



**HAL**  
open science

## La notion d'encastrement : une sociologie des échanges marchands

Ronan Le Velly

► **To cite this version:**

Ronan Le Velly. La notion d'encastrement : une sociologie des échanges marchands. *Sociologie du Travail*, 2002, 44 (1), pp.37-53. hal-00452120

**HAL Id: hal-00452120**

**<https://hal.science/hal-00452120>**

Submitted on 1 Feb 2010

**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.

# **La notion d'encastrement : une sociologie des échanges marchands.**

## **“ Embeddedness ”, a sociological theory of market transactions.**

Ronan Le Velly<sup>1</sup>

### **Résumé**

Tous les marchés sont encastés. Les échanges marchands se réalisent dans un contexte enchevêtré de relations interpersonnelles, de règles formelles, d'outils et de représentations collectives. Ces conditions d'encastement à la fois contraignent et permettent les transactions marchandes. Elles ne constituent donc pas seulement le décor normatif où est prise la décision mais le socle, les ressources mobilisées continuellement lors de l'action. La notion d'encastement invite à une sociologie des échanges marchands.

### **Abstract**

The notion of embeddedness is examined from the stance that there is not and cannot be a self-regulated marketplace. All markets are embedded. Market transactions are carried out in a tangle of interpersonal relationships, formal rules, tools and shared ideas. These embedding conditions limit such transactions while making them possible. They are not just the normative setting for decision-making but, indeed, the very basis of transactions, as resources are continually tapped for actions. The notion of embeddedness calls for research to work out useful approaches for developing a sociological theory of market exchanges.

**Mots clés : construction sociale / culture / encastrement / institutions / marché / nouvelle sociologie économique**

---

<sup>1</sup> UFR Droit et Sciences Politiques, Université de Nantes, Chemin de la Censive-du-Tertre, BP 81307, 44313 Nantes cedex 3. 02 40 74 06 12. rlevelly@voila.fr. Je remercie chaleureusement Alain CAILLÉ pour m'avoir fait découvrir le concept d'encastement et pour les encouragements et les critiques insatiables qu'il apporte à mes premiers travaux.

**Keywords : social construction / culture / embeddedness / institutions / market / new economic sociology**

L'objet de cette présentation est d'éclairer la notion d'encastrement (*embeddedness*) telle qu'elle est initiée par les écrits de Karl POLANYI et renouvelée à travers le projet d'une " Nouvelle Sociologie économique " (GRANOVETTER, SWEDBERD, 1992). En quelques mots, ces auteurs ont en commun de considérer que l'économie n'est pas indépendante du reste de la société mais que, justement, l'économie est encadré dans le social. Derrière cet énoncé de principe se posent en réalité nombre de questions et de difficultés : qu'est-ce qui caractérise cet encastrement ? Quelle représentation du lien entre économie et société est privilégiée ? Quelle légitimité en résulte pour les sociologues à étudier les phénomènes économiques ?

Pour répondre à ces questions, nous nous concentrerons sur l'échange marchand. Le choix de ce thème se justifie par son caractère exemplaire : le marché est le phénomène économique qui a le plus suggéré l'image d'une sphère autorégulée, d'un vide social gouverné uniquement par la loi de l'offre et de la demande, le comportement des acteurs (achat ou vente) étant alors une réponse calculatrice aux seules variations des prix.

Cette image s'est établie parmi les économistes sous la figure du marché de concurrence pure et parfaite mais s'est largement diffusée au delà de ce cercle. Ainsi, nombre d'historiens et de sociologues (POLANYI, 1983) analysent le développement de l'économie de marché au 19<sup>ème</sup> siècle selon ses termes : pillage des ressources naturelles, destruction des règles et des relations sociales, paupérisation et délabrement moral des classes ouvrières victimes des forces aveugles du marché. Tout cela traduit bien, de façon très critique certes, la thèse que le marché est largement autonome, qu'il exerce son emprise sans aucune référence au social. Les interrogations plus actuelles sur la mondialisation libérale nous suggèrent la même remarque. Les condamnations portent sur les effets destructeurs (pauvreté, uniformisation des cultures, perte de souveraineté politique, etc.) mais, pour l'essentiel, ne remettent pas en cause les conceptions établies du marché autorégulé.

Notre point de vue est qu'il n'existe pas dans la réalité de marché autorégulé et même qu'il ne peut pas en exister : tous les marchés sont encadrés. Il ne s'agit pas de nier toute pertinence aux analyses critiques dont nous venons de parler mais de commencer par quitter cette définition simpliste du marché pour ensuite définir, éventuellement, un axe de discussion plus judicieux. Dans notre développement nous abordons les marchés comme des ensembles d'échanges marchands encadrés. A la manière de l'article de Mark GRANOVETTER, *Economic Action and Social Structure : The Problem of embeddedness*, notre questionnement se propose de relier l'action économique et son contexte social, l'échange marchand et son cadre non marchand. Puisque toute notre première patrie décrira ce contexte, notre travail de définition préalable se limite à signaler ce que nous entendons par échange marchand. De façon assez commune, mais sans préjuger du caractère calculateur, intéressé et concurrentiel, nous l'associons à un échange bilatéral, instantané et dont les termes sont clairement définis.

Notre développement sera structuré autour de deux parties. Dans la première, nous décrirons les éléments qui composent le cadre de l'échange, ce que nous nommons les conditions d'encastrement. Au long de ce point, nous serons amenés à entrevoir les propriétés méthodologiques de l'encastrement. Mais ce n'est véritablement que dans la seconde partie que nous approfondirons cette question.

## **1. Repérage des conditions d'encastrement.**

Afin d'ordonner notre exposé des conditions d'encastrement, nous proposons de distinguer trois pôles que nous nommons encastrement structurel (1.1.), encastrement institutionnel formel (1.2.) et encastrement culturel (1.3.). Cela n'implique pas que les trois domaines soient réellement séparés : à la fin de la seconde partie, nous dirons quelques mots sur leur enchevêtrement (2.3.1.).

### **1.1. L'encastrement structurel.**

#### *1.1.1. Définition.*

L'encastrement structurel est celui duquel part M. GRANOVETTER (1985). Sa conviction est que les individus sur le marché ne sont pas " atomisés ". Au contraire, ils entretiennent des relations personnelles, tissent des liens d'amitié, et de fidélité suffisamment récurrents pour qu'il soit possible de reconstituer la structure globale du réseau de relations qui parcourt le marché. Ce travail permet de rompre avec l'image d'une sphère autorégulée puisque des relations personnelles interviennent dans le fonctionnement des échanges ou, pour le dire autrement, puisque la participation au marché ne détruit pas les relations sociales. L'encastrement structurel traduit la contextualisation de l'échange marchand sous la forme des relations interpersonnelles.

#### *1.1.2. Conséquences sur le fonctionnement et les résultats du marché.*

La prise en compte de cet encastrement a pour mérite de fournir une image plus fidèle de la réalité des marchés et d'en améliorer notre compréhension.

Il devient d'abord possible d'insister sur toutes les exigences liées à la rencontre de deux personnes. Du moment où le marché n'est plus une foule mais une suite de rencontres, des préoccupations en terme d'interprétation, de légitimité, de justice ou de confiance interviennent. Peu importe d'ailleurs, pour l'instant, que les échanges se produisent de façon récurrente. Même lorsque les personnes ne se connaissent pas et ne seront pas amenées à se revoir, les échanges marchands qu'ils entreprennent impliquent qu'ils orientent leur comportement selon leur intention propre et leur interprétation de la situation. Les échanges marchands sont des activités sociales.

Par contre, les situations de fidélité, de clientèle, sont particulièrement importantes en ce qu'elles donnent sa structure au réseau. Certaines positions dans le réseau sont alors plus profitables que d'autres. M. GRANOVETTER (1973) et Ronald BURT (1992) insistent sur l'avantage à se trouver en un " trou structurel

” : certains agents agissent comme des ponts entre des clans c'est-à-dire des groupes de personnes qui entretiennent des liens forts, très récurrents, mais également redondants (les différents membres d'un clan se connaissent tous). Les agents-ponts tirent de leur position dans le réseau des bénéfices en terme d'information et de contrôle. Ils agissent en entrepreneurs c'est-à-dire, “ littéralement, une personne qui génère du profit à être entre les autres ” (BURT, 1992, p. 791).

La structure du réseau prise dans son ensemble affecte également le fonctionnement d'un marché. Ainsi, Wayne BAKER (1984) a établi sur un marché à terme où se réalisent uniquement des échanges décentralisés que lorsque le marché s'agrandit (plus d'acteurs et/ou plus d'échanges), l'information sur les propositions d'achat ou de vente est répartie entre un nombre plus important de clans. Au final, véritable “ paradoxe des grands nombres ” (BAKER, 1948, p. 804) et contrairement aux prédictions de la théorie microéconomique standard, les prix deviennent plus volatiles lorsque s'étend ce marché. Une seconde étude, menée par Brian UZZI (1996) sur les réseaux d'entreprises de confection de région de New York, établit une courbe en U reliant la probabilité de faillite au degré d'encastrement des différents réseaux. Ainsi, les entreprises prenant part à des réseaux de densité moyenne sont plus efficaces que celles qui n'entretiennent aucune relation. Les conséquences de l'encastrement sont donc d'abord bénéfiques (confiance, accès à de l'information, en particulier sur des savoir-faire). Mais à un certain point, la courbe se retourne : certains réseaux se caractérisent par des relations trop redondantes et des impératifs d'amitié si exigeants qu'ils supplantent les exigences de solvabilité. A travers ces deux études, le lien entre la forme globale du réseau et ses performances est vérifié. De plus, des résultats paradoxaux ou avec des effets de seuil encouragent à la poursuite de la recherche.

L'encastrement structurel s'établit à partir des relations personnelles que les individus nouent entre eux. En cela, même si la structure générale du réseau les dépasse, chacun intervient directement sur sa forme et est libre de se détacher de ses liens personnels ou d'en former d'autres. Il n'en est pas de même pour les institutions qui sont pour les individus des réalités extérieures et objectives, qu'ils ne peuvent généralement pas modifier unilatéralement et instantanément. Nous présenterons successivement les institutions formelles et les institutions culturelles qui composent le cadre des échanges marchands.

## **1.2. L'encastrement institutionnel formel.**

### *1.2.1. Définition.*

L'encastrement institutionnel formel fait référence à la nature contingente de l'action économique par rapport aux règles formelles et aux outils utilisés. Nous nous proposons de détailler ces institutions formelles et de signaler leur importance pour la réalisation des échanges marchands. Il aurait été également possible, comme dans la section précédente, de montrer combien les différences dans les règles formelles ou les outils affectent le fonctionnement et les résultats du marché. Nous ne l'avons pas fait pour alléger un peu notre développement et parce qu'il nous semblait que cela était relativement intuitif.

### *1.2.2. Les règles formelles.*

L'existence des règles formelles, locales ou relevant du Droit, est évidente dès que l'on s'efforce de décrire un marché concret (conditions d'entrée, mode d'établissement du prix, forme des contrats de vente, règles de concurrence...). Selon Emile DURKHEIM (1978), en l'absence de contraintes réglementaires, les individus pourraient à tout moment remettre en cause un accord et les vertus de la division du travail seraient loin de se réaliser. Comme le Droit, fait social, n'est pas renégocié à chaque transaction, il y a un fondement au contrat qui est non contractuel. Ainsi, l'économie de marché (ou l'économie de marchés, vu combien il devient évident qu'il existe une grande variété d'organisation de l'échange marchand) n'est pas l'état de nature. Elle nécessite le droit de propriété, la liberté de commerce et de l'industrie et une culture juridique du contrat et de la responsabilité. En outre, elle ne peut fonctionner sans des instances qui, extérieures à l'ordre marchand, sont capables de faire respecter ces droits et de régler les litiges (SUPIOT, 1997). Le système judiciaire et l'Etat sont donc constitutifs du développement des échanges marchands. Le marché et l'Etat ne sont pas seulement des entités analytiques séparées, opérant selon des principes opposés et dont le développement de l'un se fait au détriment de l'autre. L'Etat a aussi un rôle instituant pour le marché.

### *1.2.3. Les outils.*

Outre les règles formelles, un deuxième élément matériel mérite d'être signalé : les outils. L'échange marchand est généralement équipé, ne serait ce que par la monnaie. Comme pour le Droit, la monnaie offre un pôle collectif (système bancaire, incluant l'Etat) dans les échanges entre individus. Précisément, sans monnaie, il faudrait systématiquement échanger des marchandises contre d'autres marchandises, ce qui limiterait l'étendue des marchés.

D'autres équipements sont préalables à l'échange. Sur les marchés occidentaux tout au moins, un travail de standardisation des marchandises est souvent réalisé en amont de la vente pour déterminer de façon objective les propriétés du produit. Pour cela sont utilisés des outils de mesure du poids (voir le terrible enjeu de l'installation d'une balance publique sur une place de marché : Fanch ÉLÉGOET (1984)), de qualification technique du produit (labels, normes, appellations...) et d'évaluation de la qualité (étoiles, notations...).

Enfin, pour la détermination du prix, d'autres outils pourront, au cas par cas, être signalés : salle des ventes avec un tableau affichant des enchères dégressives sur un marché au cadran légumier, techniques marketing et comptables avant le lancement d'une nouvelle automobile... toute une série d'instruments spécifiques qui nous rappelle combien chaque marché a son fonctionnement propre et qui nous oblige à admettre qu'il est impossible d'établir la liste complète des outils des différents marchés.

## **1.3. L'encastrement culturel.**

### *1.3.1. Définition.*

Les institutions culturelles ne possèdent pas le caractère immédiatement observable des institutions formelles mais elles sont tout aussi essentielles à la formation des échanges marchands. La première difficulté pour définir l'encastrement culturel provient des multiples sens associés à la culture. Nous proposons, au

risque assumé d'un faire une catégorie composite, de définir la culture comme l'ensemble des représentations collectives. Cela comprend, sans qu'il soit facile de clairement distinguer (DI MAGGIO (1990)) : (a) les systèmes mentaux de perception, de catégorisation et de classification, (b) les scripts qui orientent l'action et les règles de pertinence qui guident l'invocation de ces scripts, (c) les valeurs, les normes, les goûts. L'encastrement culturel décrit finalement le rôle des significations collectives dans la formation des objectifs et des stratégies des acteurs du marché.

### 1.3.2. *Conséquences sur le fonctionnement et les résultats du marché.*

La première implication est que la culture définit un certain nombre de scripts normatifs. Elle décrit les conditions légitimes, à savoir pour quels biens, avec qui, où et comment peuvent se dérouler les échanges marchands.

Tout d'abord, le caractère " sacré " de certains " biens " en rend le commerce difficile (dans notre société : personnes et organes humains, objets à forte connotation sentimentale ou familiale). Le magnifique travail de Viviana ZELIZER (1978) montre combien l'existence d'un marché pour l'assurance vie ne va pas de soi. Au début du 19<sup>ème</sup> siècle, une telle assurance est ainsi perçue aux Etats-Unis comme une spéculation, une loterie sur la mort ; il est parfaitement immoral de lier la mort à des questions d'argent. A la fin du siècle, pourtant, le marché de l'assurance vie est créé. Cela tient à un faisceau de facteurs matériels (croissance économique, urbanisation, techniques de vente) mais surtout à un retournement des significations attachées à la question : l'assurance vie est maintenant associée à la conception sociale de ce que constitue une " bonne mort ", à l'obligation pour les pères de famille de veiller après leur décès à la situation de leurs proches. Il se développe même une crainte de punition divine si, ce qui est devenu un devoir n'a pas été réalisé.

De même, il existe des personnes avec qui l'échange marchand est incongru. Paul DI MAGGIO (1990) rappelle l'expression américaine qui consiste à sous-entendre que quelqu'un serait capable de vendre sa grand-mère. Mais, remarque-t-il, il est presque autant douteux de commercer *avec* sa grand-mère. Les échanges marchands peuvent être sources de malaise lorsqu'ils se réalisent au sein de la famille ou avec des amis. Plus généralement, l'étendue légitime des échanges, la limite des partenaires potentiels (de la communauté à la planète) dépend de ce que Lyn SPILLMAN (1999) nomme " l'imaginaire social " (p. 1056). Certains lieux sont aussi plus propices que d'autres à l'échange marchand : dans une salle d'enchères, il ne sera finalement pas si choquant de vendre des " biens de famille " et inversement, commercer dans une église sera jugé très inapproprié.

Enfin, le comportement lors de l'échange marchand est également très codifié. Négocier sur les prix des biens à la consommation est une pratique assez peu courante dans les sociétés occidentales. Sur certains biens comme les cercueils ou les services funéraires, c'est même généralement exclu (à tel point que les prix ne sont pas affichés dans la plupart des concessions, racontent Olivier BOISSIN et Pascale TROMPETTE (2000)). De même, lors de la fixation des prix, des exigences de justice, de moralité, peuvent persister. L'enquête menée aux Etats-Unis par Daniel KAHNEMAN et al. (1986) montre qu'une hausse des prix affichés par les vendeurs est beaucoup mieux acceptée si elle résulte d'une augmentation des coûts de

production que d'une élévation brutale de la demande (par exemple de pelles au lendemain d'une tempête de neige). Les individus jugent " injuste " de " profiter des événements ". Des valeurs de justice, complètement étrangères au modèle du marché autorégulé, à la loi de l'offre et de la demande, peuvent donc s'avérer déterminantes dans l'explication des résultats des marchés. De la même façon, l'aspect purement concurrentiel du comportement ne doit pas non plus être présupposé. Les réseaux américains de vente à domicile étudiés par Nicole WOOLSEY BIGGART (1992) sont formés de vendeurs qui, bien que juridiquement indépendants et offrant le même bien, entretiennent des relations de parrainage, de coopération et d'altruisme. Le sentiment d'appartenir à une forme de famille et de partager des valeurs communes exclut de démarcher les clients des autres vendeurs et de leur proposer des prix plus intéressants.

La conclusion de ce point est importante : le marché, le comportement marchand a des limites qui sont définies par ses conditions d'encastrement. Sans cette remarque, nous ne laissons aucune ouverture aux autres modalités de l'échange (le don, la redistribution, selon K. POLANYI (1975)). A vouloir étudier en profondeur les conditions d'encastrement du marché, il y a un risque à oublier que la transaction marchande n'est qu'une des modalités possibles de l'échange, à " induire une naturalisation ou une " absolutisation " du marché, considéré comme le seul principe économique opérant dans les sociétés modernes " (LAVILLE, 1997, p. 231).

Tous ces aspects révèlent le caractère contraignant de la culture. Mais la culture est également profondément habilitante. Les représentations des phénomènes économiques sont une forme de connaissance, une ressource indispensable pour l'analyse de l'environnement (attribuer des relations de causalité, de similarité, d'opposition), la planification, l'exécution et la justification de l'action (VERGES, 1997). Ce sont des " boîtes à outils " dans lesquelles les individus puisent pour résoudre des problèmes d'interprétation et pour élaborer des stratégies d'actions (SWIDLER, 1986 ; SPILLMAN, 1999). L'aptitude (ou l'incapacité) à conduire de façon raisonnable, adéquate, des échanges marchands dépend ainsi directement de la culture (l'habitus) des agents (BOURDIEU, 2000). De même, les travaux de Luc BOLTANSKI et Laurent THÉVENOT (1991) montrent combien la coordination des actions (économiques ou autres) implique que les acteurs fassent référence à des principes de justice généraux et partagés (des " cités "). Sans la connaissance de ces cités, les rencontres n'auraient souvent aucun sens et l'accord serait impossible. Même si les deux auteurs sont réticents à évoquer la notion de culture (du fait d'une définition sans doute trop normative), il nous semble que les cités, les conventions, relèvent parfaitement de notre approche de l'encastrement culturel.

### *1.3.3. L'utopie du marché autorégulateur.*

Il nous est maintenant possible de reconsidérer la question du marché autorégulé. Si il est devenu clair qu'il n'existe pas en tant que réalité concrète, sa mobilisation dans les discours révèle une place importante dans l'imaginaire. Le marché autorégulé est ainsi un des éléments des conditions d'encastrement culturel des marchés concrets.

En particulier, le marché autorégulé (à travers la loi de l'offre et la demande) est souvent mobilisé par les acteurs pour analyser une situation. C'est ainsi que les pêcheurs de l'Ile d'Houat expliquent des prix de vente faibles par une offre abondante... même lorsque la pêche a été mauvaise. Ils vont alors postuler l'existence d'importations mystérieuses pour confirmer a posteriori la loi du marché, plutôt que d'entrevoir la possibilité d'ententes entre les acheteurs (JORION, 1990).

Par suite, la croyance dans l'existence du marché autorégulé justifie certains comportements. La vente de poissons étudiée par Paul JORION se réalise à la criée. En ce lieu hautement marchand, les pêcheurs ne viennent pas " défendre leur pêche " et seuls les mareyeurs sont présents. Selon l'auteur, " c'est la croyance à l'objectivité du mécanisme (le caractère supposé indifférent de la présence ou l'absence des acteurs) qui a conduit à considérer la vente anonyme comme une version équivalente de la vente à l'amiable avec marchandage " (p. 78). Un même raisonnement peut être entrepris pour comprendre l'aversion pour le marchandage dans les pays occidentaux. Lors de la plupart des achats de biens de consommation, le prix est fixé, déterminé unilatéralement par les vendeurs. Ceci n'est pourtant pas ressenti par les consommateurs comme l'expression d'un pouvoir asymétrique en leur défaveur. Paul ALEXANDER (1992) rapproche ce sentiment des représentations populaires du fonctionnement du marché selon lesquelles les " forces du marché " conduisent les prix à être " fondamentalement justes ". Ainsi, même si un marché concret ne correspond pas à la description d'un marché autorégulé ni même à celle d'un marché concurrentiel, il est très possible qu'il soit perçu comme tel.

L'utopie du marché autorégulateur a également un caractère normatif. Elle offre une légitimité et un encouragement à certains comportements. Cette représentation aurait ainsi profondément influencé l'évolution des sociétés occidentales où elle est apparue et s'est diffusée. En comparant la façon dont les marchés occidentaux et asiatiques sont organisés, Gary HAMILTON et Nicole WOOLSEY-BIGGART (1992) constatent qu'en Occident les contrats n'impliquent que les signataires (et pas leurs familles ou communauté), que le monde des affaires est très dissocié de la sphère familiale, que la promotion professionnelle se fait au mérite, qu'il existe une lutte contre les monopoles. Ainsi, les marchés occidentaux sont fortement inspirés de l'image du marché autorégulé, s'efforcent de s'en rapprocher.

Cette articulation entre marchés réels (toujours encastés) et représentation du marché autorégulé (condition d'encastement) nous semble être la leçon majeure des écrits de K. POLANYI. Ainsi, contrairement à ce que nous avons pu sous-entendre au début du texte (et ce qu'en dit M. GRANOVETTER (1985)), il ne nous semble pas qu'il ait cru que le marché autorégulé constitue la réalité des économies industrielles. D'abord parce que sa conclusion dans *la Grande Transformation* (1983) est précisément que les ravages occasionnés par l'idée du marché autorégulé ont conduit, dès les années 1860, les sociétés occidentales à se protéger de son influence (règles d'hygiène et de sécurité au travail). Sa thèse est même qu'" aucune société ne pourrait supporter, ne fût-ce que pendant le temps le plus bref, les effets d'un pareil système fondé sur des fictions grossières " (POLANYI, 1983, p. 109). Ensuite, lorsqu'il envisage l'échange marchand d'un point de vue anthropologique, il le traite de la même façon que le don ou la redistribution et énonce qu'il s'appuie toujours sur des " supports institutionnels déterminés " (POLANYI, 1975, p. 245).

Enfin, comme le prouve l'article *Our obsolete market mentality* (1947), ce sont aux représentations du marché autorégulateur et pas à sa réalité que s'attache sa critique. Il nous semble donc que K. POLANYI, même lorsqu'il décrit les ravages du marché autorégulé, le fait dans le but d'insister sur les hypothèses utopiques (contre-nature et irréelles) qui le fondent. En cela, *La Grande Transformation* est d'avantage un formidable exemple d'encastrement culturel que l'affirmation de l'existence réelle d'un marché autorégulé.

## **2. Propriétés méthodologiques de l'encastrement.**

Les conditions d'encastrement interviennent donc comme une contextualisation de l'action économique. Nous allons maintenant nous efforcer de préciser la nature, les implications méthodologiques, de cette contextualisation. Nous montrerons que les conditions d'encastrement sont simultanément des contraintes et des ressources pour l'échange marchand (2.1.) et qu'en conséquence, nous pouvons développer une théorie sociologique de l'action économique (2.2.). La section 2.3. proposera ensuite des enrichissements concernant l'enchevêtrement des conditions d'encastrement.

### **2.1. Contraindre et permettre l'échange marchand.**

#### *2.1.1. Raisonnement général.*

Notre thèse est que les conditions d'encastrement sont *à la fois* habilitantes et contraignantes pour le comportement individuel. Précisément, c'est leur caractère contraignant qui rend possible l'action. Cet apparent paradoxe se dévoile à l'introduction des notions de confiance et d'incertitude. L'incertitude décrit l'impossibilité de prévoir (même en probabilité) des éléments qui, pourtant, affecteront le résultat de notre action. Cette incertitude concerne des événements collectifs ou, cas que nous traitons, porte sur le comportement des agents avec qui nous sommes en relation. Les travaux de la théorie des jeux révèlent que dans une telle situation, les agents sont soit amenés à prendre des décisions individuellement rationnelles mais collectivement sous-optimales ; soit se trouvent embarqués, face à une multiplicité d'équilibre, dans un raisonnement spéculaire infini.

Pourtant (et heureusement !), les situations absurdes présentées par la théorie des jeux se vérifient peu dans l'expérience. Les agents parviennent sans trop de difficultés à coordonner leur action, à s'entendre, à engendrer des stratégies mutuellement avantageuses. La raison est que, dans la réalité, les rencontres ne se font pas dans un vide social mais en contexte. Les agents interprètent toute une série de signes afin de comprendre le comportement d'autrui et le rendre plus prévisible. Le sentiment que les autres procèdent également à une telle interprétation permet finalement de décider de son action. Nous débouchons sur la façon dont Harold GARFINKEL aborde la confiance : une croyance dans le respect d'appréciations mutuelles concernant la situation et ce qui est possible. Ainsi, sans que l'on puisse parler de prévision parfaite, les agents savent interpréter la situation pour définir les limites possibles de l'action.

Or, cette confiance n'est pas immanente (nous pouvons nous sentir plus ou moins désorientés selon les circonstances). Elle résulte directement de l'ensemble des conditions d'encastrement que nous allons reprendre point par point.

### *2.1.2. Applications.*

L'existence de relations interpersonnelles est selon M. GRANOVETTER (1985) à même de fonder la confiance entre les acteurs. L'éventualité d'un comportement opportuniste est alors retirée du champ des possibles et la signature d'accords commerciaux se réalise sans une lourdeur de précautions juridiques et de contrôles. Certains échanges ne pourraient même jamais se réaliser en l'absence d'un minimum de confiance, de croyances concernant le comportement du partenaire commercial. Or, si les réseaux ont un effet habilitant, c'est justement parce qu'y participer est source de contraintes. Les normes qui y sont véhiculées, la vitesse à laquelle les réputations s'y diffusent restreignent le comportement des acteurs... même si ils ne sont jamais obligés de suivre quelque prescription d'honnêteté. M. GRANOVETTER (1985) insiste bien pour signaler que la participation à un réseau peut être également une ressource exceptionnelle pour arnaquer les autres membres.

Les réglementations et le Droit, faits sociaux, contraignent évidemment le comportement. Mais E. DURKHEIM (1978) développe également le caractère habilitant de ces contraintes. Sans le Droit des contrats, les individus se trouveraient en situation d'incertitude et devraient, à la signature, spécifier toutes les circonstances de réalisation possible des contrats. " Si donc il fallait à chaque fois instituer à nouveau les luttes, les pourparlers nécessaires pour bien établir toutes les conditions de l'accord dans le présent et dans l'avenir, nous serions immobilisés " (p. 192).

Le même raisonnement peut s'établir pour la monnaie. Elle oblige, de fait, les individus libres à régler leurs dettes (ils paient par un moyen d'échange dont le pouvoir d'achat est garanti par le système bancaire). Pour les autres outils de l'échange l'argument est parfois plus difficile à tenir. L'étude de Lucien KARPIK (2000) montre cependant que lors de l'achat d'un repas au restaurant, la possession du Guide Michelin permet un certain degré de prévisibilité. Le Guide " supprime l'imprévu dans la découverte de l'inconnu " (p. 377) et offre une " protection contre l'opportunisme " (p. 388). La contrepartie de cette dimension habilitante est que le Guide contraint aussi les choix en réalisant une sélection préalable et relativement arbitraire des adresses. Un raisonnement similaire pourrait être développé pour montrer ce que " voient " et ce que ne " voient pas " les données comptables.

Le caractère normatif et habilitant de la culture a fourni le fil de notre section consacrée à l'encastrement culturel. Il nous reste juste à affirmer que les éléments de la culture ne sont pas ou régulateurs ou habilitants mais, qu'ils sont bel et bien les deux à la fois. La dimension normative de la culture, en fixant les limites légitimes de l'échange, permet aussi un degré de prévisibilité. L'incongruité et la déstabilisation provoquée par la vente de biens personnels ou la tentative d'échange marchand avec un enfant rappelle justement les expériences sur la confiance menées par H. GARFINKEL. Inversement, les représentations sociales qui donnent du sens, de la justification à l'action fonctionnent également comme des œillères. Les représentations

et les explications que les agents se font de la réalité peuvent tout à fait être incomplètes ou erronées (repenser au cas des pêcheurs de Houat). Dans les termes de Pierre BOURDIEU (2000), la culture (l'habitus) est un ensemble de dispositions, “ au double sens de capacités et de propensions ” (p. 261), qui amène les agents, du fait de leur longue confrontation avec les régularités de leur champ, à une conduite économique raisonnable et prévisible.

Les conditions d'encastrement sont donc bien des dispositifs sociaux, qui “ réduisent l'étendue des choix des agents et permettent un comportement prévisible en créant des attentes concernant l'action de l'autre dans des situations d'incertitude ” (BECKERT, 1996, p. 829).

## **2.2. Une théorie sociologique de l'action économique.**

Cette définition des propriétés de l'encastrement réserve une place importante aux pratiques. Précisément, elle implique logiquement une Sociologie de l'action. Pour le montrer, nous allons commencer par présenter une série d'approches qui nous semblent de ce point de vue insuffisantes.

### *2.2.1. La division entre institutions et actions.*

Il est tout à fait faux de croire que la théorie économique présente des modèles de marché sans institution. Même le marché Walrasien qui inspire l'image du marché autorégulé dispose d'institutions (plus ou moins explicites) : le fameux commissaire-priseur, une nomenclature des biens permettant que leur qualité soit connue de tous, un comportement intéressé et rationnel dont nous pourrions signaler le caractère culturel. Des travaux plus récents envisagent la diversité des marchés en les modélisant selon la disponibilité de l'information, l'existence d'irréversibilités ou en tenant compte du comportement plus ou moins concurrentiel des acteurs. Oliver WILLIAMSON (1993) parle même d'“ encastrement ” pour signaler l'existence de paramètres environnementaux (légaux, sociaux et politiques).

Ce n'est donc pas tant la reconnaissance de l'existence de conditions d'encastrement mais la façon dont ces conditions sont prises en compte qui nous intéresse. Celle-ci nous semble relever d'une conception séquentielle de l'action. En premier lieu sont énoncées les caractéristiques de l'environnement (existence ou absence de réseaux, nature de la législation, répartition de l'information...) et celles de l'acteur (préférences, attitude face à la recherche des prix...). Ces variables exogènes fournissent le décor. Et *ensuite* le choix permettant de mieux accorder les objectifs avec les moyens disponibles est effectué. En fonction des hypothèses retenues, il est immédiatement possible d'en déduire les résultats du marché.

Cette méthodologie rejoint certaines traditions de la Sociologie. Les travaux de Talcott PARSONS conduisent ainsi à définir l'économie comme un sous-système de la société. Cela implique que les objectifs que poursuivent les individus, leurs valeurs, ne sont pas déterminés par l'économie mais produits par les autres sous-systèmes. Pour autant, lorsqu'il s'agit d'étudier le fonctionnement du sous-système économique, T. PARSONS estime que ce n'est plus le travail des sociologues. A la division séquentielle entre institutions et décision correspond une division intellectuelle du travail entre les sociologues et les économistes. Les premiers sont chargés d'étudier les variables exogènes des modèles abstraits (le taux d'investissement et

l'effort au travail, par exemple, étant déterminés par la culture ou la religion) et les seconds en déduisent des conjectures théoriques sur le fonctionnement de l'économie (PARSONS, SMELSER, 1956, p. 241).

Ce que nous reprochons aux études des économistes, n'est donc pas d'ignorer les institutions mais de ne pas produire véritablement de théorie de l'action : l'Economie définit quelle est la meilleure décision face à un programme d'optimisation mais pas comment se réalise l'action. Elle nous semble ne faire du comportement qu'une réaction à un ensemble de stimuli environnementaux (en premier lieu les prix).

### 2.2.2. “ *la connexion indissoluble de l'acteur avec son cadre social* ” (BECKERT, 2000, p. 3).

Les propriétés de l'encastrement offrent, au contraire, une méthodologie adéquate à la constitution d'une véritable théorie de l'action. En cela, nous retrouvons le point de départ de M. GRANOVETTER (1985) qui souhaite s'opposer autant aux approches sur-socialisées (sociologie fonctionnaliste et culturaliste) que sous-socialisées (théorie économique). Leur point commun, explique-t-il, est de ne pas disposer de théorie de l'action puisque le comportement y est soit une application irréfléchie des normes sociales soit une réaction automatique aux variations des prix. Finalement, l'homo-oeconomicus n'est pas si éloigné des idiots culturels raillés par H. GARFINKEL.

Ainsi, les propriétés de l'encastrement impliquent de prendre en compte la dimension cognitive de l'action. Comme nous l'avons signalé, ce ne sont pas seulement des objectifs ou des contraintes que fournit le social mais également des ressources pour l'action. Le contexte offre des éléments (comportements, règles, outils typiques) qui sont interprétés, décodés par les agents pour pouvoir agir. Les conditions d'encastrement interviennent de façon continue pour la compréhension de la situation et la réalisation de l'action. Il n'est alors plus possible de traiter séparément ou des actions ou des institutions.

Le traitement de la confiance dans l'analyse de O. WILLIAMSON (1993) est assez significatif de cette différence de méthode. Il reconnaît que l'existence de réseau rend plus apte à instaurer des effets de réputation. Mais au lieu, d'insister sur les relations interpersonnelles et compréhensives qui constituent ces réseaux, de prendre en compte les croyances en attentes réciproques qui s'y diffusent, la question est réduite à une modification exogène des coûts de transaction. La dimension cognitive, constituante pour l'action, de la confiance est parfaitement ignorée. Alors, nous comprenons qu'il écrive que “ la référence à la confiance n'ajoute rien ” (WILLIAMSON, 1993, p. 474).

Le plus gros de notre développement est maintenant terminé. Nous pensons avoir démontré que la notion d'encastrement n'amène pas simplement à décrire l'ensemble des conditions “ environnementales ” dans lesquelles se déroulent ensuite les décisions économiques optimales décrites par les programmes des économistes. Le projet d'une “ Nouvelle Sociologie économique ” (GRANOVETTER, SWEDBERG, 1992) est bien plus ambitieux puisqu'il vise à développer une véritable sociologie de l'action économique, à prendre en compte le lien indissociable entre l'action et le cadre dans lequel elle se joue. Le social n'est pas le décor, c'est le socle des activités économiques. Par suite, la Sociologie ne se retrouve plus cantonnée à l'étude des institutions de l'économie mais peut légitimement chercher à en comprendre les comportements et à en

expliquer le fonctionnement. En cela, ce “ programme fort ” ne respecte plus la division intellectuelle du travail qu’acceptait Talcott PARSONS. Il est vrai que la démarche de la “ Nouvelle Economie institutionnelle ” (Douglass NORTH, O. WILLIAMSON) visant à étudier les institutions selon la méthode des Sciences économiques a largement contribué à rendre cette séparation caduque.

### **2.3. L’enchevêtrement des conditions d’encastrement.**

Pour clore notre présentation, nous souhaitons apporter quelques enrichissements. Tout d’abord, parce que des simplifications ont été réalisées afin de pouvoir présenter successivement les trois types d’encastrement. Ensuite, parce que notre raisonnement a utilisé des questionnements oscillant sans vergogne entre des interactions locales et éphémères (la confiance lors des interactions) et des analyses plus étendues dans le temps et l’espace (le Droit dans les économies de marché). Enfin, parce que nous verrons que la notion d’encastrement permet également d’envisager l’évolution des conditions d’encastrement.

#### *2.3.1. Le marché comme “ phénomène total ”.*

Suite à l’article de M. GRANOVETTER (1985), toute une série de commentaires a traité de ce qu’il est convenu de nommer le réductionnisme structurel. Sans la prise en compte de la culture, nous pouvons constater mais nous ne pouvons pas comprendre les phénomènes liés aux réseaux : comment se sont-ils constitués, qu’est-ce qui les maintient, que nécessite l’établissement de la confiance... ? Ainsi B. UZZI (1996) ne se contente pas d’observer les résultats des différentes formes de réseau. Il fait également apparaître la logique qui les sous-tend. Les dirigeants parlent ainsi de “ famille ” ou d’“ amis ” pour traiter de leurs relations dans le métier et c’est à travers le parrainage que le réseau s’élargit. En outre, c’est cette logique domestique qui rend l’information diffusée digne de confiance.

De même, les institutions formelles n’existent pas sans le contexte culturel dans lequel elles sont vécues. En particulier, les règles juridiques qui définissent les limites d’un marché évoluent avec les changements dans les valeurs et ne sont réellement appliquées que tant qu’elles sont perçues comme légitimes.

Pour autant, tout ne finit pas par se réduire à un ensemble souverain de significations culturelles. L’acquisition des représentations sociales est à son tour largement conditionnée (permise et contrainte) par la participation et la position dans les réseaux. Des réseaux sociaux bien organisés peuvent également profondément agir sur les représentations collectives dans le but de modifier ou de maintenir des règles formelles. De même, il nous semble que des règles formelles une fois établies contraignent les représentations, l’interdiction de vente renforçant, par exemple, un sentiment d’immoralité ou de dangerosité associé à certains biens (cannabis, OGM...).

Pour aller à l’essentiel, tout le contexte compte lors de l’action : les individus n’obéissent automatiquement ni aux prescriptions formelles ni aux normes culturelles. Ces règles subissent toujours une interprétation actualisée. Le comportement des personnes en présence, les objets et les règles formelles fournissent autant d’indices qui sont pris en compte dans la mobilisation des ressources culturelles. Ainsi, souhaite V. ZELIZER (1992), la Sociologie économique doit s’efforcer de prendre en compte simultanément

les dimensions structurelles, matérielles et culturelles. Elle ne doit les étudier ni de façon exclusive, ni séparément.

### 2.3.2. *Le local et le global, l'instantané et le durable.*

Lorsque nous traitons des conditions d'encastrement, il peut s'agir de conditions plus ou moins larges et durables. Ainsi, la notion de cadre (*frame*) développée par Erving GOFFMAN est très proche de celle des conditions d'encastrement à ceci près qu'elle semble être réservée à des interactions éphémères et locales. Le cadrage constituerait plus exactement une opération visant à manipuler les conditions d'encastrement de façon à orienter le comportement d'autrui, à rendre son action plus prévisible. Michel CALLON et Bruno LATOUR (1997) offrent un exemple de la mise en scène d'une transaction marchande. Ils décrivent la vente de fromage chez un particulier et comment celui-ci cadre l'interaction de façon à induire auprès de ses voisins un échange marchand et non pas une logique de don (installation d'une table et d'une boîte de fer figurant le comptoir et la caisse, utilisation de formules de politesses même avec des familiers). De l'analyse en terme d'encastrement, nous retrouvons la constitution des limites de l'échange marchand et surtout le lien entre action et interprétation de la situation.

Mais la notion de cadre est insuffisante tant qu'elle ne signale pas qu'elle est toujours l'expression, permise et limitée, de conditions d'encastrement plus étendues dans le temps et l'espace (l'absence de référence à la culture ou à toute autre forme d'institution macrosociale dans nombre de travaux de l'Economie des conventions est à cet égard assez déconcertante). Si les agents parviennent à construire les conditions locales et temporaires d'encastrement, c'est toujours en puisant dans des données plus larges : des objets qui sont durablement et collectivement identifiés et porteurs de sens, des représentations collectives stables, etc. De même les rituels du marché comme une tape dans la main ou, au contraire, la signature d'un contrat, actualisent les institutions liées ; ils les maintiennent mais ne les recréent pas.

### 2.3.3. *Passé, présent et futur des conditions d'encastrement.*

Un dernier niveau d'enchevêtrement apparaît à travers ce que Mark GRANOVETTER et Richard SWEDBERG (1992) nomment la " construction sociale des institutions économiques ". Sans trahir, pensons-nous, leur projet, nous proposons de le résumer dans l'énoncé suivant : la construction sociale des conditions d'encastrement est, elle-même, encadrée dans les conditions d'encastrement. Dit de façon plus triviale, le futur des institutions et des réseaux est à la fois permis et limité par leur nature présente.

C'est ainsi par la participation à des réseaux et en s'appuyant sur les institutions existantes qu'il est possible de contester l'organisation d'échanges marchands. Par exemple, la création dans les années 1950 d'un marché au cadran à Saint-Pol-de-Léon s'est étayée sur un sentiment d'injustice associé au mode traditionnel de mise en marché (gré à gré) et sur l'idéal de modernité attaché au cadran. Ensuite c'est la densité forte des réseaux institués parmi les paysans (des centaines de réunions locales pour expliquer l'intérêt du cadran et une puissance de mobilisation pour les actions collectives) et l'existence de ponts établis avec la presse et le monde politique qui a permis d'imposer le projet aux acteurs les plus réticents de

la filière (ÉLÉGOET, 1984). Inversement, une fois qu'une institution est adoptée, l'espace pour d'autres organisations possibles est limité ne serait ce qu'en raison de l'aspect naturel que prennent les institutions en place. Aujourd'hui, les réseaux à l'œuvre lors de la création du cadran de Saint-Pol sont toujours actifs pour "enseigner le cadran" aux jeunes agriculteurs et les dissuader d'expérimenter un autre mode de commercialisation.

Raisonné en terme de construction sociale permet donc de prendre en compte les indéterminations de l'Histoire humaine, de décrire à la fois les contingences historiques et les capacités de l'action collective organisée. En cela, la Sociologie économique offre une réponse aux travaux de la Nouvelle Economie institutionnelle qui s'efforcent d'expliquer les différentes formes d'échange et d'institutions du marché selon une sélection efficiente en terme de coûts de transaction (NORTH, 1977), renouvelant, à un niveau logique supérieur, la croyance dans un marché souverain et autorégulé.

Au final, la conception du social que nous avons défendue est celle d'un enchevêtrement complexe et hétérogène. En conséquence, plutôt que de parler du lien entre *le* marché et *la* société, nous nous contentons de signaler le caractère social des conditions d'encastrement des transactions marchandes. L'encastrement offre une méthodologie surtout adéquate pour des études de moyenne portée, considérant un ensemble particulier d'échanges et s'efforçant de traduire l'étendue des conditions qui les permettent et les contraignent. En cela *le* marché en tant que réalité identifiable disparaît pour ne laisser la place qu'à des échanges marchands localisés, encadrés et spécifiques. Il ne s'agit pas vraiment d'une sociologie du marché mais bien d'une sociologie des échanges marchands.

Reste à savoir si notre démarche, constructiviste et contextualiste à l'image de la plupart des travaux de la "Nouvelle Sociologie économique", ne perd pas de vue la spécificité du phénomène marchand. Le sentiment que lors des échanges marchands les caractéristiques personnelles des acteurs sont "mises entre parenthèses" (selon l'expression de Florence WEBER, 2000) pour ne se concentrer que sur les biens échangés et l'existence de contingence par rapport à une logique marchande instituée mériteraient, à ce stade du raisonnement, d'être reconsidérés. Peut-être, dans l'esprit des travaux de Max WEBER, serait-il possible de penser les institutions et la diversité des marchés tout en gardant en mémoire l'extraordinaire typicité du phénomène marchand.

### **3. Conclusion.**

En guise de synthèse et à la manière de Anthony GIDDENS (1987) concluant ses longs arguments théoriques (d'une grande proximité avec ceux que nous avons présentés), nous dirons que la notion d'encastrement peut être utilisée pour la recherche empirique comme un "outil de sensibilisation sans plus" (p. 392). Trois axes d'attention pour une sociologie des échanges marchands peuvent alors être énoncés : (1) Traiter chaque marché à travers la description de ses conditions d'encastrement (enchevêtrement du

structurel, de l'institutionnel formel et du culturel). (2) Considérer les échanges marchands sans les dissocier de l'étendue des conditions dans lesquels ils se réalisent ; précisément chercher à comprendre en quoi elles les contraignent et, à la fois, les permettent. (3) Privilégier une étude historique de l'évolution des conditions d'encastrement qui tient compte à la fois de la contingence et de l'action collective.

### **Références.**

- ALEXANDER P., 1992. What's in a price? Trade practices in peasant (and other) markets. In : DILLEY R. (Ed.), *Contesting markets, analyses of ideology, discourse and practice*. Edinburgh University Press, Edinburgh.
- BAKER W.E., 1984. The social structure of a National Securities Market, *American Journal of Sociology* 89 (4), 775-811.
- BECKERT J., 1996. What is sociological about economic sociology? Uncertainty and the embeddedness of economic action, *Theory and Society* 25 (6), 803-840.
- BECKERT J., 2000. Economic action and embeddedness: the problem of the structure of action, *Workshop on New Economic Sociology in Europe*, Stockholm, June 2<sup>nd</sup>.
- BOISSIN O., TROMPETTE P., 2000. Entre les vivants et les morts : les pompes funèbres aux portes du marché, *Sociologie du travail* 42 (3), 483-504.
- BOLTANSKI L., THÉVENOT L., 1991. *De la justification, les économies de la grandeur*. NRF Essais, Gallimard, Paris.
- BOURDIEU P., 2000. *Les structures sociales de l'économie*. Liber, Editions du Seuil, Paris.
- BURT R.S., 1992. The social structure of competition. In : ECCLES R.G., NOHRIA N. (Ed.), *Networks and Organisations Structure, form and action*. Harvard Business School Press, Boston.
- CALLON M., LATOUR B., 1997. Tu ne calculeras pas ! Ou comment systématiser le don et le capital, *Revue semestrielle du M.A.U.S.S.* 9 (1), 45-76.
- DI MAGGIO P., 1990. Cultural aspects of economic action and organisation. In : FRIEDLAND R, ROBERTSON A.F. (Ed.), *Beyond the marketplace, Rethinking economy and society*. Aldine de Gruyter, New York.
- DURKHEIM E., 1978. *De la division du travail social*. PUF, Paris (1<sup>ère</sup> édition en 1883).
- ÉLÉGOET F., 1984. *Révoltes paysannes en Bretagne, à l'origine de l'organisation des marchés*. Editions du Léon, Plabennec.
- GIDDENS A., 1987. *La constitution de la société*. Sociologies, PUF, Paris (1<sup>ère</sup> édition en 1984).
- GRANOVETTER M., 1973. The strength of weak ties, *American Journal of Sociology* 78 (6), 1360-1380.
- GRANOVETTER M., 1985. Economic Action and Social Structure: The Problem of embeddedness. *American Journal of Sociology* 91 (3), 481-510.

- GRANOVETTER M., SWEDBERG R., 1992. Introduction. In : GRANOVETTER M., SWEDBERG R. (Ed.), *The Sociology of Economic Life*. Westview Press, Boulder Colorado.
- HAMILTON G.G., WOOLSEY BIGGART N., 1992. On the limits of a firm-based theory to explain business networks: the western bias of neoclassical economics. In : ECCLES R.G., NOHRIA N. (Ed.), *Networks and Organisations Structure, form and action*. Harvard Business School Press, Boston.
- JORION P., 1990. Déterminants sociaux de la formation des prix de marché. L'exemple de la pêche artisanale, *Revue du M.A.U.S.S.* 9 et 10, 71-106 et 49-64.
- KAHNEMAN D., KNETSCH J.L., THALER R., 1986. Fairness as a constraint on profit seeking: entitlements in the market, *American Economic Review* 76 (4), 728-741.
- KARPIK L., 2000. Le guide rouge Michelin, *Sociologie du travail* 42 (3), 369-389.
- LAVILLE J.L., 1997. Le renouveau de la Sociologie Economique, *Cahiers Internationaux de Sociologie* CIII, 229-235.
- NORTH D.C., 1977. Market and other allocation systems in history: the challenge of Karl Polanyi, *Journal of European Economic History* 6 (3), 703-716.
- PARSONS T., SMELSER N.J., (1956). *Economy and Society. A study in the integration of economic and social theory*. Routledge and Keagan Paul, London.
- POLANYI K., 1947. Our obsolete market mentality, Civilization must find a new thought pattern, *Commentary* 3, 109-117.
- POLANYI K., 1975. L'économie en tant que procès institutionnalisé. In : POLANYI K., ARENSBERG C, PEARSON H. (Ed.), *Les systèmes économiques dans l'histoire et la théorie*. Larousse Université, Paris (1<sup>ère</sup> édition en 1957).
- POLANYI K., 1983. *La grande transformation, Aux origines politiques et économiques de notre temps*. NRF, Gallimard, Paris (1<sup>ère</sup> édition en 1944).
- SPILLMAN L., 1999. Enriching exchange: cultural dimensions of market, *American Journal of Economics and Sociology* 58 (4), 1047-1071.
- SUPIOT A., 1997. Du bon usage des lois en matière d'emploi, *Droit Social* 3, 229-242.
- SWIDLER A., 1986. Culture in action: symbols and strategies, *American Sociological Review* 51 (2), 273-286.
- UZZI B., 1996. The sources and consequences of embeddedness for the economic performance of organisations: the network effect, *American Sociological Review* 61 (August), 674-698.
- VERGES P., 1989. Représentations sociales de l'économie : une forme de connaissance. In : JODELET D. (Ed.), *Les représentations sociales. Sociologie d'aujourd'hui*, PUF, Paris.
- WEBER F., 2000. Transactions marchandes, échanges rituels, relations personnelles. Une ethnographie économique après le grand partage, *Genèses* 41, 85-107.
- WILLIAMSON O.E., 1993. Calculativeness, trust and economic organization, *The Journal of Law and Economics* XXXVI (1), 453-486.

- WOOLSEY BIGGART N., 1992. Affaires de famille. Les sociétés de vente à domicile aux Etats-Unis, Actes de la Recherche en Sciences Sociales 94, 27-40.
- ZELIZER V., 1978. Human values and the market. The case of life insurance and death in 19<sup>th</sup> century America, American Journal of Sociology, 84 (3), 591-610.
- ZELIZER V., 1992. Repenser le marché, la construction sociale du marché aux bébés aux Etats Unis, 1870-1930, Actes de la Recherche en Sciences Sociales 94, 3-26.