

Le marché social à vocation économique^{*1}

Khalid Louizi^{2,3}

“Celui qui calcule reste seul”

(Proverbe marocain)

Résumé

L'auteur analyse le processus de mise en place d'un capital social ayant pour objectif de favoriser l'insertion des personnes en situation d'isolement. L'individu isolé ne profite pas des autres pour améliorer sa situation. Par conséquent, ne disposant d'aucun capital social, la personne isolée ne peut donc augmenter sa chance d'employabilité. Dans cette perspective, nous nous référons aux travaux de recherche sur le concept de capital social et plus particulièrement à ceux portant sur le rôle des réseaux sociaux. L'hypothèse retenue est de démontrer que la lutte contre le chômage et les exclusions est en grande partie tributaire de l'insertion dans un réseau. Ce dernier produit "la relation" qui est un input nécessaire à la formation du capital social. Ce dernier est le résultat d'un échange d'où notre postulat du marché social à vocation économique.

Mots clés: *Capital social, Interactions sociales, Insertion, Exclusion, Organisations à but non lucratifs, Ressources sociales, Proximité, Territoires.*

Classification JEL: *L31*

* Reçu le 13 septembre 2006; Accepté le 23 avril 2007

¹ Cet article a bénéficié des remarques de Lemennicier, B. Professeur à l'Université PANTHEON-AS-SAS (Paris 2) lors de sa présentation à un séminaire de recherche qui s'est tenu le 10 décembre 2005, à Paris.

² *Docteur ès sciences économiques, Professeur assistant en sciences économiques, Université Hassan 1er de Settat (Maroc), Faculté des Sciences juridiques, économiques et sociales. Intérêts Scientifiques: Economie publique, Economie sociale et recherches microéconomiques sur les organisations à but non lucratif qui opèrent dans le cadre de l'insertion des chômeurs et des personnes à faible qualifications notamment les institutions de la microfinance. Téléphone: 0021268635239, Télécopie: 0021223721274, E-mail: khalid.louizi@wanadoo.fr*

³ Enseignant à l'Université de Settat (Maroc) et Enseignant invité à l'Université de Paris 2.

1. Introduction

L'échange interindividuel produit des ressources sociales nécessaires à la formation du capital social. L'efficacité de cette production s'inscrit dans un cadre organisationnel qui est celui des organismes non profitables opérant dans le domaine de l'insertion par l'économique. Ces organisations créent une dynamique favorable au développement du capital social.

C'est dans cette perspective que nous étudierons d'abord le processus par lequel un individu produit la relation dans le but de maximiser sa chance d'insertion et donc d'améliorer sa situation. Dans un deuxième temps, nous évoquerons la question des interactions sociales dans la littérature économique. Enfin, dans une phase ultime, nous traiterons la relation entre investissement et capital relationnel sur la base du rôle que peuvent jouer les organismes non profitables (les associations d'insertion) dans cette dynamique relationnelle.

2. Capital social et insertion

2.1. La relation et le réseau

La notion de relation désigne un type d'échange particulier entre deux individus, acteurs d'une situation, comme le relève Fernant, A. (1997)⁴. Une relation peut comporter plusieurs types d'échanges. En sociologie, ces échanges prennent la forme de liens sociaux. L'ensemble de ces liens forme un système de relations appelé *réseau*. À l'intérieur de celui-ci, les actions individuelles sont interdépendantes. Ce principe d'interdépendance confère au réseau le statut de système qui permet l'échange.

La relation se définit comme une production d'interactions entre les individus. Il existe deux types de relations: la relation positive et la relation négative. La première vise à améliorer la situation de l'individu. Elle a des effets bénéfiques en termes de gain. La seconde consiste en une perte financière ou en une détérioration de la situation de l'individu. Celui-ci est supposé investir en temps et en argent en vue de rentabiliser son investissement dans la relation. L'analyse en termes de revenu social de Becker, G.S. (1974) focalise sur la relation économiquement positive qui s'apprécie par une augmentation du revenu. L'engagement dans les interactions sociales ne semble pas relever de valeurs éthiques intériorisées ou d'un quelconque devoir moral.

Le réseau est constitué par un groupe d'individus ayant un rôle à jouer dans l'amélioration du bien-être des individus. C'est un ensemble d'*individus-ressources*⁵. Chacun occupe une position sociale différente à l'intérieur et à l'extérieur du

⁴ Fernant, A. (1997), "Les structures des systèmes de relations", *Année sociologique*, volume 47, N°1, pp.37-54.

⁵ Un individu ressources est une personne qui, par ses relations et sa position sociale, est susceptible d'améliorer les situations des moins bien lotis.

groupe. La stratégie de l'individu en quête d'emploi consiste à développer un lien avec la personne qui est en meilleure position dans le réseau, à condition que l'accès ne demande pas un grand investissement en temps. L'association a donc pour rôle de minimiser les coûts de l'entrée dans la relation. Elle supporte une partie importante des coûts de production de la relation sous forme de suivi, de mise en place des structures d'accueil, d'accompagnement, de fourniture et matériel bureautique etc.. En utilisant ces moyens, l'individu en quête d'insertion réalise des économies qui sont en partie financées par des subventions et des revenus de l'activité d'insertion. Le réseau de relations est une intermédiation.

En s'insérant dans le réseau relationnel, l'individu dépourvu de relation maximise sa chance de trouver un emploi, l'association se chargeant de mettre en relation les exclus avec les membres du réseau. Car la lutte contre l'exclusion se traduit aussi par une lutte contre l'enfermement et l'isolement. L'organisme non profitable trouve sa mission conforme à ses principes supérieurs au sens des économistes des conventions, qui s'articulent autour de la solidarité et de la citoyenneté. Cette mission reste conforme aux "*valeurs prémisses*" de l'association.

Par sa spécificité d'organisme de médiation, l'association appartient à l'économie relationnelle. La relation n'est pas un moyen, mais une fin. C'est la mission de l'entreprise sociale soumise à une non-redistribution des profits. Elle doit générer une relation entre les individus de niveaux de vie différents qui permet une redistribution des ressources sociales. Du même coup, le contexte de proximité territoriale permet la minimisation des coûts de la construction d'une structure relationnelle (Rallet, A. et Torre, A., (2004))⁶.

L'efficacité de l'action de mise en réseau est fonction de la relation qui existe entre l'organisme et les caractéristiques physiques et symboliques du milieu local. L'ancrage de l'institution dans le territoire produit un sens à l'action et une cohérence dans les choix. En effet, l'appartenance à un groupe aide à l'émergence et à la constitution d'un ensemble de relations sous forme d'une structure active solidaire et entrepreneuriale. La plupart du temps, ces structures forment un réseau informel dans la mesure où il n'y a pas de base juridique qui délimite leurs responsabilités.⁷

Le processus de production de la relation est un système collectif qui se base sur des croyances communes et des objectifs communs. Ces inputs serviront à assurer une relation positive pour accélérer la dynamique du développement local et, de fait, la lutte contre toutes les formes d'exclusion.

⁶ Rallet, A. et Torre, A., «Proximité et localisation», *Economie rurale* n°280, avril.

⁷ Exemple: l'action de l'État en faveur du développement des communautés de communes. Ces structures n'ont pas une existence juridique qui délimite les responsabilités. En même temps, elles influencent la vie politique et économique du territoire. Elles sont dotées d'un budget important. D'un point de vue légal, ces structures ont une existence informelle.

La science économique classique exclut de son champ tout objet ou sujet considéré comme non économique même si l'échange est par nature une relation. L'individu tel qu'il est décrit par l'analyse néoclassique ne possède ni sentiments, ni support éthique. Il est supposé être un isolé du reste de la société, donc coupé de la relation avec les autres membres. C'est une forme d'isolement social qui permet à la théorie du site de prétendre que l'homme néoclassique ne survivrait pas dans les contrées comme celles d'Afrique où les économies relationnelles sont prédominantes.

Pour remédier à ce déficit de relations, certains économistes ont poussé l'analyse économique en intégrant dans leurs modèles la recherche d'une autre satisfaction que celle basée sur l'accumulation des biens matériels. C'est dans cette logique que se situent les économistes de l'École de Chicago représentée par Becker et ceux de l'École de Virginie avec Buchanan et Tullock.

La première école souligne l'importance du "*capital humain*" et des "*interactions sociales*". Elle intègre les dimensions des autres sciences telles la sociologie, la criminologie, l'anthropologie. Ainsi a-t-elle pu mener des recherches sur le crime, le mariage, la famille etc.

La seconde école, l'école des choix publics, s'intéresse à l'analyse économique de la politique et de l'État. L'approche de ces institutions se fait sous l'angle de relations d'échanges qui maximisent les gains des individus, qu'il s'agisse du marché politique, de la démocratie, de la bureaucratie, etc. À la lumière de ces théories, il semble possible d'affirmer qu'il existe un marché de l'exclusion où le but recherché des actions individuelles n'est pas uniquement monétaire, mais aussi social au sens large. "*La socialité*" devient indispensable aux activités productives. Selon H. ZAOUAL, "*les investissements relationnels induisent des coûts d'opportunité, mais rapportent. Dans le contexte des économies relationnelles, leur importance stratégique supplante ce que pourrait rapporter l'application du modèle d'un comportement économique cloisonné ou d'innovation technique sans socialité*"⁸. Selon cet auteur, tout individu a besoin d'un site. Et, le site est une cosmovision, un système de croyances partagées par les acteurs. Les connaissances ainsi que les comportements qui existent sur le territoire en dépendent fortement. De fait, le site produit des conventions nécessaires à son auto-régulation en tant qu'organisme social d'appartenance. Il joue le rôle d'un espace cognitif de coordination interindividuel et produit du sens, de la coordination et de la cohésion. En sorte que, d'après cette théorie, le site combat les incertitudes, les aléas du marché en mobilisant ses valeurs et ses institutions⁹.

⁸ Zaoual, H. (1996). «*Du rôle des croyances dans le développement économique*». Thèse de Doctorat ès. Sciences économiques, Université de Lille I. Publiée sous le même titre aux Editions L'Harmattan, 2002.

⁹ Pour un exposé assez complet de cette théorie, cf. l'un de ses derniers ouvrages: *La Socioéconomie de la proximité. Du global au local*, L'Harmattan, 2005.

L'activité humaine sur le marché de l'exclusion reste prisonnière d'un calcul de "coût d'opportunité" qui représente le niveau des satisfactions alternatives auquel on a renoncé en consacrant les facteurs rares à une ou plusieurs activités au détriment des autres. Dans cette optique, l'organisme qualifié de non profitable s'occupe des exclus en effectuant un calcul économique de "coût d'opportunité". Il met en avant des projets d'insertion en vue d'accroître le niveau des subventions qui constituent un revenu important compensant ainsi le manque de transferts volontaires. On peut s'attendre à ce qu'il joue un rôle dans la mise en œuvre des orientations politiques en matière de lutte contre les exclusions. Cette stratégie joue en faveur de l'organisme non profitable qui se voit attribuer un pouvoir de négociation avec les hommes politiques. Il y a donc un gain à s'occuper des pauvres et des exclus. Le marché de l'exclusion repose sur un calcul économique de satisfaction des besoins matériels et immatériels.

2.2. La complexité de l'action économique à vocation sociale

Les actions de l'individu s'inscrivent dans une réalité économique complexe. L'économiste a sa propre vision du monde, donc de l'homme. Celui-ci maximise son utilité strictement individuelle. Les autres ne comptent pas. Par conséquent, toute organisation, même sans but lucratif, est imprégnée par des comportements égoïstes. L'aide aux exclus représente un moyen de maximisation du revenu social. La rationalité instrumentale veut que l'association utilise les exclus comme argument pour maximiser ses gains objectifs et subjectifs.

L'organisme non profitable prend des décisions rationnelles en comparant les coûts et les avantages liés à l'aide aux exclus. L'idée fondamentale est que ces organismes "consomment" les exclus en vue de tirer des satisfactions. C'est une demande de consommation particulière dans la mesure où elle fait apparaître des coûts d'opportunités. Cela n'exclut pas qu'il peut y avoir au moins une "relation pour la relation". L'entreprise sociale reste étroitement soumise à une rationalité dans la production d'un bien collectif tout en améliorant son image de marque en vue de produire un bien privé.

En s'engageant dans l'offre d'insertion, les organisations non profitables entrent dans un contexte d'échange qui obéit à la loi du marché. Les considérations autres qu'économiques font partie d'un *marketing social* qui a pour but de différencier l'offre. Dès lors qu'elles se donnent pour mission de s'occuper de l'insertion des exclus, elles se fixent des objectifs spécifiques. Par conséquent, elles sont conduites à mettre en place une organisation originale qui permet de répondre à de tels besoins qui ne sont couverts ni par le marché, ni par l'État. Dans ce contexte, la différenciation constitue l'axe essentiel de leurs stratégies. En effet, " *parce qu'elles doivent se positionner de façon compétitive par rapport aux entreprises classiques et aux organisations publiques et parapubliques, la différenciation de l'offre est le seul*

moyen de captation des ressources et des clientèles”. (Collette, E. & E. Hamdouch A., (1993))¹⁰.

La stratégie de différenciation repose sur la capacité de l’organisation à mobiliser des compétences et des savoir-faire pour répondre à la demande. La qualité et l’originalité des biens et services sont déterminantes. La différenciation qui accompagne la diversification des activités des organismes non profitables pose un problème d’identité et d’éthique. En effet, en développant des activités de nature commerciale, ils se transforment en entreprises classiques qui cherchent à maximiser leur profit. De plus, leur inscription dans des réseaux de partenariat remet en cause leurs principes fondateurs que sont les actions “*rebelles*” contre le pouvoir politique et les institutions traditionnelles. La tendance à ressembler aux entreprises classiques favorise l’utilisation des outils de l’économie standard. Cette professionnalisation des organisations du tiers secteur n’est pas sans risque majeur du point de vue éthique. “*Les rapports qu’a l’association avec les instances étatiques modifient le sens de leur institution. Cette logique de collaboration comporte des dangers d’une absorption progressive qui ne saurait d’être évitée par l’octroi de garanties d’autonomie aux associations*”. (Chevalier, J. (1987)).¹¹

Pour dépasser ces considérations réductrices, nous préférons décrypter l’entreprise sociale sous l’angle relationnel, c’est-à-dire mettre en exergue les interactions qui déterminent l’existence de cette structure. Le caractère *associationniste* de l’entreprise sociale qui se situe entre le marché et l’État constitue un élément clé dans la compréhension de son rôle de médiation.

La théorie de l’État avance le postulat d’une stricte démarcation du public et du privé. L’espace social apparaît comme divisé en deux, d’un côté, l’espace privé, de l’autre, l’espace public. Dans le premier, l’individu défend ses intérêts particuliers, et on fait état de la société civile. Dans le second, il s’agit de société politique symbolisée par l’État supposé défendre l’intérêt général. Les deux logiques d’action sont différentes. Cette construction de l’espace social n’est que dichotomique. Par suite, cette séparation va générer deux façons d’appréhender l’entreprise sociale en particulier, et le phénomène des organismes non profitables en général.

Aujourd’hui, les associations dans leur lutte contre les exclusions se sont transformées en entreprises sociales se situant à l’intersection de ces deux approches. Elles constituent un corps intermédiaire ayant pour objectif une production du “*social vivant*” et non pas des choses mortes¹². Cette logique d’organisation économique et sociale vise à rapprocher l’économique, le biologique et le social. Elle assure une

¹⁰ Collette, E., Hamdouche, A. (1993). «Stratégies des N.P.O » IN. *Contribution au colloque* Stratégie organisé par le METIS. Université de Paris 1- Panthéon-Sorbonne. Paris, 16 et 17 Novembre , p.10.

¹¹ Chevalier, J. (1987), *Projet* n° 203, Janvier-février, p. 46.

¹² Cf. Passet, R. (1979) *L’économique et le vivant*, Payot, Collection Traces.

régulation entre l'économique et le social dans un contexte de relation qui prend la forme d'une coproduction sociale.

Ces organismes non profitables négocient avec les entreprises classiques pour qu'elles intègrent dans leur schéma de développement les contraintes de l'environnement social. C'est pourquoi nous soutenons le postulat selon lequel l'entreprise sociale peut jouer un rôle de médiation entre les intérêts des entreprises classiques et les intérêts de la société. Elle incite à la prise en compte des externalités négatives de l'activité marchande. Des interférences sont donc possibles sous une forme de coproduction sociale de la relation d'intérêt général.

2.3. La relation entrepreneuriale.

L'entreprise sociale produit la relation qui permet à l'individu en situation d'exclusion d'améliorer sa situation en s'insérant dans le tissu social. La relation en tant que besoin est une condition de sortie de l'exclusion. C'est une forme d'adaptation au milieu où se côtoient les hommes, les biens et les services. Le milieu impose aux personnes de rentrer dans des relations qui permettent la réalisation des interactions.

Il existe une corrélation entre le nombre de relations d'un individu et la probabilité de son insertion. Plus il possède des relations, plus l'individu a des chances de sortir de l'exclusion. Cette probabilité augmente avec sa position sociale dans le groupe. L'entreprise sociale est aussi une structure économique qui permet la mise en place de réseaux pour mettre à disposition des ressources sociales. La production de la relation passe par la création de liens entre les individus ayant des positions différentes dans le réseau. Ces liens forment des biens clubs.

Le réseau est donc productif. Il se réfère à "*certain aspects des structures sociales qui facilitent certaines actions (...). Le capital social est productif, rendant possible l'accomplissement de certains buts, accomplissement qui serait impossible en son absence*" comme le souligne Colman, J. S., (1988)¹³. Le réseau est une production de la relation. Le résultat de l'action forme un capital social. Autrement dit, l'efficacité de la relation conditionne la valeur de la relation. L'individu en situation d'exclusion dispose d'un stock quasi nul de relations positives¹⁴. Il s'insère dans une entreprise sociale en vue de les augmenter afin de bénéficier des externalités positives du réseau dont dispose l'organisation. Chaque nouveau lien dans le réseau représente un accès supplémentaire aux ressources sociales.

¹³ Colman, J. S. (1988) "Social capital in the creation of human capital", *American Journal of Sociology* (94), pp. 95-121.

¹⁴ Les relations positives sont celles qui visent l'amélioration sociale et matérielle de l'individu en situation d'exclusion.

Des études empiriques - Campell, Marden et Hurlbert, Lin et Dumin, ont montré que les occupants de positions élevées ont un accès plus facile que d'autres à des ressources se situant dans des niveaux divers et hétérogènes.

Figure 1: L'accès aux ressources sociales

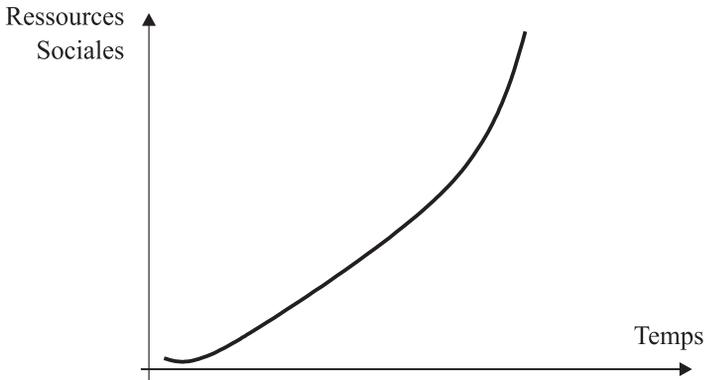
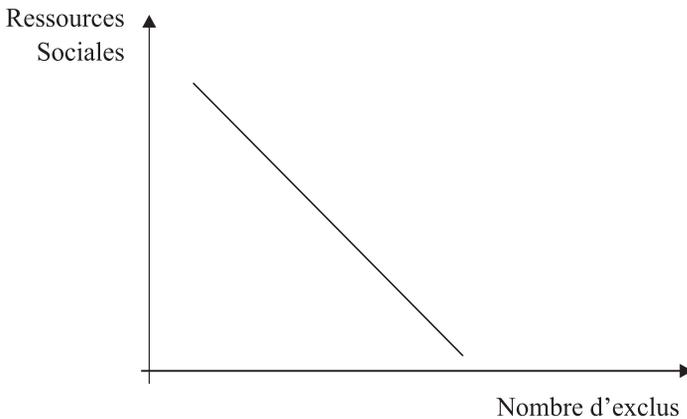


Figure 2: Ressources sociales et exclusion



À mesure que la taille du groupe de demandeurs d'insertion augmente, la portion des ressources retenues comme ayant de la valeur pour tous diminue, alors que la portion relative de ressources n'ayant de valeur que pour un sous-ensemble d'individus spécifiques augmente. La survie du système ne peut être assurée que par la mise en œuvre de règles et des conventions dans les relations. Autrement dit, le système relationnel doit être institutionnalisé pour éviter des situations sous-optimales.

La théorie des ressources sociales – Lin, N. (1982) - se concentre sur les ressources que contient un réseau social. Ces ressources sont définies comme “*des biens dont la valeur est déterminée socialement et dont la possession permet à l’individu de survivre ou de préserver ses acquis. Les valeurs sont des jugements normatifs sur ces biens qui, pour la plupart des sociétés, correspondent à la richesse, au statut et au pouvoir*”¹⁵ (Lin, N. (1995)) Les ressources sociales constituent la production du réseau. Elles sont accessibles au travers des liens directs et indirects, par opposition aux ressources individuelles qui forment le capital humain et qui sont acquises ou héritées. Ces dernières sont la propriété de l’individu. Comme nous le verrons plus bas, le capital humain est indissociable à l’individu qui le porte.

Le réseau constitue donc la structure sociale où s’effectue l’échange des liens produits par les ressources sociales. L’accès à ce réseau dépend de la position individuelle. Plus la position sociale est haute, plus l’accès est facile, et moins il y a des concurrents et plus on a le pouvoir. La position sociale dans le réseau détermine également la quantité de ressources potentiellement cumulables. La structure du réseau est pyramidale. Le pouvoir accumulé est fonction de la position sociale de l’individu dans la structure du réseau.

L’individu en situation d’exclusion doit accéder aux positions du réseau offrant plus d’avantages en termes de ressources sociales. En effet, les individus qui se trouvent dans une position sociale élevée disposent plus de ressources relationnelles que les individus dans une position inférieure. L’action de l’individu en quête d’insertion est, de ce fait, instrumentale. Il recherche partenaires en fonction d’attributs sociaux avec davantage de ressources.

L’efficacité de la recherche d’emploi n’est pas uniquement fonction de l’employabilité relative de l’individu couvrant son capital humain et ses compétences. Elle dépend aussi des relations sociales et donc de la qualité des fréquentations. Dans un contexte de chômage massif de longue durée, la concurrence pour obtenir un emploi devient de plus en plus difficile sur un marché protégé. La diversité des moyens de trouver un emploi oblige le chercheur à utiliser, outre son capital humain, des ressources sociales afin d’améliorer sa position sur le marché du travail. Les références morales et relationnelles sont un atout pour le recrutement. Elles permettent de minimiser le risque pour l’employeur en instaurant la confiance. L’action du demandeur d’emploi obéit dans ce cas à une logique utilitariste dans la mesure où elle est instrumentale. Elle repose sur la maximisation du gain.

Le concept de réseau d’échange relationnel présente un intérêt méthodologique permettant de cerner les interactions des individus à l’intérieur des structures. L’activité des entreprises sociales est déterminée par un système de relations rendant les in-

¹⁵ Lin, N. (1995), «Les ressources sociales: une théorie du capital social?». *Revue Française de sociologie*. octobre-décembre, XXXVI, pp.685-704.

dividus dépendants les uns des autres. “*Les approches sociologiques classiques décrivant les systèmes d’échange, dans lesquelles l’idée de réseau est utilisée en tant qu’image métaphorique pour demander à des individus de dessiner leur cercle d’inter-connaissance*” (Marresca, B. (1996)¹⁶. L’analyse du réseau développée par les sociologues dans les années soixante est une approche structurale des systèmes de relations liant les individus d’un groupe social. En effet, le concept de réseau permet de rendre compte de la différenciation des positions sociales et de leurs imbrications.

L’analyse économique du réseau ou l’économie des réseaux se donne comme objet d’explorer les systèmes d’interactions sociales qui visent l’élargissement des sources de revenu. Comme pour le capital humain, l’investissement dans les relations génère des rendements en termes de bénéfice.

3. Les interactions sociales: retour sur la théorie

3.1. L’analyse standard des interactions sociales

L’analyse économique du réseau a été initiée par Becker, G.S. (1974) dans sa théorie des interactions sociales¹⁷. Elle se veut une théorie moderne du consommateur. L’individu y retire une satisfaction de sa relation avec les autres membres de sa communauté. Le revenu d’une personne comprend son revenu monétaire et le “revenu” qu’il retire de sa relation avec les autres et qui forme des redistributions volontaires. L’ensemble constitue un revenu social. Ce dernier est fonction de l’environnement social qui détermine la valeur monétaire des caractéristiques des autres individus.

L’utilité individuelle comporte, entre autres, des éléments subjectifs comme le plaisir provenant de sa relation avec les autres. Ce bénéfice est considéré comme un bien qui a un prix, car il participe à l’augmentation du bien-être. Par conséquent, la consommation n’est pas réduite uniquement à des biens matériels. Elle inclut des variables comme la réputation, la distinction, l’estime du site etc.

Pour un individu, la fonction d’utilité est de la forme:

$$U_i = U_i(Z_p, \dots, Z_n)$$

où Z_p, \dots, Z_n sont des biens de base c’est-à-dire des besoins essentiels (basic wants) avec:

¹⁶ Maresca, B. (1996) «Approche de la structure du paysage associatif dans le domaine de l’environnement” *CREDOC*, pp.1-97.

¹⁷ Becker, G.S. (1974) «Les interactions sociales”, *Journal of Political Economy*, vol.82, n°6, pp.1063-1093.

$$Z_j = f_j^i (x_j, t_j, E^i, R_j^1, \dots, R_j^r)$$

où:

- x_j sont les quantités de biens et de services issues du marché des biens et services (des quantités matérielles).
 t_j la quantité du temps de l'individu,
 E^i le niveau de l'éducation et de l'expérience
 R_j^1, \dots, R_j^r les caractéristiques des autres personnes avec lesquelles l'individu entre en relation.

L'individu dans une situation d'exclusion, à la recherche d'une insertion rejoint une entreprise d'insertion ou un autre organisme non profitable en vue d'entrer en relation avec les autres individus. Le modèle suppose alors que le prix des caractéristiques des autres est supporté par l'entreprise d'insertion. Le revenu tiré de l'activité d'insertion ou le revenu minimum d'insertion dont dispose l'individu lui sert uniquement à acheter des biens de première nécessité. La fonction de production de l'utilité est:

$$U_i = Z(x, R)$$

où x représente les biens de consommation et R les caractéristiques des autres, variable qui dépend de l'environnement social. En fournissant un effort d'insertion en s'engageant dans une relation, l'individu i peut changer les caractéristiques de son environnement social. Cette fonction additive s'écrit:

$$R = D_i + h$$

D_i symbolisant le niveau de l'environnement social quand l'individu ne fournit aucun effort et h mesurant les effets de l'effort d'insertion consenti par i . La contrainte budgétaire est:

$$p_x x + p_r h = I_i$$

dans laquelle I_i est le revenu monétaire.

La contrainte budgétaire additionne les dépenses monétaires pour l'acquisition des biens matériels ($p_x x$) et les dépenses pour l'acquisition des caractéristiques des autres mesurées en terme de prix de l'effort ($p_r h$). Nous avons supposé que ce coût est supporté par l'entreprise sociale mettant en relation les individus en situation d'exclusion avec des personnes-ressources susceptibles d'aider la personne à trouver un emploi. On peut également considérer que l'organisme qualifié de non profitable influence l'environnement de l'individu de manière à dégager un avantage qui se traduit par une élévation de son revenu.

I_i est le revenu monétaire total nécessaire à l'insertion d'un individu. Le coût de l'effort ($p_R h$) est supporté par l'organisme d'accueil. L'individu doit afficher sa volonté d'insertion pour que l'organisme engage des fonds qui lui permettront d'augmenter son revenu en investissant dans les caractéristiques des autres. Cet engagement est une fonction croissante avec le niveau d'éducation.

En substituant à h , R-D dans l'équation précédente, on a:

$$p_x x + p_R r = I_i + p_r D_i = S_i$$

S_i est le revenu social. Il se compose du revenu monétaire I_i et de la valeur de l'environnement social de l'individu. L'équilibre individuel se réalise suivant les conditions classiques TMS = Rapport des prix soit,

$$\frac{\partial U_i / \partial x}{\partial U_i / \partial R} = \frac{p_x}{p_R}$$

Dans le cas où les efforts de l'organisme qualifié d'insertion auraient des effets positifs sur la situation de l'exclu, ils se traduisent par une augmentation de son revenu social. L'objectif de l'organisation est d'améliorer l'environnement social de l'individu. Autrement dit, l'organisme contribue à transformer l'environnement de l'exclu, positivement, dans une perspective d'embauche. Il le dote d'un site d'intégration, producteur de capital social et de réseaux d'appartenance.

En réalisant un investissement social, l'organisme non profitable vise l'augmentation du revenu social de l'individu en situation d'exclusion. De ce fait, il agit comme une institution de bienfaisance. L'offre est constituée par des "*biens charitables*" qui ont les mêmes caractéristiques que les biens publics. Le montant de l'investissement prend une forme de don. La fonction d'utilité a la forme:

$$U_i = U_i [x_p, x_j]$$

avec
$$x_j = \frac{I_j + h}{p_j}$$

où h est le don charitable et x_j est une mesure du bien-être des bénéficiaires. La maximisation du gain de l'entreprise (le profit social) dépend de l'effort supplémentaire:

$$\partial U_i / \partial I_i = \partial U_i / \partial h > 0$$

L'unité supplémentaire qui accroît le bien-être des bénéficiaires a un effet identique sur l'organisme non profitable. En retour, l'augmentation du revenu des bénéficiaires en insertion augmente le revenu social de l'entreprise. Dans ce cas, la fonction d'utilité de l'entreprise sociale est:

$$U_i = U_i(x_i, \frac{I_j}{p_j}, \frac{h}{p_j})$$

$$\text{avec } \frac{\partial U_i}{\partial h} > 0$$

La variation de l'utilité par rapport à la variation des effets de l'effort d'insertion consenti par l'entreprise reste strictement positive.

La relation entre l'entreprise sociale et les bénéficiaires de l'investissement social permet d'imaginer une situation à deux agents où l'un adopte un comportement altruiste et l'autre un comportement égoïste (Becker, G.S. (1977)). L'utilité de l'égoïste (i) et celle de l'altruiste (h) sont interdépendantes. Ainsi la fonction de l'utilité de l'altruiste est:

$$U^h = U^a(X_h, X_i)$$

X_h et X_i sont respectivement les consommations de h et i.

La contrainte budgétaire de l'altruiste qui s'écrit:

$$pX_h + h_i = I_h$$

montre que l'organisme non profitable dispose d'un revenu social (I_h) réparti entre la consommation personnelle (pX_h) et le transfert vers le bénéficiaire de l'insertion (h_i). Le revenu social est donc partagé entre l'entreprise sociale et l'individu en situation d'insertion. L'entreprise d'insertion ne fait que transférer une partie du revenu social à l'exclu appartenant à sa structure.

La contrainte budgétaire de l'exclu en situation d'insertion est:

$$pX_i = I_i + h_i$$

En remplaçant h_i par sa valeur issue de la contrainte de revenu, on a:

$$pX_h + pX_i = I_h + I_i = S_h$$

S_h est le revenu social de l'entreprise sociale qui adopte un comportement d'altruiste. Ce revenu joue un rôle déterminant dans l'équilibre de l'équation dans la mesure où il constitue la contrainte d'optimisation.

$$\frac{\partial U^h / \partial X_h}{\partial U^h / \partial X_i} = \frac{Um_h}{Um_i} = \frac{p}{p} = 1$$

L'hypothèse de Becker, G.S. est que *“l'altruiste s'intéresse non seulement aux transferts de revenu, mais à la production de revenu. Il favorise toute action qui augmentera son 'revenu social' et réciproquement”*,¹⁸ (Mahieu, R. & Jarret, M.F. (1998)). L'individu en exclusion s'insère dans une structure d'insertion parce qu'il y a une espérance de gain. De même, l'entreprise d'insertion développe des activités d'insertion pour maximiser son espérance de gain.

Cette relation d'échange fait réfléchir sur la nature des engagements. L'individu dans une situation d'exclusion compte sur l'engagement des autres. Peut-on considérer dans ce cas que les agents s'engagent dans une action sans attendre en retour un intérêt spécifique?

La capacité d'engagement désigne le potentiel unilatéral de dévouement. Il y a engagement lorsqu' *“une personne choisit une action qui, pense-t-elle, lui apportera un degré de bien-être personnel escompté inférieur à celui que lui procurerait une autre action qu'elle pourrait aussi mener”* (Sen, A., 1987)¹⁹. L'engagement réduit le degré d'égoïsme dans la mesure où il établit un rapport entre le choix et les degrés de bien-être escompté.

3.2. Capital social et éthique: l'engagement crédible

L'individu, tout en choisissant de ne pas maximiser son bien-être personnel, peut mener une action qui aboutit à un résultat de maximisation. Dans ce cas, l'engagement crédible est difficile à constater dans le contexte d'un échange interindividuel.

Dans la littérature économique, la notion de préférences ne fait aucune distinction entre la notion de choix et la notion du bien-être. L'engagement n'est pas une préférence qui vise son amélioration, mais un choix ayant un rapport étroit avec la morale de la personne. Les préférences constituent les raisons du comportement individuel. Elles déterminent l'action d'une personne dans une situation donnée, à un moment donné. Si nous considérons que le choix est fonction des préférences qui guident les actions, nous devons nous interroger sur l'origine des préférences. C'est un débat classique entre économistes et sociologues. *“Les raisons du choix incorporent des éléments subjectifs qui sont les effets des institutions économiques et sociales sur*

¹⁸ Mahieu, R., Jarret, M.F. (1998) *L'économie publique*, pp 23, Ellips.

¹⁹ SEN, A. (1987) *Éthique et Économie*, pp 98, (op. cit.).

la personne”, Blowles, S. (1998)²⁰. Une distinction s'impose entre les préférences sociales et les préférences morales. L'individu construit son action en fonction de la situation et les exigences des préférences individuelles et morales. Il fait preuve d'une *rationalité située* intégrant l'éthique et les données du site d'appartenance.

D'ailleurs, J.C. Harsanyi, J.C. (1982)²¹ distingue les préférences “éthiques” et les préférences “subjectives”: “*les premières doivent exprimer ce que l'individu préfère (ou, plutôt, préférerait) en fonction des seules considérations sociales ou impersonnelles, et les secondes doivent exprimer ce qu'il préfère en réalité, que ce soit en fonction de ses intérêts personnels ou tout autre critère*” pp.315.²²

Les préférences “éthiques” révèlent que l'individu effectue un choix sur la base des considérations sociales ou communautaires. L'environnement social influence ce choix. Par contre, les préférences morales expriment ses propres croyances. De même chez ARROW, on trouve cette distinction dans les classements des préférences selon que l'on considère uniquement le critère de consommation de l'individu ou selon le critère moral où l'individu aspire à un état social plus juste. Dans le premier cas, Arrow parle des “préférences particulières” de l'individu et dans le second cas, il s'agit des “préférences fondamentales”. Celles-ci sont subjectives et expriment les préférences de l'individu vis-à-vis d'un système de valeurs. “*C'est le classement en fonction des valeurs qui rend compte de toutes les aspirations de l'individu y compris celles qui ont une portée sociale; c'est lui que l'on doit avant tout considérer dans la réalisation d'un optimum social. Le mécanisme de marché, au contraire, ne tient compte que du classement en fonction des préférences particulières*”, (Arrow, K.J.(1974))²³.

²⁰ Blowles, S. (1998), “Endogenous Preferences: The Cultural Consequences of Markets and other Economic Institutions”. *Journal of Economic Literature*, vol. XXXVI, March, pp.795. L'auteur montre l'impact de l'économie des institutions sur les préférences individuelles. Celles-ci sont une construction sociale. Dans la théorie économique, cette manière d'analyser les préférences a été initiée par T. VEBLEN (1934) qui a mis au point le concept “des dépenses ostentatoires”. Ce qui compte pour décrypter le bien-être, ce n'est pas l'origine du revenu mais la manière dont il est dépensé. Les interactions sociales affectent les préférences. Par conséquent le développement humain subit l'influence des allocations des ressources. A ce sujet, cf. SCHUMPETER (1950) *The civilization of capitalism*, Daniel BELL (1976), *The cultural contradictions of capitalism*, K. POLANYI (1957) *La Grande transformation*, P. LASLETT (1965) *The world we have lost*.

²¹ Harsanyi, J.C. (1982), *Morality and the Theory of Rational Behaviour*, Utilitarianism and beyond. eds.: Sen, A., and Williams. Cambridge V. Press, pp. 39-62. Cet auteur fait une distinction entre les préférences morales et les préférences personnelles.

²² Harsanyi, J.-C (1955), “Cardinal Welfare, Individual Ethics and Intercomparison of Utility”, *Journal of political Econoy*, 63, pp.309-321.

²³ Arrow, K.-J. (1974), “*Choix Collectifs et Préférences Individuelles*”. Calman-Levy.

3.3. Valeurs morales et calcul économique

Les valeurs culturelles qui déterminent les préférences individuelles constituent un ensemble de règles et d'obligations – *commitments* – (Sen, A. (1987)). Ces règles guident les comportements de l'individu dans les situations d'interactions sociales. Par conséquent, il y a interdépendance entre l'action et le bien-être. Le changement de l'une affecte l'autre. Dans une économie basée sur l'échange, l'intérêt de l'action détermine la relation.

Dans le cas de l'exclusion, la relation est un moyen qui permettrait la réalisation du bien-être. Elle représente une opportunité pour l'exclu dans la mesure où c'est un moyen d'être "socialement utile". Aussi faut-il que l'exclu décide d'entreprendre cette action. L'effort personnel, dans ce cas, est indispensable pour l'insertion dans une relation. Il faut que l'exclu exprime un désir d'insertion.

Ce problème pose la question de la distinction entre la satisfaction des besoins ou (désirs) et le bien-être. Selon Sen, A. "*le bonheur ou la satisfaction des désirs constitue un critère trop superficiel pour évaluer le bien-être d'une personne.*" (1987)²⁴. La délimitation du champ pose la problématique de la nature du jugement. Le bonheur et la satisfaction des désirs ne sont pas des indicateurs performants de la mesure du bien-être ou de l'utilité. Cette dernière n'est qu'un indicateur parmi d'autres.

L'engagement ne peut pas exister sans l'existence d'un support matériel ou moral. Dans le cas d'un individu égoïste, le support représente le gain qu'il peut retirer de cette action. Pour un individu altruiste, le support de la relation repose sur des valeurs qui se réfèrent à la morale. Dans ce scénario, l'individu est multiple et répond à la définition de l'*homo situs* (Zaoual, H. 2005)²⁵. L'homme concret vivant, selon la théorie du site, peut être à la fois égoïste et altruiste. Adam SMITH faisait remarquer dans sa "*théorie des sentiments moraux*" que "*l'homme est bon et coquin*" (H. Zaoual, H. (2002))²⁶. Par *effet de site*, la présence d'une culpabilité endogène à l'individu explique ses comportements. Certaines personnes effectuent des dons sans trouver une explication rationnelle à leur action. Cela ne peut s'expliquer que par les croyances communes du site dont les objectifs sont multiples. La théorie du site stipule que ce dernier est, avant tout, une entité collective, invisible, imprégnante et "irrationnelle" au regard des canons de l'économie usuelle. Le site est le lieu d'un ensemble d'interactions symboliques et sociales. Ainsi, l'engagement crédible révèle un rapport de l'individu avec lui-même, c'est-à-dire avec sa propre conscience et

²⁴ Sen, A. (1987), *Éthique et Économie*, pp.44.

²⁵ Cf. Zaoual, H. (2005) "*Homo oeconomicus ou Homo situs ? Un choix de civilisation*", *Finance & the Common Good / Bien commun*, Observatoire de la Finance, (63-72 pages), n°22, Juillet-août, Genève, Site: www.obsfin.ch

²⁶ Cf. Zaoual, H. (1996), *Du rôle des croyances dans le développement économique*, Thèse d'État, Université de Lille.

ses relations avec son site. L'individu dispose d'un "soi multiple" "multiple self", (Moreh, J.(1994))²⁷.

4. Capital relationnel versus capital social

4.1. Capital social et structures relationnelles

Le capital relationnel, connu sa forme élargie comme "*capital social*", désigne une structure organisationnelle qui œuvre pour la coopération et le développement économique. C'est un ensemble de ressources sociales qui facilitent l'action individuelle ou collective. Colman (1988) a introduit vers la fin de sa vie le concept de capital social pour bâtir un pont entre la sociologie et l'économie (particulièrement l'économie de l'École de Chicago). La notion de capital social se situe entre le concept de "*socialisation*" et la notion de l'échange interindividuel et "*le choix rationnel*".

"My aim... is to import the economists' principles of rational action for use in the analysis of social systems proper, including but not limits to economic systems, and to do so without discarding social organisation in the process. The concept of social capital is a toil in aid in this ²⁸".

Le capital social "is defined by its function not a single entity but variety of different entities, with two elements in common: they all consist of some aspect of structures and they facilitate certain actions of actors-whether persons or corporate actors-within the structure. Like other forms of capital, social capital is productive, making possible the achievement of certain goals that in its absence would not be possible. Like physical capital and human capital, social capital is not completely fungible but be specific to certain activities. A given form of social capital that is valuable in facilitating certain actions be useless or even harmful for others.

Unlike other forms of capital, social capital inheres in the structure of relations between actors. It is lodged either in the actors themselves or in physical implements of production (p.98).

²⁷ Moreh, J. 1994 "Game theory and Common sens morality", *Social Sciences Information*, vol.33, n°1. Cité par Geslot, P. (1997) *Une Analyse Économique des Processus d'Exclusions*, Collection dirigée par Taponier, S. L'Harmattan, p.163. L'auteur montre que si la conscience d'un individu sait peu de chose sur le comportement de l'agent moral, elle connaît les gains qu'il retire égoïstement d'un acte. Un signal crédible pour la conscience est un acte de privation ou de sacrifice. Ce modèle est caractéristique de l'hypothèse de la rationalité limitée.

²⁸ Colman, J.S. (1988) "Social capital in the creation of human capital", *American Journal of Sociology*, N° 94,95-120, p. 98.

Les relations interindividuelles produisent donc du capital social qui a les mêmes fonctions que le capital physique et le capital humain²⁹. Sa contribution à la production est non négligeable: il crée une atmosphère de confiance dans le groupe qui améliore la productivité dans l'accomplissement des actions. Selon Colman, cinq critères permettent la reconnaissance des structures génératrices du capital social:

1. Les obligations et les droits, la loyauté et l'honnêteté.
2. La qualité des canaux qui distribuent l'information et qui permettent d'avoir, par exemple, des données sur l'emploi.
3. Les normes et les sanctions qui fixent des limites aux relations et qui facilitent les mécanismes de coordination.
4. Les conventions qui constituent des clauses pour l'interaction entre les individus du groupe.
5. La multiplicité des relations.

Les associations qui œuvrent pour la lutte contre la pauvreté et l'exclusion constituent une "*énergie sociale*" qui a pour mission d'améliorer la situation des moins bien lotis. Ces structures contribuent à la cohésion sociale en créant les conditions d'émergence d'un capital social. L'importance économique de cette notion est son rôle dans la résolution spontanée des conflits liés à l'incivilité.

L'œuvre de Tocqueville, A. (1835) "*De la Démocratie en Amérique*", explique le développement démocratique par les effets positifs du mouvement associatif. Robert Putnam, R. (1995)³⁰ reprend le même schéma que Tocqueville et Colman pour expliquer le développement économique des régions du Nord de l'Italie. Ainsi, le transfert de cette notion de la sociologie à l'économie ne s'est pas fait sans complexité. Le phénomène de la mesure des effets positifs du capital social questionne les économistes. Le rendement en terme du revenu ne peut pas intégrer le modèle de Fischer. En effet, ces structures exercent leurs activités hors marché. Chez Colman, le concept de ressources sociales fait de la relation un capital social produit par la structure pour l'intérêt individuel. La valeur économique l'emporte sur la valeur civique. Le capital social est défini "*comme un ensemble de caractéristiques de la structure sociale qui a pour objectif de faciliter l'action*"³¹. De ce fait, chaque relation sociale porte en elle-même des ressources pour l'action. Le capital social est donc indissociable à la relation qui existe entre et parmi les personnes. Le contexte et la situation de la relation comme structure sociale ont alors un rôle crucial dans la compréhension de la nature de l'investissement.

²⁹ Lucas, R. (1988) "On The Mechanics of Economic Development", *Journal of Monetary Economics*, 22, pp. 3-42, North-Holland.

³⁰ Putnam, R.D (1995) "BOWLING ALONE: American's declining social capital", *Journal of Democracy*, 6 (1), 65-78.

³¹ Colman, J. (1990) *Foundations of Social Theory*. Cambridge, M.A., Belknap, p.32.

Dans cette perspective, les organisations sociales permettent d'atteindre des objectifs qui ne peuvent pas être atteints par l'individu seul. Le capital social varie d'un individu à un autre, d'une société à une autre, d'un espace temps à un autre. La carte des droits et des obligations n'est qu'une forme particulière d'un type particulier du capital social. Les autres types du capital social peuvent comporter le potentiel d'information en vue de l'échange, des normes et des sanctions, des relations d'autorités, des croyances et les liens entre les organisations. Il existe une multitude de relations sociales à des degrés variables. Le capital social est donc distribué d'une manière très inégale entre les individus à travers la société. Il peut être social, ou asocial, voire antisocial³² lorsqu'il se transforme totalement en *homo oeconomicus* (Zaoual, H. 2005)³³. Les normes et les sanctions peuvent promouvoir un activisme civique qui sert l'intérêt général.

Pour Putnam, R. (1993, 1995), le rôle du capital social dans l'action civique est loin d'être neutre. La qualité de la démocratie et la vitalité de l'économie de certaines régions dépendent des rendements du capital social positif. Autrement dit, le bien-être d'une collectivité est fonction de la qualité d'implication des associations dans la vie politique, économique et sociale. La densité de la relation produite par ces structures génère un capital social sous forme de normes de réciprocité, de l'engagement civique et de la construction sociale de la confiance. La relation est mobilisée pour l'action civique (Putnam, (1995, 1993)). Le concept du capital social est ce que Wood, R. (1997) appelle aussi "*la seconde face de la culture*". Pour cet auteur, le capital social est un ensemble d'attitudes et d'habitudes (valeurs). "*Il peut être spécifique à un ensemble d'acteurs qui tentent de promouvoir une future organisation sociale. Ces nouvelles structures sociales sont orientées vers la promotion de l'action civique positive ou la coopération économique. La relation dans ces organisations est caractérisée par la confiance, les droits et les obligations ou l'autorité*³⁴".

Il n'est pas toujours admis que les associations développent des attitudes et des valeurs nécessaires à l'engagement civique des individus. La famille, l'école et les relations dans le travail peuvent promouvoir ces valeurs. Néanmoins, les associations développent un face à face générateur d'un capital abstrait qui mobilise les individus. C'est une forme de représentation de la demande sociale. Cette fonction est essentielle pour la démocratie. Selon Marx, K. (1977), les associations se caractérisent par un comportement égoïste dans un contexte concurrentiel. La multiplication des

³² Les structures intermédiaires ont joué un rôle anti-social. On peut citer, par exemple, le poujadisme en France, le nazisme en Allemagne, les activités de l'extrême droite aux Etats Unis. C.f. Arendt, H. (1973). *The origins of totalitarianism*. New York: Harcourt Brace, Barber, B. (1995). *Jihad vs. Mc World: How the planet is both falling apart and coming together and what this means for democracy*. New York Time Books.

³³ Zaoual, H., "Homo oeconomicus ou Homo situs ?" op.cit.

³⁴ Putnam R.D. (1993) "*Making Democracy Work: Civic Traditions in modern Italy*", Princeton University Press.

sectes religieuses et le développement des droits de propriété combiné à la liberté du commerce sont les moteurs de la société civile du capitalisme. Par conséquent, les organismes non lucratifs poursuivent les mêmes buts³⁵. Leurs rôles dans la démocratie ne sont qu'un leurre qui masque leur penchant au profit et à l'accès aux droits de propriété. Pour Madison, J. (1961), le rôle des associations vise le contrôle des effets de la violence latente. Les causes de cette violence qui passe par l'action idéologique sur les citoyens "*the same opinions, the same passions, and the same interests*"³⁶ peuvent être éliminées par les restrictions des libertés individuelles

L'activité associative peut avoir des effets positifs ou négatifs sur la démocratie. Berman, S. (1997)³⁷ remarque que plus une société tend vers la massification, plus elle devient vulnérable à des mouvements politiques et sociaux destructeurs des institutions. Dans une société de masse, des individus se regroupent et font de leurs relations une autorité qui peut aller à l'encontre de l'autorité formelle. C'est une forme consciente de l'intérêt commun qui peut exclure l'intérêt des autres qui ne font pas partie de l'association. Cette dernière a un double effet : un effet interne qui se manifeste dans l'apprentissage d'une norme de coopération – c'est l'effet primaire – et un effet secondaire ou l'effet externe (externalité positive) est celui de la « collaboration sociale ». La participation aux associations produit un comportement paternel et des interactions sociales nécessaires à la gouvernance. La vie associative dégage une confiance sociale par l'endogénéisation des normes de réciprocité qui permettent de résoudre des conflits liés à l'action collective. Les associations "*broaden the participants' sense of self, developing, the "I" into the "We"*". (R.D.Putnam, R.D, (1995)), p.67.

L'intérêt du capital social pour notre problématique de l'exclusion est qu'il permet d'insérer l'individu dans le "*nous*". Pour que l'individu exclu devienne un "*nous*", il faut qu'il existe "*avec*". L'insertion dans un "*nous*" positif est une réponse à la solitude et à l'isolement. C'est la mise en question de cet "*avec*", comme possibilité de sortir de la solitude que doivent incarner les associations. Ces dilemmes sont bien mis en évidence par la pensée de Levinas, E. lorsqu'il écrit: "*Il est banal de dire que nous n'existons jamais au singulier. Nous sommes entourés d'êtres et de choses avec lesquels nous entretenons des relations. Par la vue, par le toucher, par la sympathie, par le travail en commun, nous sommes avec les autres. Toutes ces relations sont transitives. Je touche un objet, je vois l'autre ; mais je ne suis pas l'autre (...) c'est ma mise en question de cet avec, comme possibilité de sortir de la solitude, qui est formulée ici. Exister avec représente t-il un partage véritable de l'existence?*"

³⁵ Marx, K. (1997) "On the Jewish Question". in D. Mc Lellan (éd.). Karl MARX: *Selected Writings*. New York: Oxford University Press.

³⁶ Madison, J. (1961) "The Federalist", In Jacob E.(éd.), *The Federalist*, N°10, pp.56-65, p.58. Middletown, C.T: Wesleyan University Press.

³⁷ Berman, S. (1997), "Civil Society and Political Institutionalisation", N°5, *American Behavior Scientist*, vol.40, Mars-avril Social Capital, and Contemporary Democracy, pp.562-573.

*Comment réaliser ce partage? Ou encore (car le mot "partage" signifierait que l'existence serait de l'ordre de l'avoir: y a-t-il une participation à l'être qui nous fasse sortir de la solitude?*³⁸) Levinas, E. (1982).

4.2. Investissement et capital relationnel

Les tentatives de la modélisation du capital social essayent de considérer ce type de capital particulier comme un capital économique. L'investissement dans la relation est un engagement de temps qui a pour contrepartie un rendement en terme de revenu. L'analyse du capital social d'un point de vue économique consiste à considérer la quantité des relations comme un stock de capital. Dans ce cas, l'individu investit dans son environnement social, dans son site (Zaoual, H. (2003))³⁹. Le rendement dépend de l'état de cohésion du site et des avantages personnels tirés de cet environnement⁴⁰.

Selon Charmes, J. (1999) "*Le capital social peut être mesuré de diverses façons: par le nombre de partenaires à la relation ou par l'intensité de ces relations mesurée par les flux monétaires ou des richesses matérielles ou encore l'échange de services ou de travail, et enfin par les durées consacrées à l'activation de la relation*"⁴¹. Pour construire son modèle, l'auteur se limite aux flux monétaires des devoirs et des obligations. La référence à l'unité monétaire devient "*un marketing scientifique pour les économistes*" pour fabriquer leurs modèles. Cette référence aux transferts monétaires a pour objectif l'élaboration d'indicateurs de solidarité. À défaut d'indicateurs, on se contente d'élaborer des fonctions d'utilité qui ajoutent au revenu R les transferts reçus TR. Du côté des emplois, on trouve: la consommation (C), l'épargne (E) et les transferts versés TV.:

$$R + TR = C + E + T$$

T est le solde des transferts versés et reçus.

³⁸ Levinas, E. (1982) *Éthique et Infini*, Fayard, pp.58-59.

³⁹ Voir *Principes d'économie de la proximité et du site*, in *Economies et Sociétés*, n° 6/2003, Les Cahiers de l'ISMEA, hors Série, n°39, juin 2003, pp. 1053-1087, coordonné par Yves Berthelot, Theotonio Dos Santos et Marc Humbert: Présentation et problématique générale de PEKEA (A Political and Ethical Knowledge regarding Economic Activities).

⁴⁰ Pour en savoir plus sur la modélisation en terme de taux de rendement du capital social, se reporter aux travaux de Ballet, J. & Mahieu, R. (décembre 1998) "Social Capital", version du 1/02/99, Université de Versailles, C3ED). Les auteurs proposent une modification du « revenu social » de Becker pour une extension vers le « capital social ». Ce dernier est considéré comme une avance effective de capital avec un taux de retour sur investissement. Ce taux est déterminé par les configurations possibles de l'environnement

⁴¹ J. Charmes, J. (1999) "*Le capital social: quelques conceptions et données empiriques tirées du contexte Africain*" IN: *Communication au séminaire* organisé par le Centre d'Économie et d'Éthique pour L'Environnement et le Développement, Université de Versailles Saint-Quentin-En-Yveline, 19-20, mars.

L'auteur conclut que cette méthode d'évaluation du capital social est plus satisfaisante et prometteuse que le simple comptage de l'appartenance des individus à des associations ou des réseaux.

Les théories du capital social expliquent pourquoi certains individus sont mieux insérés que d'autres. Pour R.S. BURT (1995)⁴², il y a deux manières de comprendre le capital social: par rapport au capital humain et comme type de structure de réseau.

Les théories du capital social et du capital humain partent de l'existence d'inégalités entre les individus. Certaines personnes bénéficient de revenus plus élevés et ne se trouvent quasiment jamais dans la position des moins bien lotis. Le réseau relationnel auquel ils appartiennent leur permet des promotions et des accès faciles à des positions importantes dans les organisations.

Pour la théorie du capital humain, ces inégalités sont la conséquence de différences de capacités individuelles. L'argument avancé étant que les personnes les mieux rétribuées sont les plus intelligentes, les mieux diplômées et les mieux expérimentées. En revanche, la théorie du capital social focalise le bénéfice que tirent les individus de leurs relations avec les autres. Elle repose sur le postulat selon lequel les inégalités résultent de différences contextuelles entre les acteurs. Certaines formes de structures de réseau constituent un capital social qui vient renforcer la capacité d'un individu à identifier et à développer des opportunités. En conséquence, le capital social diffère du capital humain. Le premier est une qualité interindividuelle (relationnelle), alors que le second est une qualité intrinsèque à l'individu. Les investissements sont alors de nature différente. Le capital social est le complément naturel du capital humain. Il a un impact sur les inégalités des revenus qui dépendent, en plus du capital humain, de la place d'une personne dans une organisation sociale, c'est-à-dire dans un réseau. L'investissement en capital social se traduit alors par des opportunités: les individus ayant plus de relations et étant toujours en contact sont en position d'identifier et de développer des opportunités importantes qui se traduisent par une élévation du revenu.

Les structures intermédiaires qui facilitent les relations offrent des avantages compétitifs. La structure qui dispose d'un nombre important de réseaux bénéficie d'un avantage concurrentiel. Il est plus facile de négocier une transaction quand elle est dans une chaîne d'autres transactions. *“Un marché parfait est caractérisé par un seul taux de gain. Dans un marché imparfait, il peut y avoir plusieurs taux différents parce que l'absence de relations entre les individus (...) peut rendre ces individus conscients des apports qu'ils représentent les uns pour les autres”*. (R.S. BURT, 1995, p.600). La confiance dans les autres et le degré des échanges au sein d'un réseau sont des critères de performance. La présence de relations offre des *opportunités entre-*

⁴² Burt, R.S. (1995) «Le capital social, les trous structureux et l'entrepreneur», *Revue Française de Sociologie*, XXXVI, pp.599-628.

preneuriales. Un intermédiaire peut se positionner dans cette niche et disposer ainsi d'un avantage concurrentiel qui se traduit par un contrôle de l'information permettant une meilleure coordination des actions.

Les individus ayant des réseaux de contact riches ajoutent de la valeur à leur capital humain. La relation positive offre des opportunités d'augmentation de revenu du capital humain. Le revenu que l'individu reçoit pour son travail est fonction de la tâche qui lui est assignée (T) et les compétences personnelles qui permettent l'accomplissement de cette tâche (S - skills -, l'éducation et l'expérience professionnelle). On a, alors, une fonction du capital humain:

$$R = \beta(T, S)$$

Le capital social ajoute des variables indépendantes à cette fonction appelées "variables de contraintes de réseau: C ". La fonction du revenu social de BURT est:

$$R = \beta(T, S) + \gamma(C) + \lambda(C, T, S)$$

dans laquelle γ est l'effet du capital social contraint, que l'on s'attend à voir négatif, et où λ renvoie aux ajustements dus au capital social qui prend différentes valeurs pour des individus occupants des positions différentes. La prédiction négative de γ signifie que parmi les individus faisant le même travail avec le même niveau d'éducation et la même expérience, ceux qui réussissent le mieux sont ceux qui ont des contacts personnels qui offrent des opportunités entrepreneuriales.

Les développements de Burt sur le rôle du réseau s'inscrivent dans le prolongement des travaux sur l'élargissement du revenu. La relation a pour fonction d'augmenter le revenu de l'individu. Il a aussi un rôle dans la dynamique de la recherche d'un emploi. Les individus qui ont un capital humain élevé peuvent accéder à des opportunités grâce au réseau. Les bénéfices restent sur le plan individuel. Cette vision du rôle du réseau n'a pas de réponses pour combattre les inégalités sociales. L'analyse de la nature de la participation dans les associations en France et ailleurs montre que celle-ci répond à un besoin personnel aussi bien que collectif. Cette hybridation des échelles et des dimensions de l'existence est présente dans les principaux concepts de la pensée des sites.

5. Conclusion

Les normes, les valeurs et les croyances partagées contribuent à l'insertion et à la réduction des incertitudes. Le travail de l'insertion consiste aussi à faire converger l'individu vers ces normes de socialisation. C'est une étape préalable à l'emploi. A côté du capital humain qui reste indispensable pour l'insertion. Les relations sociales génèrent en plus du revenu social des mécanismes de coopération nécessaires à la

coordination de l'action collective. Sans nier le bénéfice monétaire que l'individu peut tirer des interactions sociales, le bénéfice non monétaire n'en est pas négligeable pour autant. Les processus de coopération interindividuels sont donc un facteur de cohésion, de bien-être et d'amélioration des conditions de vie de la personne. Par conséquent, les théories des conventions et du site symbolique d'appartenance fournissent des éléments de compréhension des règles de coopération dans une perspective de développement humain et économique. Et, ce n'est pas un hasard si, aujourd'hui, l'approche par le développement local constitue un éclairage pertinent pour l'analyse de l'action collective contre l'exclusion et la pauvreté. La théorie des sites y trouve une confirmation dans la mesure où elle s'ajuste à la problématique du territoire comme lieu de toute réflexion et d'action en faveur d'une réintroduction de l'homme de la situation dans le changement.

Références bibliographiques

- Arrow, K.J. (1974) Choix Collectif et Préférences Individuelles, Calman Levy.
- Becker, G.S. (1974) "A Theory of Social Interactions" IN: *Journal of Political Economy*, vol. 82 (61) pp.1063-10963.
- Berman, S. (1997) "Civil Society and Political Institutionalisation" IN: *American Behavior Scientist*, Vol. 40, n°5, Mars-Avril, pp.562-573.
- Blowles, S.(1998) "Endogenous Preferences: the cultural Consequences of markets and other Economic Institutions", *Journal of Economic Literature*, Vol. XXXVI, March.
- Burt, R.S. (1995) "Le capital social, les trous structuraux et l'entrepreneur", *Revue Française de Sociologie*, Vol. XXXVI, pp.599-628.
- Chevalier, J. (1987) "Le management des associations", *Projet n°203*, Janvier-Février.
- Charmes, J.(1999) "Le capital Social: quelques conceptions et données empiriques tirées du contexte Africain" IN: *Communication au séminaire organisé par le Centre d'Économie et d'Éthique pour l'Environnement et le Développement*, Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines, 19-20 mars.
- Collette, E. & Hamdouche, A. (1993) "Stratégie des N.P.O" IN: *Contribution au colloque, METIS, Université de Paris I, Panthéon-Sorbonne*, Novembre, pp.1-30.
- Colman, J. (1990) *Foundation of Social Theory*:M.A., Belknap: Cambridge.
- Colman, J.S.(1988) "Social capital in the creation of human capital", *American Journal of Sociology*, N° 94, pp. 95-121.
- Fernant, A. (1997) "Les structures des systèmes de relations", *Année sociologique*, volume 47, N°1, pp.37-54.
- Harsanyi, J.C (1982) *Morality and the Theory of Rational Behavior, Utilitarianism and beyond*, Eds. Sen A., and WILLIAMS, Cambridge V, Press, pp. 39-62.

- Harsanyi, J.C. (1995) "Cardinal Welfare, Individual Ethics and Intercomparison of Utility", *Journal of political Economy*, N° 63, pp. 309-321.
- Levinas, E. (1982): *Éthique et Infini*, Fayard.
- Lin, N. (1995) "Les ressources sociales une théorie du capital social", *Revue Française de sociologie*, Octobre-décembre, pp. 685-704.
- Madison, J. (1961) *The Federalist*, in Jacob éd., *Middletown, C.T., Wesleyan University Press*.
- Mahieu, R., Jarret, M.F. (1998) *Économie publique: Théories économiques de l'interaction sociale*, ELLIPS.
- Maresca, B. (1996) "*Approche de la structure du Paysage Associatif dans le domaine de l'environnement*", CREDOC.
- Moreh, J. (1994) "Game theory and Common-sense morality", *Social Sciences Information*, Mars, vol.33, N°1.
- Passet, R. (1979) *L'économique et le vivant*, Payot, Collection Traces.
- Putnam, R.D. (1993) *Making Democracy Work: Civic Traditions in modern Italy*, Princeton University Press.
- Putnam, R.D. (1995) "Bowling Alone: American's declining social capital", *Journal of Democracy*, N° 6, pp.65-78.
- Rallet, A., Torre, A.(2004) "Proximité et Localisation", *Revue d'Économie Rurale* n°280, Avril.
- Sen, A. (1987) *Éthique et Économie*, Seuil.
- Zaoual, H. (1996) *Du rôle des croyances dans le développement économique*, *Thèse de doctorat d'État en sciences économiques*.
- Zaoual, H. (2005) "Homo oeconomicus ou Homositus? *Un choix de civilisation, Finance & the Common Good*, *Observatoire de la Finance*, n°22, Juillet-Août, Genève.

Economic orientation towards social market

*Khalid Louizi*¹

Abstract

The writer analyses the process of setting up a social capital with the aim of favouring the insertion of people in a situation of isolation. The isolated individual does not take advantage of others to improve his conditions. Therefore, if he does not have at his disposal a social capital, then he can not stand a good chance of finding employment. In this perspective, we shall mobilise research work on the concept of social capital, and more particularly economic researches on the role of social net works, to show that fighting against unemployment and exclusions is part and parcel of the insertion in a net work that generates "the relationship" it is the result of an interchange from which springs our postulate of social market economic vacation.

Key words: *social capital, social interaction, insertion, exclusion, production, net work, no profit organisation, social resources, proximity, territory.*

JEL classification: *L31*

¹ *Ph.D. in economics, Assistant Professor of Economics, University of Hassan I, Settat (Morocco), Faculty of Law, Economics and Social Sciences. Scientific affiliation: Public Finances, Social Economics, Microeconomic Research on non-profit organizations that operate within the framework of involving the unemployed and unskilled persons into the employment scheme, micro-financial institutions. Tel.: 0021268635239. Fax: 0021223721274. E-mail: khalid.louizi@wanadoo.fr*

Ekonomska naklonjenost društvenom tržištu

*Khalid Louizi*¹

Sažetak

Autor analizira proces ulaganja društvenog kapitala čiji je cilj uključivanje u svijet rada osoba koje su prepuštene same sebi. Izolirana osoba ne koristi druge da bi poboljšala svoju situaciju. Prema tome, budući da ne raspolaže nikakvim kapitalom, izolirana osoba ne može povećati svoje mogućnosti da se zaposli. U ovoj se perspektivi pozivamo na istraživačke radove o pojmu društvenog kapitala te posebice na one koji se bave ulogom društvene mreže. Cilj je naših pretpostavki dokazati da je borba protiv nezaposlenosti i isključivanja iz svijeta rada u velikoj mjeri podložna uključivanju u novu mrežu. Nova mreža stvara «vezu» koja predstavlja neophodan input za nastajanje društvenog kapitala. Potonji je pak rezultat razmjene iz čega proizlazi naš postulat o ekonomskoj naklonjenosti društvenom tržištu.

Ključne riječi: društveni kapital, društvene interakcije, uključivanje u svijet rada, isključivanje iz svijeta rada, neprofitabilne organizacije, društveni resursi, blizina, područja.

JEL klasifikacija: L 31

¹ Doktor ekonomskih znanosti, Profesor asistent ekonomskih znanosti, Sveučilište Hassan I, Settat (Maroko), Fakultet pravnih, ekonomskih i društvenih znanosti. Znanstveni interes: Javna administracija, socijalna ekonomija i mikroekonomska istraživanja o neprofitabilnim organizacijama koje djeluju u okviru uključivanja nezaposlenih i niskokvalificiranih osoba u svijet rada te mikrofinancijske institucije. Tel.: 0021268635239. Fax: 0021223721274. E-mail: khalid.louizi@wanadoo.fr

