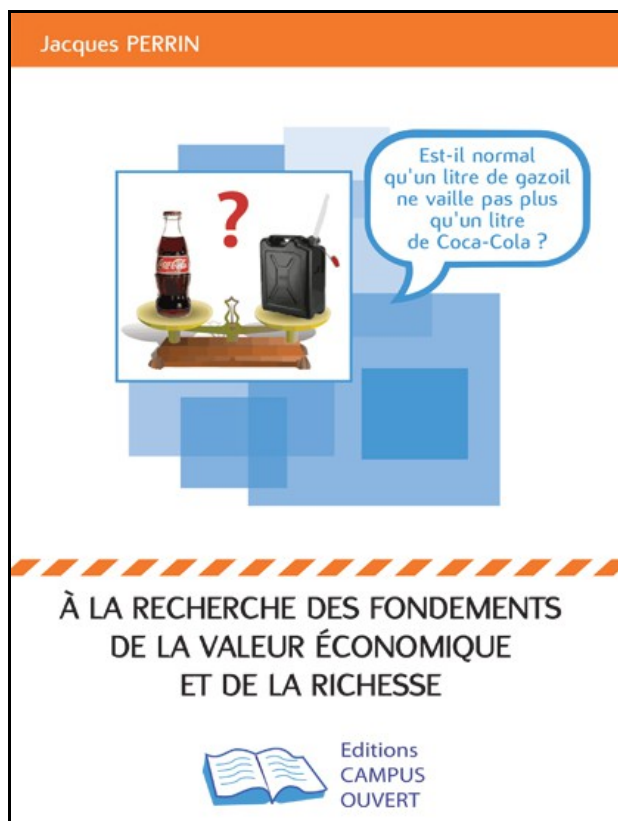


À LA RECHERCHE DES FONDEMENTS DE LA VALEUR ÉCONOMIQUE ET DE LA RICHESSE

Jacques PERRIN



102 pages : 14 €

Éditions Campus Ouvert

ISBN : 979-10-90293-34-2

Distribution : L'Harmattan

Un litre de gazole et un litre de coca cola ont actuellement quasiment le même prix. Peut-on dire qu'ils ont la même valeur économique ?

La réponse est oui pour la grande majorité des économistes. Et pourtant les conséquences économiques et humaines d'une pénurie de pétrole ne sont pas les mêmes que celles d'une pénurie de Coca-Cola. La croyance à la valeur donnée par le marché - qui repose sur une certaine conception de ce qu'est la place de l'homme dans la société et dans ses relations avec la planète Terre, *l'homo economicus*, - rend de plus en plus difficile l'élaboration des réponses que nous devons apporter, d'une manière urgente, à la croissance des défis écologiques et à la montée des inégalités. Des alternatives commencent à émerger : de nouvelles pratiques d'évaluation sont élaborées, les notions de valeur sociale, de valeur tutélaire s'imposent peu à peu, des recherches scientifiques récentes révèlent que *l'homo empathicus* serait plus adapté pour rendre compte du comportement humain. Il nous faut refonder l'économie politique à partir de nouveaux paradigmes, c'est-à-dire à partir de nouvelles manières de penser ce qu'est la valeur économique.

En reprenant une tradition de la pensée économique, actuellement abandonnée, le questionnement sur les fondements de la valeur économique développé dans le présent ouvrage, part de l'hypothèse que la valeur économique, avec son double aspect de valeur d'usage et de valeur d'échange, sert à définir la nature de la richesse et à l'apprécier et, si possible, à la mesurer.

L'auteur : Jacques Perrin, est Directeur de Recherche Honoraire en Sciences économiques au CNRS, ingénieur et économiste industriel, il a été enseignant chercheur à l'IREP-D (Université Pierre Mendès-France de Grenoble), au SPRU (University of Sussex), à l'ECT/Gate (Université Lumière de Lyon) et à l'INSA de Lyon. Il a été expert auprès de plusieurs organismes internationaux (OCDE, ONUDI, BIT, UNESCO). Il a publié une dizaine d'ouvrages. Il est membre de l'AFEP (Association Française d'Economie Politique) et des Economistes Atterrés.

SOMMAIRE

Introduction

Un litre de gazole et un litre de coca cola ont quasiment le même prix. Peut-on dire qu'ils ont la même valeur économique ?

Chapitre 1 - Histoire de la pensée économique et valeur économique

1. Partie d'un questionnement sur la valeur, la pensée économique dominante aboutit au concept « prix de marché »
2. Une remise en cause du caractère objectif du concept de valeur « prix de marché »
3. Des comportements d'acteurs révélant la différence entre la valeur économique et le prix de marché
4. Pistes de travail pour une autre définition de la valeur économique

Chapitre 2 - Indicateurs de richesse et de développement durable : des tentatives pour penser autrement la valeur économique ?

1. Des indicateurs sociaux de développement aux indicateurs de richesse
2. Des indicateurs environnementaux à la construction de la valeur sociale de la nature
3. Le gazole a-t-il la même valeur économique que le Coca-Cola

Chapitre 3 - La théorie de la valeur sociale selon les institutionnalistes. Une autre manière de penser l'économie

1. L'institutionnalisme américain
2. La théorie « instrumentale » de la valeur sociale des néo-institutionnalistes
3. Les apports des institutionnalistes : la valeur sociale
4. Des échos de la pensée des institutionnalistes dans des ouvrages récents
5. La valeur économique sociale du gazole

Chapitre 4 - L'*homo economicus* n'est pas notre vraie nature

1. L'*homo empathicus* versus l'*homo economicus*
2. Selon des découvertes scientifiques récentes, l'*homo empathicus* serait plus apte à rendre compte du comportement humain
3. Revisiter le « Siècle des Lumières »

Conclusion

DISTRIBUTION : L'HARMATTAN

16 rue des Écoles – 75005 Paris.

www.librairieharmattan.com