



HAL
open science

Bien relationnel et bien commun : une exploration cartographique aux frontières de la philosophie et de l'économie

Bernard Guéry

► **To cite this version:**

Bernard Guéry. Bien relationnel et bien commun : une exploration cartographique aux frontières de la philosophie et de l'économie. Michel Boyancé; Bernard Guéry. Le bien commun à la croisée des disciplines : Philosophie, droit, économie, sciences de gestion, Presses universitaires de l'IPC, pp.13-24, 2018. hal-02552196

HAL Id: hal-02552196

<https://hal.science/hal-02552196>

Submitted on 29 Apr 2020

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.

Bien relationnel et bien commun : une exploration cartographique aux frontières de la philosophie et de l'économie.
Bernard Guéry

L'étymologie latine de « définir » renvoie à l'idée de poser des bornes pour délimiter un champ du champ voisin. Dans notre cas, il s'agit de définir le bien commun, donc de délimiter les contours de ce terme en le distinguant de concepts limitrophes.

Or, l'un des concepts limitrophes est désigné par le terme « bien relationnel ». Certes, ce n'est pas le seul terme frontalier du bien commun, mais il a l'avantage d'éclairer une distinction interne à l'expression « bien commun ». En effet, l'utilité du concept de bien relationnel est qu'il va permettre de départager les concepts de bien commun en philosophie morale et politique et de bien commun en économie et droit. C'est pourquoi nous le choisissons pour éclairer le sens de l'expression « bien commun ».

Nous expliquerons dans la suite ce que nous entendons par « bien commun moral et politique » et par « bien commun juridique et économique », car cela apparaîtra à la lumière de la mise en regard du bien relationnel.

Nous procéderons en commençant par le point commun aux trois expressions (bien commun moral et politique, bien commun juridique et économique et bien relationnel) pour montrer que la comparaison se légitime en prenant appui sur une base conceptuelle commune.

Dans un second temps nous définirons les biens relationnels, notamment en regard du bien commun juridique et économique, avant de montrer la distinction avec le bien commun moral et politique.

La relation au cœur du bien commun

Le point de départ de la réflexion réside dans l'idée que dans les trois cas (bien commun moral et politique, bien commun juridique et économique et bien relationnel), il est question de relation. Plus précisément, la relation est un concept présent dans la définition même des concepts.

Pour ce qui est du bien commun moral et politique, il se définit comme bien de la personne en tant qu'elle est en interaction¹, autrement dit, le bien commun est le bien d'une partie d'un ensemble social en tant qu'il est en relation avec les autres parties de l'ensemble social.

Pour ce qui est du bien commun juridique et économique, il se définit par deux critères : non excluabilité, et rivalité, qui sont des modalités de la relation de consommation. En effet, le critère de l'excluabilité signifie bien que l'on peut empêcher l'autre de consommer *avec* moi, autrement dit, en relation avec moi. Le critère de rivalité définit aussi un certain mode de relation dans la consommation du bien avec l'autre, ou sans l'autre.

Par conséquent, tant pour l'usage philosophique que pour l'usage juridico-économique, le bien commun renvoie à la catégorie de « relation ».

C'est donc naturellement qu'on peut être porté à se pencher sur ce qu'on appelle « les biens relationnels » pour approfondir tant le bien commun moral et politique que le bien commun juridique et économique.

Les biens relationnels et le bien commun

¹ Michel Boyancé, « Le bien commun moral et politique chez saint Thomas d'Aquin. Essai de définition. », in *Le bien commun*, Société Internationale de Philosophie Réaliste, Dialogues (Paris: Presses universitaires de l'IPC, 2015), 18.

Le bien commun moral et politique et le bien commun juridique et économique ont tous les deux une affinité avec le bien relationnel, et pourtant le bien relationnel ne se confond pas avec eux. Il faut donc préciser le concept de bien relationnel pour montrer avec plus de précision en quoi il se distingue nettement du bien commun moral et politique et du bien commun juridique et économique.

Le concept de bien relationnel apparaît dans les années 1980. Ce n'est pas un concept unifié. On distingue notamment deux origines. L'une dans la philosophie, l'autre en économie. Elles vont donner lieu à deux concepts distincts.

1. Le bien relationnel en philosophie.

C'est dans l'ouvrage de Martha Nussbaum *The fragility of goodness* que l'on trouve l'expression « bien relationnel² ». La philosophe américaine les définit par opposition à la vertu, au sein des excellences humaines, dans le contexte de la pensée aristotélicienne, bien sûr.

C'est à dire qu'il y a deux sortes d'excellences : celles qui peuvent exister sans autrui, la vertu, comme le courage ou la prudence ; et celle qui non seulement ne peut s'exprimer sans l'autre, mais ne peut exister sans l'autre, par exemple, l'amour ou l'amitié.

Alors que la vertu de générosité peut demeurer chez quelqu'un, même si plus personne n'est là pour en bénéficier, l'amitié ne peut pas exister si l'ami cesse d'exister. L'amitié sera donc considérée comme un bien relationnel, et non la générosité.

Comme on peut s'y attendre, c'est pour souligner la fragilité de ce type de bien, que Nussbaum met en avant la dépendance à un autre partenaire. On voit que pour Nussbaum, la relation elle-même est considérée comme un bien, à tel point qu'il faudrait presque inverser l'ordre du substantif et du qualificatif si l'on voulait refléter dans le discours la pensée de Nussbaum. On parlerait presque plus adéquatement de *good relation* (relation bonne) que de *relational good* (bien relationnel).

2. Le bien relationnel économique.

A la même époque, l'expression de bien relationnel se développe également en économie, avec une acception différente.

Les premiers théoriciens du bien relationnel économique sont sans doute Gui et Uhlaner³. La raison de la mobilisation de ce terme réside dans la faiblesse de la théorie économique

² Nussbaum, Martha. *The fragility of goodness*. Cambridge: The Cambridge University Press, 2001, p. 343 sq.

³ Uhlaner, Carole Jean. « "Relational goods" and participation: Incorporating sociability into a theory of rational action ». *Public choice* 62, n° 3 (1989): p. 253–285.

classique⁴, et en particulier le modèle anthropologique de *homo economicus*⁵. Le bien relationnel est élaboré pour combler un manque dans les théories économiques classiques⁶. En effet, celles-ci font de la production et de la consommation des actes soit solitaires, soit collectifs, mais dans ce dernier cas, elles ne rendent compte de la relation entre les membres du collectif qui produit ou consomme. Le bien relationnel économique est donc conçu dans un paradigme économique, avec une méthodologie qui lui permet de « préserver la continuité avec la science économique⁷ ». Comme le dit Bruni, « l'approche économique des biens relationnels amène pourtant à considérer ces derniers comme des réalités distinctes de la relation elle-même »⁸. En effet, la science économique « envisage le bien comme une réalité différente de l'acte de consommer⁹. » L'approche de Nussbaum qui fait de la relation elle-même un bien serait, de ce fait, moins directement compatible avec la science économique. Si le bien relationnel dans l'approche économique n'est pas la relation elle-même, il faut préciser ce qu'il est.

En croisant trois définitions du bien relationnel, nous pouvons approcher ce que les auteurs signifient par là¹⁰. Pour Gui et Sugden, ils sont « les composantes affectifs des relations interpersonnelles¹¹ ». D'après Gui, « ils sont les résultats intangibles de nature affective et communicative qui sont produit à travers les relations sociales¹² ». Pour Becchetti et al., on

⁴ « The standard models predict that people will not participate under most normal circumstances. The model developed here provides more realistic predictions about activity by making more realistic assumptions about human motives; it incorporates a set of objectives, called "relational goods," which depend upon interactions among persons. » Carole Jean Uhlaner, « "Relational goods" and participation: Incorporating sociability into a theory of rational action », *Public Choice* 62, n° 3 (1989): 253. ; « In practice, almost all existing rational choice models of action, including those sketched above, depend upon a decision maker's optimization of individually possessible goods. Costs and benefits then can be calculated independently of the situation of others. However, assuming that people are restricted to such ends is neither necessary nor helpful. People also pursue "relational goods" which cannot be acquired by an isolated individual. Instead, these goods arise as a function of a relationship with others. » Voir aussi Leonardo Becchetti, Alessandra Pelloni, et Fiammetta Rossetti, « Relational goods, sociability, and happiness », *Kyklos* 61, n° 3 (2008): 343- 44.

⁵ Gianna Lotito, Matteo Migheli, et Guido Ortona, « An Experimental Inquiry into the Nature of Relational Goods, and Their Impact on Co-Operation », *Group Decision and Negotiation* 24, n° 4 (juillet 2015): 701 ; cf. également Becchetti, Pelloni, et Rossetti, « Relational goods, sociability, and happiness », 363.

⁶ « In mainstream economics agents are mostly considered in isolation as they impersonally interact through markets, and consumption goods and leisure are assumed to be a 'sufficient statistics' of their utility. This solipsistic view of human nature has kept its predominance in the profession in spite of its many critics » Uhlaner, « "Relational goods" and participation », 343- 44.

⁷ Bruni, Luigino. 2016. « Les relations en tant que biens ». *Revue du MAUSS* 47 (1):45, p. 48.

⁸ Ibid. p. 47. Cette assertion est confirmée par Prouteau et Wolff : « Relational goods are produced through interactions, they should not be confused with interactions themselves » Lionel Prouteau et François-Charles Wolff, « Relational goods and associational participation », *Annals of Public and Cooperative Economics* 75, n° 3 (2004): 436.

⁹ Ibid.

¹⁰ Outre les définitions que nous allons présenter, on peut citer des variantes comme « In turn, relational goods are 'immaterial goods', which yield utility only if they are shared with others and hence benefit simultaneously not only the customer, but also the operator. » Michele Mosca, Marco Musella, et Francesco Pastore, « Relational goods, monitoring and non-pecuniary compensations in the nonprofit sector », *Annals of public and cooperative economics* 78, n° 1 (2007): 61. ; ou bien « Relational goods are intangible outputs of a communicative and affective nature, produced through interactions » Prouteau et Wolff, « Relational goods and associational participation », 436. ; ou encore : « By relational goods we indicate the affective/expressive, non instrumental, side of interpersonal relationships » Becchetti, Pelloni, et Rossetti, « Relational goods, sociability, and happiness », 343.

¹¹ Robert Sugden, « The Correspondence of Sentiments. An Explanation of the Pleasure of Social Interaction », in Bruni p., Porta P. L., *Happiness and Economics*, Oxford University Press (Oxford, 2005), 53.

¹² Benedetto Gui, « Éléments pour une définition de l'économie communautaire », *Notes et documents de l'Institut International Jacques Maritain*, n° 19- 20 (2000): 33- 42.

peut dire qu'ils sont des « biens intangibles dont on ne peut avoir la jouissance seul, et qui sont engendrés à l'occasion d'une relation entre agents non-anonymes¹³ ».

Bruni prend l'exemple simple d'une coupe de cheveux chez le coiffeur, que l'on pourrait voir comme une relation exclusivement marchande. Cependant, la relation agréable extra-financière qui peut s'instaurer avec le coiffeur, et va nous faire passer un bon moment à tous les deux, va engendrer chez lui et moi un état affectif que je n'aurai pu ni produire, ni consommer seul. Il ne va pas sans la relation marchande, mais il est plus qu'elle. Cet état affectif est le bien relationnel¹⁴.

A entendre cet exemple¹⁵, on peut être tenté de qualifier les biens relationnels d'externalités positives. Cependant, l'externalité est non-intentionnelle, tandis que le bien relationnel est voulu¹⁶.

On peut aussi mobiliser les catégories qui servent à délimiter le concept du bien commun juridico-économique pour approcher la nature des biens relationnels. On peut parler d'un bien public local¹⁷. « Bien public », puisqu'il n'y a pas de rivalité dans la consommation ; et « local », puisqu'il faut être sur le lieu de la production pour le consommer.

Cependant, la catégorie de bien public n'épuise pas le contenu du bien relationnel, puisque celui-ci n'est pas seulement non-rival, mais même anti-rival¹⁸. C'est à dire que la communauté de consommation, au delà de ne pas être un empêchement, est une condition *sine qua non* de la possibilité de consommer.

On le voit, le bien relationnel dans sa version économique est une notion qui cherche à distendre les catégories de la science économique, afin de lui permettre de rendre compte de phénomènes qui échappaient jusque là au regard de la science économique. Le fait que ce concept soit mobilisé pour travailler la question du dilemme du prisonnier¹⁹ est révélateur, de ce point de vue. En effet, le dilemme du prisonnier est l'un des points d'achoppement du

¹³ Leonardo Becchetti, Giacomo Degli Antoni, et Marco Faillo, « Let's Meet up! The Role of Relational Goods in Promoting Cooperation », *The Journal of Socio-Economics* 39, n° 6 (décembre 2010): 662.

¹⁴ D'autres exemples de biens relationnels montrent l'aspect flottant et extensif de la notion : « Social approval, friendship, sharing life with another person, creating or reinforcing group identity. » Pierluigi Sacco et Paolo Vanin, « Network interaction with material and relational goods : an exploratory simulation », *Annals of Public and Cooperative Economics* 71, n° 2 (2000): 231. Mais aussi : « Relational goods include companionship, emotional support, social approval, solidarity, a sense of belonging and of experiencing one's history, the desire to be loved or recognized by others etc. These goods are, on a smaller scale, produced by family relationships or friendships and, on a larger scale, in many kinds of social events (club or association meetings, live sport events, etc.). A general laughter during a comic movie, supporters' enthusiasm » Becchetti, Pelloni, et Rossetti, « Relational goods, sociability, and happiness », 345. Ou encore : « By relational goods, we mean trust, friendship, love in a general sense and so on. » Mosca, Musella, et Pastore, « Relational goods, monitoring and non-pecuniary compensations in the nonprofit sector », 58.

¹⁵ Evidemment limitatif, puisque le motif de fidélisation du client est indiscernable d'avec l'intention gratuite de passer un bon moment.

¹⁶ Luigino Bruni, « Les relations en tant que biens », *Revue du MAUSS* 47, n° 1 (2016): 49.

¹⁷ Uhlener, « "Relational goods" and participation », 254; Sacco et Vanin, « Network interaction with material and relational goods : an exploratory simulation », 230; Becchetti, Pelloni, et Rossetti, « Relational goods, sociability, and happiness », 346; Luigino Bruni et Luca Stanca, « Watching Alone: Relational Goods, Television and Happiness », *Journal of Economic Behavior & Organization* 65, n° 3- 4 (mars 2008): 509.

¹⁸ Becchetti, Pelloni, et Rossetti, « Relational goods, sociability, and happiness », 346; Bruni, « Les relations en tant que biens », 52.

¹⁹ Uhlener, « "Relational goods" and participation », 255; Sacco et Vanin, « Network interaction with material and relational goods : an exploratory simulation », 233.

modèle anthropologique de la théorie économique classique²⁰, en ce que les expériences mettent à mal le modèle de *homo oeconomicus*.

Mais pour pouvoir accomplir cette mission d'extension du modèle, l'approche par le bien relationnel reste dans le paradigme économique classique, en ce qu'elle endosse les terminologies et les méthodologies qui conduisent à ce modèle. De ce fait, on voit une continuité entre les biens relationnels et la notion de bien commun juridique et économique, sur 2 plans. Tout d'abord, la conception du bien est la même dans les deux cas : le fruit d'une production et l'objet d'une consommation. De plus, tous deux ont à voir avec la relation. Ensuite, le bien commun est un bien consommé en relation, au sens restrictif de relation comme rivalité, et le bien relationnel est produit également en relation en plus d'être consommé en relation au sens d'anti-rivalité.

Le point commun majeur entre les deux concepts, est donc leur inscription dans les modes de pensée de la science économique. C'est sur ce point que le bien relationnel diffère du bien commun moral et politique.

Le bien relationnel comparé au bien commun moral et politique.

Trois précisions sur le bien commun moral et politique dans la tradition aristotélico-thomiste sont nécessaires pour avoir une comparaison féconde avec le bien relationnel. Tout d'abord, le bien commun moral et politique n'est pas le bien du tout au sens où ce dernier serait concurrentiel au bien de la personne²¹, ne laissant d'autre alternative qu'une guerre entre le tout et la partie, l'un perdant tout ce que l'autre gagne. Ensuite, le bien commun moral et politique n'est pas le bien commun juridique et économique, parce que le terme « bien » désigne non pas un bien de consommation, mais une perfection à atteindre, une finalité. Il est une catégorie de philosophie morale. Enfin, il est le bien de l'individu²² en tant que l'individu est en relation, c'est à dire en tant qu'il est inséré dans un ensemble social plus vaste que lui, qui le précède, qui crée les conditions de son existence, et qui peut attendre une contribution en retour. Par exemple, dans un dîner, le bien commun est le bien de chaque convive en tant qu'il est en relation avec les autres convives.

A partir de ces précisions sur le bien commun moral et politique, on peut présenter la comparaison entre bien relationnel et bien commun moral et politique.

Le bien relationnel émerge de la relation, comme nous l'avons dit. Au contraire, le bien commun moral et politique fait émerger la relation, car le bien a ici le sens non pas de bien de consommation mais de finalité. Le bien commun moral et politique est la finalité commune dans l'atteinte conjointe de laquelle nous entrons en relation²³. De ce fait, le bien relationnel se présente comme une conséquence (ou une quasi-externalité), tandis que le bien commun moral et politique est une cause, et plus précisément une cause finale. Quant à leur nature, le bien relationnel est d'essence affective, tandis que le bien commun moral et politique est de nature rationnelle. En effet, le bien commun moral et politique suppose de concevoir l'ordre plus large dans lequel je suis inscrit, au delà de ce qu'il me procure affectivement. Or, percevoir l'ordre est le propre de la raison. Enfin, du point de vue du statut épistémologique, le bien relationnel se veut descriptif, pour autant qu'il sert à rendre compte de phénomènes,

²⁰ « Contrairement à la prédiction théorique, les individus coopèrent » Nicolas Eber, *Le dilemme du prisonnier*, Repères (Paris: La Découverte, 2006), 38.

²¹ Il s'agit d'une relecture contemporaine à partir de grille de lecture individualiste qu'est le holisme.

²² Quoiqu'il serait plus propre de parler de personne.

²³ En ce sens, une phrase de Saint-Exupéry résume bien la distinction entre le bien de consommation et le bien commun moral et politique : « Force les de bâtir ensemble une tour, tu les changeras en frères. Mais si tu veux qu'ils se haïssent, jette leur du grain » (Saint Exupéry, *Citadelle*, Paris, Gallimard, 1948, p. 58).

tandis que le bien commun moral et politique assume le statut normatif, en tant qu'il sert à guider l'action morale et politique.

Le point commun majeur à relever, toutefois, est que, dans les deux cas, la présence de l'autre n'est pas vécue « au mieux comme non-concurrente ». La présence d'autrui est une condition pour que le bien soit atteint (au sens de consommé pour le bien relationnel, ou de finalité atteinte, pour le bien commun).

Les sources philosophiques des trois notions

Si l'on devait mettre au jour les présupposés philosophiques des trois notions (bien relationnel, bien commun juridique et économique et bien commun moral et politique), il faudrait de façon schématique, les chercher dans trois ouvrages. Le bien commun moral et politique trouve son fondement dans la Politique d'Aristote, en particulier le premier livre. L'homme y est défini comme animal politique, ce qui implique que la relationnalité n'est pas optionnelle, mais structurelle, ce qui veut dire qu'il ne peut pas trouver son bien ailleurs que dans la relation avec autrui. Le bien commun juridique et économique, quant à lui, trouve sa source dans l'ouvrage fondateur de Smith, *La nature et la cause de la richesse des nations*, dans la mesure où cet ouvrage pose les fondements théoriques de l'anthropologie du courant économique libéral. En effet, même si le bien commun rend compte de défaillances du marché, c'est bien toujours la logique du marché, certes étendue, qui préside à sa structuration. Pour ce qui est du bien relationnel, il trouve sa source conceptuelle dans les premières lignes d'un autre ouvrage de Smith, la *Théorie des sentiments moraux*, dans laquelle il développe l'idée du *fellow feeling*. Ce sentiment serait la source conceptuelle du bien relationnel²⁴. On sait la différence, voire la complémentarité entre les deux ouvrages de Smith, et comment la récupération de la *Richesse des nations* dans le giron de l'utilitarisme n'a pu se faire sans l'oubli de la *Théorie des sentiments moraux*, porteuse d'une anthropologie plus altruiste²⁵. A cet égard, la réhabilitation de l'ouvrage de morale de Smith répond à une logique similaire à l'apparition des biens relationnels. Devant les défaillances du modèle classique, le concept de bien relationnel est mobilisé pour son pouvoir explicatif plus adapté à la réalité, de même que les limites de l'anthropologie du boulanger de la citation de Smith²⁶ issue de la *Richesse des Nations* invitent à replacer cette citation dans le contexte plus large de l'ensemble de l'œuvre de Smith.

Ces trois ouvrages ne résument bien sûr pas les approches, mais en sont comme les actes fondateurs.

Conclusion

Pour conclure, on peut lister, en guise de synthèse, les quatre types de rapport entre le bien et la relation qui délimitent les concepts qui font l'objet de notre présentation.

Le bien commun moral et politique est le bien de la personne en tant qu'elle est en relation, le bien commun juridique et économique est le bien consommé, ou du moins consommable en relation (de rivalité), le bien relationnel au sens économique est le bien produit par la relation, le bien relationnel philosophique est le bien qu'est la relation elle-même.

²⁴ Bruni, « Les relations en tant que biens », 49; Becchetti, Pelloni, et Rossetti, « Relational goods, sociability, and happiness », 348- 49.

²⁵ François Dutrait, « La Morale : sympathie, utilité, finalité dans la morale de Adam Smith », *Philopsis, revue en ligne*, 2008, 2.

²⁶ « *It is not from the benevolence of the butcher, the brewer, or the baker, that we expect our dinner, but from their regard to their own interest* » (A. Smith, *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*, Oxford, Clarendon Press, 1979, vol. 1, book I, chap. 2, pp. 26-27)

Ainsi, les biens relationnels, en invitant à se saisir du concept de relation, permettent de mettre en lumière la place de la relation dans le bien commun et la distinction entre deux acceptions du bien commun.

Bibliographie

- Becchetti, Leonardo, Giacomo Degli Antoni, et Marco Faillo. « Let's Meet up! The Role of Relational Goods in Promoting Cooperation ». *The Journal of Socio-Economics* 39, n° 6 (décembre 2010): 661- 69.
- Becchetti, Leonardo, Alessandra Pelloni, et Fiammetta Rossetti. « Relational goods, sociability, and happiness ». *Kyklos* 61, n° 3 (2008): 343–363.
- Boyancé, Michel. « Le bien commun moral et politique chez saint Thomas d'Aquin. Essai de définition. » In *Le bien commun*, Société Internationale de Philosophie Réaliste., 11- 28. Dialogues. Paris: Presses universitaires de l'IPC, 2015.
- Bruni, Luigino. « Les relations en tant que biens ». *Revue du MAUSS* 47, n° 1 (2016): 45.
- Bruni, Luigino, et Luca Stanca. « Watching Alone: Relational Goods, Television and Happiness ». *Journal of Economic Behavior & Organization* 65, n° 3- 4 (mars 2008): 506- 28.
- Dutrait, François. « La Morale : sympathie, utilité, finalité dans la morale de Adam Smith ». *Philopsis, revue en ligne*, 2008.
- Eber, Nicolas. *Le dilemme du prisonnier*. Repères. Paris: La Découverte, 2006.
- Gui, Benedetto. « Éléments pour une définition de l'économie communautaire ». *Notes et documents de l'Institut International Jacques Maritain*, n° 19- 20 (2000): 33- 42.
- Lotito, Gianna, Matteo Migheli, et Guido Ortona. « An Experimental Inquiry into the Nature of Relational Goods, and Their Impact on Co-Operation ». *Group Decision and Negotiation* 24, n° 4 (juillet 2015): 699- 722.
- Mosca, Michele, Marco Musella, et Francesco Pastore. « Relational goods, monitoring and non-pecuniary compensations in the nonprofit sector ». *Annals of public and cooperative economics* 78, n° 1 (2007): 57–86.
- Prouteau, Lionel, et François-Charles Wolff. « Relational goods and associational participation ». *Annals of Public and Cooperative Economics* 75, n° 3 (2004): 431–463.
- Sacco, Pierluigi, et Paolo Vanin. « Network interaction with material and relational goods : an exploratory simulation ». *Annals of Public and Cooperative Economics* 71, n° 2 (2000): 229- 59.
- Sugden, Robert. « The Correspondence of Sentiments. An Explanation of the Pleasure of Social Interaction ». In *Bruni p., Porta P. L., Happiness and Economics*, Oxford University Press. Oxford, 2005.
- Uhlener, Carole Jean. « “Relational goods” and participation: Incorporating sociability into a theory of rational action ». *Public choice* 62, n° 3 (1989): 253–285.