoumes, Pierre and Barthe, Yannick, *Agir dans un monde incertain*, Paris, Seuil, 2001.

5. Sur ce point, cf. Dubuisson-Quellier, Sophie, « Qualités de produits et figures du consommateur Manières de produire et de vendre en conchyliculture », *Sciences de la société*, mai 2002, à paraître.

6. Beck, Ulrich, *La société du risque*, Paris, Aubier, 2001.

analytiques comme les ingrédients, les dates de consommation, la contenance et le prix, l'examen de mentions institutionnelles comme la marque, les garanties ou le service, voire la prise en compte de « constituants invisibles », tels la teneur en cholestérol ou la présence d'OGM. Mais comme l'économie d'emballage<sup>7</sup> a fini par s'imposer de façon aussi progressive qu'hégémonique, tout le monde a oublié le soupçon considérable qu'a d'abord éveillé l'avènement de « produits masqués », le remplacement de l'« essai » des objets par la « lecture » des inscriptions, et les enjeux d'une telle mutation, à savoir, notamment, la possible substitution de la sécurité aux plaisirs de l'usage et de la consommation.

### **Vers une nécessaire politisation du marché**

En d'autres termes on découvre à quel point l'avènement du marché de la précaution est porteur d'enjeux culturels et sociétaux. Tout se passe aujourd'hui comme si les dispositifs censés garantir la sécurité des transactions pour permettre la libre expression des préférences risquaient, si l'on n'y prenait garde, de transformer la sécurité en préférence dominante des consommateurs. Or est-ce vraiment ce que nous souhaitons ? De même qu'il faut s'inquiéter, du côté de la sphère politique, de la peur de l'autre qui met en danger la démocratie, il faut s'interroger, du côté du monde économique, sur la peur des choses qui fait vaciller le marché. Les deux mouvements ne sont d'ailleurs pas sans rapport. Ces mouvements ne sont-ils pas les symptômes d'un lien social et marchand fragilisé, d'une société et d'une économie politiques qui ont de plus en plus de mal à faire « tenir » ensemble les hommes et les choses ?

Aujourd'hui, le marché libéral comme la politique sont impuissants à apaiser seuls les craintes des citoyens et des consommateurs. La politique est d'un faible secours, dans la mesure où la maîtrise des risques et des peurs contemporaines dépasse désormais les limites des pouvoirs nationaux, alors que la mondialisation de la production et l'internationalisation des échanges rendent impossible (et suicidaire) tout repli sur soi. Le marché montre ses limites, dans la mesure où les dispositifs préventifs dont il s'est doté ont ceci d'ironique qu'en calmant une peur ils en éveillent souvent une autre : ou bien ils portent les consommateurs à ne plus oser s'aventurer hors des frontières « tracées » par la qualité industrielle, ou bien ils les incitent à prendre en compte et à demander toujours plus d'informations, de garanties, de protections, au risque de faire oublier les vertus d'une consommation gourmande et sereine. Pour pallier cette double difficulté, il ne faut bien sûr ni renoncer à la politique ni désespérer du marché, mais peut-être, au contraire, les combiner l'une et l'autre, tirer avantage de la vigilance citoyenne comme de l'efficacité des dispositifs marchands, par exemple en politisant le marché, en instillant dans des outils aveugles les questions que ces mêmes outils ont fait émerger.

La normalisation, la certification et la traçabilité ont en effet ceci d'étonnant qu'elles peuvent porter non seulement les revendications sécuritaires d'aujourd'hui, mais aussi d'autres valeurs, tel le respect des droits de l'enfant, la recherche de la solidarité mondiale, la défense de la responsabilité sociale des entreprises. Le mouvement de « l'éthique sur l'étiquette » plaide pour une concurrence citoyenne, qui permettrait par exemple aux consommateurs de choisir les produits proscrivant le travail des enfants ; la promotion du « commerce équitable » défend une concurrence solidaire, qui passe par le signalement de produits instaurant une plus juste répartition des marges commerciales entre consommateurs du Nord

---

7. Cochoy, Franck, *Une sociologie du packaging ou l'âne de Buridan face au marché*, Paris, Presses Universitaires de France, 2002.

et producteurs du Sud ; les tentatives de certification « sociale » des entreprises montrent la voie d'un possible renouveau des valeurs, qui passe par l'audit et l'affichage de la qualité des rapports sociaux de production. Tous ces exemples montrent à la fois les dangers d'une précaution exclusive et les moyens d'en sortir : sur le marché comme en politique, la sécurité n'est une valeur saine et digne d'être défendue qu'à la condition de ne pas en faire une préoccupation hégémonique, mais au contraire la condition nécessaire à l'expression de toutes ces autres valeurs, plus ouvertes et généreuses, qui nous portent à entrer avec confiance en relation avec les choses et autrui.

Franck Cochoy, professeur de sociologie à l'Université Toulouse II.