

MARCHE, TRANSACTION ET LIENS SOCIAUX: L'APPROCHE DE LA SOCIOLOGIE ECONOMIQUE

Philippe Steiner

RESUME

L'article ici présenté discute quelques conceptions sur le marché, à partir de la perspective de la Nouvelle Sociologie Économique; en particulier, il traite des différentes relations sociales d'échange, en cherchant à distinguer celles qui appartiennent au marché (commerciales) des celles qui ne lui appartiennent pas. Dans ce sens, entre d'autres éléments, les échanges commerciaux – selon leur définition par les théories économiques classique et néoclassique – sont ajustés par les prix, caractérisés par l'impersonnalité et un anonymat potentiel et, dans les termes récents d'André Orlean, par les hypothèses connexes de la «nomenclature» et de la «parfaite prévisibilité»; tandis que les échanges qui ne s'incorporent pas au marché comprennent l'énorme spectre de relations sociales qui impliquent des interactions et des échanges matériels, affectifs, intellectuels, mais où sont absents les éléments précédents; autrement dit, au-delà du fait que l'on ne vérifie pas les hypothèses de la nomenclature et de la parfaite prévisibilité, les relations ne sont pas ajustées par le système de prix et (possiblement) sont caractérisées par des contacts affectifs; un cas important d'échange non commercial c'est celui de l'aubaine. Pour illustrer ces différences diverses, on présente le cas des systèmes de don d'organes, où l'on souligne l'impropriété d'assimiler les échanges «tout court» aux relations commerciales.

MOTS-CLÉS: *Sociologie Économique; marché; transactions commerciales; transactions non commerciales; aubaine; greffe d'organes.*

I. INTRODUCTION

Dans les termes de Michel Foucault (2004a; 2004b) le marché est au fondement d'une forme originale de gouvernement (la sécurité, par différence avec la loi et la discipline) qui permet au législateur d'arriver à son but en laissant les individus faire ce qu'ils préfèrent faire, c'est-à-dire en les laissant suivre ce que leur dit leur intérêt marchand personnel. Un marché est alors conçu comme un dispositif politique. Il s'agit d'un *dispositif* au sens où Foucault définit ce terme comme un agencement d'éléments hétérogènes : des textes, des lois, des règlements, des formes architecturales, des individus, des objets, grâce auxquels ceux dont la tâche est de « conduire » les autres arrivent à une de leurs fins : assurer la sécurité alimentaire des populations. Il s'agit d'un dispositif *politique* au sens où il définit un mode d'être des individus dans une société, un mode général et généralisable d'interactions, de hiérarchie et de légitimité.

Par marché, à la suite des économistes, la sociologie économique entend souvent un *mode de coordination* qui passe par des prix librement

négociés entre les parties prenantes (l' « offre » et la « demande »). Le marché caractérise donc une forme spécifique de la relation sociale : celle dans laquelle les prix déterminent les rapports aux choses et aux individus, quand bien même ces prix résultent d'une lutte entre les agents avant que les résultats de cette lutte ne s'imposent à eux. Le marché apparaît doté de propriétés très particulières puisque par la décentralisation qu'il rend possible des échanges mutuellement avantageux pour les parties prises deux à deux donnent des résultats sociaux appréciables (l'équilibre et l'optimalité). Mais la notion de marché va bien au-delà de cette présentation épurée : à un niveau micro-social, le marché signifie des transactions réalisées dans des contextes précis comme le marché forain bi-hebdomadaire de Carpentras (PRADELLE, 1996) ou la salle de marché de la bourse de New York ou de Shanghai (ABOLAFIA, 1996; HERTZ, 1998). À un niveau macro-social, le marché désigne un type de société, ce que Karl Polanyi (2001) a appelé la société de marchés caractérisée par un ensemble de marchés comprenant les marchés du travail, de la terre et de la monnaie,

trois marchandises fictives puisque ni l'être humain, ni la nature, ni la politique ne sont produits pour être vendus et distribués sur les marchés.

II. APPROCHES SOCIOLOGIQUES DU MARCHÉ

Ces différents niveaux rendent possibles plusieurs stratégies pour la sociologie économique du marché. D'une part, en suivant Polanyi (Karl Marx étant momentanément passé de mode), la sociologie économique se saisit du marché en tant qu'institution centrale de la vie sociale moderne et en fait la critique, c'est-à-dire en montre les côtés délétères pour le fonctionnement social et cherche à faire surgir les conditions de sa critique pratique. Cette voie définit une approche politique de la sociologie économique ; le marché devient synonyme de société capitaliste ou de société industrielle inégalitaire. D'autre part, et c'est la piste de recherche la plus développée de nos jours, la sociologie économique s'intéresse à ce qu'il est nécessaire de faire pour rendre possible une institution comme le marché (STEINER, 2005). Pour aller à l'essentiel, le résultat majeur a été acquis par les économistes hétérodoxes lorsqu'ils ont montré que la coordination par des prix supposait réunies deux conditions que l'on peut nommer, en suivant André Orléan (2005), l'hypothèse de nomenclature et l'hypothèse de prévisibilité parfaite. La première indique qu'il existe une liste de biens clairement identifiés et dont la définition de la qualité ne fait pas problème ; la seconde indique que le futur est connu au sens où il existerait du risque (assurable grâce à des probabilités associées aux différents états possibles du monde), mais pas d'incertitude au sens de Frank Knight. La sociologie économique s'inscrit alors dans l'espace composé de la vaste gamme de cas où l'une ou l'autre de ces deux conditions n'est pas remplie, et elle fait porter son effort sur l'étude des médiations par lesquelles passent les transactions marchandes lorsque ces formes d'incertitude interviennent sur le marché. Dès que ces conditions ne sont pas respectées, on parle de « marchés spéciaux » parce que les ajustements prix-quantité ne se font plus selon l'idéal-type avec lequel le marché est pensé. L'exemple typique du marché spécial c'est le marché du travail, soit que l'on fasse entrer en ligne de compte des rigidités à la baisse du salaire nominal, soit que l'on prenne en compte le caractère incomplet du contrat de travail, soit encore que l'on tienne compte des asymétries

d'informations. Le marché financier en est aussi un bon exemple parce que l'incertitude est consubstantielle à ce marché (qui définit la manière dont la société se rapporte au futur) avec les phénomènes de croyance qui se développent et qui peuvent donner lieu à des équilibres « à tâches solaires », c'est-à-dire à n'importe quel équilibre du moment où se réalise une convergence des croyances des intervenants sur le marché. Dans tous ces cas de figure, le marché spécial désigne un système d'attentes et d'actions individuelles intéressées, distinct de ceux supposés dans la théorie du marché : soit parce que les attentes et comportements diffèrent, soit parce que les résultats agrégés diffèrent. Cette perspective n'a rien de trivial comme l'ont montré un petit nombre d'études brillantes de Mark Granovetter (1974) à Lucien Karpik (2007). Ce faisant, la définition du marché a changé : il n'est plus le lieu grâce auquel la coordination peut se dérouler sur la base des informations données par les prix. La coordination marchande des sociologues ne néglige certes pas les prix, mais ceux-ci sont devenus des éléments dont le rôle doit être expliqué en référence à d'autres éléments (les réseaux, les dispositifs de confiance, les prescripteurs, etc.) qui prennent alors le premier rôle. La sociologie économique contemporaine s'intéresse à l'origine de cette structure sociale, des règles et des dispositifs qui lui permettent de fonctionner ; elle en étudie les différentes formes et recherche les raisons de leurs évolutions. C'est ce que l'on appelle maintenant la *construction sociale des marchés*. Ce construit infléchit les actions individuelles par le biais du système d'attentes qu'il contribue à créer et par les opportunités qu'il rend possibles ou non, et donc par le biais des formes de comportements intéressés – il en existe de nombreuses variétés. La sociologie porte alors son attention sur le *fonctionnement de l'institution marchande* avant de s'intéresser aux *conséquences culturelles et politiques* du déploiement des marchés dans la société.

Ces approches par le haut, pourrait-on dire, ne sont pas les seules possibles. La sociologie économique contemporaine met à l'honneur une approche micro-sociale de la transaction marchande en étudiant ce que font réellement les acteurs échangeant sur un marché et ce qui rend possible ces transactions. Deux questions se posent alors : qu'est-ce qu'une transaction marchande par rapport à une transaction qui ne le serait pas ? Que se passe-t-il quand on part des

transactions pour aller au marché ? Une première distinction a été faite entre la transaction marchande et le don. C'est bien sûr Bronislaw Malinowski, puis Marcel Mauss qui en sont à l'origine – Mauss tout particulièrement car il a l'audace de proposer une définition des règles selon lesquelles s'organisent les dons (les fameuses trois obligations de donner, de recevoir et de rendre) à l'image des règles que les hommes suivent dans l'échange marchand figurant dans un des premiers chapitres d'Adam Smith (l'équivalence, mesurée en travail commandé). Peter Blau (1964) va dans le même sens lorsqu'il oppose l'échange marchand et l'échange social, ce dernier échappant à l'idée de l'équivalence et à la détermination du délai dans lequel se fait le "retour". Mais ces distinctions sont affinées ou remises en cause par les travaux récents. Elles sont affinées pour distinguer l'échange marchand de la transaction monétaire (RADIN, 1996; ZELIZER, 2005; DUFY & WEBER, 2007) ou du troc (DUFY, 2008), pour distinguer l'échange marchand de deux autres formes que sont l'échange non-marchand et le don (TESTART, 2007).

L'échange marchand est caractérisé par le fait d'être indépendant des relations personnelles (le taux d'échange n'en dépend pas) et d'être une relation affectivement neutre. Son caractère monétaire ou non monétaire ne fait rien à l'affaire même si, dans la pratique de nos échanges contemporains, l'introduction ou non de la monnaie a de l'importance puisque s'introduit avec elle une forme très générale de mise en équivalence. Ces deux points sont admis ; par contre, l'argument de Pierre Bourdieu selon lequel l'écart temporel entre le don et le contre don fait la différence entre le don et l'échange marchand est discutable. Alain Testart le rejette et avec quelques bons arguments (il y a des dons contre-dons simultanés comme c'est le cas des échanges de cadeaux à Noël, et il y a des échanges marchands non simultanés). Dans son étude des transactions intimes, celles où l'on achète des services donnant accès à des informations privées à l'une des parties, Viviana Zelizer met l'accent sur les rituels construits lors des transactions, c'est-à-dire les registres culturels de l'échange sur lesquels les individus s'accordent. Il faut entrer dans une micro-sociologie très fine pour distinguer les rituels auxquels des relations personnalisées sont vécues et définies comme marchandes ou non-marchandes par les acteurs, c'est-à-dire finalement qu'ils considèrent que la

relation prime sur la transaction (ainsi la jeune infirmière qui a soigné le riche milliardaire peut faire valoir que le testament en sa faveur qui déshérite les enfants est le fruit de l'amour qu'elle et le patient se portaient l'un l'autre) ou l'inverse (que les héritiers feront casser le testament en arguant du caractère marchand de la relation de soin et que tout ce qui va au-delà montre le caractère intéressé de l'infirmière et non la supposée relation d'affection).

Testart propose une distinction tranchée entre le don et l'échange (marchand ou non-marchand) : le don n'est pas exigible et le contre don non plus, alors que dans l'échange la contre partie est exigible. La possibilité de recourir à des formes de contraintes, ultimement de recourir à la violence légitime trace la frontière entre les deux catégories de transfert. Cette contrainte est donc distinguée par Testart de la contrainte morale dans la mesure où celle-ci, quand bien même elle passerait par la pression du groupe sur l'individu indélicat (il ne se sent pas "obligé de rendre") ne peut aller jusqu'au recours à la violence. La distinction est claire a défaut d'être toujours convaincante : claire parce que la différence entre les formes de l'obligation est fondée et précise, pas toujours convaincante dans la mesure où le sociologue économiste a affaire à des flux de transactions qui s'enchaînent les unes dans les autres et que ces transactions ne correspondent pas dans la pratique aux idéaux-types dégagés par Testart¹. La distinction entre marchand et non-marchand passe par la présence de relations personnalisées, sans lesquelles la chose ne serait pas offerte à l'échange et son taux d'échange ne serait pas le même; on est dans le registre classique déjà exprimé par Blau, Zelizer ou Florence Weber (2000).

Définir la nature des transactions n'est donc pas simple. Est-ce à dire que la sociologie économique s'épuise dans de subtiles distinctions principielles ? Je ne le pense pas. Le résultat central est le suivant. La transaction marchande est une modalité particulière de la relation sociale qui se

¹ Je renvoie ici à l'article que Stewart Macaulay (1963) a consacré aux pratiques contractuelles des entrepreneurs de la région de Chicago : le résultat essentiel est, de ce point de vue, que les transactions entre firmes ne passent pas nécessairement par une mise en forme juridique. Doit-on en conclure comme le suggère l'application stricte des critères de Testart que ces transactions ne sont pas des transactions marchandes ? Cela paraît peu probable.

caractérise par le fait d'être affectivement neutre, de n'avoir pas besoin de la relation personnelle pour permettre un transfert de ressources d'un individu à un autre. Cela justifie l'argument traditionnel de l'économiste selon lequel sur un marché bien organisé s'applique la loi du prix unique (le taux d'échange est le même pour tous les contractants), ce qui ne vaut bien sûr plus dans le cas de la transaction non-marchande. Mais cette caractéristique centrale de la transaction marchande n'a qu'un domaine de validité limité, limité par le fait que les acteurs de la transaction sont en mesure de se mettre d'accord sur la nature des choses et du futur. Lorsque ce n'est plus le cas, d'autres relations sociales sont nécessaires pour rendre possible l'échange marchand, c'est là tout l'intérêt de l'approche par les transactions : en suivant le transfert de ressources on peut faire apparaître et étudier ce qui le rend possible. Ces relations ne sont pas nécessairement des relations personnelles (d'amitié, de famille, de dépendance), ni même des relations avec d'autres êtres humains car des dispositifs sociaux impersonnels peuvent rendre possible des échanges marchands entravés par l'incertitude. C'est la voie suivie par ceux qui, comme Franck Cochoy (1999 ; 2003) mettent l'accent sur le caractère "équipé" du consommateur lorsqu'il se rend dans les rayons d'un supermarché : le comportement du consommateur est équipé au sens où il saisit, intellectuellement mais aussi très concrètement en tendant la main vers le produit disposé sur le rayon, le produit au travers de son paquet, de la publicité, des informations légales qui y sont mentionnées, etc. Ces relations doivent résoudre ce que l'approche de l'économiste suppose résolu : la qualité des produits et le déroulement des interactions dans le futur. Il faut donc introduire dans la relation sociale d'échange, une série de relations sociales visant à *évaluer* ou encore à porter des *jugements* sur les choses et les situations de manière à pouvoir entrer dans le registre de l'échange marchand. Il faut *juger avant que d'échanger*, pour reprendre le titre de l'ouvrage dirigé par Sophie Dubuisson-Quellier et de Jean-Philippe Neuville (2003) tout particulièrement dans le cadre de l'économie de la singularité de Karpik. On retrouve alors toute l'importance des *dispositifs* que Foucault avait dégagée dans le cadre de son travail philosophique.

Un deuxième résultat vaut d'être dégagé et imputé à la stratégie visant à passer par les

transactions. En suivant ainsi le fil des différentes relations sociales qui permettent de rendre possible l'échange marchand, on passe d'un registre du discours économique à un autre. Alors que la sociologie économique classique comme la nouvelle sociologie économique sont parties d'un dialogue avec les économistes (STEINER, 2005), imperceptiblement, ce sont les porteurs d'un autre type de discours économique qui sont devenus les interlocuteurs des sociologues qui suivent les transactions. En lieu et place des économistes, avec leurs approches formalisées et leurs vues générales sur le système de marchés, ce sont les gestionnaires qui sont les interlocuteurs de la sociologie des transactions marchandes, car ce sont eux qui se préoccupent concrètement de rendre possible ces transactions rendues impossibles par les incertitudes qui assaillent les acteurs (la gestion est alors définie, pour suivre Armand Hatchuel (2002), comme une « axiomatique de l'action collective »), ce sont eux qui construisent ou surveillent attentivement le fonctionnement des dispositifs grâce auxquels les transactions marchandes vont pouvoir avoir lieu. Une fois ce changement admis, de nouvelles formes d'intervention de la théorie économique, connues sous l'appellation de « *market design* », peuvent prendre toute leur place : c'est le cas de la création de marché des droits à polluer, de la récente proposition de créer, en France, des taxes sur la *junk food* ou des travaux en matière d'architecture de marché (par exemple avec l'informatisation des passations des ordres sur un marché boursier). Dans ces cas de figure, le lien est étroit entre l'économiste et le gestionnaire pour produire ce que Michel Callon (1996; 2006) appelle – mais je m'en tiens à une acception étroite et spécifique du terme (STEINER, 2009b) – la performation de la réalité économique, non par la théorie économique, mais par la pratique commerciale et, plus généralement, les acteurs qui à l'intérieur de grandes organisations commerciales s'efforcent de saisir le client². Les transformations de la relation marchande, notamment l'imbrication du produit et du service après-vente, et les technologies de suivi et de traçage des consommateurs permettent aux organisations commerciales d'entretenir tout un ensemble de liens

² A titre d'exemple, les travaux d'Alexandre Mallard issus de son activité chez un grand opérateur des moyens de communication (FranceTélécom) sont éclairants sur ce point ; voir, entre autre (MALLARD, 2002; KESSOUS, MALLARD & MOUNIER, 2005).

avec leurs clients. Ces dispositifs marchands font bien évidemment parti des relations sociales de nos sociétés modernes, mais il faut immédiatement ajouter à cela que ces relations sont instaurées par la logique commerciale d'organisations qui cherchent par ce biais à élargir leurs parts de marché et si possible accroître leurs gains. Le lien social n'est donc pas absent, mais il est asymétrique au sens où James Coleman (1984) avait marqué la différence entre les individus et les personnes morales ou organisations. Ces dernières dominent les individus qui n'ont, en cas de difficultés avec les organisations d'autres ressources que le droit (on en revient alors à Testart) ou les relations interpersonnelles qui entrent dans le cadre de ce que Coleman appelait le capital social (COLEMAN, 1990).

III. TRANSACTIONS SANS MARCHÉ

Mais à côté de la juste importance que les sociologues économistes contemporains donnent au marché, il ne faut pas perdre de vue que bien des transactions ont lieu sans qu'il existe des marchés. Je vais rapidement en développer deux exemples à partir de mon « terrain » actuel : la transplantation d'organes. Celui-ci offre le double intérêt d'être le lieu de nombreuses transactions pour autant que l'on range sous ce terme ce que les transplantateurs appellent le « don d'organes » et d'être actuellement le lieu d'un intense débat sur la pertinence de créer des marchés d'organes à transplanter, précisément pour faire face aux difficultés que rencontre le système non-marchand actuel.

Examinons d'abord le cas où la transplantation résulte d'un prélèvement *post mortem* dans lequel les membres de la famille donnent l'accord aux chirurgiens d'aller explanter les organes d'un défunt pour procéder à des greffes. Les transferts dans la transplantation d'organes passent par une procédure d'appariement qui repose sur un système d'information disponible 24 heures sur 24 – l'application dite Cristal – au centre duquel se trouve un algorithme informatique qui met en forme une série d'alternatives hiérarchisées³. Trois classes d'acteurs sont présentes : les équipes médicales (de prélèvement et/ou de greffe), les

malades et l'établissement public chargé de gérer la liste d'attente et l'allocation des greffons prélevés par les équipes de prélèvement. Cette structure est donc, à première vue, du type décrit pour le marché walrasien, avec un acteur qui, placé au centre du réseau relationnel, est à même de concentrer sur un point toute l'information présente sur le lieu des transactions ou encore l'Arène pour employer la conceptualisation d'Harrison White (1992). Toutefois, il existe une différence avec le mécanisme marchand d'appariement puisque dans la transplantation l'appariement passe par deux étapes qui sont décisionnaires chacune à leur manière. Dans l'algorithme qui a cours en France (mais cela n'est pas propre à la France), l'organe est attribué à l'équipe qui, ensuite, l'attribue à tel malade faisant partie des malades en attente de greffe inscrit auprès de cette équipe. Cela signifie que l'information envoyée par les équipes sur les malades inscrits sur la liste d'attente sert à l'allocation du greffon à des équipes qui, ensuite, selon des critères dont l'Agence de la biomédecine demande qu'ils lui soient indiqués, l'attribue à un malade, lequel peut être différent de celui sélectionné par l'algorithme.

L'efficacité est une norme qui a cours en médecine comme ailleurs dans nos sociétés modernes et, comme dans d'autres domaines, l'efficacité médicale peut renvoyer à différents critères⁴. Le critère d'efficacité le plus général est celui du taux de survie du greffon ou du greffé, mesuré généralement à un mois, un an, cinq et huit ans⁵. L'algorithme vise plusieurs objectifs. Il

système de score : ce système détermine le classement entre les malades sur la base de l'ensemble des variables prises en compte, sans qu'un score inférieur à un seuil donné sur l'une des étapes puisse conduire, à lui seul, à éliminer un receveur potentiel, comme cela aurait lieu avec la procédure que nous allons examiner.

⁴ Jon Elster (2003) a présenté d'une manière, très simple, trois critères d'efficacité dans la transplantation d'organes. Le *compassionnel* donne l'organe à celui qui est le plus malade, même si l'amélioration de sa situation post-opératoire est faible ; le *perfectionnisme* donne l'organe au moins malade pour obtenir la meilleure situation post-opératoire possible ; le *maximisateur* donne l'organe au malade pour lequel l'amélioration de sa qualité de vie est la plus grande entre le pré-opératoire et le post-opératoire.

⁵ La mesure peut porter sur le greffon ou le greffé, car un greffon peut ne plus être fonctionnel sans que le greffé ne soit décédé, si ce dernier a pu bénéficier d'une nouvelle transplantation ou bien s'il est retourné en dialyse dans le cas du rein.

³ La hiérarchisation des critères de sélection peut faire problème en créant des situations peu compatibles avec l'éthique des professionnels de la greffe ou le jugement des profanes. Il existe une autre forme d'appariement à l'œuvre dans la zone couverte par Eurotransplant (Allemagne, Autriche, Bénélux et Slovaquie) avec un

y a d'abord une règle de compassion qui revient à servir certains malades considérés comme prioritaires ou certains appariements de qualité exceptionnelle entre un greffon et un malade. L'algorithme vise à minimiser le risque de perdre le greffon. Compte tenu de la contrainte physiologique donnée par la durée d'ischémie froide (3-4 heures pour un cœur, 36-48 heures pour un rein) et de la relation entre faible durée d'ischémie froide et succès de la greffe, le greffon est proposé au malade compatible physiologiquement (groupe sanguin, compatibilité HLA pour le rein, volume de l'organe, etc.) successivement dans la région où a lieu le prélèvement, puis dans la zone d'ordre supérieur (l'inter-région : il y en a sept), puis au niveau national avant, finalement, d'être proposé au niveau international. À chaque étape, les équipes ont un délai très court (20 minutes pour les organes thoraciques, une heure pour les reins) pour accepter ou refuser le greffon.

Un point saillant demeure avec la *présence de collègues d'experts* dont le rôle est systématiquement mentionné lorsqu'il s'agit de placer un malade en situation d'urgence ou de super urgence, et donc de lui faire accéder en priorité à un greffon, ou lorsqu'il s'agit des décisions de l'équipe locale qui peut affecter le greffon à un malade parmi le groupe de malades dont elle a la charge. La présence de ces collègues d'experts au sein du mécanisme d'appariement à l'œuvre dans la transplantation constitue une différence importante avec l'appariement marchand. Le caractère walrasien de l'appariement – walrasien parce que l'information est centralisée en un point, dans la technologie d'un algorithme informatique – est amoindri par le fait que le continuum organisationnel dans lequel se déroule la transplantation place en différents endroits (sélection des malades qui sont inscrits sur la liste d'attente, sélection des malades placés en urgence ou super urgence, sélection du malade auquel est attribué le greffon) des opérateurs humains de sélection, ce que l'appariement marchand tend, au contraire, à faire disparaître. On retrouve là une différence similaire à celle sur laquelle nous avons mis l'accent par ailleurs (STEINER, 2004), avec le rôle jouée par la famille qui joue un rôle décisif dans les accords pour prélèvement. Cette différence qui n'est rien d'autre que la *présence de relations sociales effectives au sein du mécanisme d'appariement* fait que, cette

Arène diffère de l'Arène marchande malgré les similarités fortes existant entre elles, et malgré les tentatives qui, depuis les années 80, se multiplient pour proposer la création de marchés d'organes à transplanter.

Examinons maintenant le cas des transplantations réalisées avec un prélèvement sur donneur vivant. Face à l'impossibilité de « produire » suffisamment de greffons par prélèvement *post mortem*, certains pays ont favorisé le don *inter vivos*. C'est tout particulièrement le cas des Etats-Unis, pays dans lequel de tels dons sont nombreux depuis les années 1980 au point que les greffes de reins à partir de don *inter vivos* dépassent fréquemment le nombre de greffes à partir de reins prélevés *post mortem* depuis 2000. Cette stratégie ne suffit pourtant pas, d'où l'idée de rechercher des moyens originaux permettant d'accroître le nombre de reins disponibles pour les greffes. Parmi ces moyens, on peut retenir les échanges entre paires de donneurs-receveurs non compatibles. De quoi est-il question ? Et comment fonctionne dans ce cas très particulier le mécanisme d'appariement mis au point par un économiste mathématicien, Alvin E. Roth sous le nom de « *matching market* » (ROTH, SÖNMEZ & ÜNVER, 2005b) ?

Les dons de reins *inter vivos* sont le fait de malades dont un proche (membre de la famille le plus souvent) désire lui faire le don d'un de ses reins. Cela ne peut aboutir en raison de problèmes posés par les compatibilités sanguines (A, B, AB, O) et les compatibilités tissulaires (typage HLA selon six grandes catégories). Dans ce cas, on a bien une paire donneur – receveur, mais l'incompatibilité entre les deux rend la greffe impossible. L'idée a donc été proposée de faire se rencontrer ces paires incompatibles entre elles pour procéder à des « échanges » de donneurs. Roth propose de créer une base de données concernant ces cas de figure de et de relier cette base à une institution centrale faisant de la compensation (*Kidney Exchange Clearinghouse*) (ROTH, SÖNMEZ & ÜNVER, 2005a) sur la base d'une extension appropriée de modèles d'appariement pour les chambres dans une cité universitaire, etc. (ROTH, SÖNMEZ. & ÜNVER, 2004). Cette institution de compensation part des choix émis par les malades, lesquels désignent soit le rein qui leur semble le plus adapté à leur cas, soit une position prioritaire sur la liste d'attente pour les reins obtenus par prélèvement

post mortem, soit enfin d'attendre le tour suivant si aucune de ces options ne les satisfait⁶. Sur la base de ces choix, un algorithme détermine l'existence de *cycles* (c'est-à-dire un ensemble fermé de donneurs – receveurs) ou de *l-chaînes* (c'est-à-dire un cycle ouvert dont le premier receveur reçoit un rein proposé à la liste d'attente et le dernier donneur donne à la liste d'attente). Lorsqu'un ou des cycles sont repérés, on procède aux transplantations correspondantes, puis on répète la procédure. S'il n'y a plus de paires de donneurs – receveurs, la procédure est terminée, sinon c'est qu'il s'agit de l-chaînes. On peut alors procéder à un choix entre les chaînes, selon des règles proches de celles appliquées pour classer les malades en attente sur la chaîne, puis procéder à ces nouvelles transplantations. On répète la procédure jusqu'à ce que l'on ne trouve plus de cycles et de chaînes. Les résultats obtenus par des simulations construites à partir des répartitions des groupes sanguins et des probabilités d'incompatibilité tissulaire HLA telles que données par les listes tenues à jour par l'United Network for Organs Sharing, montrent que cette procédure accroît sensiblement le nombre de transplantations, diminue la pression sur la liste d'attente (puisque des malades dont le donneur était incompatible n'ont plus besoin de s'inscrire sur la liste) et améliore la position des malades défavorisés parce que leur groupe sanguin est de type O (ils sont des donneurs universels, mais ne peuvent recevoir que des reins de donneurs du même type sanguin). En d'autres termes, la règle d'appariement permet d'accroître l'équité et permet d'accroître, sous quelques réserves organisationnelles⁷, l'efficacité sur cette Arène.

Le problème troublant que pose ce cas de figure est sa présentation en tant que marché, en

⁶ Il est supposé, ce qui n'est pas une mince affaire, que les donneurs ont la même préférence que les malades (ROTH, SÖNMEZ. & ÜNVER, 2004).

⁷ La principale de ces contraintes est le fait que lors de ces commerces « d'échanges de donneurs » il faut procéder à toutes les transplantations en même temps de manière à éviter que l'un des donneurs, après que son receveur non compatible ait été servi, déclare changer d'avis et ne veuille plus donner un rein.. C'est la raison pour laquelle Roth a été amené à montrer que les gains en termes de volume sur cette Arène particulière sont essentiellement liés à des commerces entre deux ou trois paires d'une part, au volume de la base de données de l'autre (ROTH, SÖNMEZ & ÜNVER, 2005b; SAI

tant que « construction d'une technologie de marché » (ROTH, SÖNMEZ. & ÜNVER, 2004; 2005b). Cette partie de l'argumentation de Roth est-elle recevable ? Je ne le pense pas, et cela pour plusieurs raisons liées à la définition du marché, de l'absence de prise en compte, dans la présentation qui est faite de cette technologie, d'un « commerce d'échanges de donneurs », de certaines dimensions sociales cruciales et, donc, finalement, de l'objet de la sociologie économique.

La notion de marché d'appariement (« *matching market* ») fait difficulté sur un point crucial. Comme le reconnaît l'auteur, il n'y a ni monnaie, ni prix. Pourquoi donc parler de marché, là où fait défaut l'élément décisif de l'appariement marchand ? L'idée de White apparaît nettement supérieure : le concept d'Arène en tant qu'il explicite la variété des procédures d'appariement est préférable à celui de marché, même sous la forme de marché d'appariement, parce que cela permet de réserver le concept de marché à ce qui lui est vraiment spécifique, la coordination par les prix. Deuxièmement, l'exposition du modèle fait silence sur un certain nombre de points qui ne peuvent être négligés par le sociologue. D'une part, il faut tenir compte de la dimension sociale essentielle sans laquelle une telle Arène ne peut exister : sans la relation de don qui rapporte un malade à un proche qui veut bien donner, y compris donner à un étranger pour aider le malade, personne ne peut entrer sur ce « marché d'appariement » particulier. Autrement dit, il y a un soubassement social sans lequel le marché n'a aucune signification. D'autre part, que veut dire qu'un malade a un ensemble de préférences complet sur les reins disponibles sur ce marché, y compris la liste d'attente (c'est-à-dire le choix d'attendre un rein proposé sur la liste d'attente) ? Le parallèle entre un modèle d'allocation des chambres d'étudiant et le don d'organes touche à sa limite : le choix d'un rein n'a rien à voir avec des préférences individuelles, mais cela a à voir avec la qualité physiologique de l'appariement, ce qu'il est peu probable que le malade soit en état de se déterminer seul. Bref, il faut ici faire entrer, d'une manière ou d'une autre, les experts médicaux qui sont capables de faire de tels « choix » ; par là même, on retrouve ce que l'on avait déjà observé avec l'appariement malade – organes dans le don *post mortem*, c'est-à-dire l'existence de relations sociales et d'Arènes opaques au sein d'une procédure chargée de

fournir de la transparence quant aux appariements. Enfin, la présentation du modèle d'appariement conçu par Roth offre l'avantage de revenir sur l'objet même de la sociologie économique. A la fin de l'un de ses articles, Roth fait la remarque suivante : « All of these markets [for college admission, law clerks, medical specialists], like kidney exchange, are *matching markets*, in a sense that it matters who transacts with whom (in contrast to anonymous commodity markets). And the fact that some of these markets can do much of their work without money [and prices, PS] at all supports the view that many matching markets in which money *is* freely available nevertheless do not clear by price adjustment alone » (ROTH, SÖNMEZ. & ÜNVER, 2005b, p. 22).

En faisant cette remarque, Roth n'est pas en train d'étendre le domaine de la théorie économique : il est tout bonnement en train de fournir à ses lecteurs une (bonne) définition de la sociologie économique puisque celle-ci considère

que le fonctionnement du marché ne dépend pas que des prix et qu'interviennent les relations sociales que, précisément, Roth a laissées dans l'ombre tout en faisant l'ingénierie relationnelle qui permettrait de créer une Arène très spécifique. Au point que, finalement, Roth aurait pu déclarer, avec plus de raison, qu'il a mis en place une structure relationnelle d'appariement ayant plus à voir avec le célèbre *Kula ring* de Malinowski ou avec les structures de don généralisé issues de la réflexion de Mauss. Mais là encore, il ne faut pas perdre de vue ce qui fait une différence importante entre Roth et ces célèbres anthropologues : les transactions que Mauss qualifiait d'échange-dons se faisaient entre individus, alors que celles dont nous parle Roth bien que permettant une transaction d'individu à individu passent par une organisation (médicale). Entre les liens interpersonnels s'infiltrant, là comme sur le marché, des liens impersonnels gérés et initiés par les organisations et donc des relations de domination.

Philippe Steiner (Philippe.Steiner@paris-sorbonne.fr) est professeur de Sociologie à l'Université de Paris IV (France).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABOLAFIA**, M. Y. 1996. *Making Markets. Opportunism and Restraint on Wall Street*. Cambridge (MA): Harvard University.
- BLAU**, P. 1964. *Exchange and Power in Social Life*. New York: Wiley and Sons.
- CALLON**, M. 1996. Introduction. The Embeddedness of Economic Markets in Economics. In: _____. *The Laws of the Market*. Cambridge: Blackwell.
- _____. 2007. What Does It Mean to Say That Economics Is Performative? In: MACKENZIE, D.; MUNIESA, F. & SIU, L. (eds.). *Do Economists Make Markets?* Princeton: Princeton University.
- COCHOY**, F. 1999. *Une histoire du marketing. Discipliner l'économie de marché*. Paris: La Découverte.
- _____. 2003. *Une Sociologie du Packaging. L'Ane de Buridan face au marché*. Paris: PUF.
- COLEMAN**, J. S. 1982. *The Asymmetric Society*. New York: Syracuse University.
- _____. 1990. *Foundations of Social Theory*. Harvard: President and Fellows of Harvard College.
- DUFY**, C. 2008. *Le troc dans le marché. Pour une Sociologie des Échanges dans la Russie post-soviétique*. Paris: L'Harmattan.
- DUFY**, C. & **WEBER**, F. 2007. *L'Ethnographie Économique*. Paris: La Découverte.
- DUBUISSON-QUELLIER**, S. & **NEUVILLE**, J.-P. (eds.). 2004. *Juger pour échanger. La construction sociale de l'accord sur la qualité dans une économie des jugements individuels*. Paris: EHESS.
- ELSTER**, J. 1992. Éthique des choix médicaux. In: ELSTER, J. & HERPIN, N. (eds.). *Éthique des choix médicaux*. Arles: Actes Sud.
- FOUCAULT**, M. 2004a. *Naissance de la biopolitique*. Paris: Gallimard-Seuil.
- _____. 2004b. *Securité, territoire, population*. Paris: Gallimard-Seuil.

- GRANOVETTER**, M. 1974. *Getting A Job*. A Study on Contacts and Careers. Chicago: Chicago University.
- HATCHUEL**, A. 2002. Quel horizon pour les sciences de gestion ? Vers une théorie de l'action collective. In: DAVID, A.; HATCHUEL, A. & LAUFER, R. (eds.). *Les nouvelles fondations des sciences de gestion*. Paris: Vuibert.
- HERTZ**, E. 1998. *The Trading Crowd*. An Ethnography of the Shanghai Stock Market. Cambridge: Cambridge University.
- KARPIK**, L. 2007. *L'économie des singularités*. Paris: Gallimard.
- KESSOUS**, E.; **MALLARD**, A. & **MOUNIER**, C. 2005. « A la découverte du client ». L'Engagement marchand dans différents formats de la relation commerciale. *Economies et sociétés*, Paris, v. 7, n. 11-12, p. 2067-2086.
- MACAULAY**, S. 1963. Non-Contractual Relations in Business: A Preliminary Study. *American Sociological Review*, Washington (DC), v. 28, n. 1, p. 55-67, Feb.
- MALLARD**, A. 2002. Les nouvelles technologies dans le travail relationnel: vers un traitement plus personnalisé de la figure du client. *Sciences de la société*, n. 56, p. 62-77, mai.
- ORLÉAN**, A. 2005. La Sociologie Économique et la question de l'unité des sciences sociales. *L'Année sociologique*, Paris, v. 55, n. 2, p. 279-305.
- POLANYI**, K. 2001. *The Great Transformation*. The Political and Economic Origins of Our Time. Boston: Beacon.
- PRADELLE**, M. 1996. *Les vendredis de Carpentras*. Faire son marché en Provence ou ailleurs. Paris: Fayard.
- RADIN**, M. J. 1996. *Contested Commodities*. The Trouble with Trade in Sex, Children, Body Parts and Other Things. Cambridge (MA): Harvard University.
- ROTH**, A. E.; **SÖNMEZ**, T. & **ÜNVER**, M. U. 2004. Kidney Exchange. *Quarterly Journal of Economics*, Cambridge (MA), v. 119, n. 2, p. 457-488, May.
- _____. 2005a. A Kidney Exchange Clearinghouse in New England. *American Economic Review*, Pittsburgh, v. 95, n. 2, p. 376-380, May.
- _____. 2005b. *Efficient Kidneys Exchange*: Coincidence of Wants in a Structured Market. NBER Working Paper n. 11402. Cambridge (MA): National Bureau of Economic Research.
- SAIDMAN**, S. L.; **ROTH**, A. E.; **SÖNMEZ**, T.; **ÜNVER**, M. U. & **DELMONICO**, F. L. 2006. Increasing the Opportunity of Live Kidney Donation by Matching for Two- and Three-Way Exchanges. *Transplantation*, Philadelphia, v. 81, n. 5, p. 773-782, Mar.
- STEINER**, P. 2004. A doação de órgãos: a lei, o mercado e as famílias. *Tempo Social*, São Paulo, v. 16, n. 1, p. 101-128, nov.
- _____. 2005. Le marché selon la Sociologie Économique. *Revue européenne des Sciences Sociales*, Genève, v. XLIII, n. 132, p. 31-54.
- _____. 2009. *La transplantation d'organes*: un commerce nouveau entre les êtres humains. Paris: Gallimard.
- _____. 2010. Gift-Giving or Market. Economists and the Performance of Organ Commerce. *Journal of Cultural Economy*, London, v. 3, n. 2, p. 243-259, July.
- TESTART**, A. 2007. *Critique du don*. Études sur la circulation non marchande. Paris: Syllepse.
- WEBER**, F. 2000. Transactions marchandes, échanges rituels, relations personnelles. Une Ethnographie Économique après le Grand Partage. *Genèses*, n. 41, p. 85-107, déc.
- WHITE**, H. 1992. *Identity and Control*. Princeton: Princeton University.
- ZELIZER**, V. 2005 *The Purchase of Intimacy*. Princeton: Princeton University.