

Reformuler la critique du capitalisme

PAR JOSEPH CONFAVREUX

ARTICLE PUBLIÉ LE DIMANCHE 2 AVRIL 2017



Les sociologues Luc Boltanski et Arnaud Esquerre repèrent non pas un « *nouvel esprit du capitalisme* », mais un déplacement de ce dernier vers de nouveaux « gisements » de profit, en particulier le passé lui-même, qui obligent à en réarticuler la critique. Entretien.

Les sociologues Luc Boltanski et Arnaud Esquerre publient *Enrichissement. Une critique de la marchandise* (Gallimard), un ouvrage dense dans lequel ils examinent les contours de ce qu'ils désignent comme une « *économie de l'enrichissement* » reposant « *moins sur la production de choses nouvelles qu'elle n'entreprend d'enrichir des choses déjà là, surtout en les associant à des récits* ».

Cette économie de l'enrichissement s'articule avec deux autres phénomènes davantage identifiés des mutations du capitalisme contemporain, à savoir la « *désindustrialisation qui a accompagné l'externalisation de la production des objets courants dans des États pratiquant des bas salaires* » et « *l'expansion des profits tirés d'activités financières* ».

Pour les chercheurs, « *à mesure que tendaient à s'épuiser les chances de profit offertes par la production de masse, au moins en Europe de l'Ouest, c'est-à-dire dans les pays où le capitalisme était né* », celui-ci se serait déplacé vers d'autres sources d'enrichissement et de nouvelles formes de mises en valeur, fondées notamment sur l'exploitation du patrimoine, du passé ou de la culture, que ce soit à travers l'essor exponentiel du secteur du luxe, la commercialisation d'objets que l'on charge d'une histoire construite ou reconstruite, à l'instar du couteau Laguiole, ou encore par l'intermédiaire du tourisme...

Cette « *extension du cosmos de la marchandise* » aurait ainsi donné lieu à une économie de l'enrichissement combinant trois spécificités : « *faire une part moindre à la production et une part plus importante à la commercialisation dans la formation du profit* » ; « *tabler sur l'accroissement de la marge dégagée par la vente de chaque unité plutôt que sur la vente d'un grand nombre d'unités dont chacune apporterait une faible marge* » ; « *moins chercher à capter l'argent des pauvres, ce qui a été un stimulant de la standardisation et, à l'inverse, se tourner en priorité vers l'argent des riches, dans une dépense qui est toujours susceptible d'être transformée en accroissement de richesse* ».

Cette « *mise à profit des riches* », corollaire d'un monde de plus en plus inégalitaire et dans lequel les inégalités de patrimoine ne cessent de se renforcer, s'incarne, par exemple, dans l'action et les parcours des groupes de luxe, à l'instar de la holding François Pinault, Kering, qui « *recherche des marques qui se distinguent par un capital identitaire d'exception : des valeurs bien enracinées et une part d'héritage revendiquée* ». Même si « *l'ancrage dans le passé ne suffit pas : il est nécessaire qu'il soit actualisé. Les produits de l'économie de l'enrichissement ne sont en effet réussis que s'ils composent une alliance du "contemporain" et de la "tradition"* ».

Les auteurs s'appuient sur l'historien Fernand Braudel pour souligner que les profits engendrés par le capitalisme contemporain reposent sur une économie du luxe et procèdent davantage de la génération d'une « *plus-value marchande* » que de « *l'extraction d'une plus-value travail au sens de Marx, qui est, dans son optique, un trait du "mode de production industriel"* » (« *dont je ne crois pas, pour ma part, écrit Braudel, qu'il soit la particularité essentielle et indispensable de tout capitalisme* »).

Les conséquences sociales d'une réorientation économique des pays ouest-européens en direction des riches sont importantes. Pour Boltanski et Esquerre, en effet, ce « *type d'économie tend, au moins dans les pays d'Europe de l'Ouest, à priver les pauvres de cette utilité sociale minimale que leur procurait*

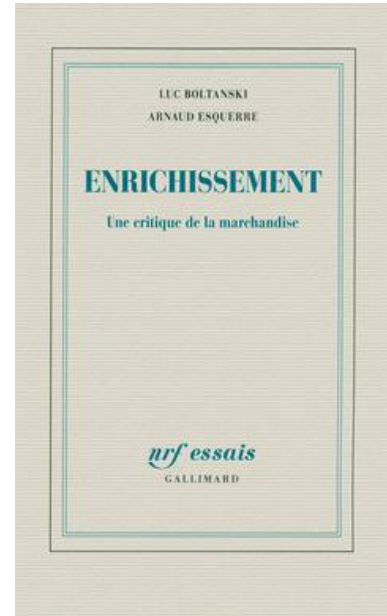
la possibilité d'être exploités, c'est-à-dire de figurer parmi les sources potentielles d'enrichissement des riches ».

En outre, il faut prendre conscience du fait que « cette économie réserve aux plus riches la propriété et la jouissance de biens d'exception, ce qui leur permet de vivre dans des sortes d'isolats séparés du commun, dont ils ont dès lors peu de raisons de se préoccuper, puisque la dégradation des conditions de vie du plus grand nombre ne les concerne que de façon très indirecte ».

Pour les auteurs, cette « économie de l'enrichissement » n'est pas reconnue comme telle et à la mesure de son importance, ce qui limite la portée d'une critique du capitalisme, qui n'aurait « souvent pour perspective qu'un passé nostalgique, celui de la société industrielle et des grandes luttes ouvrières », alors qu'elle « gagnerait sans doute à mieux tirer les conséquences des déplacements du capitalisme ».

En effet, pour les auteurs, « l'économie de l'enrichissement n'étant pas reconnue en tant que sphère économique spécifique fonctionnant selon un régime différent de celui des économies industrielles, il n'existe pas de système comptable, comparable, si l'on veut, à celui qui fut mis en place avec la création

de la compatibilité nationale, permettant de cumuler les richesses créées dans les différents secteurs qui la composent, de la représenter et de contrôler la façon dont cette richesse est distribuée entre les différents acteurs qui ont contribué à la produire ».



Luc Boltanski & Arnaud Esquerre, *Enrichissement. Une critique de la marchandise*, Gallimard, 666 pages, 29 euros.

Directeur de la publication : Edwy Plenel

Directeur éditorial : François Bonnet

Le journal MEDIAPART est édité par la Société Editrice de Mediapart (SAS).

Durée de la société : quatre-vingt-dix-neuf ans à compter du 24 octobre 2007.

Capital social : 28 501,20€.

Immatriculée sous le numéro 500 631 932 RCS PARIS. Numéro de Commission paritaire des publications et agences de presse : 1214Y90071 et 1219Y90071.

Conseil d'administration : François Bonnet, Michel Broué, Laurent Mauduit, Edwy Plenel (Président), Sébastien Sassolas, Marie-Hélène Smiéjan, Thierry Wilhelm. Actionnaires directs et indirects : Godefroy Beauvallet, François Bonnet, Laurent Mauduit, Edwy Plenel, Marie-Hélène Smiéjan ; Laurent Chemla, F. Vitrani ; Société Ecofinance, Société Doxa, Société des Amis de Mediapart.

Rédaction et administration : 8 passage Brulon 75012 Paris

Courriel : contact@mediapart.fr

Téléphone : + 33 (0) 1 44 68 99 08

Télécopie : + 33 (0) 1 44 68 01 90

Propriétaire, éditeur, imprimeur : la Société Editrice de Mediapart, Société par actions simplifiée au capital de 28 501,20€, immatriculée sous le numéro 500 631 932 RCS PARIS, dont le siège social est situé au 8 passage Brulon, 75012 Paris.

Abonnement : pour toute information, question ou conseil, le service abonné de Mediapart peut être contacté par courriel à l'adresse : serviceabonnement@mediapart.fr. ou par courrier à l'adresse : Service abonnés Mediapart, 4, rue Saint Hilaire 86000 Poitiers. Vous pouvez également adresser vos courriers à Société Editrice de Mediapart, 8 passage Brulon, 75012 Paris.