



HAL
open science

Sociologie des activités marchandes

Guilhem Anzalone, Pauline Barraud de Lagerie, Thomas Debril

► **To cite this version:**

Guilhem Anzalone, Pauline Barraud de Lagerie, Thomas Debril. Sociologie des activités marchandes. Barthélémy, Fabienne. Sociologie de l'action organisée: nouvelles études de cas, De Boeck, 2011, 9782804162436. hal-01395436

HAL Id: hal-01395436

<https://hal.science/hal-01395436>

Submitted on 10 Nov 2016

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.

Sociologie des activités marchandes

Guilhem Anzalone, Pauline Barraud de Lagerie, Thomas Debril

La sociologie a longtemps été envisagée comme une « science des restes »¹, obligée d'abandonner l'étude de l'économie aux économistes comme l'analyse de la politique aux politistes². En dépit des travaux des pères fondateurs de la sociologie, s'intéressant aussi bien à l'esprit du capitalisme (Weber 2003) qu'à la division du travail (Durkheim 1998)³, la majorité des sociologues s'est progressivement ralliée à la stratégie des restes parce qu'elle favorisait, il est vrai, l'institutionnalisation de leur discipline. La sociologie perdait ainsi la bataille qui l'opposait aux économistes (Swedberg 1994, p.54).

La sociologie du XX^{ème} siècle a cependant vu se développer une multitude d'objets d'investigation qui renvoyaient sans aucun doute à des réalités économiques : le travail, les professions, les organisations, les relations professionnelles etc. Cette sociologie économique « de fait » n'existait cependant que parce que les phénomènes qu'elle étudiait relevaient, aux yeux des économistes orthodoxes, des « échecs du marché » (« *market failures* »). Le fonctionnement marchand lui-même demeurait toutefois « le sanctuaire de la science économique » (François 2008, p. 7). Si la « sociologie économique » (comme étude de phénomènes économiques) avait acquis une certaine existence, elle peinait toutefois à s'imposer sur une question marchande depuis longtemps réservée aux modélisations économiques.

Dans les années 1970, une nouvelle approche de l'économie par la sociologie vit le jour qui serait plus tard baptisée « nouvelle sociologie économique » (Swedberg 1994). Il s'agissait alors pour les sociologues de placer au cœur de leur programme de recherche l'étude des fondements mêmes des activités économiques, et notamment marchandes. Bien que la nouvelle sociologie économique apparaisse particulièrement morcelée, aussi bien du point de vue des objets qu'elle entreprend de réinvestir que des cadres théoriques qu'elle entend mobiliser, nous pouvons, en suivant sur ce point Steiner (Steiner 2007), en retenir deux apports majeurs.

D'abord, et contrairement aux hypothèses de départ des économistes, la sociologie économique montre que le marché ne se situe pas en apesanteur sociale mais qu'il est au contraire « encastré » dans le monde social. Elle met ainsi en évidence que les relations marchandes sont inséparables d'une organisation sociale qui les rend possible et que les marchés, loin de renvoyer à l'état de nature, apparaissent plutôt comme des « constructions sociales » impliquant une inscription culturelle et une mise en forme institutionnelle (1).

Le second mouvement a conduit les sociologues à s'interroger sur les conditions concrètes de fonctionnement des marchés. Si la coopération apparaît relativement problématique lorsqu'on dote les acteurs d'une rationalité limitée et d'un comportement opportuniste, il s'agit alors d'éclairer la diversité des mécanismes qui permettent la qualification des biens et la réalisation des échanges : dispositifs de jugement et de promesse, convention de qualité, réseaux sociotechniques et jeux d'acteurs (2).

1) De la nature des marchés : une théorie de l'encastrement des activités marchandes

Loin de la vulgate libérale nous présentant le marché comme l'état de nature, les travaux des anthropologues et des historiens ont d'abord montré que l'organisation de ces formes concurrentielles relève d'un processus de construction historique, sociale et politique.

¹ La formule « science des restes » (« *science of leftovers* ») pour évoquer une discipline qui ne peut s'intéresser qu'aux sujets que nulle autre ne revendique, est issue des débats américains de la fin du XIX^{ème} siècle sur le positionnement de la sociologie (notamment vis-à-vis de l'économie). Voir Swedberg (1994), Granovetter (2008).

² Sur ce point, nous renvoyons à la partie consacrée à l'Etat et à l'action publique.

³ Pour une histoire de la sociologie économique européenne au tournant du XX^{ème} siècle, voir Gislain & Steiner (1995).

Dans son ouvrage séminal, Karl Polanyi (1944) décrivait ainsi comment, dans l'Angleterre du XIX^{ème} siècle, les marchés se sont progressivement désencastrés des relations sociales auxquelles ils étaient « naturellement » soumis, pour former un système autonome et autorégulateur. Pour cela, il mettait en évidence deux formes opposées de réalisation des échanges. Dans la première, caractéristique des sociétés traditionnelles, les échanges de biens s'effectuent dans le cadre de relations sociales et personnelles, et principalement sous les formes de la réciprocité et de la redistribution : les structures sociales et le réseau des devoirs sociaux règlent ainsi les modalités de production et d'échange des biens. Dans la seconde, propre aux sociétés capitalistes modernes, le système du marché est parvenu à s'affranchir des structures sociales pour fonctionner de manière autonome : ce n'est pas le rapport aux hommes qui commande le rapport aux choses, mais le rapport aux choses qui commande le rapport aux hommes⁴. Au-delà de la mise en évidence de deux « types d'économie », on doit à Polanyi d'avoir décrit les conditions de passage de l'un à l'autre, en soulignant que le système capitaliste requiert des conditions institutionnelles spécifiques, notamment la propriété privée des moyens de production (capital, terre, travail), le travail salarié, et la commercialisation de tous les facteurs productifs.

L'ouvrage de Polanyi a profondément inspiré la nouvelle sociologie économique qui, à partir des travaux de Mark Granovetter notamment, s'est attachée à en discuter la présentation dichotomique de l'évolution historique, ainsi que les conclusions alarmistes sur la mise en péril du lien social dans les sociétés du second type.

Selon Granovetter (1985, 1990), chaque situation historique, dans les sociétés traditionnelles comme dans les sociétés modernes, se caractérise par un certain niveau d'encastrement, ni jamais total, ni jamais nul. Il soutient, en somme, que le niveau d'encastrement du comportement économique était à la fois plus faible dans les sociétés primitives non marchandes, et plus fort dans les sociétés modernes, que ne l'affirme la thèse « substantiviste » défendue par Polanyi (et par bien d'autres anthropologues, sociologues, politistes ou historiens). Pour autant, il souligne que ce niveau d'encastrement a toujours été plus substantiel que ne le disent les « formalistes » (en l'occurrence les économistes d'inspiration néoclassique).

Ce faisant, Granovetter ouvre une discussion d'ordre épistémologique sur la tendance des auteurs contemporains à tomber dans deux écueils, le sociologisme (conception sur-socialisée de l'agent) et l'économisme (définition sous-socialisée de l'acteur). Les deux approches pèchent, selon lui, par une conception atomisée des acteurs qui néglige l'influence sociale directe : l'économisme en retenant pour seul moteur de l'action la poursuite étroitement utilitariste de l'intérêt personnel, le sociologisme en avançant que le comportement des individus résulte mécaniquement de l'application de schémas intériorisés⁵. La nouvelle sociologie économique de Granovetter rejette ces deux positions théoriques et propose de considérer au contraire que les actions entreprises par les individus pour atteindre un objectif sont encadrées dans des systèmes « concrets » de relations sociales.

Au-delà de l'étude de l'« action économique individuelle », Granovetter suggère d'examiner également les « résultats économiques » (la fixation d'un prix stable ou de salaires différenciés par exemple) et les « institutions économiques » (au sens de schémas réguliers de l'action individuelle considérés comme la façon dont les choses *doivent* être faites). Ajoutons à cela les deux types d'encastrement établis par Granovetter (l'encastrement « relationnel », i.e. le rôle joué par les relations personnelles entre acteurs ; et l'encastrement « structurel », i.e. l'effet de la structure du réseau général de ces relations), et nous avons la matrice d'analyse produite par la « nouvelle sociologie économique ».

⁴ Cela ne signifie pas que les relations marchandes excluent toute relation personnelle ou sociale ; simplement c'est la relation au bien qui guide l'échange, qui se réalise indépendamment des relations qui peuvent exister par ailleurs entre les acteurs (Weber 2000, Chantelat 2002).

⁵ Notons que les frontières disciplinaires sont poreuses, puisque certains économistes adoptent volontiers une conception sursocialisée de l'individu (comme lorsque Michael Piore explique le comportement des individus sur les différents segments du marché comme le produit d'une sous-culture de la classe d'origine des travailleurs), tandis que certains sociologues privilégient une conception sous-socialisée de l'individu (on pense alors à tout le courant sociologique héritier de la théorie du choix rationnel)

C'est en montrant que les marchés (concrets) se caractérisent par la diversité des institutions et des dispositifs, et sont donc des « constructions (sociales) »⁶, que la sociologie économique a ainsi repris pied sur un terrain qu'elle avait abandonné aux économistes. Parmi les travaux proposant une analyse du processus de construction de marchés concrets, on notera le célèbre article de Marie-France Garcia-Parpet sur le marché aux fraises solognot (Garcia-Parpet 1986), ou encore l'étude conduite par Granovetter lui-même sur le secteur électrique aux Etats-Unis (Mc Guire, Granovetter et Schwartz 1993, Granovetter et McGuire 1998). A leur suite, certains auteurs ont souligné les conditions culturelles permettant au marché de l'assurance américain d'émerger (Zelizer 1978), ou encore l'importance d'une politique de la concurrence et notamment des lois antitrust nécessaires à leur fonctionnement (Fligstein 2001).

2) Du fonctionnement des marchés : une approche concrète des échanges marchands

Dans un second mouvement, la sociologie économique s'est proposée de rendre compte des dynamiques qui assurent le fonctionnement des marchés. Si la théorie de la « construction sociale des marchés » présentée plus haut venait attaquer la théorie économique standard sur sa vision de l'individu comme *homo economicus* et du marché comme forme naturelle de l'échange, l'approche interactionniste des échanges marchands se positionne également contre un postulat des économistes, que l'on peut résumer à l'« hypothèse de nomenclature » (Benetti, Cartelier 1980). La nomenclature définit des classes homogènes de biens au sein desquelles le problème de la qualité ne se pose pas. Toute qualité est rabattue sur une question de quantité (une durée de vie, un poids, un volume, une productivité...), de sorte que l'économiste néoclassique ne part pas d'objets naturels mais de biens déjà constitués. La remise en cause de ce modèle prit naissance en France, lorsqu'un certain nombre de sociologues de l'économie (Karpik 1989) mais également les tenants de l'économie dite « des conventions » (Eymard-Duvernay 1989) proposèrent au contraire de remettre sur le devant de la scène l'opération de constitution des biens, i.e. leur « qualification ».

Une première réponse à l'épineuse question de l'ajustement marchand fut donnée par Lucien Karpik à partir du marché des avocats. Le marché des avocats se caractérise avant tout par une opacité totale autour de la qualité du service offert, alors même que la qualité prime sur le prix aux yeux des justiciables. Il s'agit alors, dans le cadre de cette « économie de la qualité », de comprendre comment s'opère l'ajustement entre l'offre et la demande. La réponse que propose l'auteur passe par la reconnaissance du rôle joué par les « dispositifs » dans la réduction de l'incertitude qualitative d'une part, et de l'opportunisme d'autre part. Les « dispositifs de jugement » d'abord, qu'ils soient fondés sur la confiance personnelle (réseau) ou impersonnelle (classements, appellations, guides), fournissent une information sur la qualité du produit ou du service. Les « dispositifs de promesse » (attestant la fiabilité de la personne, ou prenant la forme de normes) permettent quant à eux de lever le risque d'« aléa moral » (Karpik 1989, 1996, 2007). L'intérêt de l'approche de Karpik est de décrire des dispositifs qui n'ont pas seulement pour fonction de permettre la transmission d'une information jusqu'alors manquante (à la manière dont les économistes traitent précisément le problème de la coordination marchande), mais qui participent pleinement de la formation des préférences des demandeurs. Les dispositifs de jugement, en particulier, constituent bien une « prescription de jugement » au sens de Hatchuel, c'est-à-dire « à la fois une définition de la chose à acquérir et de son mode d'appréciation » (1995, p. 216). La thèse de Karpik ne constitue en revanche qu'un amendement à la théorie standard, puisqu'elle a été construite pour expliquer la qualification d'une catégorie particulière de biens, dits « singuliers » ; pour tous les autres, l'auteur réaffirme la validité d'une approche de l'ajustement marchand par le seul prix. C'est sur ce point notamment que l'économie des conventions et la sociologie *des* qualités se proposent d'aller plus loin.

Une deuxième approche a été proposée par les tenants de l'économie des conventions, manifestant comme Karpik une insatisfaction à l'égard de la façon dont l'économie des « coûts de transaction » (Williamson 1975) avait réduit jusqu'alors le problème de l'ajustement marchand à

⁶ La notion de construction doit bien être perçue ici sur le mode de la métaphore du chantier : il ne s'agit pas de dire que ce qui est construit n'existe pas, mais qu'il pourrait être différent (ou ne pas être) si le processus de construction avait pris un autre tour (Latour 2005, pp. 126-134).

l'incertitude sur la qualité (autrement dit, à un manque d'information), en occultant purement et simplement la question de l'incertitude qualitative (autrement dit, le flou sur les préférences, sur le principe de jugement)⁷. Comme Karpik, les conventionnalistes ont placé au cœur de leur analyse le problème de l'incertitude qualitative, mais à la différence de celui-ci, ils affirment non seulement que celle-ci n'est pas propre à certains biens, mais aussi que la qualification des biens s'appuie sur des « conventions de qualité » qui peuvent être ramenées à des principes supérieurs de jugement. Dit autrement, tout bien peut donner lieu à une pluralité de qualifications (et ce faisant, à une incertitude qualitative) ; mais cette pluralité s'organise autour d'un nombre fini de conventions⁸. Dans la lignée des travaux de Boltanski et Thévenot (1987, 1991), Eymard-Duvernay (1989) mais aussi Salais et Storper (1993) associent aux différents principes de qualification des produits, des formes différentes de coordination, et de production. L'analyse des « investissements de forme » (Thévenot 1986, Eymard-Duvernay 1986, 1987) met ainsi l'accent sur les opérations qui, dans le cadre de chaque convention, doivent être engagées pour permettre la mise en équivalence des produits, et sur celles qu'un producteur doit mettre en œuvre pour positionner au mieux son produit. A la convention marchande (réductible au *prix*) s'ajoute désormais la convention industrielle, l'équivalence étant assurée par le respect des *standards*, et la convention domestique, dans laquelle un produit est défini à travers la relation qu'il entretient avec son producteur, par exemple sa *marque*.

Une troisième voie, enfin, a été ouverte par l'approche socio-technique adossée à une représentation du marché comme un processus en boucle nous dévoilant une qualification distribuée des produits. De même que l'innovation n'est pas un processus rectiligne, la mise en marché des produits n'est pas en effet un processus linéaire. Dès les phases les plus en amont de la mise au point des produits, les concepteurs se dotent d'importants dispositifs pour percevoir la demande et l'inscrire dans leur modes de production. Les produits proposés viennent en retour redéfinir les préférences et les modes de consommation de la clientèle. L'activisme des professionnels des marchés (Cochoy, Dubuisson 2000) et des médiateurs nous suggère ainsi de renoncer à l'opposition simpliste entre manières de produire et façons de consommer, au face à face entre des qualités inscrites dans les biens et des préférences inscrites dans les marchands, pour nous interroger sur les mécanismes par lesquels marchands et marchandises acquièrent leur statut. Les compétences des marchands comme les qualités des marchandises sont toutes entières retravaillées par ce processus en boucle conduisant à la singularisation des produits et l'attachement de la clientèle dans ce que les auteurs appellent « l'économie des qualités » (Callon *et al.*, 2000).

De son côté, la sociologie de l'action organisée (Friedberg, 1993) a elle aussi remis en cause l'étanchéité des partitions conventionnalistes notamment, pour mettre en avant, à travers la dynamique sous-jacente des relations de pouvoir, une représentation moins compartimentée des formes d'arrangements que l'on peut observer sur les marchés concrets. En nous proposant de partir des acteurs pour remonter à la régulation du système, la sociologie de l'action organisée nous permet plus spécifiquement d'appréhender la structuration contingente et endogène d'espaces d'actions dont le marché est une des formes particulières (Dupuy et Thoenig, 1986). Dans cette perspective, il apparaît donc difficile d'opposer d'une part une coordination par les prix renvoyant au marché et à des acteurs totalement libres de calculer au plus près de leurs intérêts, et d'autre part, une coordination par la règle renvoyant à l'organisation et à des acteurs totalement contraints de se soumettre à la hiérarchie. De même qu'il y a du mou et de l'opacité au sein des organisations, les marchés sont organisés par la structure sous-jacente des relations de pouvoir que l'on peut y observer (Moulet 1982). De même que la rationalité limitée et contingente des acteurs nous sort des débats portant sur la bonne dose de calcul ou d'affect qu'il convient d'attribuer a priori aux marchands, le caractère ambivalents des règles du jeu issues des rapports négociés de comportement nous tire vers la reconnaissance de systèmes d'action hybrides, mêlant inextricablement, du prix et du jugement, de la confiance et de l'opportunisme.

⁷ Nous empruntons cette distinction terminologique à François Eymard-Duvernay (2009).

⁸ « Une convention est une régularité qui a sa source dans les interactions sociales mais qui se présente aux acteurs sous une forme objectivée » (Dupuy *et al.* 1989, p. 145). Au-delà, elle peut être définie comme « une représentation sociale de ce qui peut être argumenté, si cela est requis, comme un niveau satisfaisant de coordination, à l'intérieur d'une entité collective pertinente » [Favereau *et al.*, 2002]

Saisir la régulation marchande par les échanges négociés de comportements conduit non seulement à reconnaître le caractère hybride des systèmes marchands concrets mais aussi à rechercher leur stabilité davantage dans la dimension collusive des relations de pouvoir que dans des principes supérieurs communs par rapport auxquels chacun des protagonistes se reconnaîtrait. En insistant sur la tendance des jeux sociaux à s'autonomiser et à produire de la rente, la dimension collusive de ces relations de pouvoir renverse ainsi les propositions de la vulgate libérale et conduit à montrer tout ce qu'il faut d'investissements pour faire advenir le marché, maintenir la substituabilité des marchands comme la comparabilité des marchandises. Il ne s'agit donc pas de s'étonner de l'opacité des jeux sociaux mais de montrer l'importance des investissements nécessaires au cadrage des interactions. Si l'approche de la sociologie de l'action organisée ne se reconnaît pas dans le principe de symétrie que met en scène la théorie de l'actant (Latour 1994) et que véhicule l'idée de médiation (Latour 1991, Hennion 1993), elle conduit cependant ici à s'écarter avec elle de la posture critique d'une partie de la sociologie à l'égard du monstre anthropologique qu'est l'homo-economicus pour reconnaître, de concert avec l'analyse des réseaux sociotechniques, l'importance des objets nécessaires à l'émergence et au fonctionnement des marchés.

Le premier chapitre met d'abord en lumière les spécificités d'un marché, celui des médicaments « listés ». On y voit comment les pouvoirs publics ont cherché à sécuriser l'accès des patients à des produits caractérisés par leur dangerosité, en restreignant la population des offreurs à une profession (les pharmaciens) et en soumettant les demandeurs à l'obligation de présenter une ordonnance. Mais il éclaire ensuite le fonctionnement concret du marché en étudiant, au-delà de l'encadrement légal du marché, les modalités effectives de la transaction entre le vendeur et l'acheteur. Le cas met alors en lumière les tensions qui traversent une situation d'interaction aux conflits de l'échange marchand et de la relation d'agence dans le cadre de l'exercice d'une « profession ».

Les dispositifs techniques sont au centre du deuxième chapitre, qui est consacré à la distribution de viande en grande surface. Leur rôle est loin d'être secondaire puisque ces dispositifs participent à un processus de marchandisation qui est au cœur du fonctionnement des marchés. Ils sont en effet parties prenantes des mécanismes de définition et de valorisation des biens, qui aboutissent en particulier à l'élaboration des prix. C'est le cas dans ce chapitre des dispositifs de gestion des flux de marchandises qui sont mobilisés par les chefs de rayon. De plus, cette utilisation joue sur la configuration des relations entre acteurs : au-delà de ce rôle clé dans la marchandisation de la viande, l'outillage de la gestion des flux de marchandises constitue un support d'action pour les salariés du rayon, tout comme un dispositif d'encadrement pour leurs supérieurs.

Le troisième chapitre s'intéresse plus directement au caractère hybride et dynamique des relations de pouvoir que l'on peut observer sur les marchés. L'analyse de la dimension stratégique de l'action met en lumière les processus par lesquels sont retravaillées les manières de produire et les façons de consommer, les qualités des marchandises et les préférences des marchands. Alors que la qualification des vins redéfinit la nature des échanges, la nature des échanges redéfinit la qualité des vins. Si les boucles de rétroaction entre jugements qualitatifs et calculs tarifaires nous éloignent de la partition entre économisme et sociologisme, elles nous dévoilent dans le même temps l'organisation concrète du marché et les règles du jeu qui y ont cours.

Bibliographie :

- Benetti C., Cartelier J., 1980, *Marchands salariat et capitalistes*, Paris, Maspéro.
Boltanski, L., Thévenot, L., 1987, *Les économies de la grandeur*, Cahiers du Centre d'Etudes de l'Emploi, 31, Paris, PUF.
Boltanski, L., Thévenot, L., 1991. *De la justification : les économies de la grandeur*, Paris, Gallimard.

- Callon, M., Meadel, C. & Rabeharisoa, V., 2000. « L'économie des qualités », *Politix*, 13, 211-239.
- Chantelat, P., 2002, « La Nouvelle Sociologie Economique et le lien marchand: des relations personnelles à l'impersonnalité des relations », *Revue française de sociologie* 43, 521-556.
- Cusin, F., Benamouzig, D., 2004, *Economie et sociologie*, Paris, PUF.
- Durkheim, E., 1998, *De la division du travail*, Paris, PUF.
- Dupuy F., Thoenig J.-C., 1986, *La loi du marché*, Paris, L'Harmattan.
- Eymard-Duvernay, F., 1986, « La qualification des produits » in Salais, R., et Thévenot, L. (dir.), *Le travail. Marché, règles, conventions*, Paris, INSEE-Economica, pp. 239-247.
- Eymard-Duvernay, F., 1987, « Les entreprises et leurs modèles », Introduction à *Entreprises et produits*, Cahiers du Centre d'Etudes de l'Emploi, 30, Paris, PUF.
- Eymard-Duvernay, F., 1989, « Conventions de qualité et formes de coordination », *Revue économique*, 40, 2, pp. 239-247.
- Eymard-Duvernay, F., 2009, « L'économie des conventions entre économie et sociologie : l'homo conventionalis calcule et parle », in Steiner, P. et Vatin, F. (dir.), *Traité de sociologie économique*, Paris, PUF, pp. 131-164.
- Favereau, O., Biencourt, O., Eymard-Duvernay F., 2002, « Where do markets come from? From (quality) conventions! », in Favereau O., Lazega E. (dir.), *Conventions and Structures in Economic Organization: Markets, Networks, and Hierarchies*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham.
- Fligstein N., 2001, « Le mythe du marché », *Actes de la recherche en sciences sociales*, Vol. 139, n°1, pp. 3-12
- François, P., 2008, *Sociologie des marchés*, Paris, Armand Colin.
- Garcia-Parpet, M.-F., 1986, « La construction sociale d'un marché parfait : le marché au dadran de Fontaines-en Sologne », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, vol. 65, pp. 2-13.
- Gislain, J., Steiner, P., 1995. *La sociologie économique 1890-1920* 1er éd., Paris, Presses Universitaires de France.
- Granovetter, M., 1985, « Economic Action and Social Structure : The Problem of Embeddedness », *American Journal of Sociology* 91 (3), 481-510 (repris et traduit dans l'ouvrage *Sociologie économique*, Le Seuil, Paris, 2008).
- Granovetter, M., 1990, « The old and new economic sociology », in Friedland R., et Robertson A.F. (dir.), *Beyond the Market Place: Rethinking Economy and Society*, pp. 89-112 (repris et traduit dans l'ouvrage *Sociologie économique*, Le Seuil, Paris, 2008).
- Granovetter, M., 2008, *Sociologie économique*, Paris : Le Seuil.
- Granovetter, M., McGuire, P., 1998, "The Making of an Industry: Electricity in the United States" in Callon, M. (dir.), *The Laws of The Markets*, Oxford: Blackwell, pp. 147-173.
- Hatchuel, A., 1995, « Les marchés à prescripteurs », in Jacob, A. et Verin (dir.), 1995, *L'inscription sociale du marché*, Paris : L'Harmattan, pp. 205-225.
- Hennion A., 1993, *La passion musicale - une sociologie de la médiation*, Paris, Métailié.
- Karpik, L., 1989, "L'économie de la qualité", *Revue française de sociologie*, vol. 30, n°2, pp. 187-210.
- Karpik, L., 1996, « Dispositifs de confiance et engagements crédibles », *Sociologie du travail*, n°4, pp. 527-550.
- Karpik, L., 2007, *L'économie des singularités*, Paris, Gallimard.
- Latour B., 1991, *Nous n'avons jamais été modernes. Essai d'anthropologie symétrique*, Paris, La Découverte.
- Latour B., 1994, « Une sociologie sans objet ? Note théorique sur l'interobjectivité », *Sociologie du travail*, 36 (4), pp. 587-607
- Latour, B., 2005, *Changer de société. Refaire de la sociologie*, Paris : La Découverte, 2006.

- Mc Guire, P., Granovetter, M., et Schwartz, M., 1993, « Thomas Edison and the social construction of the early electricity industry in America », in Swedberg, R. (dir.), *Exploration in Economic Sociology*, Russel Sage Foundation, pp. 213-246.
- Moulet M., 1982, « Modes d'échanges et coûts de transaction : une approche comparative du marché et de la firme », *Sociologie du travail*, n°4, pp. 484-490.
- Piore, M., 1975, « Notes for a Theory of Labor Market Stratification, in Edwards, R., Reich, M., et Gordon, D. (dir.), *Labor Market Segmentation*, Lexington (Mass.) : Heath.
- Polanyi, K., 1944, *La Grande Transformation. Aux origines politiques et économiques de notre temps (The Great Transformation: The Political And Economic Origins Of Our Time)*, Paris, Gallimard, 1983.
- Salais, R., Storper M., 1993, *Les mondes de production : enquête sur l'identité économique de la France*, Paris, Editions de l' Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales.
- Stanziani, A., 2005, *Histoire de la qualité alimentaire. France, XIXe-XXe siècles*, Paris, Seuil.
- Steiner, P., 2007, *La sociologie économique*, Paris, La Découverte.
- Steiner, P., Vatin, F. (dir.), 2009, *Traité de sociologie économique*, Paris, PUF.
- Swedberg R., 1994, *Une histoire de la sociologie économique*, Paris, Desclée de Brouwer.
- Triglia, C., 2002, *Sociologie économique*, Paris, Armand Colin.
- Weber M., 2003, *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard.
- Weber, F., 2000, « Transactions marchandes, échanges rituels, relations personnelles. Une ethnographie économique après le Grand Partage », *Genèses* 41, 85-107.
- Williamson, O.E., 1975, *Markets and hierarchies*, New York, Free Press.
- Zelizer, 1978, « Human Values and the Market : the case of life insurance and Death in 19th Century America », *American Journal of Sociology*, Vol. 84, n°3, pp. 591-610.