

**« FINANCE & SOCIETE: REPENSER LES MODELES ECONOMIQUES ET FINANCIERS POUR  
UN MONDE APRES CRISE »**

Bordeaux – juin 2013

*Propriété privée et action collective : de la coopération comme réappropriation du monde<sup>1</sup>*

Bernard Paraque

Chaire AG2R LA MONDIALE "Finance Autrement : Investissement - Solidarités -  
Responsabilité" - Euromed Management / Kedge Business School

Marseille - France

Résumé : Le monde traverse une crise sans précédent qui mêle finance, économie, social et culture. Si nous ne voulons pas être rejetés de ce monde, il faut alors questionner l'utopie fondatrice de nos sociétés modernes. Cette utopie a fondé la reconnaissance de la liberté individuelle. Mais l'idéologie du monde qu'elle a accouché, a borné l'exercice de cette liberté par la propriété privée capitaliste. Cet article propose de repenser la propriété privée non plus à l'aune de la valeur d'échange mais de la valeur d'usage en s'appuyant sur le développement des communautés de marque et le questionnement des coopératives. Il propose pour ce faire une approche par les « commons » qui permet de proposer des règles de coordination de l'action collective dans la gestion du bien commun qui aura été défini au préalable ou qui est l'objet de cette action. Ce bien est donc tout autant une ressource à produire qu'une ressource à gérer.

Mots clés : coopérative, libéralisme, communauté de marque, valeur d'échanges, valeur d'usage.

« (...) la méthode qui consiste à s'élever de l'abstrait au concret n'est pour la pensée que la manière de s'approprier le concret, de le reproduire sous la forme d'un concret pensé » - Marx K. Introduction à la critique de l'économie politique, Editions Sociales, 1972, pp.165.

Dans son ouvrage « Construire l'Euroméditerranée » (Paranque, 2008), l'auteur développe ce que pourrait être une pensée engagée dans la gestion en diversité et inscrite dans un temps long. Il s'intéressait aux conditions de l'action collective en situation managériale en insistant sur les enjeux de l'innovation entendue comme capacité à prendre la complexité du monde comme une opportunité plutôt que comme un désordre à bannir, voire une menace. Il souligne que cette complexité est certes celle du monde objectif mais elle est aussi celle produite par l'exercice de notre liberté et de nos exigences/attentes.

La crise que nous traversons révèle l'enjeu que représente une réappropriation du monde<sup>2</sup> à une époque où tout le monde se sent impuissant, vit d'une certaine manière « *une perte du monde* » (FISCHBACH, 2009, p. 7 ; HONNETH, 2007), une perte de points de références soit pour croire à un autre monde, soit pour vouloir encore changer ce monde.

Cette réappropriation passe par celle du temps (FISCHBACH, 2009b ; ROSA, 2012) et la conscience que nous devons lutter contre le « *fait que mon activité sociale se voit imposer sans recours des buts inassimilables à mes motifs* » (SEVE, 2008, p. 505), ce que SEVE définit comme « aliénation »<sup>3</sup>. Mais cette aliénation est simultanément doublement ancrée. D'une part, elle s'enracine dans une accélération de tous les instants et de tous les espaces, c'est-à-dire un « *état dans lesquels les sujets poursuivent des buts ou suivent des pratiques que, d'une part, aucun acteur ou facteur externe ne les oblige à suivre – il existe des options alternatives possibles – et que, d'autre part, ils ne désirent ou n'approuvent pas 'vraiment'* » (ROSA, 2012, p. 113). D'autre part, dans une conception de la liberté concrète dont le mur est celui de la propriété privée capitaliste (SEVE, 2012). En effet, cette dernière nous aliène par l'impossibilité d'exercice de notre liberté en nous confrontant à une « *expérience vécue de l'impuissance* » (FISCHBACH, 2009, p. 13)<sup>4</sup> quant à ce que nous voudrions faire vu le potentiel de réalisations qui s'offre à nous mais dont l'aboutissement est contraint par l'accès aux ressources de toute nature nécessaires pour ce faire. Cette place détermine alors le fonctionnement de nos sociétés « *Derrière les débats sur la propriété se cachent des enjeux majeurs : un système de propriété participe fondamentalement de la répartition des pouvoirs économiques et sociaux. Il conditionne les modes de contrôles des ressources et des entreprises elles-mêmes, la répartition des risques et celles des gains attendus de l'activité de l'entreprise* » (WEINSTEIN, 2010, p. 36).

Dès lors, face à l'échec des solutions étatiques à assurer un contrôle et une gestion démocratique des ressources et de la conduite des projets ainsi que celle du « pur » marché à réduire les inégalités, il s'agit de favoriser l'émergence de 'micro-émancipation' susceptible de favoriser un changement plus respectueux des citoyens : '*Micro-emancipations involves specific and focused attempts to creat space of autonomy along institutionalized relations of power*' (SPICER, ALVESSON, KÄRREMAN, 2009).

## 1. A l'origine

Cette expérience du « désenchantement » trouve son origine dans la propriété privée capitaliste, c'est-à-dire non celle qui entérine ce que chacun peut, grâce à son travail, acheter et détenir pour vivre, mais celle qui favorise l'accumulation du capital pour accroître la valeur de ce capital en tant que telle (MARX, 1979, p. 75 ; WEEKS, 2010). Cet écrasement de la propriété privée « personnelle » par la propriété privée capitaliste provient de l'émergence

---

<sup>2</sup> FISCHBACH (2009).

<sup>3</sup> Voir aussi que MARX (2010, p. 132).

<sup>4</sup> Les mots soulignés le sont par les auteurs cités, sauf mention contraire.

même du libéralisme et des conditions historique et sociale dans lesquelles il s'est affirmé. En effet, « *on peut définir le droit de propriété non seulement de manière générale, comme protection de la liberté individuelle, mais aussi de manière plus précise comme donnant la possibilité légale d'agir en suivant ses propres évaluations, qui cessent d'être des choix subjectifs et acquièrent un statut légal, impliquant des responsabilités matérielles et civiles* » (AUDARD, 2000, p. 157). Or, « *l'inégalité du pouvoir économique et de la concentration du capital entre les mains d'une élite sont contraires aux valeurs libérales* » (idem, p. 289) nous dit AUDARD à propos des libéraux « classiques » de la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle. La question est alors de savoir en quoi cette contradiction aurait perdu de sa force et de son actualité dans la mesure où « *les obstacles à la liberté (...) [se situent] de manière beaucoup plus insidieuse et invisible, dans les conditions sociales elles-mêmes de l'existence individuelle ainsi que dans les inégalités de pouvoir économique, social et culturel* » (idem, p. 268). Autrement dit, « *la propriété, exprime, condense la contradiction du monde humain ; elle naît du travail, et l'inégalité des propriétés, précisément parce qu'elle est fondée originellement sur la différence des capacités de travail, est fondée sur une inégalité de forces* » (MANENT, 1987, p. 167), même si en même temps la protection, la garantie de cette propriété est le moyen que chacun puisse vivre de son travail (idem, p. 105).

L'opposition entre propriété privée capitaliste et propriété privée<sup>5</sup> est que la première, en séparant le travailleur des moyens de production, vise à chercher par l'accumulation, non l'amélioration du rapport à la nature<sup>6</sup> mais la valeur pour la valeur (WEEKS, 2010 ; MARX, 2010, p. 208, 219, 238 par exemple), alors que la seconde est fondée sur les résultats du travail du travailleur, possédant les moyens de production, et la jouissance qui doit lui en être garantie (MARX, 1978b, p. 203-205 ; 1974b, p. 103-105).

Cette contradiction est à rechercher dans les circonstances sociale, économique et politique de l'émergence du libéralisme, d'abord comme utopie (critique) de la Monarchie de droit divin, puis comme idéologie<sup>7</sup> du capitalisme naissant. Les acteurs porteurs de cette revendication de vivre de leur travail étaient les marchands<sup>8</sup>. Comme le dit JAUME « *C'est donc par l'échange, ou plus précisément par l'anticipation de l'avenir, consolidé 'en promesse' échangée, que le 'système des conduites et des comportements' trouvera sa dynamique, qui est le vrai visage de la liberté (sociale). Or, de façon tout à fait concrète, le véhicule de cette efficace de la promesse sera chez Hume le commerçant* » (2010, p. 232).

Il s'agirait alors de revenir sur le questionnement initial du libéralisme : la recherche du bien-être collectif, du bonheur (MILL, 1988). L'homme entrant en société mais aussi en entreprise, le fait pour lutter contre la rareté, le risque de famine, la mort (MANENT, 1987 ; AUDARD, 2000). Il cède en quelque sorte son droit à exercer sa liberté en contre partie d'un engagement collectif à répondre efficacement à ces menaces. Cela suppose que les termes du débat aient été posés au préalable pour définir les conditions de l'exercice du pouvoir pour mener à bien le projet collectif (BOLTANSKI et CHIAPELLO, 2011).

---

<sup>5</sup> Par cette opposition nous reprenons sous un vocable différent ce que MARX qualifie, respectivement, de propriété privée (capitaliste), c'est la propriété privée des moyens de production et d'échange, et de « *propriété véritablement humaine et sociale* » (1972, p. 68 ; 1974b, p. 103) que nous qualifions de « personnelle », la première donnant du « *pouvoir sur la moindre quantité de travail d'autrui* » (1976, p. 227).

<sup>6</sup> « *Le rapport de l'homme à la nature se définit comme travail. L'homme n'est pas naturellement un animal politique : c'est un animal propriétaire et travailleur, propriétaire parce qu'il est travailleur, travailleur pour être propriétaire* » (MANENT, 1987, p. 97).

<sup>7</sup> Au sens de RICOEUR « *Ce qui est en jeu dans toute idéologie, c'est en fin de compte la légitimation d'un certain système d'autorité .... Ce qui est en jeu dans une utopie, c'est le fait d'imaginer une autre manière d'exercer le pouvoir* » (1997, p. 256).

<sup>8</sup> Voir POLANYI (1983), BRAUDEL (1979).

La question de l'action collective et de la coopération entre acteurs a rempli de nombreuses pages de la littérature académique (CEFAL, 2007 ; THEVENOT, 2006 ; BOLTANSKI et THEVENOT, 1991 ; OSTROM, 2007, 2008) ne serait-ce qu'avec le célèbre dilemme du prisonnier qui montre que la solution coopérative a une faible probabilité d'être retenue en l'absence de confiance, et donc d'informations, entre les acteurs concernés. La question reste de savoir si ce fait stylisé a une réelle portée opératoire en dehors du cas de figure de l'expérience en elle-même. En effet dans celle-ci aucune chance n'est donnée aux ' prisonniers ' de se coordonner. Si on peut le comprendre dans ce cas là, il est difficilement acceptable de considérer que cela reflète les relations humaines dans leur ensemble. Pour ces dernières, la nécessité d'échanger pour se coordonner est la condition de l'action collective. En effet, la coopération peut être non contrainte mais au contraire recherchée pour ce qu'elle est : l'expression d'une solidarité en vue de buts communs. A cet égard, on pourrait étendre la définition de l'Economie Sociale et Solidaire donnée par MAYER et CALDIER (2007) à l'ensemble de l'économie et affirmer que « *la solidarité en économie repose [devrait reposer] sur un projet tout à la fois économique, politique et social, qui entraîne une nouvelle manière de faire de la politique et d'établir des relations humaines, sur la base du consensus et de l'agir citoyen* » (2007, p. 102).

Il ne s'agit pas de faire des collections d'expériences de vie juxtaposées mais de prendre en compte la dynamique sociale sous-jacente à tout projet et donc la diversité des attentes personnelles convergeant sur un projet collectif afin d'explicitier et de partager les conditions de la soutenabilité du dit projet. Par exemple, dans le cas d'une coopérative de producteurs, une enquête a mis en évidence que des effets générationnels pouvaient émerger et opposer les salariés coopérateurs jeunes susceptibles de prendre des risques et les plus anciens proches de la retraite désireux de s'assurer que ces risques ne remettront pas en cause leur futur (BOUCHON, MICHARD, PLASSE, 2010). C'est ce qu'on pourrait appeler la cartographie des motivations et des attentes, un territoire de l'action collective, qui n'est pas que géographique. Il faut donc disposer de règles, non pas générales qui s'appliquent de manière indifférenciée, mais génériques, à savoir fondant un socle de base commun, permettant, non pas d'imposer des principes, mais d'aider à l'émergence d'un accord sur les modalités d'exercice du pouvoir et de l'évaluation de l'action collective.

Comment alors se donner les moyens de coordonner nos actions pour en réaliser des éléments concrets qui ne renvoient pas sa réalisation à un horizon temporel éloigné ?

Si on retient les sources de l'affirmation de la liberté fondant l'humanité, on voit bien que les inégalités dans l'exercice des possibles par chacun d'entre nous, bornent notre liberté à les réaliser. Autrement dit, interpellier le libéralisme sans interpellier son utopie, nous empêche de saisir l'enjeu central de la propriété privée et ne peut que faire le jeu du (vaste) courant néolibéral<sup>9</sup>.

Il s'agit donc de questionner les relations au marché et à la propriété privée en s'appuyant sur trois thématiques développées par le Critical Management Studies:

- La « de-naturalization » réexamine tout ce qui nous est donné pour allant de soi dans une approche naturalisante de la réalité socio-économique (le marché, la propriété privée, les

---

<sup>9</sup> Sur ce mot, voir AUDIER (2012), l'essentiel est de relever que dans le courant le plus « ultra » dans son affirmation du tout marché, nous trouvons un élitisme et, paradoxalement sur un plan épistémologique, un autoritarisme affirmés (AUDIER, 2012, p. 410). Il est d'ailleurs surprenant (ou pas) de relever que nombre des économistes libéraux, malgré leurs différences, peut/pouvait se retrouver sur des positions politiques autoritaires voire fascisante (idem, p. 492 ou 494 par exemple, ainsi que la citation de Aron reprise par AUDIER, p. 504). Sur le projet libéral, voir AUDIER (2012), en particulier les chapitres 3 et 4 et DARDOT et LAVAL (2010) pages 122 et suivantes.

dominations sociales, l'existence d'élites, la hiérarchie ...). « *what ever the existing order may be it, it becomes taken for granted or naturalized and often is legitimized by reference to nature and necessity* » (ALVESSON, BRIDGMAN, WILLMOTT, 2009, pp.9);

- L'« antiperformativité » interroge sur la domination de la performance correspondant à la maximisation des outputs pour un input donné dans toutes les sphères de la vie et donc « *is used in a somewhat technical sense to identify social relations in which the dominance of a means-ends calculus acts to exclude critical reflection on the question of ends* » (idem : 10) ;
- La « réflexivité » questionne la propre posture de tout sachant (professeur, manager etc .) « *under the guise of production of 'facts', such research [mainstream] is inattentive to (ie un reflexive about) the values which guide not only the scope and representation of what is researched but also how research is conducted* » (idem).

Remettre au cœur la question de la propriété c'est donc interpellé la finance actionnariale et de poursuivre la réflexion critique sur le capitalisme. La contradiction du capital qui cherche à s'émanciper, en vain, du travail pour se valoriser, est la même que celle qui affirme la propriété privée comme garant de la liberté sans donner les moyens de l'exercice effectif de celle-ci. Autrement à la question « *existe-t-il une alternative à la création de valeur actionnariale ?* » (PARANQUE, 2010), il ne peut être répondu qu'en interrogeant les formes organisationnelles de production (BARETTO, 2011 ; SEGRESTIN et HATCHUEL, 2011). En effet « *the pressure for capital to escape from the confines of production goes beyond the potential disruptions arising from the class struggle, it comes from the inter nature of capital, the contradiction between value in exchange and value in use.* » (WEEKS, 2010, p. 141).

Le point d'entrée de la réappropriation de notre liberté est cette contradiction entre la valeur d'usage et la valeur d'échange<sup>10</sup>, qui nous invite à interpellé la fin du règne de cette dernière (MARX, 1980b, p. 103, 193, 196) ; non des échanges en général, mais de l'échange du capital pour faire du capital en tant que tel<sup>11</sup> afin de retrouver la confiance dans les personnes (SERVET, 2012, p. 369).

Nous voulons montrer qu'il est possible de tracer les lignes d'un dépassement de cette domination de la valeur d'échange en partant des deux prémisses, les communautés de marque et les coopératives comme expression d'une capacité à gérer un « bien commun » (OSTROM, 2010), soit existant comme une ressource naturelle ou immatérielle, soit comme un objectif à construire autour de valeurs explicitées. Dans un cas, l'accent est mis sur les usages, dans l'autre sur l'organisation autour de finalités fondées sur des usages; c'est aussi insister sur une forme de gouvernance qui donne la priorité à l'humain par rapport au capital puisqu'y règne la règle de « un homme/femme, une voix » et non « une action/une voix ». Cela est donc aussi une contribution pour repenser la croissance car comme le dit MARX « *... l'échelle de la production n'est pas déterminée par l'état des besoins mais à l'inverse c'est l'échelle sans cesse croissante de la production prescrite par le mode de production lui-même qui détermine la masse des produits* » (2010, p. 209).

La réaffirmation de la valeur d'usage commence par la réappropriation, d'une part, des conditions de production, c'est-à-dire aussi des usages, des pratiques et des « activités

---

<sup>10</sup> Pour une présentation de cette contradiction voir JACOT, 1974.

<sup>11</sup> « *Le résultat du procès de production capitaliste n'est ni un simple produit (valeur d'usage) ni une marchandise, c'est-à-dire une valeur d'usage qui a une valeur d'échange déterminée. Son résultat, son produit, c'est la création de la plus value pour le capital et donc la transformation effective d'argent ou de marchandise en capital ...* » (MARX, 1974, p. 467-468).

*d'usage* » (SOHN-RETHEL, 2010, p. 121) et, d'autre part, de l'exercice de la décision quant aux objectifs et finalités poursuivis ainsi que des moyens à mobiliser tout en assurant le contrôle du procès de production<sup>12</sup>. L'enjeu est donc de pouvoir contester « *que les acteurs sociaux n'entrent plus en relation les uns avec les autres que par l'intermédiaire des choses qu'ils produisent en vue de leur échange sur le marché (...)* » (FISCHBACH, 2009, p. 41) et donc d'établir ces relations non plus sur l'échange capitaliste qui cherche la valeur pour la valeur, mais sur le développement des usages<sup>13</sup>.

Il apparaît dès lors important d'analyser les conditions d'une possible promotion d'une « *production d'usage* » pour reprendre une expression de POLANYI (1983, p. 100), porteuse d'un questionnement sur la domination du cycle de la valorisation du capital, permettant en outre de réinscrire le temps long dans les décisions d'investissement<sup>14</sup>. Cette production peut s'appuyer sur des formes organisationnelles et des principes de gouvernance qui (re)mettent au cœur des processus décisionnaires l'expression par chacun de sa liberté, c'est-à-dire la manière de construire des actions collectives orientées vers un but préétabli, discuté et partagé, lui-même pouvant être réévalué selon les réalisations constatées.

Pour traiter cette question et proposer d'avancer de manière opérationnelle sur cette action collective, coopérative, nous nous intéressons, outre à la coopérative comme forme organisationnelle, aux activités d'usage que sont les communautés de marques. Il s'agit de comprendre comment des usages s'exercent hors du marché tout en se nourrissant de lui, hors de la sphère marchande capitaliste sans pour autant refuser l'échange.

En quoi les communautés de marque et les coopératives expriment-elles cette possibilité d'une réappropriation de la liberté ? Dans un cas comme dans l'autre ce qui prime le plus souvent, mais non exclusivement, c'est l'usage, y compris dans les finalités. Il s'agit de comprendre comment des usages s'exercent hors du marché tout en se nourrissant de lui, hors de la sphère marchande capitaliste sans pour autant refuser l'échange.

## 2. Communauté de marque

Les communautés de marque rassemblent des consommateurs, des usagers, qui se réunissent autour d'un produit, d'un service porté sur le marché par une entreprise, pour développer des pratiques qui tissent alors des liens (symbolique, affectif ... ; COVA et COVA, 2009 ; BADOT et ali., 2009). Les cas les plus emblématiques sont les communautés qui se sont constituées, par exemple, autour de Harley-Davidson, Alfa-Roméo, Warhammer, Manchester United (FOURNIER, 2009 ; COVA et WHITE, 2010 ; COVA et ali., 2007 ; COVA et PACE, 2006 ; COVA et COVA, 2002 ; COVA, 1997). Le point important est qu'il existe une dynamique entre l'entreprise possédant la marque et les consommateurs qui se l'approprient, même si cette dynamique peut ne pas être exempte de tensions : « *Brand communities are*

---

<sup>12</sup> « *Dès que les individus se font face comme des personnes libres, sans salariat pas de production de survalueur, sans production de survalueur pas de production capitaliste, donc pas de capital et pas de capitaliste ! Capital et travail salarié (c'est ainsi que nous appelons le travail du travailleur qui vend sa propre capacité de travail) n'expriment que les deux facteurs d'un seul et même rapport* » (MARX, 2010, p. 159). Cette citation montre aussi la difficulté à sortir du vocabulaire quotidien pour saisir le concept. Pas de survalueur ne veut pas dire pas d'excédent pour investir, former, embaucher, rémunérer .... Le salariat est le régime légal et le nom du revenu qu'un salarié reçoit mais il est plus que cela, il est un rapport social. A ce titre, il exprime « *le procès d'aliénation de son propre travail* » (idem, p. 132).

<sup>13</sup> Ce qui pose la question de la place de la marchandise et la pression permanente à la marchandisation, et donc de celle de l'authenticité définit comme « *une pure valeur d'usage définie dans un rapport singulier à un utilisateur* » (BOLTANSKI et CHIAPPELLO, 2011, p. 594).

<sup>14</sup> Il y aurait tout un travail à faire sur les temps des civilisations. Par exemple le temps au sein de l'Islam n'est pas linéaire mais plus perçu/vécu comme une « *accumulation d'instant* » (MADOU, 2005). Merci à Cécile Perret de cette indication.

*sources of value for companies but will only exist insofar as the consumers who have got together sense goodwill towards the brand and develop connections around it. As such, value creation of this kind is exogenous to the firm (Vargo, 2009). Consumers search for a positive, warm, and brand context ; a context in which they feel welcome, protected, and included. It is in that sense that we can speak of the linking value of brands (Cova, 1997) » (COVA et PARANQUE, 2012, p. 8). Toutefois, cette dynamique peut diverger et créer des oppositions entre la communauté et l'entreprise « *The question became more embarrassing for the Games Workshop when a number of consumers, outraged at sales prices, began manufacturing fake figurines and offered them online (www.boardgamegeek.com) or at collectors' fairs. At the same time, other consumers opened sites explaining how to create battle decors for Warhammer by oneself (www.military-kits.com). The company countered by criticising the counterfeit figurines or decors for their mediocre quality and use of dangerous materials » (idem).**

Au cœur de cette relation, se logent deux dimensions importantes. La première a à voir avec la création de valeur actionnariale puisque la marque est un actif (SALINAS, 2009) qui, à ce titre, doit être valorisé et contribuer à la maximisation de la fonction d'utilité de l'actionnaire<sup>15</sup>. La seconde est l'émergence de « lieux » de développement d'usages, donc d'activités basées sur l'usage, hors marché (comme le peer-to-peer, l'open source ...), qui à la fois échappent au cycle du capital mais aussi représentent pour celui-ci de vraies opportunités de captation de valeurs d'échanges potentielles. Ces communautés, via leurs pratiques, peuvent permettre aux entreprises de limiter les investissements qui seraient nécessaires pour créer ces nouvelles marchandises en offrant la possibilité que des investissements privés soient économisés, et de fait socialisés, et des accès à des espaces marchands rendus possibles sans (trop) de frais supplémentaires. Le marketing serait alors la fonction qui permet au capital de gérer la contrainte de réalisation, c'est à dire sa forme monétaire (Weeks, 2010 ; Bowman et Ambrosini, 2000) et d'assurer une veille stratégique concernant le procès de circulation du capital<sup>16</sup>. Ainsi, le marketing assure la promesse de vente, l'épreuve de réalité, l'épreuve du feu correspondant aux décisions d'investissement prise antérieurement, pendant le délai de production où le capital est immobilisé sous une forme non monétaire.

La marque se transforme ainsi en ressource pour les usagers/consommateurs qui développent, sur cette base, des échanges non marchands, du lien social, des activités ; c'est une ressource constitutive d'identité mais qui est sous-tension. C'est en effet aussi une ressource pour les entreprises qui, si elles peuvent transformer ces usages hors marché, cette valeur d'usage (issue des usages), en marchandise, c'est à dire en valeur d'échanges, ont là un fort levier pour accroître leur propre valeur actionnariale. On peut ainsi se poser la question du dépassement de l'espace marchand non pas en terme volontariste mais en constatant que la valeur émerge de plus en plus hors du marché (ARVIDSSON, 2011).

La question est alors de savoir comment gérer cette ressource qui n'est ni privée dans ses usages (bien qu'elle le soit dans son acquisition), ni publique car initialisée par une relation de marché privative (l'achat d'un bien ou d'un service ou tout le moins le rapport à un bien ou service vendu sur un marché) et non disponible pour tous.

A partir du moment où l'accent est mis en quelque sorte à l'extérieur de l'entreprise, c'est-à-dire sur un espace d'actions productrices d'usages, et donc de ressources, animé par les

---

<sup>15</sup> *“the brand equity produced by user-consumers becomes a target of valorisation as the monetary value attributed to branded goods, such as Lego bricks or Virgin broadband, is factored into the stock price of the companies owning the intellectually property vested in the brand” (WILLMOTT, 2010, p. 521).*

<sup>16</sup> C'est-à-dire le passage de la forme argent à la forme de marchandises produites qui doivent à leur tour revenir sous forme argent pour accroître le capital de départ, c'est-à-dire une forme accumulable.

consommateurs/citoyens, se pose la question du statut de cette ressource que l'entreprise doit capter. Est elle publique, privée, collective ? Qui a des droits sur son usage et son déploiement ?

La marque est un lien bi-dimensionnel entre consommateur, via les usages, et l'entreprise et ses consommateurs, via la création de valeur d'échange, de valeur actionnariale. Il y a donc bien un double jeu,

- de propriété privée marchande, la marque appartient contractuellement à l'entreprise,
- de propriété collective, le lien qu'elle crée entre consommateurs résulte de l'investissement des consommateurs et de leurs interactions dans le cadre de relations non exclusivement marchandes.

Ce double jeu renvoie alors à une double interrogation : comment coordonner cette action hors marché et comment la valider dans une économie de marché ? Comme le dit FISCHBACH « *la question serait alors de savoir si l'on peut échapper à l'emprise coercitive et perpétuelle de la valeur en puisant à la source d'une autre temporalité qui ne serait plus le temps figé et spatialisé de la présence propre à la valeur, mais à une temporalité mouvante, fluide et dynamique* » (2009b, p. 136).

Cette valeur pourrait être celle des usages, et non plus du seul échange, coordonnés par la médiation du projet collectif élaboré à l'aide de règles appropriables par tous.

### 3. Coopérative

Après avoir montré comment des usages pourraient émerger hors du cycle du capital, nous voulons rappeler, avant de poursuivre, que ce cycle se définit par la recherche de la valeur (d'échange) pour la valeur. Dès lors, le dépassement de la propriété privée capitaliste ne signifie pas la disparition de la propriété privée mais bien d'un certain type de rapports sociaux fondés sur le cycle du capital, c'est-à-dire une dynamique qui vise la valeur pour la valeur, l'accroissement de la valeur en tant que tel<sup>17</sup>. Il s'agit donc d'identifier les formes productives qui ont comme objectif la valeur d'usage susceptible de passer par le marché sans entrer dans le cycle du capital, et de contribuer aux débats sur l'exercice de la citoyenneté au sein de l'entreprise<sup>18</sup>.

A cet égard, la forme coopérative qui voit les salariés être actionnaires de leur entreprise avec le même poids dans la prise de décision indépendamment de l'apport en capital, porte généralement un projet qui va au-delà de son cadre organisationnel légal pour concerner un collectif plus large. L'histoire des coopératives<sup>19</sup> montre bien cette dimension collective tout en soulignant les difficultés de gestion auxquelles elles sont confrontées (ARANDO et ali., 2010 ; DURANCE, 2011).

L'une des motivations qui a présidé à cette réflexion provient des interpellations sur la gouvernance des entreprises, leur responsabilité sociale, qui pointent des carences dans leur fonctionnement, mais s'interrogent aussi sur l'existence des coopératives qui pourrait traduire un possible archaïsme (HART et MOORE, 1996), expression de la survivance des corporations

---

17 « *Le capital même est double, du fait qu'il consiste en marchandises. Valeur d'échange (argent), mais valeur se valorisant, valeur qui par la même crée de la valeur, qui s'accroît en valeur, reçoit un incrément consistant en valeur. (...). Valeur d'usage et ici il apparaît selon les rapports déterminés qui sont les siens dans le procès de travail.* » (MARX, 2010, p. 238-239).

<sup>18</sup> Pour une mise en perspective voir DUNLAVY (2006).

<sup>19</sup> Pour un rappel historique voir HENRIKSEN et ali. (2011), FENG et HENDRIKSE (2008, 2011), PRINZ, (2002), ESPAGNE, (1997) ou encore GIOS et SANTUARI (2002). Pour les coopératives de crédit voir GOGGIO et LEONARDI (2010) et CUEVAS et FISCHER (2006).



et de formes datées d'associations de producteurs devant réagir à la défaillance de leur entreprise (CASADESUS-MASANELL et KHANNA, 2003, p. 4). Au contraire nous considérons qu'elle porte une réponse opérationnelle efficace aux problèmes de gouvernance et d'exercice non « cosmétique » de la responsabilité sociale des entreprises (FENG et HENDRIKSE, 2011 ; CORNFORTH, 2004 ; C. BOUCHON, et ali., 2012). Ainsi, les études sur le sujet (Groupe Alpha, 2012) ou les décisions prises en France par les banques coopératives de constituer des holdings pour accéder aux marchés financiers montrent que de nombreuses interrogations existent sur la nature de la « modernité » des formes juridiques considérées habituellement comme adaptées aux défis de la mondialisation.

Ce questionnement fait aussi écho à une analyse produite par MARX *« A l'intérieur de la vieille forme [de la propriété privée], les usines coopératives des ouvriers elles-mêmes représentent la première rupture de cette forme, bien qu'évidemment elles reproduisent et ne peuvent pas ne pas reproduire partout dans leur organisation effective, tous les défauts du système existant, Mais, dans ces coopératives, la contradiction entre capital et travail est supprimée, même si les travailleurs ne sont d'abord, en tant qu'association, que leur propre capitaliste, c'est à dire s'ils utilisent les moyens de production à mettre en valeur leur propre travail.(...) Il faut considérer les entreprises capitalistes par actions et, au même titre, les usines coopératives comme des formes de transition du mode capitaliste de production au mode collectiviste, avec cette différence que, dans les premières, la contradiction est résolue négativement et dans les secondes positivement »* (1974b, p. 105-106)<sup>20</sup>. La qualification de « positivement » renvoie, selon nous, à ce que la forme coopérative permet aux parties prenantes<sup>21</sup>, au premier titre desquelles les salariés, d'effectivement se réapproprier les conditions d'exercice de l'activité de production et donc de ne plus voir le capital s'opposer à eux comme une force indépendante, aliénante, mais redevenir le moyen de leur liberté.

Il apparaît en effet que le plus souvent les motivations de la coopération soient à rechercher plus sur le plan social (ARANDO et ali., 2010 ; BOUCHON, et ali., 2010) qu'économique au sens de la théorie dominante de la maximisation des fonctions d'utilité individuelles, les enjeux de préservation de l'emploi (CASADESUS-MASANELL et KHANNA, 2003) ou de soutien à l'activité locale, étant le plus souvent au cœur du projet (ARANDO et ali., 2010).

Ce qui nous intéresse ici c'est autant la question des finalités et des modes d'organisation impliquant les salariés/citoyens dans la gestion de l'organisation avec des objectifs qui veulent s'émanciper de la valorisation du capital, que la réponse aux besoins de la vie en assurant une activité pérenne dégagant les revenus nécessaires à la soutenabilité du développement de l'organisation encadrée dans une société, dans des relations sociales. Cela se traduit par une implication responsable ainsi que par une prise de risque réelle qui intègre tant la sphère économique que la vie sociale du collectif, ce qui ne va pas sans problème.

Cela implique donc une responsabilité qui agisse sur deux registres. *« La responsabilité collective peut et doit se comprendre dans la coopérative, selon deux modes. Tout d'abord elle correspond au fait de ne pas diviser la responsabilité en fonction des degrés d'implication dans un résultat final. (...). L'autre acception que l'on peut donner à la notion de responsabilité collective est celle de responsabilité envers la collectivité. Autrement dit, il y a une volonté de faire en sorte de prendre en compte le bien-être des autres coopérateurs et de faire que celui-ci ne soit remis en question par aucun membre de l'organisation. »* (BOUCHON et ali., 2010, p. 54).

---

<sup>20</sup> Précisons que la forme dominante était le capitalisme familial fondé sur l'héritage.

<sup>21</sup> Voir la mise en place en France des SCIC, Société Coopérative d'Intérêt Collectif, [http : //www.scic.coop/entreprise-cooperative.htm](http://www.scic.coop/entreprise-cooperative.htm).

De ce point de vue, elle s'oppose à celle qui est demandée au sein des organisations traditionnelles où « *La concentration des pouvoirs dans les mains de l'actionnaire mène à un système d'organisation de plus en plus bureaucratique, où l'exercice de la responsabilité pour le salarié, est remplacé par la nécessité de la loyauté, le sens du devoir et de la discipline vis-à-vis de l'actionnaire.* » (BOUCHON et ali., 2010, p. 25 ; souligné par moi). A l'inverse dans les SCOP en particulier, la prise de risques qui porte à la fois sur le capital engagé et l'engagement personnel (travail, famille ...), implique une prise de responsabilité spécifique tant sur le plan des relations que dans le mode de gouvernance. Ce qui résulte de cette posture est que « *La première condition à remplir pour avoir un comportement responsable est sans doute de pouvoir exercer sa responsabilité. C'est-à-dire qu'il faut posséder une certaine marge de manœuvre dans son action, et garder la possibilité d'effectuer un choix (...).* » (idem, p. 51).

Cette « marge de manœuvre » est en fait l'amorce d'un processus de désaliénation, c'est-à-dire de réappropriation de mes moyens pour mes fins. Autrement dit la coopérative pourraient combiner deux dimensions, celle de remettre les usages, via les fins poursuivies, au cœur des enjeux de gestion, et de donner les moyens pratiques de lutter contre « *les conditions objectives du travail [qui] acquièrent, face au travail vivant, une autonomie de plus en plus gigantesque* » (MARX, 1980b, p. 323)<sup>22</sup> et donc de remettre en cause « *cette dissociation, séparation absolues entre la propriété, c.-à-d. les conditions de travail relevant du domaine des choses, et la puissance du travail vivant* » (1980, p. 391)<sup>23</sup>.

Cette responsabilité trouve un écho sur le plan des usages, des activités d'usage, à travers, par exemple le commerce équitable, où le marché permet une redistribution des ressources et non la réalisation d'une valeur d'échange en tant que telle. L'enjeu est alors d'explicitier les ou des règles par lesquelles nous pouvons objectiver les conditions de la coordination de ces actions collectives afin de les rendre partageables. L'approche des « Cités » développée par BOLTANSKI et THEVENOT (1991), nous incite à reconnaître dans les modèles des « mondes domestiques », « civiques » et « marchands », des éléments permettant d'aller dans ce sens même si selon nous il manque une dimension opératoire dans la conduite de l'élaboration d'un model d'action s'en inspirant. Pour ce faire nous allons mobiliser les travaux d'OSTROM qui a travaillé spécifiquement sur la gestion des ressources communes et les régimes de propriété sous lesquelles elles peuvent être gérées.

De ce point de vue l'étude des coopératives peut être d'une grande richesse (quand bien même la question de l'égalité devant le capital n'est pas complètement résolue (BARETTO, 2011)) dans la mesure où, outre que la question est bien documentée, elles sont fondées sur trois grands principes : l'interdépendance, la solidarité et la démocratie (GIOS et SANTUARI, 2002). Elles ont aussi l'avantage de pouvoir faire l'objet d'une triple problématique. Quels sont les enjeux de gouvernance au regard de la pérennité du projet collectif et des besoins de sa réévaluation au cours du temps ? Quels sont les obstacles à cette forme de gestion collective des moyens de production et quelles sont les conditions sociales et culturelles de son appropriation ? Quels avantages et inconvénients présentent-elles par rapport aux formes traditionnelles d'entreprises en terme de performance, ce qui implique de s'interroger sur la nature de cette dernière, financière ou sociétale ? Répondre implique donc d'explicitier le paradigme sous-jacent qui est celui de la maximisation de la valeur actionnariale comme moyen du bien-être collectif (PARANQUE, 2010) pour lui opposer une performance sociétale non réductible à la seule efficacité de la firme (FAMA et JENSEN, 1983) mais plutôt de celle de l'ensemble du collectif qu'elle concerne : clients, fournisseurs,

---

<sup>22</sup> Voir aussi page 401 (MARX, 1980).

<sup>23</sup> Ce qui est moyen donc de lutter contre la réification (HONNETH, 2007 ; FISCHBACH, 2009 ; LUKACS, 1960).

population ... . Par conséquent, comme le rappellent CASADESUS-MASANELL et KHANNA, même si certains peuvent émettre l'hypothèse que « *The implication* [les salariés des coopératives pourraient accepter des salaires plus bas en contrepartie du maintien de leur emploi à la suite d'une reprise d'entreprise par ses salariés pour éviter sa disparition] *is that cooperatives will underperform limited liability firms, though it is important that the poor performance causes the cooperative exist, rather than the act of cooperation inducing inefficiency*» (2003 : 4). Là encore, il importe de bien s'entendre sur les objectifs de la comparaison et plus précisément sur la pertinence du rapprochement, c'est-à-dire sur le choix des indicateurs. En effet, que ce soit en terme de productivité du travail, de pérennité ou d'investissements, le constat d'une sous-performance est loin d'être validé (SCHWARTZ, 2011 ; ARANDO et alii, 2010).

L'enjeu est alors d'explicitier les ou des règles par lesquelles nous pouvons objectiver les conditions de la coordination de ces actions collectives afin de les rendre partageables.

#### **4. Action collective et « biens communs »**

Que ce soit dans le cadre des communautés de marque ou dans celui des coopératives, le statut du fonctionnement de ces collectifs reste privé car adossé/encadré à et dans le marché même si les usages et les pratiques dérivées sont collectifs. Par exemple, la communauté, à partir de la marque, déploie des usages sur la base d'un bien immatériel, la marque, qui a été créé/produit à partir de l'usage exclusif de ressources acquises par une entreprise par contrat, porté par des biens ou services vendus sur un marché après transformation ou conditionnement.

Dès lors, quels sont les droits et devoirs des parties prenantes ? Dans le cas de la marque, s'il y a bien vente d'un produit par une entreprise (bien ou service), son appropriation si elle reste privée par l'achat du consommateur, peut être aussi symbolique et donc immatérielle dans le sens où je peux le partager avec d'autres et même si je ne l'achète/vends pas, je peux néanmoins m'identifier à la marque et participer, via la communauté, à son développement symbolique. Cette appropriation n'a pas besoin de relations de marché, tout un chacun peut s'investir dans une communauté et y contribuer. Ainsi des valeurs d'usage (au sens de MARX toujours<sup>24</sup>) peuvent se développer en échappant, au moins temporairement, au cycle du capital et donc n'ont pas besoin du marché, c'est-à-dire de la valeur d'échanges, pour être partagées.

Ce partage implique des règles de médiations et de gestion de l'action collective. En effet, si nous prenons les communautés de marque (Apple, Warhammer, Ducati, Burberrys ...) et les acteurs qui y sont engagés, on peut imaginer deux risques pour la communauté : 1/ certains membres peuvent utiliser le travail collectif pour le « privatiser » comme cela peut exister quand une action de solidarité dans l'accès à des légumes de qualité crée un marché nouveau, devenu solvable permettant alors de saisir directement les opportunités marchandes ou encore dans le cadre du développement d'un réseau social comme l'a montré l'exemple de CouchSurfing, vendu par son concepteur ; 2/ l'organisation, sous la pression du marché, en particulier via les banques, peut être tentée de « marchandéiser » le produit de ce travail pour développer son offre comme par exemple dans le cas de l'insertion professionnelle de travailleurs handicapés qui peuvent être considérés comme une simple main d'œuvre bon marché ou encore avec l'introduction en Bourse de Facebook, valorisant de manière privée/privative l'activité bénévoles des membres. Dans les deux cas, cela s'exprimera par la

---

<sup>24</sup> « *La marchandise est d'abord un objet extérieur, une chose qui par ses propriétés satisfait des besoins humains de n'importe quelle espèce. Que ces besoins aient pour origine l'estomac ou la fantaisie, leur nature ne change rien à l'affaire (...). Chacune est un ensemble de propriétés diverses et peut, par conséquent, être utile par différents côtés. Découvrir ces côtés divers et, en même temps, les divers usages des choses est une œuvre de l'histoire* » (MARX, 1978, p. 51).

transformation d'une valeur d'usage en valeur d'échange sur un marché. Dans le premier cas, l'individu peut profiter du travail collectif pour créer une marchandise – les ressources « open » en informatique ; dans le second, l'entreprise transforme un usage en marchandise. Dans les deux cas, une valeur d'usage, porteuse de sens pour le groupe, lui échappe pour gagner la sphère de la valeur d'échange car faisant l'objet d'une appropriation privée pour être mise sur un marché. L'enjeu auquel doit donc répondre la communauté pour sa propre soutenabilité est de réduire le risque d'opportunisme : qu'un acteur (individu ou entreprise) s'approprie au détriment des autres, tout ou partie des ressources générées par le projet en le détournant de ses fins. Cela peut prendre différentes formes par le prélèvement d'une ressource (technologie, produit...) ou par l'impossibilité d'accéder à la ressource (brevet, licence ...) dans le cas d'une ressource immatérielle.

Nous sommes alors sur une problématique de médiation de la valeur d'usage porteuse de liens, de symboles. Cette médiation relève des modes de gestion de l'action collective et donc de ses finalités. Ainsi ARVIDSSON (2006, 2009, 2011) insiste sur les transformations opérées par le développement de l'immatériel et les questions liées d'éthique (équilibrer les passions et l'affect) qu'il appelle, à la suite de MARX, le « general intellect » (2010, p. 235 ; 1980b, p. 194). De même WILLMOTT (2010) pointe la dynamique propre de la valorisation des marques qui, via les communautés, tente d'organiser la co-production de celles-ci entre usager-consommateur et entreprise. Dans les deux cas, ce qui est au centre de la réflexion ce sont les nouveaux modes de mise en valeur du capital et l'identification de nouveaux gisements de valeurs (d'échange). Cela exprime bien la tension permanente existante entre le deux pôles de la valeur, usage versus échange, communauté et marché.

Pour la marque nous sommes sur une frontière qui définit aussi un espace d'action entre ces sphères de l'usage et de l'échange. Elle est une ressource financière pour l'entreprise via les revenus qu'elle génère et elle appartient à l'entreprise. Elle est en même temps appropriée socialement par les consommateurs qui en font une ressource pour créer du lien entre eux, ce qui crée potentiellement une ressource pour l'entreprise pour améliorer ses performances sur le marché. C'est ainsi à la fois une ressource commune sur le plan social de l'appropriation symbolique par les consommateurs mais dont la « propriété » reste à définir, et un pool de ressources pour la communauté mais aussi pour l'entreprise<sup>25</sup>. Cette dernière peut décider de s'approprier « privativement » les ressources créées par la communauté sous forme collective<sup>26</sup>. Dès lors il importe de délimiter la ressource, la communauté. Dans le cas de produits immatériels, ces frontières sont floues et la communauté elle-même est peu homogène. Elle pourrait sans doute être illustrée par des cercles concentriques autour des aficionados avec différents degrés d'implication. Le défi pour une approche par les communautés de marque est qu'il s'agit de ressources, souvent intangibles, « aisément » transférables mais avec la limite donnée par la perception que peuvent avoir ses membres de se faire spolier ou exploiter (COVA et DALLI, 2009). L'autre difficulté, mais aussi avantage, est qu'il s'agit d'une organisation « polycentrique » exprimant différents niveaux d'investissement des membres, avec la possibilité de valider les comportements des uns et des autres dans le temps (monitoring) même si la coordination collective est complexe. Il se pose de fait la question du régime de propriété du travail, des activités, sous lequel s'exerce l'investissement de chacun au sein de la communauté vis-à-vis de l'entreprise et des tiers.

---

<sup>25</sup> Cela renvoie à la distinction entre « ressource en propriété commune » et un « pool de ressources communes » (HESS et OSTROM, 2011 : 5 ; HESS et OSTROM, 2007), ces dernières pouvant être gérées en tant que biens publics (sans exclusion de bénéficiaires) ou privés (la consommation de l'un réduit le stock disponible pour les autres).

<sup>26</sup> Pour la communauté, le sentiment de propriété ne sera pas tangibilisé seulement par un droit mais aussi par l'appartenance.

Question d'autant plus cruciale qu'elle peut concerner des ressources intangibles facilement transférables (HESS et OSTROM, 2011)<sup>27</sup>.

Comment alors passer d'une logique de l'avoir à une logique de la construction des biens communs, soit comme résultat de l'activité de production, soit comme effet de l'action collective comme mode d'appropriation « *du monde entier de la culture et de la civilisation* » (FISCHBACH, 2009, p. 234) ? Il s'agit donc de contribuer à définir les grandes lignes « *d'une conception alternative de la propriété comme jouissance de l'expression active de soi* » (idem, p. 238). Est-il possible de suivre FICHTE cité par FISCHBACH qui définit cette conception « *dans un droit exclusif à une activité libre déterminée* » (idem, p. 244) ? Autrement dit peut on s'accorder sur le fait que « *la véritable opposition (...) n'est pas entre propriété privée et propriété collective, mais entre usage privé ou privatif et usage commun* » (idem, p. 249) et proposer de construire « *un usage commun des biens et des richesses, contre leur consommation privée et privative qui prévaut aujourd'hui* » (idem, p. 262) ? Pour répondre à cette question il faut disposer d'un mode organisationnel qui va permettre cette construction.

## 5. Quelle coordination ?

La problématique est celle des formes de gestion de l'action collective intermédiaire, fondées sur la propriété privée coordonnée (BOLLIER 2011). L'exemple archétypal est celui de la gestion par des propriétaires privés d'une ressource commune comme le poisson pour des pêcheurs ou l'eau pour des agriculteurs. Cela renvoie à la distinction entre un bien public et un bien privé. Le premier, et par différence le second, « *is naturally nonrivalrous, meaning that consumption of the resource does not deplete the amount available to other users, and not excludable, meaning that knowledge resources are not naturally defined by boundaries that permits exclusion of users* » (MADISON et ali., 2010, p. 666)<sup>28</sup>.

Pour traiter cette question, il semblerait que le concept de gestion des ressources communes peut être utile à condition de pouvoir l'étendre à la production de ces ressources, y compris immatériel. Ce concept a été établi par OSTROM (2010) à propos des ressources naturelles. Elle souligne l'importance qu'il y a à comprendre un bien commun comme un régime de propriété spécifique avec une distribution de droits d'usage ; à chaque système de ressources correspond un système de droits de propriété avec leur système de gouvernance.

Le propos d'OSTROM concerne les « *questions relatives à la meilleure manière de gérer les ressources naturelles utilisées en commun par plusieurs individus (...)* » (2010, p. 13). La réponse courante est binaire ; soit elles doivent être confiées à l'Etat pour que personne n'en soit exclu, soit cela relève du marché. Toutefois, l'observation montre que la réponse peut être différente, combinant propriété privée et gestion collective d'un bien commun dans un espace social et politique, entre Etat et marché. Existe-t-il alors un espace social entre les deux permettant un usage collectif de la ressource qui ne relève pas de l'action publique ou du seul marché libéral ? Il faut comprendre une coordination en quelque sorte préalable qui permette tout à la fois la gestion de l'organisation mais aussi le rappel des objectifs (et des moyens) collectifs poursuivis. Dans ces cas l'aspect important est « *la perceptibilité des actions de chacun des membres* » (idem, p. 19, 20). Il s'agit donc aussi, avant tout, d'un enjeu de confiance entre participants.

---

<sup>27</sup> A cet égard, OSTROM (2010b) apporte des éléments intéressants pour notre analyse en commentant une approche en termes de « Commons » des opens sources software (MADISON, FRISCHMANN et STRANDBURG 2010 ; voir aussi SCHWEIK, 2011).

<sup>28</sup> Ce qui est aussi un choix social comme l'indique BOLTANSKI et CHIAPELLO (2011 : 639) : « ce qu'il s'agit de défendre, c'est d'abord l'égalité des personnes qui leur ouvre un accès égal à des biens primaires (...) ».

Pour traiter cette question, il semblerait que le concept de « bien commun » peut être utile. Ce concept a été établi par OSTROM (2010) à propos des ressources naturelles. Dans sa conférence donnée à Paris le 23 juin 2011 à l'initiative du CIRIEC, du CNAM, de la Chaire d'économie sociale de l'ESCEM et du RIODD, elle souligne l'importance qu'il y a à comprendre un bien commun comme un régime de propriété spécifique avec une distribution de droits d'usage ; à chaque système de ressources correspond un système de droits de propriété avec leur système de gouvernance.

Il ne s'agit pas d'appliquer ces critères élaborés tels quels mais de s'en inspirer pour aider à la formalisation des conditions de l'action collective et permettre la définition des principes communs la guidant. Il est évident que gérer une ressource physique est différent de la gestion de relations sociales et de la production d'une ressource immatérielle correspondant à un « bien être collectif ». Mais ces « relations » peuvent constituer une ressource à partir du moment où elles s'inscrivent dans un projet collectif mobilisant les compétences et ambition de chacun en vue d'atteindre un objectif défini collectivement sur un territoire donné (construit). Il se cache donc un point partagé par les deux problématiques. Avant de gérer une ressource, il faut que les acteurs impliqués s'entendent. C'est là, à mon sens, le cœur de l'apport d'OSTROM qui établit un point de jonction : comment définir un objectif collectif et les moyens pour l'atteindre ? Indépendamment de la matérialité de la ressource, ce qui est crucial est la manière dont des acteurs, sous un régime de propriété précis, vont s'entendre, ou non, pour gérer, ici, une ressource physique, là, pour mobiliser des moyens afin de répondre à un besoin. La première, pour être opérationnelle et formalisée, nécessite des règles explicites pour gérer l'action collective et la coordination des intérêts privés. La seconde mobilise les acteurs, non autour d'une ressource, mais autour d'un projet destiné à répondre à un besoin social pour lequel il faut mobiliser des ressources (humaines, financières, techniques...).

La question se pose alors de l'intérêt de formaliser la gestion de ces pratiques, que ce soit celles de la communauté de marque ou celles initiées par un projet collectif, sachant que tout cela doit s'inscrire dans le temps et permettre de gérer les contradictions ou les divergences au sein du collectif. OSTROM définit 8 principes de conception communs aux institutions durables de ressources communes (2010, p. 114).

1. Des limites clairement définies : quelles sont les limites de la communauté ? Comment identifier ses fondements en termes de liens ?
2. La concordance entre les règles d'appropriation et de fourniture et les conditions locales : il s'agit d'identifier le mode de fonctionnement de la communauté sur la base de ses valeurs ; les modalités et les formes de contributions de ses membres ainsi que les principes qui autorisent l'utilisation par chacun du résultat de l'activité des uns et des autres.
3. Des dispositifs de choix collectifs : comment sont instituées les règles de fonctionnement, leur degré de formalisation et les procédures de modifications.
4. La surveillance : comment est assuré le respect de l'esprit de la communauté et comment sont sanctionnés les contrevenants.
5. Des sanctions graduelles : quelles sont-elles et comment sont-elles définies et appliquées ?
6. Des mécanismes de résolution des conflits : il s'agit d'évaluer la capacité du groupe à se gérer et à gérer les évolutions, donc aussi les divergences quant aux choix possibles, entre autre face aux comportements de l'entreprise.
7. Une reconnaissance minimale des droits d'organisation : il s'agit d'identifier la structure de la communauté et la manière dont va être gérée la diversité de l'adhésion au projet et à ses contraintes.

8. Des entreprises imbriquées : il s'agit de prendre en compte l'intervention de l'entreprise sur le marché et son imbrication avec les autres entreprises.

Les ressources communes, les biens communs sont fournis par la nature ou produits par l'homme en sachant que tout prélèvement d'un individu se fait/peut se faire au détriment des autres, chacun étant tenté de se servir au maximum pour éviter d'être rationné (OSTROM, 2007). Dès lors il importe de délimiter la communauté, le groupe, et donc d'explicitier les formes de propriété congruente avec ses objectifs. Cinq droits de propriété sont définis pour qualifier « la propriété » et donc permettre de définir les droits, responsabilités et rôles des différents acteurs impliqués (OSTROM et HESS 2007, p. 11) :

1. L'accès au lieu géographique et aux bénéfices de son usage
2. Le bénéfice de ressources
3. Le management qui qualifie le droit de réguler et d'améliorer les ressources
4. L'exclusion qui définit les droits d'accès et de transfert des droits
5. L'aliénation qui explicite les règles de vente ou de location des droits de management et d'exclusion.

Créer les conditions de l'action collective ne se réduit pas à gérer le projet entrepreneurial mais nécessite de définir les frontières qui caractériseront l'espace d'action et l'intensité de l'implication des différentes parties prenantes. Par conséquent, au-delà des aspects techniques, il importe aussi de définir l'espace social correspondant.

L'organisation devant porter le projet doit exprimer les motivations et valeurs ayant amené celui-ci, et traduire dans son fonctionnement les conditions de l'action et de sa gestion au quotidien, ainsi que la réalisation de l'objectif collectif élaboré entre les personnes et donc leur engagement. En effet, le projet initial naît souvent d'une interpellation et/ou d'une nécessité, que ce soit le handicap, l'accès à une ressource, le besoin d'autonomie ... Dans tous les cas, ces projets vont être confrontés à la question des moyens : quels seront les clients ? Quels fournisseurs pour assurer l'approvisionnement ? Comment répondre aux besoins de formation des équipes ? Comment obtenir le crédit nécessaire ... ? Quand ces questions se posent, c'est le plus souvent dans l'urgence ou alors sous le mode de l'évidence : tel fournisseur est disponible, tel client vous sollicite. Mais leurs attentes, leurs valeurs peuvent ne pas être en cohérence, coïncider avec celles des porteurs du projet. Comment s'assurer que leurs propres contraintes ne vont pas « contaminer » la dynamique du projet ? Par exemple, comment développer un réseau de commerce équitable avec des producteurs locaux et situés, respectueux de l'environnement alors que la demande des clients finaux, du marché, est de pouvoir consommer des fruits et des légumes toute l'année et donc hors saison ?<sup>29</sup>

La réponse à ce type d'interrogations, et donc l'organisation/la gouvernance, doit refléter la manière dont le pouvoir s'exerce et les modalités de sa mise en action. Dit autrement, comment sont ou devraient être prises les décisions ? Ainsi, est-ce que les principes de prises de décisions ont été définis : se font-elles selon les apports en capital de chacun, la capacité financière étant alors privilégiée, ou s'organisent-elles selon le degré d'engagement de chacun, la motivation et les compétences ayant le primat ?

---

<sup>29</sup> Cela a fait débat durant un cours avec des étudiants à propos du commerce de la banane. Comment soutenir des producteurs locaux dans le cadre du développement du commerce équitable tout en réduisant l'impact de l'approvisionnement sur l'environnement lors du transport vers l'Europe du produit ? Peut-on dissocier les deux, en disant « je n'achète que des produits de saison » si les producteurs, du fait du poids de l'histoire et des choix antérieurs, n'ont pas d'autres choix ; si, encastrés dans des rapports de pouvoirs, ils ont besoin de temps pour diversifier leur productions ? Quelle doit être notre capacité à élaborer des compromis, y compris avec nos propres exigences ?

Les formes de gouvernance traduiront ces choix. Les règles adoptées selon qu'elles mettront l'accent sur le principe « une personne une voix » ou « une action une voix », favoriseront des expressions spécifiques de coordination de l'action et de l'implication des acteurs. Elles auront un effet majeur sur les modalités de réalisation du projet et la concrétisation des valeurs portées par le collectif. Le droit à la parole est aussi la reconnaissance de la légitimité de la prise de parole pour décider.

Une approche par les biens communs représente selon nous, une opportunité de mettre au cœur de la gestion des organisations un pilotage par la valeur d'usage permettant la coordination de propriétés privées « personnelles ». Elle peut permettre de dessiner ce que pourrait être une émancipation relative du règne de la valeur d'échanges dans certaines actions collectives.

## 6. Conclusion

L'ambition de cet article est de contribuer à apporter des éléments de réponses au « *désenchantement du monde* » dont parlent très bien ROSA (2012) et FISCHBACH (2009). Elle résulte aussi d'une interrogation sur ce qu'avait en tête MARX déjà cité, quand il dit qu'il « *faut considérer (...) les usines coopératives comme les formes de transition du mode capitaliste au mode collectiviste [avec dans ce cas, le fait que] la contradiction est résolue (...) positivement* » (1974b, p. 106 ; souligné par moi<sup>30</sup>)<sup>31</sup>. Répondre à l'enjeu d'une « *critique éthique de la vie aliénée* » (ROSA, 2012, p. 91) est crucial. Il s'agit d'identifier quels sont les possibles dépassements de cette aliénation qui me rend étranger à mon monde car ayant tout à la fois l'impression de ne pas avoir de prise concrète sur son évolution et la conscience d'en être objectivement dépossédé par les rapports sociaux de production (FISCHBACH, 2009, p. 86 87 ; HONNETH, 2007). Est-il possible de rompre avec la domination de la valeur (d'échange) sans confondre « Etat » et « appropriation collective » pour ce faire ? Le marché comme lieu d'échange, existait avant le capitalisme (POLANYI, 1983 ; BRAUDEL, 1979), comment, sans tomber dans un passéisme réactionnaire, ouvrir des voies d'action qui s'appuient sur les opportunités offertes par ce même monde ?

ARVIDSSON (2009) insiste sur la crise que nous traversons en émettant l'hypothèse que « *exchange value no longer adequately reflects use value* » (2009, p. 2). Dès lors nous affrontons une crise de transition amplifiée par une crise de la valeur, elle-même liée à l'accroissement des actifs intangibles, comme les marques, dont l'évaluation échappe de plus en plus aux outils traditionnels, non seulement par la difficulté qu'il y a à apprécier un tel actif mais aussi par sa caractéristique intrinsèque qui est d'être immédiatement partageable dès qu'il est diffusé et que leur valeur vient de leur appropriation « hors marché » par les consommateurs (open source, peer-to-peer ...). Son argumentation est que cette « *New Economy* » is an Ethical Economy » (idem, p. 9) au sein de laquelle ce qui crée la valeur « *is not measured inputs of scarce productive time (labour or machine time), but the ability to build social relations that organize and motivate essentially abundant resources : 'free labour' and collective intelligence* » (idem, p. 11). Dans ce contexte, la seule manière de gérer les coûts liés de transaction, par exemple, aux comportements opportunistes<sup>32</sup>, est l'éthique (idem, p. 13), c'est-à-dire le recours à l'acteur social et à sa responsabilité. La question est alors de savoir dans quel contexte les acteurs pourraient agir dans ce sens, ou même en auraient envie, alors qu'il est clair que la pression actionnariale des marchés financiers ne fera que s'accroître afin de pouvoir capter la valeur d'échange ainsi validée. ARVIDSSON nous dit

---

<sup>30</sup> Voir l'enjeu du débat sur cette question dans DARDOT et LAVAL, 2012, pp. 641 et suivantes.

<sup>31</sup> Pour une approche sur les difficultés d'une telle lecture voir JOSSA, 2005.

<sup>32</sup> Dont la définition est rappelée par BOLTANSKI et CHIAPELLO comme « *le fait de ne pas reconnaître les dettes contractées à l'égard d'autres personnes – individuelles ou collectives* (SARTHOU-LAJUS, 1997) » (2011 :517).



que cela n'est possible que si nous pouvons promouvoir une nouvelle convention de la valeur (idem, p. 18).

C'est cette interpellation qui est intéressante car l'enjeu est effectivement le redéploiement de la valeur d'usage, au-delà de sa diversité<sup>33</sup>, ancrée dans une nouvelle convention exprimant de nouveaux principes de coordination tenant compte du développement des ressources communes, à commencer par la recherche-développement, qui permettent à chacun de partager et de proposer. Cette prégnance de l'immatériel, ce bien commun, dans le double sens de ressources et de principes, qui est le savoir diffusé implique/ permet de modifier nos principes d'organisation mais aussi d'évaluation des projets et de nos finalités.

WILLMOTT (2010) insiste ainsi sur l'importance prise par l'immatérialité et l'intangibilité croissantes des actifs de plus en plus au cœur de la création actionnariale, en pointant lui aussi le décalage de plus en plus important entre valeur d'échange et valeur d'usage en proposant le concept de « complexe ethico-politique » : « *the term 'ethico-political complex' underscores how, as value is more or less explicitly placed upon 'this' (e.g. 'exchange') rather than 'that' (e.g. 'use'), the construction of social reality is an endemically ethical undertaking.* » (WILLMOTT, 2010, p. 518). Il concentre son propos sur l'étude des marques pour mettre en évidence combien « *value-productive activity is increasing occurring in the sphere of circulation* » (idem, p. 520) qui est le lieu où peut s'émanciper la valeur d'usage via le travail effectué par les consommateurs dans leur (éventuelle) appropriation des produits. L'intérêt de l'approche de WILLMOTT est qu'il situe d'emblée ce « complexe » comme exprimant des tensions contradictoires entre l'émergence de nouveaux usages par les pratiques des consommateurs et la pression d'intégrer ces (nouveaux) usages dans le cycle du capital sous forme de valeur d'échanges<sup>34</sup>.

C'est en ce sens que le « complexe ethico-politique » est un processus qui mobilise autant le symbolique en œuvre dans les pratiques que les enjeux sociétaux traduit sans la responsabilité sociale des entreprises et l'investissement socialement responsable. Et c'est aussi dans la gestion de cet enjeu que la forme coopérative trouve tout son intérêt en tant qu'elle permet une coordination collective fondée sur la personne et non sur le capital pour sa gouvernance. Il existe donc des pratiques d'usages autour, par exemple, des marques qui pourraient s'étendre au sein du marché mais sans subir la pression de la valorisation actionnariale via un projet collectif explicite.

Le transfert réciproque de biens a toujours existé au sein et surtout entre les communautés humaines, pour autant qu'il n'y ait pas partage. Le marché a ainsi toujours existé à condition de l'entendre comme lieu de rencontres et d'échanges symboliques constitutifs de liens sociaux intra et inter groupes humains. Il repose donc sur des médias symboliques ou matériels validant un échange. Des coquillages à l'argent en passant par le don, ce qui est en jeu est le lien social, la capacité à rencontrer l'autre (SERVET, 2012). Pour autant, il n'était qu'un lieu, voire une institution parmi d'autres, par lequel s'exprimaient les relations sociales. Depuis le 19<sup>ème</sup> siècle, il est apparu comme l'institution centrale par laquelle se validait l'activité économique. « *Au lieu que l'économie soit encadrée dans les relations sociales, ce sont les relations sociales qui sont encadrées dans le système économique.* » (POLANYI, 1983, p. 104). Notre propos est de mettre en œuvre de manière volontaire un changement des rapports sociaux tant nous reconnaissons comme pertinent que

---

<sup>33</sup> Cf. MARX (1978, p. 51) déjà cité.

<sup>34</sup> Il ne s'agit donc pas d'une nouvelle forme d'exploitation, celle des consommateurs après celle des salariés, mais d'investissements socialisés qui vont permettre aux entreprises de limiter l'immobilisation des capitaux qui seraient nécessaires pour produire ces nouvelles marchandises.

« la conception que se font les hommes des rapports entre nature et culture est fonction de la manière dont se modifient leurs propres rapports sociaux » (LEVI-STRAUSS, 2008, p. 681).

Cette ambition proactive part de l'analyse du capitalisme comme système qui poursuit la mise en valeur du capital pour elle-même, sans se préoccuper de la valeur d'usage produite sauf comme support. Pour modifier nos rapports sociaux, il nous faut disposer d'éléments d'évaluation et de justification des propositions. Notre propos s'appuie sur l'existence d'une diversité de modes de coordination de l'action collective, non exclusif les uns des autres, tels qu'ont pu le proposer BOLTANSKI et THEVENOT (1991). Nous retenons chez eux cette triple « affirmation » structurante en respectant leur dénomination :

- Le monde domestique « apparaît chaque fois que la recherche de ce qui est juste met l'accent sur les relations personnelles entre les gens » (1991, p. 206).
- Le monde civique s'attache aux êtres humains « en tant qu'ils appartiennent à ces [personnes collectives] ou les représentent » (idem, p. 231).
- Le monde marchand « sert effectivement (...) à coordonner des transactions locales (...). » (idem, p. 243).

La coopérative peut être une organisation capable de valoriser la responsabilité autour d'usages au même titre que les pratiques développées au sein des communautés de marque, en tant qu'elle réponde au développement humains à condition de poser explicitement la vision qu'en ont les membres associés. En effet, les indicateurs de performance étant centrés sur l'évaluation de la valeur d'échange, c'est-à-dire in fine de la valeur actionnariale, il faut expliciter ce qui intéresse les parties prenantes pour que la réalisation du surplus nécessaire à la pérennité du projet répondent aux usages (besoins) et non à la valeur (d'échange).

Au total, en mobilisant les opportunités offertes par les nouveaux modes de consommation qui libèrent la créativité des consommateurs/citoyens et les rendent moins dépendants du capital en tant que tel pour développer des activités, les usages peuvent s'émanciper de la domination de la création de valeur actionnariale à condition d'explicitement les règles d'action collective. L'opportunité positive que propose la forme « coopérative » réside dans la définition des objectifs communs qui peuvent être de « simplement » répondre aux besoins des acteurs se réappropriant les moyens et les fins de la gestion de leur action. Une perspective est l'étude des motivations de ces acteurs et de leur capacité à s'inscrire dans une dynamique moins marchande, même si le marché reste l'épreuve de réalité qui sanctionne non plus l'accroissement de valeur mais la reconnaissance des usages à partager, à condition de passer de la logique néolibérale de la mise en concurrence de tous à celle de la coopération entre tous (DARDOT et LAVAL, 2010) comme un possible réaliste ainsi que le montre les derniers travaux en éthologie (SCIAMA, 2013).

## **Bibliographie**

ALVESSON M., BRIDGMAN T., WILLMOTT H., Eds (2009), *Oxford Handbook of Critical Management Studies*, Oxford University Press, New York.

ARANDO S., FREUDLICH F., GAGO M., JONES DEREK C. ET KATO T. (2010), "Assessing Mondragon : Stability and managed change in the face of globalization", William Davidson Institute, *Working Paper* no. 1003, November. Available at SSRN : [http : //ssrn.com/abstract=1726449](http://ssrn.com/abstract=1726449).

ARVIDSSON A. (2011), "General sentiment - How value and affect converge in the information economy", April 19. Available at SSRN : [http : //ssrn.com/abstract=1815031](http://ssrn.com/abstract=1815031).

ARVIDSSON A. (2009), "After capitalism : ethics ? Five ideas on value and the crisis.", *Paper presented at the 4th Journée du marketing méditerranéen*, Université Bocconi, 22 et 23 juin. Milan.

ARVIDSSON A. (2006), *Brands meaning and value in media culture*, Routledge, New York.

AUDARD C. (2000), *Qu'est ce que le libéralisme ? Ethique, politique, société*. Folio, Essais, Paris.

AUDIER S. (2012), *Néo-libéralisme : une archéologie intellectuelle*, Grasset, Paris, 2012.

BADOT O., CARRIER C., COVA B., DESJEUX D., FILSER M. (2009), "L'ethnomarketing : un élargissement de la recherche en comportement du consommateur à l'ethnologie", *Recherche et Applications en Marketing*, vol. 24, no. 1, pp. 91-111.

BARETTO T. (2011), "Société coopérative de production et démocratie dans l'entreprise.", *Collèges des Bernardins*, <http://www.collegedesbernardins.fr/index.php/component/content/article/1364.html>.

BOLLIER D. (2011), "The growth of the commons paradigm", in Hess Charlotte et Ostrom Elinor (Eds), *Understanding Knowledge as a Commons*, p. 27-40, MIT Press, Cambridge, USA.

BOLTANSKI L. et THEVENOT L. (1991), *De la justification : Les économies de la grandeur*, NRF, Essais, Gallimard, Paris.

BOLTANSKI, L et CHIAPELLO, E. (2011), *Le nouvel esprit du capitalisme*, Tel, Gallimard, Paris.

BOUCHON C., MICHARD B., PLASSE A. (2010), "Influence du statut juridique et de la gouvernance sur les conditions de mise en œuvre d'une politique efficace de Responsabilité Sociétale des Entreprises. Etude comparative des Sociétés Anonymes (SA) classiques et des Sociétés Coopératives de Production (SCOP) ", *Mémoire Master*, Euromed Management, Marseille.

BOUCHON C., MICHARD B., PLASSE A. et PARANQUE B. (2012), "Coopératives et Gouvernance : modernité ou archaïsme ? " *Annals of Public and Cooperative Economics* , vol. 83, issue 3, pp. 317-335, DOI : 10.1111/j.1467-8292.2012.00465.x.

BOWMAN C. et AMBROSINI V. (2000), "Value creation versus value capture : Towards a coherent definition of value in strategy", *British Journal of Management*, vol. 11, pp. 1-15.

BRAUDEL F. (1979), *Civilisation matérielle, Economie et Capitalisme du XVe au XVIIIe siècle*, Armand Collin, Paris.

CASADESUS-MASANELL R. et KHANNA T. (2003), "Globalization and trust : Theory and evidence from cooperatives.", William Davidson Institute. *Working paper n° 592*, June. Available at [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=577703](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=577703) .

CEFAI D. (2007), *Pourquoi nous mobilisons nous ? La Découverte MAUSS*, Paris.

CORNFORTH C. (2004), "The governance of co-operatives and mutual associations : a paradox perspective.", *Annals of Publics and Co-operative Economics*, vol. 75, no. 1, pp. 11-32.

COVA B. et COVA V. (2002), "Tribal marketing : The tribalisation of society and its impact on the conduct of marketing." *European Journal of Marketing*, 36, 5/6, pp. 595 - 620.

COVA B. et COVA V. (2009), “Les figures du nouveau consommateur : une genèse de la gouvernementalité du consommateur. ”, *Recherche et Applications en Marketing*, vol. 24, no. 3, pp. 82-100.

COVA B. et DALLI D. (2009), “Working consumes: the next step in marketing theory.”. *Marketing Theory*. Vol.9(3), pp. 315-339. SAGE.

COVA B. et PACE S. (2006), “Brand community of convenience products : new forms of customer empowerment - the case “my Nutella The Community”.”, *European Journal of Marketing*, 40,9/10, pp. 1087 - 1105.

COVA B. et PARANQUE B. (2013), “How to enhance value ? A comparative approach between marketing and finance.”, *Global Business and Economics Review*, , Vol. 15, Nos 2/3, pp. 279-292.

COVA B. et WHITE T. (2010), “Counter-brand and alter-brand communities - The impact of Web 2.0 on tribal marketing approaches.”, *Journal of Marketing Management*, 2010, 26, 3, pp. 256-270.

COVA B., KOZINETS R. V. et SHANKAR A. (2007), *Consumer Tribes*. Elsevier/Butterworth-Heinemann. Burlington, MA, 2007.

COVA B. (1997), “Community and consumption : toward a definition of the “Linking Value” of product or services.”, *European Journal of Marketing*, vol. 31, 3/4, pp. 297 - 316.

CUEVAS C. E. et FISCHER K P. (2006), “Cooperative Financial Institutions : Issues in governance, regulation and supervision.”, *World Bank working paper* , no. 82, pp. 1-59.

DARDOT P. et LAVAL C. (2010), *La nouvelle raison du monde, essai sur la société néolibérale*, La Découverte/Poche, Paris.

DARDOT P. et LAVAL C. (2012), *Marx, prénom : Karl*, NRF Essais, Gallimard, Paris.

DUNLAVY C. A. (2006), “Social conceptions of the corporation: Insights from the history of shareholder voting rights.”. *Washington and Lee Law Review*, Vol. 63, pp. 1347. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=964377> .

DURANCE P. (2011), “La coopérative est elle un modèle d’avenir pour le capitalisme ? Retour sur le cas Mondragon.”, *Gérer et Comprendre*, décembre, no. 106, pp. 69-79.

ESPAGNE F. (1997), “*Histoire miniaturisée des coopératives ouvrières de production en France*.”. Available at [http : //cocomagnanville.over-blog.com/article-histoire-miniaturisee-des-cooperatives-ouvrieres-de-production-en-france-96853516.html](http://cocomagnanville.over-blog.com/article-histoire-miniaturisee-des-cooperatives-ouvrieres-de-production-en-france-96853516.html) . Accessed on 02/05/2012.

FAMA E. F. et JENSEN M. C. (1983), “Separation of ownership and control.”, *Journal of Law and Economics*, vol.26, p. 301-326.

FENG L. et HENDRIKSE G.W.J. (2011), “Chain Interdependencies, Measurement Problems, and Efficient Governance Structure : Cooperatives Versus Publicly Listed Firms.”, *ERIM Report Series*, no. ERS-2011-001-ORG. Available at SSRN : [http : //ssrn.com/abstract=1793627](http://ssrn.com/abstract=1793627).

FENG L. et HENDRIKSE GW.J. (2008), “On the Nature of a Cooperative : A System of Attributes Perspective.”, *Paper prepared for presentation at the 12<sup>th</sup> EAEE congress ‘people, food and environment : Global trends and European strategies’*. Gent (Belgium), 26-29 August.

FISCHBACH, F. (2009), *Sans objet : capitalisme, subjectivité, aliénation*, Librairie Philosophique J. Vrin, Paris.

FISCHBACH F. (2009b), “Comment le capital capture le temps. ”, in Fischbach F. (Eds), *K. Marx Relire le Capital*. PUF, Débats philosophiques, pp. 101-138, Paris.

FOURNIER S. (2009), “Getting brand community right.”, *Harvard Business Review*, April, pp. 105-111.

GIOS G. ET SANTUARI A. (2002), “Agricultural cooperatives in the county of Trento (Italy) : Economic, organizational and legal perspectives.”, *Journal of Rural Cooperation*, 30(1), pp. 3-12.

GOGLIO S. et LEONARDI A. (2010), “The Roots of cooperative credit from a theoretical and historical perspective.”, *Euricse Working Papers*, no. 011|10. Available at SSRN : <http://ssrn.com/abstract=1698611>.

GOSH S. (2011), “How to build a commons : is intellectual property constrictive, facilitating or irrelevant ?” in HESS C. et OSTROM E. (Eds), *Understanding Knowledge as a Commons*, pp. 209-246, MIT Press, Cambridge, USA.

GRUPE ALPHA (2012), *Bilan de neuf années d'application de la Loi NRE en matière de reporting social, comment le reporting modèle la RSE ?* Paris. Available at <http://www.groupe-alpha.com/data/document/2012-reporting-social-etude-cep.pdf> (accessed on 03/05/2012).

HART O. et MOORE J. (1996), “The governance of exchanges : Members’ cooperatives versus outside ownership.”, *Oxford Review of Economic Policy*, vol. 12, no. 4, pp. 53-69 (working paper version available at SSRN : <http://ssrn.com/abstract=60039>).

HENRIKSEN I., HVIID M. et SHARP P. R. (2011), “Law and Peace : Contracts and the Success of the Danish Dairy Cooperatives.”, University of Copenhagen Dept. of Economics, *discussion paper* no. 11-11. Available at SSRN : <http://ssrn.com/abstract=1806935>.

HESS C. et OSTROM E. (2011), *Understanding Knowledge as a Commons*, MIT Press, Cambridge, USA.

HONNETH A. (2007), *La réification, petit traité de théorie critique*, NRF Essai, Gallimard, Paris.

JACOT H. (1974), “Substance, grandeur et forme de la valeur dans le capital.”, *Analyse, Epistémologie, Histoire*. Cahier numéro 4, Lyon, novembre .

JAUME L. (2010), *Les origines philosophiques du libéralisme*, Flammarion - Champs Essais, Paris.

JOSSA B. (2005), “Marx, marxism and the cooperative movement”, *Cambridge Journal of Economics* 29(1): 3-18.

LEVINE P. (2011), “Collective action, civic engagement and the knowledge commons.”, in Hess C et Ostrom E (Eds), *Understanding Knowledge as a Commons*, pp. : 247-276, MIT Press, Cambridge, USA.

LEVI-STRAUSS C. (2008), *Œuvres*, Bibliothèque de la Pléiade, NRF, Gallimard, Paris.

LUKACS G. (1960), *Histoire et conscience de classe*, Les Editions de Minuit, Paris.

MADOU M. (2005), “Temps et usage du temps par les entrepreneurs algériens : Entre l’idéal céleste et les réalités terrestres. ”, *Temporalité*, no. 3. Disponible sur <http://temporalites.revues.org/456#tocto1n2> (accédé le 16/05/2012).

MADISON M. J., FRISCHMANN B. M. et STRANDBURG K. J. (2010), “Constructing commons in the cultural environment.”, *Cornell Law Review*, vol. 95-4, May, pp. 657-710. Available at [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1265793](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1265793).

MANENT P. (1987), *Histoire intellectuelle du libéralisme*, Hachette, Paris.

MARX K. (1972), *Manuscrits de 1844*, Editions Sociales, Paris.

MARX K. (1974), *Théorie sur la plus-value. Tome 1*, Editions Sociales, Paris.

MARX K. (1974b), *Le Capital, Livre 3, Tome 2*, Editions Sociales, Paris.

MARX K. (1976), *L'idéologie allemande*, Editions Sociales, Paris.

MARX K. (1978), *Le Capital, Livre 1, Tome 1*, Editions Sociales, Paris.

MARX K. (1978b), *Le Capital, Livre 1, Tome 3*, Editions Sociales, Paris.

MARX K. (1979), *Manuscrits 1861-1863*, Editions Sociales, Paris.

MARX K. (1980), *Manuscrits de 1857-1858, Grundrisse, Tome 1*, Editions Sociales, Paris.

MARX K. (1980b), *Manuscrits de 1857-1858, Grundrisse, Tome 2*, Editions Sociales, Paris.

MARX K. (2010), *Le chapitre VI, manuscrits de 1863-1867, Le Capital, Livre 1*, Editions Sociales – GEME, Paris.

MAYER S. et CALDIER J.- P. (2007), *Le guide de l'économie équitable*. Fondation Gabriel Péri, Paris.

MILL J. S. (1988), *L'Utilitarisme*. Champs, Flammarion, Paris.

OSTROM E. et HESS C. (2007), “Private and common property rights.”, *Workshop in Political Theory and Policy Analysis*, WP 07-25, Indiana University. Available at [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1304699](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1304699). Accessed on 02/05/2012.

OSTROM E. (2007), “The challenge of crafting rules to change open access resources into managed resources.”, *Workshop in Political Theory and Policy Analysis*, Indian University. Available at <http://ssrn.com/abstract=1304827>. Accessed on 02/04/2012.

OSTROM E. (2008), “Building trust to solve commons dilemmas : Taking small steps to test an evolving theory of collective action.”, in Simon L. (Eds), *Games, groups and the global good*, pp. 207-228. New York. Available at <http://ssrn.com/abstract=1304695>. Accessed on 2/05/2012.

OSTROM E. (2010), *Gouvernance des biens communs*, De Boeck, Bruxelles.

OSTROM E. (2010b), “Response, The institutional analysis and development framework and the commons.”, *Cornell Law Review*, vol. 95-4, May, pp. 807-816.

PARANQUE B. (2008), *Construire l'Euroméditerranée*, L'Harmattan, Paris.

PARANQUE B. (2010), “La nécessité d'une alternative à la création de valeur actionnariale ?” *Économie et Société*, série « Entreprise et finance », KF, no. 1, 11, pp.1721-1744.

POLANYI K. (1983), *La grande transformation*, Collection Tel, Gallimard, Paris.

PRINZ M. (2002), “German Rural Cooperatives, Friedrich-Wilhelm Raiffeisen and the Organization of Trust 1850 – 1914.”, *Paper presented at the XIII IEHA Congress*, Buenos Aires, July.



- RICŒUR P. (1997), *L'idéologie et l'utopie*, Seuil Essais, Paris.
- ROSA H. (2012), *Aliénation et accélération*, La Découverte, Paris.
- SALINAS G. (2009), *The international brand valuation manual*, John Wiley et Sons, Chichester.
- SCHWARTZ J. (2011), "Where did Mill go wrong ? : Why the capital managed firm rather than the labor managed enterprise is the predominant organizational form in market economies.", *The John Marshall Law School*, July. Available at SSRN : [http : //ssrn.com/abstract=1886024](http://ssrn.com/abstract=1886024) or [http : //dx.doi.org/10.2139/ssrn.1886024](http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1886024).
- SCHWEIK C. M. (2011), "Free/open software as a framework for establishing commons in science.", in HESS C. et OSTROM E. (Eds), *Understanding Knowledge as a Commons*, pp. 277-310, MIT Press, Cambridge, USA.
- SCIAMA Y. (2013), Penser coopération plutôt que compétition. *Sciences et Vie*, avril, no. 1147, pp. 139-148.
- SEGRESTIN B. et HATCHUEL A. (2011), "L'entreprise comme dispositif de création collective : vers un nouveau type de contrat collectif. ", *Collèges des Bernardins*. Accessible à [http : //www.collegedesbernardins.fr/index.php/component/content/article/1364.html](http://www.collegedesbernardins.fr/index.php/component/content/article/1364.html).
- SERVET J-M. (2012), *Les monnaies du lien*, Presses Universitaires de Lyon.
- SEVE L. (2008), *Penser avec Marx aujourd'hui. Tome 2 L'Homme*, La Dispute, Paris.
- SEVE L. (2012). *Aliénation et émancipation*, La Dispute, Paris.
- SPICER A., ALVESSON, M. et KÄRREMAN D. (2009), "Critical performativity: the unfinished business of critical management studies.". *Human Relations*, vol.62(4), pp. 537:560.
- THEVENOT L. (2006), *L'action au pluriel, sociologie des régimes d'engagement*, La Découverte, Paris.
- WEEKS J. (2010), *Capital, exploitation and economic crisis*, Routledge Frontiers of Political Economy, London.
- WEINSTEIN O. (2010), *Pouvoir, Finances et Connaissance, les transformations de l'entreprise capitaliste entre XXe et XXIe siècle*, Editions La Découverte, Paris.
- WILLMOTT H. (2010), "Creating value beyond the point of production : branding, financialization and market capitalization." , *Organization*, vol. 17, no.5, pp. 517-542.