

Que faire de la valeur marchande en 2023?

Atelier de recherche

17 juillet 2023

iaelyon School of Management

Université Jean Moulin, Campus Manufacture des Tabacs

6 rue du Professeur Rollet, Lyon 8e

La valeur marchande fait débat ! Son origine controversée pose déjà problème (Doganova et al., 2014). Jadis arrachée aux travailleurs (Marx, 1875), elle serait aujourd'hui extorquée de nos comportements en ligne (Zuboff, 2019), de l'exploitation de nos émotions (Duportail, 2019), de notre attention (Citton, 2014) ou même de notre énergie vitale (Mbembe, 2023), nous enchaînant ainsi inconsciemment, mais consentant.e, à la reproduction sans fin du capitalisme (Illouz, 2017).

L'une des propriétés les plus fascinantes et peut-être la plus commentée de la valeur marchande est sa capacité à s'autonomiser pour se transformer en « réalité agissante » (Durkheim, 1900) : que ce soit à travers sa tendance à s'étendre et à se substituer à toutes les autres valeurs (Lamont, 2012), sa capacité à mettre en mouvement et organiser des économies complexes (Hayek, 1944), ou encore à instaurer une logique dans les relations sociales qui lui est propre (Zelizer, 2005). Si cette capacité d'autonomisation fait consensus, en revanche la magnitude, la désirabilité d'une telle autonomisation, et surtout notre capacité à la garder sous contrôle, font l'objet d'importantes controverses, et restent assez largement à explorer.

Pour certains, cette autonomisation est une bonne chose. Elle prend la forme conceptuelle de la « main invisible » (Smith, 1991 [1776]) qui coordonne les systèmes économiques tout en respectant les libertés individuelles (Hayek, 1944). Cette idée continue de susciter des développements théoriques intéressants qui poussent toujours plus loin la logique du marché et consacre la valeur marchande comme une source d'organisation de la société (Posner & Weyl, 2018).

Cependant cette autonomisation fait aussi l'objet de plus d'un siècle de critique. Par exemple Simmel décrit la propension de l'argent, qu'il voit comme la forme la plus pure de la valeur marchande, à détruire les valeurs morales et à faire de nous des personnes vénales, désabusées, voire sociopathes (Simmel, 2004 [1900]). Cette critique d'une valeur marchande nocive et hors de tout contrôle est alimentée par les plus récents progrès technologiques, particulièrement l'intelligence artificielle, qui lui confèrent une portée et une capacité de pénétration inouïes (Casilli, 2019; Zuboff, 2019). Par ailleurs, l'importance grandissante des grands enjeux sociaux et environnementaux amène également à voir dans la valeur marchande une menace existentielle pour la planète par exemple à travers l'idée de « capitalocène » (Moore, 2016) ou de « brutalisme » (Mbembe, 2023).

Entre ces deux positions s'insère une perspective sociologique plus compréhensive. Elle s'intéresse plutôt à ce qu'est la valeur pour les acteurs, les mécanismes sociaux de sa construction, notamment à travers les normes, « les valeurs » et les significations partagées entre les membres d'une société (Heinich, 2017 ; Lamont, 2012 ; Vatin, 2019).

Les chercheurs en gestion s'emparent du sujet pour étudier les effets de la valeur marchande sur les organisations, et réciproquement la contribution des dispositifs managériaux et organisationnels sur la valeur marchande. En analysant les organisations et l'organisation de la valeur marchande, ce sont le constituant de la valeur marchande, son essence et ses mécaniques qui sont mis en évidence et interrogés, et qui deviennent ainsi objet d'intervention.

Que nous fait la valeur marchande et que peut-on lui faire faire? Cette question reste en partie à explorer, mais différents courants théoriques apportent des éléments de réflexion particulièrement intéressants.

Par exemple l'« ingénierie politique des marchés » documente les mécanismes de construction des marchés (Callon et al., 2013; Cochoy, 2014) et rendent visibles les dispositifs de valorisation dans les marchés, par exemple en détaillant les multiples sphères métrologiques (Vatin, 2009) où des acteurs s'activent à « valoriser » activement des biens à travers des tests de laboratoire, des labels, des critiques et évaluations (Karpik, 2007).

On peut également citer les travaux des économistes qui visent par exemple à réintégrer les externalités négatives des marchés pour protéger les sociétés et l'environnement naturel – telles que les approches de conservation qui misent sur les services écosystémiques ou sur les marchés de la protection de la nature autour du carbone ou de la biodiversité (Dasgupta, 2021; Sukhdev, 2012).

Dans le monde anglophone, les études de la *commodification* s'intéressant à la valeur marchande dans les sphères où elle fait polémique telles que l'intime (Zelizer, 2005), les cultures (Austin, 2004) ou encore le corps et la santé (Titmuss, 2018 [1970]). Ces études permettent de mieux comprendre le processus de commodification, ses étapes, et les conditions dans lesquelles un tel processus apporte ou non des bénéfices aux populations qui les vivent. Elles nous renseignent ainsi sur l'extension de la valeur marchande dans nos sociétés et ses effets.

Particulièrement orienté vers les « pratiques de valuation » (Pianezzi, Ashraf, Cutcher, Tyler, & Uddin, 2023), les recherches en comptabilité offrent une riche tradition critique autour des pratiques et de l'instrumentation qui produisent et reconduisent la valeur marchande (Chelli & Gendron, 2013; Power, 1997), sur la fragilité de la notion de « juste valeur » dans les pratiques de valuation comptable (Huxley, 2023), sur sa relation avec l'éthique professionnelle comptable (Baud, Brivot, & Himick, 2021), mais aussi sur des formes de valorisation en contexte non-marchand (Church-Morel, Lemaire, & Richard, 2023), et dans des espaces de résistance, et de reconfiguration de la valeur marchande (Allain, Lemaire, & Lux, 2021; Gallhofer, Haslam, Monk, & Roberts, 2006).

Les études en management autour de la notation extra-financière (Giamporcaro, Gond, & O'Sullivan, 2020; Slager, Gond, & Crilly, 2021) ou sur la gestion et la valorisation de la biodiversité (Bres & Breton-Ménard, 2018) détaillent les formes de valorisation du non marchand dans le marchand, et les formes d'intrication hybride entre marchandisation du social et socialisation du marché.

Dans cet atelier, nous proposons de nous intéresser à la valeur marchande. Ouverte à toutes et tous, notre rencontre visera à mieux comprendre la valeur marchande en 2023, notamment en s'attachant à répondre aux questions suivantes :

- Qu'est-ce que la valeur marchande?

Que désigne (et ne désigne pas) la valeur marchande? Valeur de marché, prix et valeur marchande sont-elles synonymes... Et qu'est-ce qu'une valeur non marchande, existe-t-il des non-valeur marchandes?

- D'où vient-elle?

Quels sont les sources de la valeur marchande et ses contextes d'apparition?

- Comment s'autonomise-t-elle?

Quelle est la réalité et quelles sont les formes de cette autonomisation? Pourquoi perdure-t-elle? Combien de temps dure la valeur marchande? Sur quel(s) support(s) s'autonomise-t-elle?

- Que nous fait la valeur marchande?

Quels sont les contextes propices à son action? Quelles sont les conséquences de sa généralisation/diffusion sur les différents composants du vivant et sur les organisations? Ses effets sont-ils uniformes ou différenciés selon les contextes d'action (société, organisations, pratiques, individus, nature...)? Que produit au juste la valeur marchande?

- Que peut-on lui faire faire?

Quelles sont les modalités d'actions possibles face à la valeur marchande et à sa généralisation? Quelles marges de manœuvre pour les acteurs et actrices? Sur quels points névralgiques du système de la valeur marchande peut-on réellement agir, et avec quelles possibilités de transformation?

Toutes les perspectives théoriques sont les bienvenues ainsi que toutes autres questions susceptibles de nous en apprendre plus sur la valeur marchande, ses effets et ce qu'on peut lui faire faire.

Organisation : Gildas Agbon, Luc Brès & Célia Lemaire

Contact : gildas.agbon.1@ulaval.ca

- Allain, E., Lemaire, C., & Lux, G. 2021. Managers' subtle resistance to neoliberal reforms through and by means of management accounting. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*.
- Austin, R. 2004. Kwanzaa and the commodification of Black culture. *Black Renaissance*, 6(1): 8-18.
- Baud, C., Brivot, M., & Himick, D. 2021. Accounting Ethics and the Fragmentation of Value: JBE. *Journal of Business Ethics*, 168(2): 373-387.
- Bres, L., & Breton-Ménard, G. 2018. *How to price nature with respect? Towards practice-based model of responsible commodification*. Paper presented at the Academy of Management, Chicago.
- Callon, M., Callon, M., Akrich, M., Dubuisson-Quellier, S., Grandclément, C., Hennion, A., Latour, B., Mallard, A., Méadel, C., Muniesa, F., & Rabeharisoa, V. 2013. *Sociologie des Agencements Marchands*.
- Casilli, A. A. 2019. *En attendant les robots-Enquête sur le travail du clic*: Le Seuil.
- Chelli, M., & Gendron, Y. 2013. Sustainability Ratings and the Disciplinary Power of the Ideology of Numbers. *Journal of Business Ethics*, 112(2): 187-203.
- Citton, Y. 2014. *Pour une écologie de l'attention*: Editions du Seuil.
- Cochoy, F. 2014. Concerned markets: facing the future, beyond 'interested' and 'contested' markets. In S. Geiger, D. Harrison, K. Hans, & A. Mallard (Eds.), *Concerned Markets: Economic Ordering for Multiple Values*: 238-256. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Dasgupta, P. 2021. *The economics of biodiversity: the Dasgupta review*: Hm Treasury.
- Doganova, L., Giraudeau, M., Helgesson, C.-F., Kjellberg, H., Lee, F., Mallard, A., Mennicken, A., Muniesa, F., Sjögren, E., & Zuiderent-Jerak, T. 2014. Valuation Studies and the Critique of Valuation. *Valuation Studies*, 2(2): 87-96.
- Duportail, J. 2019. *L'amour sous algorithme*. Paris: Edition Goutte d'Or.
- Durkheim, E. 1900. Philosophie des Geldes (commentaire de Simmel). *L'Année sociologique (1896/1897-1924/1925)*, 5: 140-145.
- Gallhofer, S., Haslam, J., Monk, E., & Roberts, C. 2006. The emancipatory potential of online reporting: the case of counter accounting. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 19(5): 681-718.
- Giamporcaro, S., Gond, J.-P., & O'Sullivan, N. 2020. Orchestrating governmental corporate social responsibility interventions through financial markets: The case of French socially responsible investment. *Business Ethics Quarterly*.
- Hayek, F. 1944. *The Road to Serfdom* University of Chicago Press. *Chicago, IL*.
- Heinich, N. 2017. *Des valeurs : une approche sociologique*: Editions Gallimard.
- Huxley, Z. 2023. *Fair value measurement: Insights on praxis and regulation*. Unpublished doctoral dissertation, Université Laval.
- Illouz, E. 2017. *Emotions as Commodities: Capitalism, Consumption and Authenticity*. En ligne: Routledge.
- Karpik, L. 2007. L'économie des singularités. *Paris, Gallimard*, 130.
- Lamont, M. 2012. Toward a comparative sociology of valuation and evaluation. *Sociology*, 38(1): 201.
- Marx, K. 1875. *Le capital*: Maurice Lachatre.

- Mbembe, A. 2023. **Brutalisme**: La Découverte.
- Moore, J. W. 2016. **Anthropocene or capitalocene?: Nature, history, and the crisis of capitalism**: Pm Press.
- Pianezzi, D., Ashraf, J., Cutcher, L., Tyler, M., & Uddin, S. 2023. Workers that matter and work that counts: Organizing and accounting for value(s). **Organization**, Call for papers for special issue.
- Posner, E. A., & Weyl, E. G. 2018. Radical Markets, **Radical Markets**: Princeton University Press.
- Power, M. 1997. Expertise and the construction of relevance: Accountants and environmental audit. **Accounting, Organizations and Society**, 22(2): 123-146.
- Simmel, G. 2004 [1900]. **The philosophy of money -Third enlarged edition**. Londres: Routledge.
- Slager, R., Gond, J.-P., & Crilly, D. 2021. Reactivity to Sustainability Metrics: A Configurational Study of Motivation and Capacity. **Business Ethics Quarterly**, 31(2): 275-307.
- Smith, A. 1991 [1776]. **Wealth of nations**. London: Everyman's library.
- Sukhdev, P. 2012. Putting a Price on The Real Value of Nature In R. Cohn (Ed.), **Yale Environment 360**.
http://e360.yale.edu/feature/putting_a_price_on_the_real_value_of_nature/2481/.
- Titmuss, R. 2018 [1970]. **The gift relationship : from human blood to social policy**. Bristol: Policy Press.
- Vatin, F. 2009. **Évaluer et valoriser: une sociologie économique de la mesure**: Presses Univ. du Mirail.
- Zelizer, V. A. 2005. **The purchase of intimacy**. Princeton: Princeton University Press.
- Zuboff, S. 2019. **The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power**. London: Profile Books.