

1. Record Nr.	UNINA9910133351703321
Autore	Armand Hatchuel Olivier Favereau, Franck Aggeri (dir.)
Titolo	L'activité marchande sans le marché? : [actes du] colloque de Cerisy, [juin 2008
Pubbl/distr/stampa	Presses des Mines, 2010 [Place of publication not identified], : Presses des mines, 2010
ISBN	2-35671-197-X
Descrizione fisica	1 online resource (385 p.)
Collana	Economie et gestion L'activitâe marchande sans le marchâe?
Soggetti	Capitalism - France Capital market - France Business & Economics Economic Theory France Economic conditions 21st century Congresses
Lingua di pubblicazione	Francese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Bibliographic Level Mode of Issuance: Monograph
Sommario/riassunto	<p>Longtemps « le marché » a été le lieu public et visible des activités marchandes. Mais avec le développement du commerce, il devint invisible et abstrait. Se forme alors une grande confusion moderne : où le marché est pensé à la fois comme un équilibre naturel et comme un idéal utopique des échanges. Ce livre, issu d'un colloque de Cerisy, invite à rejeter les équivoques et les mythologies du « marché » car elles masquent la réalité et les mutations des activités marchandes. Explorations toujours incertaines du désir et du social, ces activités n'ont pas de « loi naturelle » et ne peuvent s'autoréguler. Elles ne survivent que par l'exercice de compétences et de techniques et grâce à l'intervention de prescripteurs et de pouvoirs adaptés. L'extension surprenante du commerce tient donc avant tout au travail d'étayage que les sociétés modernes ont apporté aux activités marchandes. Et, ce travail est aujourd'hui d'autant plus nécessaire que les révolutions techniques de l'information et du commerce sur la Toile, celles des services et du développement durable, bouleversent les logiques classiques de la valeur, de la transparence et de la confiance. La crise</p>

économique récente a apporté une démonstration indéniable à ces propositions. Et cet ouvrage montre comment, hors des équivoques de la notion de marché, les chercheurs de plusieurs disciplines (Économie, Gestion, Histoire, Sociologie...) étudient désormais les instruments et les dispositifs réels des activités marchandes, seule garantie scientifique pour soutenir leur développement ou déjouer leurs crises.
