



Munich Personal RePEc Archive

**From rejection of exchange to gift:
regard as an explanation of prices**

Slim, Sadri

Universidad Autonoma de Ciudad Juarez

5 March 2009

Online at <https://mpa.ub.uni-muenchen.de/15317/>

MPRA Paper No. 15317, posted 20 May 2009 06:56 UTC

Du refus de vente au don: Une explication de la formation du prix par l'affect.

Sadri Slim

Professeur-Chercheur
Département d'économie
Université Autonome de Ciudad Juarez, Mexique

sslim@uacj.mx

RESUME

Cet article se propose d'expliquer la coexistence observée, sur les marchés illégaux, de prix distincts, annoncés par un même offreur, pour un même bien. La modélisation présentée, ici, s'appuie sur une équation de type prix de marge (*mark-up*), en concurrence oligopolistique, augmentée d'une fonction de discrimination sociale. Cette dernière emprunte, aux approches sociologique et anthropologique, l'importance du degré de personnalisation qui caractérise tout échange, qu'il soit marchand ou non marchand. Une telle perspective nous amène à considérer que le prix véhicule, non seulement, un traditionnel vecteur d'information mais également un vecteur d'affect, signalant le niveau d'intégration sociale auquel peuvent prétendre les participants à l'échange. En l'absence de référent légal, les individus sont, alors, différenciés par leur appartenance à des réseaux sociaux, incluant le réseau familial. La fonction de discrimination sociale permet, ainsi, de justifier la formation d'un *continuum* de prix offert pour un bien identique : un prix d'escroquerie, un prix de marché en concurrence parfaite ou imparfaite, un prix de famille etc. En transformant chaque prix en l'expression singulière d'un échange marchand particulier, nous démontrons que, sur les marchés illégaux, le fait d'appartenir ou non à un réseau conditionne la formation des prix et explique des situations extrêmes comme le refus de vente ou le don.

From rejection of exchange to gift: Regard as an explanation of prices.

ABSTRACT

This paper aims at explaining observed distinct prices, announced by a single supplier for an identical product, in an illegal framework. The modeling proposed here examines an augmented mark-up pricing equation, for oligopolistic markets, that includes a function of social discrimination. The latter is justified through both sociologic and anthropologic approaches, which are taken into account the importance of the degree of personalization that characterizes any exchange, either merchant or non merchant. Such a perspective leads us to conceive prices as transmitting not only a vector of information but also a vector of affect that signals the level of social integration for participants interacting into personal exchanges. Without a legal benchmark, individuals are differentiated by their position in social networks, including family. Given the function of social discrimination, a more complete explanation can be displayed in terms of why a *continuum* of prices exists for a same illegal good, for instance, swindling prices, competitive market prices, non-market prices etc. Therefore, by converting each price in a singular expression of a particular exchange, we demonstrate that belonging, or not, to a social network impacts on price formation in illegal markets, even provides a better understanding of some extreme cases such as refusal of sale or gift exchange.

Mots clés : Echange, Prix illégaux, Affect, Réseaux Sociaux.

Classification JEL: C6; D4; D5; D8; K4; Z13

I. Introduction.

De nombreux travaux empiriques, dédiés à l'analyse des marchés illégaux¹, constatent que l'échange de produits homogènes, c'est-à-dire présentant des caractéristiques similaires, se réalise bien qu'un prix unique ne soit établi (Caulkins & Reuter, 1998 ; 2004). En effet, il est fréquent de rencontrer, sur ces marchés, des exemples où, pour un même bien, plusieurs prix sont annoncés par l'offreur en fonction de sa « perception » du demandeur. On parle ainsi du prix à « *la tête du client* », de « *touriste* », d'« *ami* », ou même d'« *arnaque* ». De plus, certains cas extrêmes peuvent se produire sous la forme de refus de vente ou encore de don.

La diversité des situations observées découle de l'absence de référent légal, légiférant les comportements, ainsi que de l'absence de recours possible auprès d'une autorité supérieure afin de gérer d'éventuels conflits. Les individus se confrontent, alors, à un univers caractérisé par une information incomplète, appelant l'hypothèse d'incertitude. Par conséquent, la possibilité d'être appréhendé par les autorités en raison du caractère illégal de l'activité (crime ou délit), ainsi que l'absence d'institution administrant les conflits, transforment la gestion de l'incertitude par les agents, insérés dans la société, au travers de leurs relations sociales. Ceci se manifeste, généralement, par le recours à des actes de corruption ou de collusion illégale d'intérêts. La société est donc structurée par des réseaux auxquels appartiennent les individus, définis dorénavant comme agents économiques et sociaux.

Aussi, se propose-t-on d'explicitier les écarts de prix annoncés, pour un même bien, par un même offreur, dans un contexte illégal. Il s'agit de présenter une formalisation du prix s'appuyant sur une équation de type *mark-up*, en concurrence oligopolistique, augmentée d'une fonction de discrimination sociale. Cette dernière résulte de la conception de l'échange, marchand et non marchand, empruntée aux approches sociologique et anthropologique, lesquelles considèrent la nécessaire prise en compte du degré de

¹ L'étude de l'informalité se situe au carrefour de plusieurs disciplines des sciences sociales (économie, sociologie, ethnologie, anthropologie, sciences politiques et juridiques), complexifiant, de la sorte, la définition et l'analyse d'un tel phénomène, par nature, occulté. C'est pourquoi, dans le cadre de cette réflexion, l'on adoptera une définition, inscrite dans l'approche institutionnaliste des relations économiques, qui précise l'informalité économique en fonction du cadre légal constitutionnel (Slim, 1996).

personnalisation émanant de transactions entre individus socialement différenciés. Cette réflexion participe, donc, au regain d'intérêt récent que manifestent l'économie et la sociologie, en particulier, pour l'analyse de la formation des prix en y incorporant le rôle de l'organisation sociale des marchés (Fillieule, 2008).

Dans une telle perspective, les prix illégaux véhiculent non seulement un traditionnel vecteur d'informations mais également un vecteur d'affect signalant le niveau d'intégration sociale auquel peuvent prétendre les participants aux échanges illégaux. Les individus sont désormais discriminés par leur appartenance à un réseau social, incluant la famille. L'intervention d'une fonction de discrimination sociale, dans le mécanisme de formation des prix, permet d'expliquer, de façon unifiée, la multiplicité des situations engendrées par le caractère illégal des échanges, selon le degré de reconnaissance sociale qui dérive, d'une part de l'insertion ou non des individus à un réseau, et d'autre part du niveau de cette insertion.

En transformant chaque prix en l'expression singulière d'un échange marchand particulier, nous démontrons que, sur les marchés illégaux, l'identification sociale des individus, par l'offreur, influence la formation des prix, permettant d'interpréter l'occurrence de prix anormalement élevés, de prix de marché, en concurrence parfaite ou imparfaite, de prix anormalement faibles allant jusqu'à des cas extrêmes comme le don ou inversement la négation de l'échange.

Cet article s'organise de la manière suivante. La deuxième section précise les concepts importants qui opposent les approches, économique, sociologique et anthropologique, liés à la théorie de l'échange et à la formation du prix. Dans une troisième section, l'on propose une modélisation du mécanisme de formation des prix illégaux, d'inspiration post-keynésienne, incorporant une fonction de discrimination sociale. Cette dernière nous permet, lors d'une quatrième section, d'interpréter les résultats obtenus selon le niveau d'appartenance sociale, en termes de prix annoncés, de refus d'échange, ou au contraire de don, pour enfin, conclure.

II. Echange et formation des prix : Quelques arguments économiques, sociologiques et anthropologiques.

Depuis la contribution de Becker (1968), la plupart des analyses économiques, en matière d'activités illégales, adopte une vision orthodoxe, sur la base d'un modèle de marché compétitif, généralement en équilibre partiel, dans lequel le prix résulte de la rencontre entre l'offre et la demande. L'individu rationnel, ainsi associé à l'échange, est indifférencié tandis que le bien est appréhendé comme un objet physique conçu dans sa dimension quantitative. En évacuant toute relation personnelle dans la réalisation de l'échange², la vision économique standard ne permet pas d'envisager les conséquences de l'intégration sociale des individus sur la formation des prix illégaux. A l'opposé, les approches sociologiques et anthropologiques soulignent que des rapports interindividuels s'établissent lors de l'échange, lesquels conduisent à un « encastrement » de l'action économique dans des structures sociales, en particulier des réseaux sociaux (Favereau & Lazega, 2002 ; Le Velly, 2002).

Conformément à l'approche économique standard, le prix résulte, ainsi, de la confrontation de l'offre et de la demande de produits illégaux. Il se définit, de la sorte, comme une variable d'ajustement, indiquant la rareté relative des biens. Dans un contexte illégal, le prix, maintenu à un niveau anormalement élevé, acquiert le statut d'instrument dissuasif, permettant de justifier les politiques de lutte contre la consommation de drogue (Kopp, 1994) ou le crime organisé (Garoupa, 2007). Selon les prédictions du modèle orthodoxe, un renforcement des lois contre les activités économiques illégales, en grevant les coûts, implique une hausse du prix de vente, laquelle induit une diminution de la demande. Néanmoins, la magnitude de la diminution recherchée dépend du degré de sensibilité de la demande aux variations du prix, ou élasticité-prix (Kopp, 1992). Cette dernière constitue, donc, un mécanisme d'évaluation des effets des politiques publiques en termes de renforcement des lois et de répression de l'offre des activités illégales.

Dans la lignée, une première voie de recherche se concentre sur la demande des produits illégaux, notamment les drogues, à partir de l'analyse de l'élasticité – prix, que ce soit au niveau théorique ou empirique (Poret, 2006).

² Par l'hypothèse du commissaire priseur walrasien.

Les études se sont, alors, enrichies par l'introduction d'une typologie des consommateurs, en particulier au travers du concept d'addiction au produit (Becker & Murphy, 1988) et des effets de cette addiction sur la consommation (Becker et *al.* 1991).

Simultanément, une seconde voie de recherche s'intéresse à l'offre de produits et à la structure des marchés illégaux, en termes de concurrence pure et parfaite (Becker, 1968), de concurrence monopolistique (Backhaus, 1979), ou concurrence oligopolistique avec coûts de transactions (Dick, 1995). Néanmoins, dans une problématique de répression de l'offre, la structure de marché retenue s'assimilerait davantage au monopole, avec un prix de marché élevé (Buchanan, 1974).

Dans la continuité, certains travaux incluent, dans l'analyse des activités illégales, la notion de risque, engendré par la possibilité d'être appréhendé et sanctionné par les autorités. Aussi, ce risque serait-il une fonction de la quantité trafiquée (Ehrlich, 1973), de drogue (Kopp, 1997), de corruption (Acemoglu & Verdier, 2000), ou encore de fraude fiscale (Allingham & Sandmo, 1972).

Cependant, en se focalisant sur l'aspect dissuasion et répression, au travers des coûts et des prix, la littérature empirique, liée à la mesure de l'impact des efforts gouvernementaux, exhibe des résultats, souvent contradictoires (Marceau & Mongrain, 1999 ; Poret, 2004). Certains auteurs montrent, alors, que la légalisation des drogues induirait, par les prix, une augmentation de la consommation, justifiant ainsi le maintien de l'interdiction (Grossman et *al.* 1996 ; Grossman, 2004). Inversement, face aux échecs des politiques américaines d'« *enforcement of law* » et, de façon générale, internationales, les principaux auteurs, favorables à la prohibition et au maintien de prix élevés, concluent, récemment, qu'il serait plus efficace de lutter contre l'abus de drogue en régime légalisé et fiscalisé (Becker et *al.* 2004).

Dans le même ordre d'idée, de nombreux travaux indiquent que des dispositions, alternatives aux modes de dissuasion conventionnels, présentent des avantages en faveur de la réduction des activités criminelles, comme l'amnistie dans le cas de la fraude fiscale (Leonard & Zeckhauser, 1987 ; Andreoni, 1991), ou la coopération pour l'échange d'informations (Kobayashi, 1992).

A l'opposé de la vision économique, les études anthropologiques et sociologiques de la formation des prix informels se concentrent sur l'analyse des relations humaines dans le

groupe, accentuant le caractère particulier de la société au travers de sa culture, de ses croyances ou de ses coutumes.

Précisément, les avancées de la nouvelle sociologie économique, dans les années quatre-vingt-dix, reviennent sur l'importance d'une représentation sociale du marché et des prix (Granovetter & Swedberg, 1992). Le mécanisme de formation des prix est conçu comme un processus de décisions et d'interactions successives, entre les individus, qui émane d'un cadre structurel dépendant de l'existence de réseaux sociaux (Granovetter, 1985).

Parallèlement, les études anthropologiques, notamment, mettent en exergue un cas souvent négligé par l'approche économique, le don, encore appelé troc « sage », ou « magique », et ceci au travers de l'analyse de l'échange non-marchand entre individus.

Il serait pertinent de signaler que l'une des rares tentatives d'intégration du don dans la théorie économique fut entreprise par Akerlof (1982) pour réhabiliter la notion de chômage volontaire. Ce don « empoisonné », selon Mahieu (n.d.)³, permet ainsi de stigmatiser sur le marché du travail les *insiders* au détriment des *outsiders*.

Le don fait partie d'un système social de don - contre don, comme le *potlatch* des tribus indiennes d'Amérique du Nord, ou la *kula* pour les peuples d'Océanie, qui permet la coexistence pacifique entre les agents (Mauss, 1924; Malinowski, 1922). Ce don est basé sur trois cycles d'obligation, donner, recevoir et rendre, créant de la sorte une priorité lexicographique de la communauté sur l'individu (Mahieu, 1990).

Aussi, une telle conception de l'échange permet-elle d'analyser l'occurrence de don dans l'analyse économique⁴, si l'on y intègre un principe de reconnaissance sociale.

Concentré sur la particularité et le degré de personnalisation de la relation d'échange, le système de transactions non-marchandes ainsi étudié conduit à prendre en compte l'existence de réseaux sociaux qui composent la communauté (Godbout, 1990).

³ Mahieu F.R. « Le don pur et parfait », disponible sur <http://ethique.neuf.fr/Ledon.htm>, année non déterminée (n.d).

⁴ Même si une contribution, proposée par Testart (2001), en rupture avec la vision standard de l'anthropologie, établit une opposition entre l'échange et le don au travers d'une dichotomie échange marchand – échange non-marchand, qui exile d'autant plus le don de l'étude économique. En revanche, en opposant la relation marchande à la relation personnelle, Weber (2000) considère certaines transactions monétaires comme non-marchandes.

Le concept de réseaux sociaux ou communautaire, ici étendu à la sphère familiale, peut se construire sur des bases toutes aussi diverses que les relations personnelles, les intérêts mutuels, l'origine ethnique, sociale ou géographique, les croyances religieuses, etc.

Les réseaux sociaux incluent ainsi les mafias ou cartels illégaux, les différentes formes de *lobbying*, ou groupes d'intérêts, les communautés ou familles élargies (Cartier-Bresson, 1997). Un individu qui n'appartiendrait à aucun réseau social pourrait, alors se voir refuser l'échange.

La discussion précédente sur le statut qu'acquiert l'échange et le prix montre, par conséquent, qu'il existe une brèche théorique et méthodologique entre l'analyse économique, sociologique et anthropologique en ce qui concerne la formation des prix. La première considère les individus comme des entités identiques et rationnelles, ou *homo-œconomicus*, donc parfaitement substituables, tandis que les dernières commencent par caractériser les agents à partir des groupes auxquels ils appartiennent.

La formation de prix illégaux, que l'on se propose de modéliser, prétend donc réconcilier ces approches antagoniques, en se basant sur une vision généralisée de l'échange et du prix.

III. Un modèle de formation des prix illégaux : La fonction de discrimination sociale.

On se propose d'expliquer la multiplicité des situations observées, sur les marchés illégaux, en termes d'échange et donc de prix. Premièrement, il existe un *continuum* de prix annoncés pour un même bien ; Deuxièmement, peuvent se produire des situations dans lesquelles l'offreur refuse l'échange ou, au contraire, décide de faire don du bien.

Pour cela, la formalisation du prix, présentée, s'inspire d'une équation de type *mark-up*⁵, initialement formulée par Kalecki (1971). Celle-ci repose sur deux postulats essentiels. Le premier suppose que l'environnement est soumis à une incertitude endogène, inhérente au caractère illégal des activités considérées (Caulkins et al, 2006). En effet, un des principaux traits distinctifs, pour les marchés illégaux, se traduit par une opacité informationnelle caractérisant les conditions dans lesquelles s'opèrent les transactions.

⁵ La formation d'un prix avec *mark-up* peut être considérée comme un cas particulier engendré par des distorsions de marché et ne contredit nullement le raisonnement orthodoxe (Nordhaus, 1972).

L'illégalité de l'échange implique, donc, un degré d'incertitude qui s'associe, d'une part, à la possibilité d'être arrêté par les autorités compétentes et, d'autre part, à l'absence de pourvoi possible auprès de ces autorités en cas de non respect des termes de l'échange, par l'un au moins des participants. L'inexistence de bureaucratie *weberienne* autorise ainsi des situations où le prix d'échange est assimilable à de l'escroquerie sans possibilité de recours.

Le second conduit à admettre, face aux différentes structures de marché étudiées, l'hypothèse d'une concurrence oligopolistique (Poret & Tjédo, 2002). Ainsi, les offreurs de biens et services informels se situent du côté long, en tant que *price makers*, et les demandeurs, du côté court, en tant que *price takers*. Selon l'équation de type prix de marge, les offreurs décident du prix de vente, en fonction des coûts de production, ou coûts variables moyens, auxquels s'applique une marge, qui inclut la prise de risque (Caulkins & Reuter, 1998 ; Miron, 2003).

On considère que les prix illégaux transmettent également un degré de reconnaissance sociale, ou niveau d'affect, de l'offreur envers le demandeur (Offer, 1997). Ce qui conduit, formellement, à abandonner l'hypothèse standard d'individus indifférenciés et substituables dans l'échange et admettre que ceux-ci sont insérés dans une société structurée en réseaux sociaux. L'offreur distingue, alors, les individus au travers du niveau d'affect, impliquant une discrimination de type social fondée sur l'appartenance et le niveau d'intégration au réseau. Le schéma de discrimination par les prix, ainsi défini, s'effectue, non plus à partir des caractéristiques du produit⁶, mais sur la base des caractéristiques sociales des agents.

Par conséquent, à la traditionnelle équation de *mark-up*, s'ajoute une fonction de discrimination sociale reflétant le niveau d'affect, dont la forme générique s'écrit de la manière suivante:

$$P = C. (1 + \mu). \pi(\varepsilon), \quad (1)$$

avec : $0 < \mu < 1$ et $\varepsilon \geq 0$.

(P) représente le prix du bien informel, (C) le coût de production du bien, (μ) le taux de marge.

⁶ Comme dans le cas d'une différenciation du produit due à l'incertitude sur la qualité.

La fonction $\pi(\varepsilon)$ se définit comme la fonction de discrimination sociale, (ε) étant un paramètre reflétant le degré de reconnaissance sociale, ou d'affect, entre l'offreur et le demandeur. Pour la suite de la modélisation, il convient de supposer que l'échange se concrétisera si et seulement si il existe un prix positif non nul, $P > 0$.

La fonction de discrimination sociale, ou multiplicateur d'affect, prend la forme d'une fonction exponentielle composée comme suit:

$$\pi(\varepsilon) = \frac{1}{\varepsilon} \cdot e^{(1-\varepsilon)}. \quad (2)$$

On considère ainsi une relation monotone inverse entre le prix informel proposé et les niveaux d'affect (ε). La dérivée première, qui exprime la vitesse de changement de la fonction de discrimination sociale lorsque le degré d'affect se modifie, est toujours négative :

$$\frac{\delta\pi(\varepsilon)}{\delta(\varepsilon)} = -\left(\frac{\varepsilon+1}{\varepsilon^2}\right) \cdot e^{(1-\varepsilon)} < 0 \quad (3)$$

Lorsque (ε) augmente, $\pi(\varepsilon)$ diminue et inversement : plus le degré d'affect est élevé, moins le multiplicateur social influence le prix, et plus le prix proposé par l'offreur est faible.

La dérivée seconde, représentant le taux de variation de la courbe de la fonction $\pi(\varepsilon)$, est toujours positive :

$$\frac{\delta^2\pi(\varepsilon)}{\delta(\varepsilon)^2} = \frac{1}{\varepsilon} e^{(1-\varepsilon)} \cdot \left(1 + \frac{1}{\varepsilon} + \frac{2}{\varepsilon^2}\right) > 0 \quad (4)$$

La fonction $\pi(\varepsilon)$ est donc de forme convexe et présente deux axes asymptotiques ainsi qu'un point particulier. Lorsque le degré d'affect est égal à un, ($\varepsilon_0 = 1$), l'effet du multiplicateur social se neutralise, [$\pi(\varepsilon_0) = 1$].

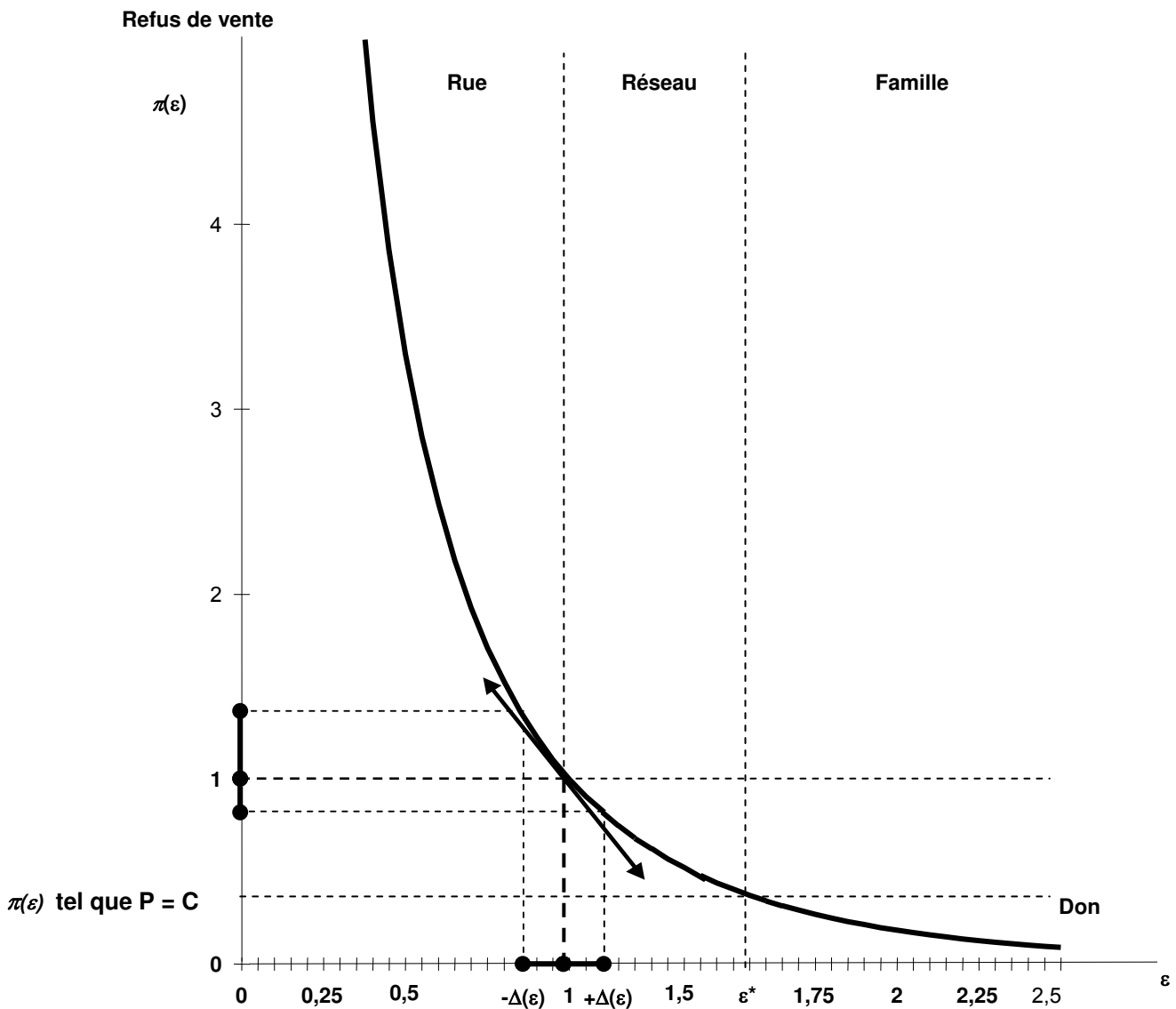
L'élasticité du multiplicateur, $\eta[\pi(\varepsilon)]$, est une fonction négative du degré d'affect (ε), propriété des fonctions népériennes composées, tandis que l'élasticité d'une fonction hyperbole du type ($y=1/x$) serait constante :

$$\eta[\pi(\varepsilon)] = \frac{\frac{\delta\pi(\varepsilon)}{\delta\varepsilon}}{\frac{\pi(\varepsilon)}{\varepsilon}} \Rightarrow \eta[\pi(\varepsilon)] = -(1 + \varepsilon) \quad (5)$$

On remarque que la fonction de discrimination sociale est parfaitement élastique lorsque le degré d'affect tend vers l'infini. Autrement dit, pour une valeur très grande de l'affect, une infime variation de ce dernier entraîne une variation infinie, en sens inverse, du multiplicateur social. La condition d'appartenance à un réseau social est ainsi déterminante dans la formulation des prix proposés sur les marchés illégaux.

L'étude de la fonction de discrimination sociale admet la présence de trois intervalles de prix en fonction du degré d'affect qui définit ainsi trois niveaux d'intégration sociale, la famille, le réseau et la rue, comme l'indique la figure suivante.

Figure 1 : Discrimination sociale et réseaux sociaux



IV. Formation des prix illégaux comme conséquence du degré d'intégration sociale

L'introduction de la fonction de discrimination sociale, dans le mécanisme de formation des prix illégaux, permet de relier la transaction au degré d'intégration sociale des individus, déterminant ainsi trois niveaux de relations d'échange, la rue, le réseau et la famille, auxquels correspond un prix spécifique. Le prix reflète dès lors l'expression singulière d'un échange particulier, qui peut être marchand ou non marchand (non monétisé).

Quand (ε) est égal à zéro, la fonction de discrimination sociale $\pi(\varepsilon)$ n'existe pas, impliquant de la sorte l'inexistence du prix, donc de l'échange. Cette situation est assimilable à un refus de la part de l'offreur de participer à l'échange. Ce dernier n'éprouve aucun affect envers le demandeur.

Pour des niveaux d'affect positifs mais inférieurs à un, ($0 < \varepsilon < 1$), le multiplicateur est supérieur à un, [$\pi(\varepsilon) > 1$]. Les individus, qui ne sont intégrés à aucune communauté, sont confrontés à des prix supérieurs aux prix pratiqués en situation d'oligopole. L'existence d'un surprofit, croissant de façon exponentielle à mesure que le niveau d'affect se rapproche de zéro, reflète des situations d'escroquerie. Les valeurs d'affect situées dans l'intervalle $]0;1[$ engendrent des échanges de « rue » où les individus sont isolés socialement.

Lorsque le degré d'affect est égal à un, ($\varepsilon_0 = 1$), le multiplicateur social, $\pi(\varepsilon_0)$, est égal à un, ce qui neutralise son effet sur la formation des prix. En ce point, les relations interpersonnelles ainsi que les communautés sociales n'ont aucune influence sur les prix illégaux, illustrant la vision standard économique de pure relation d'échange, avec un prix de concurrence oligopolistique. Cette valeur particulière de l'affect, ($\varepsilon_0 = 1$), représente la limite entre les échanges marchands réalisés par des individus atomisés, ($\varepsilon < 1$) et les échanges réticulaires, ($\varepsilon > 1$).

Lorsque le niveau d'affect est supérieur à un, mais inférieur à une valeur déterminée (ε^*), ($1 < \varepsilon < \varepsilon^*$), le multiplicateur est inférieur à un [$\pi(\varepsilon) < 1$]. Le prix proposé est moindre qu'en situation de concurrence imparfaite, avec *mark-up*. Les agents sont intégrés à un réseau dont la fonction économique est dès lors de diminuer le prix des échanges illégaux.

Le niveau du prix proposé indique le degré d'intégration de l'individu au réseau ou à la communauté à laquelle appartient l'offreur. A mesure que le degré d'affect augmente le niveau des prix proposé diminue jusqu'à se fixer au niveau du coût de production.

En ce point particulier (ε^*), l'influence des relations interpersonnelles sur la formation des prix neutralise l'effet du *mark-up*, conséquence de la situation imparfaite du marché. La détermination de ce point dépend du taux de marge appliqué lors de l'échange.

On démontre que, pour toute marge (μ) positive appliquée à l'échange, il existe une valeur d'affect unique (ε^*) strictement supérieure à un pour laquelle le prix est égal au coût de revient⁷. La fixation du prix à son coût peut être assimilée à un prix de concurrence pure et parfaite avec affect, reprenant ainsi les fondements de l'analyse smithienne des sentiments moraux. La valeur (ε^*) représente la limite des échanges entre des individus intégrés à un réseau ($1 < \varepsilon < \varepsilon^*$) et ceux insérés dans une famille ($\varepsilon^* \leq \varepsilon$).

Pour un niveau d'affect supérieur à (ε^*), le prix est inférieur au coût de revient. De ce fait, les termes de l'échange sont défavorables à l'offreur qui accepte librement une perte lors de la transaction. Particuliers aux échanges intrafamiliaux, ces prix illustrent une situation de dumping à caractère social.

Quand le degré d'affect (ε) tend vers l'infini, le multiplicateur social $\pi(\varepsilon)$ tend vers zéro. Ainsi, le prix d'échange tend lui aussi vers zéro, tout en demeurant positif et non nul.

La limite à l'infini du multiplicateur social égal à zéro représente une situation de don, ou cession à titre quasi-gratuit, qui coïncide avec les analyses sociologiques et

⁷ Démonstration:

pour que $P = C$:

$\Rightarrow (1 + \mu) \cdot \pi(\varepsilon) = 1$

$\Leftrightarrow (1 + \mu) \frac{e^{(1-\varepsilon)}}{\varepsilon} = 1$

$\Leftrightarrow \frac{\varepsilon}{e^{(1-\varepsilon)}} = (1 + \mu)$

$\Leftrightarrow \varepsilon e^{(\varepsilon-1)} = (1 + \mu)$

$\Leftrightarrow \varepsilon e^{\varepsilon} \frac{1}{e} = (1 + \mu)$

$\Leftrightarrow \varepsilon e^{\varepsilon} = (1 + \mu)e$

ε^* : est une fonction Omega (fonction de Lambert)

$\varepsilon^* = \text{ProductLog}[(1 + \mu)e]$

comme $\mu > 0 \Rightarrow \varepsilon^* > 1$

anthropologiques. Le don, ici représenté, est pur et parfait, bien que, compte tenu de l'existence d'un résidu positif, prix non nul, un contre don est envisageable. Ce résidu positif peut ainsi appréhender la dimension « magique » de la chose donnée.

Malgré l'existence d'un prix, l'échange perd son caractère marchand. La fonction de transaction de la monnaie est ici abandonnée au profit de la reconnaissance sociale.

Enfin, on démontre que le demandeur recherchera à être identifié socialement, en appartenant à un réseau, et ceci en termes du prix proposé par l'offreur. Sachant que l'élasticité du multiplicateur social au degré d'affect est négative et dépend de celui-ci, d'après (5), l'analyse du taux de variation du multiplicateur social aux alentours de ($\varepsilon_0 = 1$) s'écrit :

$$\left| \frac{\pi[\varepsilon_0 - \Delta\varepsilon] - \pi(\varepsilon_0)}{\Delta(\varepsilon)} \right| > \left| \frac{\pi[\varepsilon_0 + \Delta\varepsilon] - \pi(\varepsilon_0)}{\Delta(\varepsilon)} \right| \quad (6)$$

Ce résultat indique que, pour une variation de même magnitude, mais en sens inverse, le différentiel de prix est supérieur, en valeur absolue, dans les échanges de rue où les individus sont isolés socialement, à celui des échanges réticulaires (Cf. Figure 1).

En d'autres termes, il est toujours préférable de se situer du côté droit quel que soit le point de la courbe, ce qui révèle une synergie dans la recherche et l'établissement de relations personnelles afin de bénéficier d'offres de prix illégaux plus favorables.

V. Conclusions.

Le modèle de formation des prix illégaux exposé, introduit, comme déterminant explicite du prix, une fonction de discrimination sociale, elle-même dépendante du degré d'affect qui s'établit entre les participants à l'échange informel.

Ainsi, l'étude de cette fonction, agissant comme un multiplicateur des prix, permet, d'une part, de déterminer plusieurs niveaux d'intégration sociale et, d'autre part, d'expliquer l'éventail de prix annoncés pour un bien homogène par un même offreur, intégrant les cas standards de prix de marché en concurrence parfaite ou imparfaite.

En rétablissant l'importance des relations interpersonnelles dans la réalisation des échanges, et donc l'idée que les prix transmettent des « sentiments », dans la lignée

smithienne, les conceptions économique, sociologique et anthropologique de l'échange s'associent de façon unifiée, comme étant des cas particuliers d'une même équation.

De plus, les résultats conduisent à considérer des situations telles que le refus de l'échange, l'escroquerie et le dumping social, traditionnellement éludées par la vision économique dominante. De même, le don, ou cession à titre gratuit, se précise au travers de l'existence d'un prix positif et non nul, illustrant les caractéristiques d'un échange non marchand où la monnaie perd sa fonction de transaction.

On démontre, alors, que le niveau de prix pratiqué indique le degré d'intégration du demandeur au réseau social de l'offreur et que l'appartenance ou non à un réseau détermine les termes de l'échange de biens et services illégaux.

Ainsi, la constitution de réseaux sociaux, structurant la société, peut dès lors être justifiée selon une optique économique : il sera préférable pour l'individu d'être inséré socialement que d'être isolé, face à la diminution du prix possible dans l'échange.

Références

- Acemoglu D., Verdier T., (2000). "The choice between market failures and corruption", *American Economic Review*, vol. 90 (1), pp. 194-211.
- Akerlof G., (1982). "Labor contracts as a partial gift exchange", *Quarterly Journal of Economics*, vol. 97 (4), pp 543-569.
- Allingham M., Sandmo A., (1972). "Income tax evasion: a theoretical analysis", *Journal of Public Economics*, vol. 1 (3, 4), pp. 323-338.
- Andreoni J., (1991). "The Desirability of a Permanent tax amnesty", *Journal of Public Economics*, vol. 45 (2), pp: 143-159.
- Backhaus J., (1979). "Defending organized crime? A note", *Journal of Legal Studies*, vol. 8 (3), pp. 623-631.
- Becker G., (1968). "Crime & punishment: an economy approach", *Journal of Political Economy*, vol. 76 (2), pp.163-217.
- Becker G., Murphy K., (1988). "A theory of Rational Addiction", *Journal of Political Economy*, vol. 96 (4), pp.675-700.
- Becker G., Grossman M., Murphy K., (1991). "Rational addiction and the effect of price consumption", *American Economic Review*, vol. 81 (2), pp. 237-241.
- Becker G., Grossman M., Murphy K., (2004). "The economic theory of illegal goods: the case of drugs", *NBER Working Paper*, n°10976.

- Belk R., Coon G., (1993). "Gift giving as apagic love: an alternative to exchange paradigm based on dating experiences", *Journal of Consumer Research*, vol. 20 (3), pp.393-417.
- Blau P., (1960). "A Theory of Social Integration," *American Journal of Sociology*, Vol. 65 (6), p. 545-556.
- Brown D., Reynolds M., (1973). "Crime & punishment: risk implication", *Journal of Economic Theory*, vol. 6 (5), pp. 508-514.
- Buchanan J., (1974). "A Defense of Organized Crime?", in Rottenberg (ed.), *The Economics of Crime and Punishment*. Washington, DC: American Enterprise Institute.
- Caillé A., (2000). *Anthropologie du don: le tiers paradigme*, La Découverte, ed. 2007, Paris.
- Cartier-Bresson J., (1997), "Etats, Marchés, réseaux et organisations criminelles entrepreneuriales", In *Criminalité Organisée et Ordre dans la société*, PUF, Aix-Marseille.
- Caulkins J., Reuter P., (1998). "What price data tell us about drug markets", *Journal of Drug Issues*, vol. 28 (3), pp: 593-612.
- Caulkins J., Reuter P., (2004). "Illegal "lemons": price dispersion in cocaine and heroin markets", *Bulletin on Narcotics*, vol. 54 (1, 2), pp: 141-165.
- Caulkins J., Reuter P., Taylor L.J., (2006). "Can Supply Restrictions Lower Price? Violence, Drug Dealing and Positional Advantage", *Contributions to Economic Analysis & Policy*, vol. 5 (1), pp: 1-20.
- Charbonneau J., Godbout J., (1996). "La circulation du don dans la parenté", *INRS*, Québec.
- Dick A., (1995). "When does organized crime pay? A transaction cost analysis", *International Review of Law and Economics*, vol. 15 (1), pp. 25-45.
- Ehrlich I., (1973). "Participation in illegitimate activities: a theoretical and empirical investigation", *Journal of Economic Theory*, vol. 81 (3), pp.521-565.
- Favereau O., Lazega E. (eds.) (2002). *Conventions and Structures in Economic Organization. Markets, Networks and Hierarchies*, Cheltenham, Edward Elgar.
- Fillieule R., (2008). "La sociologie économique des prix contemporaine : quel apport théorique ?", *l'Année Sociologique*, vol. 52 (2), pp : 383-407.
- Garoupa N., (2007). "Optimal law enforcement and criminal organization", *Journal of Economic Behavior and Organization*, vol. 63 (3), pp. 461-474.
- Geertz C., (1978). "The Bazaar Economy: Information and Search in Peasant Marketing", *Economics and Anthropology*, vol. 68 (2), pp. 28-32.
- Godbout J., (1992). *L'esprit du don*, La Découverte, Paris.
- Granovetter M., (1985). "Economic action and social structure: the problem of embeddedness", *American Journal of Sociology*, vol. 91 (3); pp: 481-510.
- Granovetter M., Swedberg R., (1992). *The sociology of economic life*, Boulder, West view Press.

- Grossman M., Chaloupka F., Brown C., (1996). "The demand for cocaine by young adults: a rational addiction approach", *NBER Working Paper*, n°5713.
- Grossman M., (2004). "Individual behaviors and substance use: the role of price", *NBER Working Paper*, n°10948.
- Hirschman A., (1984). "Against parsimony: Three easy ways of complicating some categories of economic discourse", *Bulletin of the American Academy of Arts and Sciences*, Vol. 37 (8), pp. 11-28.
- Kalecki M., (1971). *Selected Essays on the Dynamics of the Capitalist Economy*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Kobayashi B., (1992). "Deterrence with Multiple Defendants: an Explanation for "Unfair" Plea Bargains", *Rand Journal of Economics*, vol. 23 (4), pp: 507-517.
- Kolm S.C., (1984). "Théorie de la réciprocité et du choix des systèmes économiques", *Revue Economique*, vol. 35 (5), pp. 871-910.
- Kopp P., (1992). "Les analyses formelles des marchés de la drogue", *Revue Tiers Monde*, vol. 33 (131), pp : 565-579.
- Kopp P., (1994). "Consommation de drogue et efficacité des politiques publiques", *Revue Economique*, vol. 45 (6), pp. 1333-1356.
- Leonard H., Zeckhauser R., (1987). "Amnesty, Enforcement, and Tax Policy", in Summers L. (ed.), *Tax Policy and the Economy*, MIT Press, Cambridge.
- Le Velly R., (2002). "La notion d'encastrement: une sociologie des échanges marchands", *Sociologie du travail*, vol. 44 (1), pp : 37-53.
- Mahieu F.R., (1990). *Les fondements de la crise économique en Afrique : Logiques Economiques*, L'Harmattan, Paris.
- Malinowski B., (1922). *Les argonautes du Pacifique occidental*, Gallimard, Coll. Tel, ed 1989, Paris.
- Marceau N., Mongrain S., (1999). "Dissuader le crime : un survol", *Actualité Économique, Revue d'Analyse Économique*, vol. 75, pp : 123-147.
- Mauss M., (1924). "Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques", in *Sociologie et anthropologie*, PUF, Coll. Quadrige, ed. 1985, Paris.
- Miron J., (2003). "The effect of drug prohibition on drug prices: evidence from the markets for cocaine and heroin", *NBER Working Papers*, n° 9689.
- Nordhaus W., (1972). "Recent Development in Price Dynamics", in Eckstein O. (ed), *the Econometric of price determination*, Board of Governors of the Federal Reserve.
- Offer A., (1997). "Between the gift and the market: the economy of regard", *Economic History Review*, vol. 50 (3), pp. 450-476.
- Poret S., (2004). "Les politiques publiques des drogues : vers une analyse économique?", *Cahier du Loria*, INRA, Economie et Sociologie Rurales, pp : 1-26.

- Poret S., (2006). "L'impact des politiques répressives sur l'offre de drogues illicites : une revue de la littérature théorique", *Revue économique*, vol. 57 (5), pp. 1065-1091.
- Poret S., Tétédo C., (2002). "Analyse horizontale du marché des biens illicites", *Cahiers de Recherche*, Université de Sherbrooke, n° 02-06, pp : 2-15.
- Poret S., Tétédo C., (2006). "Law enforcement and concentration in illicit drug markets", *European Journal of Political Economy*, vol. 22 (1), pp. 99-114.
- Pratt J., Wise D., Zeckhauser R. (1979). "Price differences in almost competitive markets", *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 93 (2), pp. 189-211.
- Reuter P., Greenfield V., (2001). "Measuring global drug market. How good are the numbers and why should we care about them", *World Economics*, vol. 2 (4), pp. 159-173.
- Salop S., Stiglitz J., (1977). "Bargains and ripoffs: a model of monopolistically competitive price dispersion", *Review of Economic Studies*, vol. 44, (3), pp. 493-510.
- Slim S., (1996). *Analyse théorique macro-économique et financière de l'économie informelle: essais de modélisation*, thèse PUF-UNSA, Grenoble.
- Testart A., (2001). "Echange marchand, échange non-marchand", *Revue Française de Sociologie*, vol. 42 (4), pp. 719-748.
- Weber F., (2000). "Transactions marchandes, échanges rituels, relations personnelles. Une ethnographie économique après le grand partage", *Genèses. Sciences sociales et histoire*, n°41, pp. 85-107.