



GREThA

Groupe de Recherche en
Économie Théorique et Appliquée

**Le prêt sur gages au Crédit municipal : vers une analyse
exploratoire des relations entre banquier social et emprunteur**

Guillaume PASTUREAU

&

Romain JOURDHEUIL

*GREThA, CNRS, UMR 5113
Université de Bordeaux*

Cahiers du GREThA
n°2013-20
September

GREThA UMR CNRS 5113

Université Montesquieu Bordeaux IV

Avenue Léon Duguit - 33608 PESSAC - FRANCE

Tel : +33 (0)5.56.84.25.75 - Fax : +33 (0)5.56.84.86.47 - www.gretha.fr

Le prêt sur gages au Crédit municipal : vers une analyse exploratoire des relations entre banquier social et emprunteur

Résumé

Cet article a pour objectif de présenter une compréhension du prêt sur gages au Crédit municipal en mobilisant une approche psycho-socio-économique. Cet établissement possède, en effet, des caractéristiques spécifiques : il ne juge, ni ne contrôle sa clientèle, et ne vérifie pas sa solvabilité. Comment alors comprendre les relations qui se tissent entre les deux parties ? A partir d'une étude de terrain sur la clientèle, nous établirons une grille de lecture théorique faisant état d'une relation particulière qui se noue entre les emprunteurs, stigmatisés comme une population financière à risque, et l'établissement bancaire à vocation sociale. Ce lien dépasse une simple logique marchande et nécessite une compréhension qui ne se limite pas à la vision de l'économie bancaire classique. Nous mettons également en avant une hypothèse intégrant le rôle des émotions morales dans l'étude des relations et des comportements des emprunteurs vis-à-vis du Crédit municipal.

Mots-clés : microcrédit social, émotions morales, prêt sur gages.

Pawn broking at the (French) Crédit Municipal, toward an exploratory analysis of the relationship between the social bank and the borrower.

Abstract

This article presents a multidisciplinary (economics, sociology, psychology) analysis of the French Pawn broking institution called Crédit municipal. Indeed, this establishment possesses important specifications: borrowers are neither judged, nor controlled, in particular for their solvability, when they deal with the Crédit municipal. Thus, how can we understand the relationships that develop between those two parties? Based on a field survey of Crédit municipal's customers, we propose a new theoretical approach indicating the existence of a particular kind of relationship between this socially-oriented institution and its customers, which are generally considered as risky. This link is not merely limited to business, and then needs that we exceed the vision of classical banking economics. We also introduce a hypothesis which integrates the role of moral emotions in the study of borrowers' behaviors and relationships toward the Crédit municipal.

Keywords: social microcredit, moral emotions, pawnbroking.

JEL: A13 ; D64 ; G21 ; Z13

Reference to this paper: PASTUREAU Guillaume, JOURDHEUIL Romain (2013) Le prêt sur gages au Crédit municipal : vers une analyse exploratoire des relations entre banquier social et emprunteur, *Cahiers du GREThA*, n°2013-20.

<http://ideas.repec.org/p/grt/wpegrt/2013-20.html>.

Introduction

Le Crédit municipal (CM), ancien Mont-de-Piété, est un organisme public et municipalisé qui détient le monopole du prêt sur gages. Il est un acteur spécifique de la finance sociale et solidaire qui s'intègre dans une forme d'économie de bienfaisance (Pastureau [2013a, 2013c]). Dans les sociétés modernes structurées par la monétarisation des rapports sociaux, le prêt sur gages (PSG) consacre une forme « d'argent secours » (Glémain, [2008]) pour une population soumise à un processus d'exclusion bancaire et sociale. Le PSG deviant un moyen de contourner le système bancaire classique dans l'obtention et la gestion de l'argent liquide. Ouvert à tous, l'octroi du prêt est immédiat, les sommes empruntées ne sont pas contrôlées. L'usage de l'argent obtenu est libre, sans obligation de financement d'activités productives, et aucune condition de solvabilité n'est demandée, le prêt obtenu est essentiellement sous une forme liquide. Ainsi, Le microcrédit social fourni par le CM a pour objectif fondamental d'apporter les capacités financières à une population présumée insolvable, voire inapte à la bonne gestion financière. Or, si la clientèle dispose de tous les handicaps économiques et sociaux qui en font une clientèle potentiellement insolvable et à risque, une relation financière et morale efficace semble se construire entre l'emprunteur et le CM.

Il convient donc de dégager les déterminants de la réussite et de l'efficacité de ce type de crédit. Cependant, une compréhension purement économique et utilitariste du microcrédit social semble limitée. L'étude approfondie des comportements souligne que les marqueurs classiques ne sont pas pris en compte dans la relation. En effet, comment et pourquoi une population à la fois stigmatisée par les banques, et considérée par la théorie économique comme inapte à une gestion optimale de l'argent, peut réaliser efficacement une relation contractuelle financière pour laquelle elle n'aurait pas les compétences économiques basiques ? Il est donc nécessaire de souligner les relations cachées et implicites de ce lien financier particulier. Le PSG introduit une dimension sociale fondamentale au crédit, il permet à une population stigmatisée d'être maintenue dans la société. L'usage du PSG met en avant un rôle social non marchand de l'argent qu'il convient d'étudier. Notre étude exploratoire nous amène à réfléchir à la pratique même du PSG, ici l'hypothèse soulevée est basée sur le rôle des émotions morales qui établissent un lien entre emprunteur et prêteur. Si l'usage met en avant le besoin de protection individuelle, les pratiques au cœur de la relation du microcrédit social indiquent le rôle non négligeable de la gratitude, de la confiance, de la réciprocité et des normes morales. Ces éléments expliquent les niveaux de remboursement et d'efficacité relative du PSG. Pour cela, nous nous baserons sur une étude de la clientèle des Crédits municipaux de Bordeaux et Paris. L'objectif de cette enquête porte sur les comportements des emprunteurs, leur relation avec l'institution, leurs motivations, pratiques et usages du PSG.

Cet article a pour finalité de poser les bases, et hypothèses, d'une compréhension multiple et variée du microcrédit social. Deux pistes exploratoires s'ouvrent à nous pour comprendre le rôle et la particularité du PSG, l'objectif est de montrer l'existence de liens non économiques qui expliqueraient l'usage et les pratiques de ce type de crédit. D'abord, (1) le microcrédit social tisse des relations non marchandes entre l'emprunteur et le prêteur à travers une relation d'argent, qui font de lui un outil économique spécifique et particulier. La monnaie est au cœur de l'usage du PSG, elle permet d'intégrer une population aux

revenus précaires et stigmatisées comme insolvable à la société monétarisée. L'usage de la monnaie doit être compris comme permettant d'établir un lien d'intermédiation entre l'individu et la société. Obtenir un microcrédit social favorise l'inclusion sociale, il stabilise les revenus et offre les capacités financières pour répondre aux aléas sociaux. Ainsi, il est un outil de protection. Il conviendra donc d'étudier ces usages spécifiques de l'argent à travers le PSG et d'établir les liens non économiques observables. Ensuite, (2) si le lien d'argent constitue un acte de protection et tisse une relation sociale particulière, il est important d'étudier la pratique même du PSG des agents à travers l'impact des émotions sur leur comportement de remboursement. Il est important examiner le rôle que peuvent avoir les émotions et en particuliers les émotions morales dans la relation de PSG. Cette relation spécifique de prêt, effectuée dans un contexte particulier (population concernée, mise en gage du bien...), est en lien avec de nombreux thèmes tels que les normes morales (ou sociales), la confiance ou la réciprocité, au sein desquels les émotions morales ont une influence. L'étude se resserrera autour de quatre émotions morales : la culpabilité, la honte, la fierté et la gratitude. Nous analyserons alors l'influence, sur le comportement de remboursement des clients du PSG, de la sanction morale liée à la culpabilité et à la honte, ainsi que la récompense affective relative à la fierté. Enfin, nous montrerons comment la gratitude peut également promouvoir un respect de la norme de remboursement à travers la mise en place d'une réciprocité positive.

1. La monnaie au cœur des usages : relation économique et lien social

Il est question ici de concevoir le rôle fondamental de la monnaie dans les relations entre le banquier social et l'emprunteur, la monnaie est l'intermédiaire en tant que lien issu d'une relation économique.

1.1 Dépasser la compréhension économique de la relation de crédit au Crédit municipal

1.1.1 Quelle relation économique attendue ?

Le PSG est un microcrédit, il institue un lien entre le prêteur et l'emprunteur. Un contrat s'établit entre les deux agents, le premier s'engage à prêter une somme d'argent fixée en fonction de l'estimation du bien gagé, le second est soumis à un lien financier qui crée une obligation contractuelle de remboursement. Ce lien perdure tant que les intérêts et le capital ne sont pas remboursés. Dans le cas d'un défaut de paiement, l'emprunteur voit son gage être vendu, ce dernier permet de limiter les aléas et le risque encouru par le prêteur. Le lien (financier) établi est issu d'une relation économique, chaque acteur adoptant un comportement fondé sur un arbitrage et un choix qui permet de définir la relation, et qui permettra l'échange par la suite. La théorie économique standard met en avant l'étude des comportements individuels dans leur prise de décision, chaque acteur réalisant un arbitrage en fonction de son aversion pour le risque et de son utilité. Une compréhension idéal-typique des comportements est avancée permettant d'appréhender l'échange entre deux agents. Pourquoi un agent emprunte et pourquoi il trouve un prêteur ?

Du côté de l'emprunteur, la problématique concerne la question centrale de la maximisation et de l'arbitrage entre les coûts et les avantages du crédit. En effet, de façon classique, l'emprunteur réalise un choix calculé entre la consommation et l'épargne en prenant en compte dans son choix deux éléments ; (1) d'abord la recherche de maximisation de l'utilité, par un arbitrage entre les taux d'intérêt et la préférence pour le présent ; (2) ensuite son aversion pour le risque, qui peut expliquer une forte propension à l'épargne de précaution. Un arbitrage optimal est opéré entre un niveau d'épargne [qui est une consommation future] et un niveau de consommation actuelle. L'épargne ainsi réalisée doit répondre, à terme, aux difficultés passagères ou aux investissements, et donc limiter l'endettement. Dans le cadre de la théorie du revenu permanent, l'agent anticipe l'ensemble des revenus qu'il peut espérer obtenir tout au long de sa vie. Par conséquent, il anticipe et répartit de façon intertemporelle ses revenus entre une consommation actuelle et une consommation future. L'épargne et l'endettement seraient des variables d'ajustements permettant ainsi de conserver un niveau de richesse constant. Cette théorie peut aussi être complétée et poursuivie par l'analyse en termes des cycles de vie de Modigliani. Les décisions économiques des agents sont, elles-aussi, le résultat d'arbitrages intertemporels, ce champ théorique postule que le comportement d'épargne et d'endettement dépend de périodes spécifiques et correspond à une maximisation de la consommation sur l'ensemble de la vie de l'agent. D'abord une période d'endettement qui correspond à l'entrée dans la vie active quand les revenus espérés sont élevés ; puis une phase de remboursement des dettes et de constitution concrète d'une épargne et d'un patrimoine, pour finir sur une période désépargne et de dépense du patrimoine accumulé, quand les revenus sont plus faibles, soit à l'âge de la retraite. Ainsi, en se basant sur cette représentation classique issue de l'économie bancaire, Guérin [2000] souligne que des comportements « anormaux » et « atypiques », au regard de ceux qui sont attendus par la théorie classique, peuvent apparaître dans le cas d'une clientèle pauvre, précaire et/ou en situation d'exclusion. Ainsi, cette clientèle serait à la fois impatiente, car ayant une forte préférence pour le présent ; myope car la consommation est préférée à l'épargne, même celle de précaution ; voire imprudente, puisque leur épargne n'est pas assurée. Cependant, dans le cadre de la théorie économique classique, ces agents peuvent néanmoins être envisagés comme établissant des comportements réfléchis individuellement, dans un cadre intégrant une forte préférence pour le présent (impatiens et myopes) et avec une faible aversion pour le risque.

Du côté du prêteur, nous pouvons établir un raisonnement identique. La théorie standard souligne que les acteurs sont soumis à un environnement particulier, à savoir une situation d'asymétrie d'information. En effet, les relations bancaires sont traversées par des logiques d'aléa moral et d'antisélection (Stiglitz et Weiss [1981]). En effet, l'information n'est pas parfaite, la banque ne peut pas anticiper correctement le rendement de l'octroi de prêt, celui-là même dépendant du remboursement. La banque doit prendre des mesures pour limiter le risque d'insolvabilité de l'emprunteur. Elle agit sur le taux d'intérêt. Ces auteurs mettent en avant deux types de risques, à savoir un risque d'antisélection ex-ante, et le risque d'aléa-moral à la suite de l'octroi du prêt. Dans le premier cas, l'agent solvable et sans risque aura tendance à refuser des taux d'intérêt élevés mis en place par les banques pour se protéger, seuls les porteurs de projet à risque l'accepteront, excluant les bons projets. Mais en augmentant le taux, un second risque apparaît, l'aléa moral. Les emprunteurs prendront des risques supplémentaires pour maximiser leur profit et rentabiliser leur investissement. Par conséquent, le crédit sera rationné, car il ne peut exister de taux d'intérêt optimal

entraînant une égalisation de l'offre et de la demande de crédit sans risque pour la banque. Bester [1985] propose des solutions pour éviter tout rationnement et situation d'aléa moral ou d'antisélection. Il démontre l'importance d'établir des incitations. Diamond [1984] démontre l'importance de pénalités non pécuniaires. Au total, pour lutter contre ces risques, le système bancaire impose au contrat d'emprunt une multitude de garanties.

L'introduction d'un bien en gage permet, comme garantie, de limiter le risque de non remboursement de la somme prêtée, et explique en partie l'existence de cette offre destinée en priorité à une population possédant des caractéristiques spécifiques. Du côté de l'emprunteur, le fait qu'un établissement soit prêt à prendre le risque, même limité, de lui accorder un crédit peut être envisagé comme un service supplémentaire, une sorte de présent réalisé par le prêteur. A la suite de ce service, si l'on suppose que le prêteur sur gages a intérêt à ce que la somme prêtée soit remboursée (pour limiter les pertes éventuelles dues à la revente du bien, les coûts liés à cette revente...) et que l'emprunteur le sait, quel sera le comportement de celui-ci selon la théorie économique standard ? Peut-on s'attendre, selon la théorie classique, à ce que, dans cette situation, l'emprunteur réalise des efforts supplémentaires en vue de dégager des ressources suffisantes au remboursement du prêt ?

La théorie des jeux, et notamment le jeu d'échanges de dons (Falk et Gächter [2002] ; Fehr, Kirchsteiger and Riedl [1993]), peut permettre de répondre classiquement à cette question. Il s'agit d'un jeu séquentiel à deux étapes mettant en scène deux joueurs, un employeur et un employé. Dans la présentation de Falk et Gächter [2002], l'employeur dispose d'une somme d'argent $v = 120$. A la première étape du jeu, celui-ci doit choisir une offre de salaire $w \in [20, 120]$, destiné à l'employé. Lors de la deuxième étape, une fois l'offre de salaire effectuée, l'employé décide alors d'accepter ou de refuser l'offre faite par l'employeur. S'il refuse l'offre, les deux joueurs obtiennent un gain nul, si celui-ci accepte, il doit alors choisir un « niveau d'effort au travail » $e \in [0, 1; 1]$, sachant que plus le niveau d'effort choisi par l'employé sera élevé, plus le coût associé à l'effort $c(e)$ sera important. Les gains monétaires associés à chacun des joueurs dans le jeu sont alors de $\pi = (v - w)e$ pour l'employeur, i.e. le profit réalisé par l'employeur dépend positivement du niveau d'effort de l'employé et négativement du niveau de salaire qu'il décide de lui offrir, et de $U = w - c(e) - 20$ pour l'employé, i.e. le niveau de salaire qui lui est offert moins le coût de l'effort qu'il entreprend au travail, où $c(e)$ est une fonction croissante du niveau d'effort, et un coût fixe de 20 (effort de déplacement au travail ...).

Cette situation est généralisable au cas qui nous intéresse ici, puisque le niveau de salaire coûteux pour l'employé peut être envisagé comme le supplément de service coûteux mis en place par le prêteur sur gages, vis-à-vis d'une banque classique. De même que le niveau d'effort, coûteux, entrepris par l'emprunteur pour dégager des capacités de remboursement suffisantes, peut être représenté par le choix de l'employé qui doit fixer son niveau d'effort au travail. Quelle est alors la solution théorique du jeu ? Classiquement, pour solutionner ce jeu, on utilise un raisonnement d'induction à rebours. A la deuxième étape du jeu, puisque réaliser un effort supérieur au minimum possible est coûteux pour l'employé, un agent rationnel et individualiste choisira le niveau d'effort minimum, quel que soit le niveau de salaire qui lui a été offert par l'employé. Sachant cela, la meilleure réponse à la disposition de l'employeur est alors d'offrir le niveau de salaire minimum qui sera accepté

par l'employé. Dans ce contexte, l'unique équilibre parfait en sous-jeu est alors ($w = 21$, *acceptation*, $e = 0.1$). Si l'on adapte cette solution théorique à la situation de PSG, on obtient alors que le prêteur ne devrait pas réaliser de services supplémentaires en accordant sa confiance à des populations stigmatisées par le système de crédit classique. Si ce service est prodigué, l'emprunteur n'effectuera aucun effort supplémentaire pour dégager les ressources nécessaires au remboursement du prêt qui devient alors particulièrement aléatoire et donc risqué pour le prêteur.

Au regard de la théorie standard, l'existence d'une relation bancaire entre un agent présentant de nombreux risques de défaut est difficile à analyser, malgré l'existence d'une garantie par le bien gagé. La réalisation d'un tel contrat de prêt dépasse la simple expression d'arbitrage coûts/avantages. La monnaie comme intermédiaire entre les agents tient un rôle fondamental. Pour comprendre le PSG, il est nécessaire de dépasser la compréhension purement économique de la relation et de souligner le rôle social du prêt et donc de la monnaie.

1.1.2. Les motivations sous-jacentes du prêt sur gages, un besoin plus qu'économique

Nous souhaitons analyser la relation qui existe entre le prêteur et l'emprunteur. Pour cela, nous solliciterons les résultats obtenus dans le cadre d'une étude réalisée¹ sur la clientèle du CM de Bordeaux et de Paris. Il est intéressant d'étudier comment est vécu le microcrédit social par les emprunteurs. Ainsi, nous établirons une clientèle type, ses motivations et l'usage des sommes empruntées.

Plusieurs populations se côtoient au CM. Une population intégrée au marché du travail et à la société salariale (47,75%) c'est-à-dire en CDI ; une population exclue d'une relation salariale stable, parmi lesquels on retrouve des salariés en contrats atypiques (près de 6,5% des clients) et des individus sans emploi (15,9%) ; une population éloignée du marché du travail, que sont des retraités (près de 14,28% des clients) et des étudiants (4,48%). Ces trois populations ont pour point commun leur besoin de liquidité immédiate (64,89%), et si le taux d'intérêt est globalement connu pour 58,77% de la clientèle, il n'est pas pris en compte dans les choix individuels dans plus de 60% des demandes de prêts. L'endettement au CM ne concerne pas l'accumulation d'un patrimoine, ou le financement de dépenses de consommation². La pratique du PSG correspond à une forme de protection individuelle, soit pour répondre à des difficultés financières passagères (32,50% des demandes), soit pour rembourser une dette (10,8%). Nous observons des cas d'utilisation plus spécifiques, pour financer des dépenses alimentaires et/ou de logement (27%), voire de santé (8,10%). Par

¹ Etude que nous avons réalisée en 2012 portant sur 245 clients, dont 206 à Paris et 39 à Bordeaux. Cette répartition correspond à une journée d'activité. Sur Bordeaux, le questionnaire fut présenté essentiellement aux usagers engageant un bien, ce qui ne fut pas le cas à Paris, où il fut présenté à tous. Le questionnaire fut délivré pendant l'estimation du bien, laissant un temps limité aux usagers pour y répondre, ce qui nous a contraint à restreindre le nombre de questions. Le questionnaire portait sur les motivations, l'usage des sommes empruntées, l'évaluation de la qualité de la relation bancaire, et le rôle des émotions morales. Il est plus approfondi sur Bordeaux.

² Les motivations pour le financement de dépenses de consommation sont faibles, à Paris 10% des demandes de prêts sont concernées, à Bordeaux de 13,50%. Nous pouvons faire un parallèle avec les demandes de prêts individuels classiques. L'observatoire des crédits aux ménages note que globalement 26,70% des demandes concernent le financement d'un achat de consommation.

conséquent, une grande partie de la clientèle agit sous une contrainte sociale. En effet, l'usage des sommes empruntées doit répondre aux aléas sociaux et financiers³. Si la clientèle est bancarisée (83,26%), elle l'est dans une proportion inférieure à la moyenne nationale (99%), une partie de la clientèle est donc en situation d'exclusion bancaire objective car n'étant pas cliente d'une banque classique. Cependant, nous pouvons observer une forme d'exclusion bancaire plus subjective. En effet, ce constat s'établit par l'existence d'un endettement atypique, il n'est pas réalisé par une banque classique mais par un banquier social. Ce qui nous amène à poser l'hypothèse d'une clientèle présumée (stigmatisée) comme insolvable et potentiellement à risque, ou qui ne trouve pas de réponse appropriée dans le réseau bancaire traditionnel. Ainsi, la clientèle du CM possède intrinsèquement tous les défauts subjectifs, ou non, qui la qualifieraient d'emprunteur irrationnel, insolvable et/ou peu fiable et qui porterait en eux imprudence, myopie et impatience. Nous retrouvons au CM ces populations, le PSG permet d'accéder à des liquidités rapidement, sans critères subjectifs d'exclusion et sans un coût excessif. Or, il est nécessaire de dépasser cette vision, de la même manière que Guérin [2000], en remettant en question une vision purement économique de la relation bancaire entre l'emprunteur et le prêteur. A partir des premiers résultats de notre étude, nous pouvons apporter des éléments d'analyse exploratoire quant à la compréhension des relations tissées au CM.

En se fondant sur la relation économique étudiée par l'économie bancaire, nous pouvons exclure en partie la logique d'arbitrage intertemporel ou de recherche de maximisation par les emprunteurs au CM. En effet, les motivations principales des usagers correspondent essentiellement à des considérations de protections comme le remboursement de dette, la réponse à des difficultés financières, à des dépenses de consommation courante ou au financement de la santé⁴. La population cliente du CM recherche avant toute chose des liquidités pour répondre aux aléas sociaux, elle agit en derniers recours, sans autres possibilités de choix, ce qui est vrai dans 17,55% des cas. C'est ainsi que nous pouvons qualifier le microcrédit comme un filet de sécurité, ou plus littéralement comme un prêteur social en dernier recours⁵. Le client type use du microcrédit comme un apport de revenus complémentaires ou indirects, qui en aucun cas ne participent à une augmentation de la consommation ou du patrimoine. De plus, et cet élément est fondamental, la décision d'emprunt est réalisée sous contrainte. L'endettement n'est pas le résultat d'impatience, d'imprudence ou de myopie, mais plutôt le résultat d'une précarité financière des agents qui n'ont pas de potentiel d'épargne⁶. Le comportement d'épargne ne peut être effectué que si les revenus le permettent, l'épargne pour cette population est réellement un résidu du revenu. Notre étude montre que l'usage du PSG couvre des motivations spécifiques, qui auraient dû être remplies par l'usage de l'épargne, dit de

³ Dépenses imprévues, soins, logement, alimentation, remboursement de dette. Ici aussi l'observatoire des crédits aux ménages note que seulement 1.90% des demandes de prêts classiques concernent un remboursement de dette, et 16% concernent des difficultés financières passagères.

⁴ Des motivations qui ne concernent pas des activités rémunératrices, et qui ne dégagent donc pas de revenus nécessaires au remboursement de la dette.

⁵ Cet élément est important, agir en dernier recours n'offre pas de choix d'arbitrage librement choisi, ce choix s'effectue sous contraintes.

⁶ Ainsi, la position conceptuelle de la théorie du cycle de vie n'est pas observable. En effet, la clientèle âgée entre 41 et 60 ans est la plus représentée, cette population qui devrait être en capacité d'épargne et de consommation, contrairement aux autres classes d'âge.

précaution. Or, les revenus précaires et aléatoires de ces agents ne sont pas suffisants pour établir une stratégie d'épargne, alors même que c'est le comportement rationnel qui serait attendu dans cette situation d'incertitude (Akerlof, [1991]). Cependant, si l'emprunteur au CM n'agit pas spécifiquement dans le cadre d'un arbitrage coûts/avantages, convenu de façon traditionnelle, il n'en reste pas moins que ces comportements ne sont pas dénués de rationalité. La gestion de l'argent liquide par une population pauvre peut s'apparenter à une gestion réfléchie et optimale dans un cadre donné. De nombreux travaux ont démontré cet état, nous soulignerons plus principalement ceux de Zelizer [2005 ; 2008]. La clientèle du CM a réellement une préférence pour la liquidité, qui s'explique par une gestion au jour le jour du budget du ménage. Ce dernier étant principalement sous une contrainte de liquidité, il est donc difficile pour lui d'épargner pour se protéger. De plus, l'accès à la liquidité fait partie des stratégies de gestion. L'arbitrage entre épargne, consommation et endettement se réalise, théoriquement, dans un cadre de revenu permanent, fixe et parfaitement anticipé. Or, si l'on prend les populations bénéficiaires des minima sociaux, le rôle des émotions, des vécus et des expériences reste primordial (Guérin, [2000]), et nécessite un certain savoir faire dans la gestion des budgets (Lazarus [2012] ; lazuech, Moulévrier [2008]).

Pour bien comprendre la pratique du PSG, et observer son inadéquation avec une approche classique de maximisation de l'utilité inter-temporelle, il faut donc plus spécifiquement pointer le curseur sur l'aspect du coût de l'emprunt. Pour prolonger l'analyse et l'illustrer, nous pouvons souligner le rôle inexistant du taux d'intérêt dans les prises de décision. En effet, pour faire un arbitrage et maximiser son utilité, seule une comparaison coût/avantage est réalisable, ce qui passe par le taux d'intérêt, expression visible du coût. L'agent compare le coût de l'emprunt et de l'épargne en fonction des avantages obtenus, c'est-à-dire la satisfaction de la consommation ou des gains de l'épargne. Or, nous avons vu à quel point le niveau du taux d'intérêt n'entraîne pas en considération dans les choix individuels. De plus, nous remarquons que le coût financier de l'opération n'est pas prépondérant (15,10% des réponses) dans le choix du microcrédit social. Par conséquent, si 58,77% des clients connaissent le taux d'intérêt, seulement 37,55% l'ont pris en compte dans leur choix. Cette observation soulève plusieurs interrogations, mais permet aussi de conclure sur la compréhension des pratiques de la clientèle. Seulement un peu plus d'un tiers de la clientèle a pris en compte le taux d'intérêt dans son choix. L'aspect de la nécessité sociale entre en compte, mais aussi plus précisément la spécificité du PSG qui n'est pas un crédit comme les autres. En effet, ce crédit a une vocation sociale, et répond à la demande d'une population en situation de difficultés sociales et économiques, marquées jusqu'à une exclusion du système bancaire classique. Les études socio-économiques sur l'usage de l'argent des populations pauvres ou en difficultés soulignent l'importance de l'utilisation de l'argent liquide. L'analyse de l'usage du microcrédit en apporte une certaine illustration et vient compléter les analyses socio-économiques sur la pauvreté.

Qu'en est-il du côté du prêteur ? Le CM prête sur gages, ce qui permet de limiter les risques d'insolvabilité⁷ de la clientèle, puisqu'en cas de défaut de remboursement, le bien est vendu. Or, l'objectif premier d'un prêteur est la recherche du profit, avec un arbitrage

⁷ La seule discrimination est celle du bien à gager et sa valeur, l'accès au prêt est immédiat, sans contrôle de l'usage des sommes prêtées, ni des capacités de remboursement. Le prêt est instantané et réalisé sous forme d'argent liquide.

entre effectivement prêter des capitaux ou les faire fructifier sans risque. Dans le cas du CM, l'établissement n'a aucun but lucratif et détient une mission d'aide et d'action sociale à travers le monopole du PSG. Historiquement, les premiers Mont-de-Piété ne prélevaient pas de taux d'intérêt, ce qui a pu poser problème quant à la pérennité de l'institution. Cependant, même avec la mise en place de l'intérêt, l'objectif est toujours resté social, l'établissement devant concurrencer les usuriers. Le taux d'intérêt ayant essentiellement le rôle de couverture des frais engagés pour la garde de l'objet gagé. Au-delà de ces considérations sur les motivations des créateurs et promoteurs du Mont-de-Piété, adosser à un prêt la remise d'un bien en gage marque véritablement une forme de garantie contre les risques de défaut de remboursement. En effet, dans ce cas, l'objet est revendu et participe au recouvrement de la créance. Ainsi, le CM, pourrait obtenir par ce biais une source de profit, ce qui n'est pas le cas. La vente du bien sert à rembourser le capital, la différence entre le prix de vente et la somme prêtée étant reversée à l'emprunteur. Ici aussi, la recherche de profit n'est pas la motivation de l'établissement. Le taux d'intérêt n'est pas l'outil discriminant, il est véritablement plus faible, à l'heure actuelle, que tous les taux proposés sur le marché du crédit personnel. L'instauration du Mont-de-Piété s'est effectuée dans le but principal d'offrir une aide financière. C'est pourquoi, dans le cas du CM français, cette activité n'est pas « intéressée », contrairement aux prêteurs sur gages anglo-saxons⁸. Toutefois, le prêt à une population présumée et potentiellement insolvable, sans réelles perspectives de profits, n'est pas une activité irrationnelle, si l'on sort de la logique individualiste et matérialiste de la théorie économique standard. Ainsi, Les promoteurs du PSG proposent un service d'action sociale de façon « désintéressée » comme le montre Elster [2009], c'est-à-dire un désintéressement par choix où l'intérêt personnel n'est pas pris en compte dans les comportements et actions sociales. Bien évidemment, nous pourrions souligner que même le comportement désintéressé marque en lui une part cachée d'intérêt et d'utilité, qui peut être morale. Or, nous observons dans l'action des créateurs et des différents administrateurs la volonté même de lutter contre la pauvreté par l'usage de mécanismes économiques (Pastureau [2011 ; 2013a ; 2013b], Marec [2006]). Le CM s'intègre dans une économie sociale de bienfaisance tournée vers un travailleur pauvre, précaire, présumé insolvable par ses revenus aléatoires. Les comportements des clients se traduisent par des usages spécifiques qui mettent en avant le rôle social de l'argent, car le microcrédit social est un outil spécifique qu'il convient de traiter en appréhendant les choix et les motivations de la clientèle, pour dépasser un regard purement économique de la relation.

1.2 Le microcrédit social : l'usage de l'argent contre l'exclusion sociale

1.2.1 La nécessité sociale d'un accès à l'argent, financiarisation des rapports sociaux et exclusion(s).

S'il est difficile de comprendre le microcrédit social essentiellement dans une optique économique et financière, c'est principalement à cause de sa spécificité. En effet, il apporte des capacités financières à une population présumée insolvable. Or, si les sociétés modernes sont structurées par la monnaie comme instrument du lien (Servet [2012]), alors le microcrédit social participe à garantir l'intégration sociale par le lien d'argent qu'il crée. Ainsi,

⁸ McLaughlin [2013] étudie l'échec de l'institution d'un Mont-de-Piété en Irlande au début du XIXe siècle, trop fortement concurrencé par les prêteurs privés, ce qui n'est pas le cas en France.

les sociétés modernes subissent un mouvement « d'intensification de la financiarisation des rapports sociaux », qui est une étape de plus vers l'intégration des logiques monétaires dans la vie sociale des économies développées (Servet [2006], Gloukoviezoff [2010], Guérin et Servet, [2004]). Ainsi, pour Gloukoviezoff ([2010], p. 29) « *l'intensification du processus de financiarisation correspond à la contrainte croissante de recourir aux instruments monétaires et financiers pour satisfaire un ensemble toujours plus vaste de besoins sociaux [...] Ils correspondent à la possibilité de faire valoir ses droits et d'honorer ses obligations afin de mener une vie normale* ». Cette intensification introduit une logique structurante qui touche toutes les sphères de la société. Les individus sont dans l'obligation d'utiliser des produits bancaires et autres institutions monétaires pour éviter toutes formes d'exclusion.

Cette intensification prend quatre formes : la monétarisation des dépenses, l'intermédiation financière, la financiarisation de la protection contre les risques et le développement des spéculations (Servet, [2006]). Revenons sur les trois premières formes qui nous intéressent. La monétarisation des dépenses, nous dit Servet [2006], s'explique par la baisse de l'autoconsommation et des échanges en nature ou de services. Le moteur de l'action sociale devient progressivement le gain individuel⁹ à travers la diversification de la consommation, l'accumulation de biens, et le recours à des services marchands... Par conséquent, l'économie est tournée vers la satisfaction des besoins individuels principalement réalisés par un échange monétaire (Servet, [2006]). Un constat apparaît rapidement, ce processus de monétarisation des dépenses est un phénomène incluant mais aussi et surtout excluant et contraignant¹⁰.

La seconde forme de l'intensification de la financiarisation des rapports sociaux est l'intermédiation financière croissante rendue possible par le salariat et surtout l'obligation, dès le milieu des années 60, du paiement des salaires de façon mensuel et sur compte bancaire. Les allocations sociales sont obligatoirement versées sur un compte bancaire depuis 1978. Ainsi, l'usage de moyens monétaires nécessite un intermédiaire, à savoir une banque. Ici aussi, cet élément est à la fois incluant et excluant.

La troisième forme concerne la financiarisation de la protection contre les risques, pour Servet [2006, p. 52], « *la financiarisation, à travers la monétarisation des ressources, a accru l'exposition des risques [...] La question de la couverture des risques est par conséquent essentielle et la monétarisation des ressources la rend aussi potentiellement plus aisée. Les actions pour gérer les risques peuvent être préventives ou réparatrices* », quand traditionnellement la protection et l'assistance sont le fait de solidarités de proximité ou de charité religieuse, la financiarisation entraîne donc une forte évolution. Une logique assurantielle prend le pas sur les solidarités sociales, mutualisées et non marchandes, avec pour conséquence un processus d'exclusion pour ceux qui n'en n'ont pas les moyens. Ainsi, la satisfaction des besoins de protection subit les processus de monétarisation et d'intermédiation nécessitant le recours à des assurances privées individuelles. L'individualisation peut donc entraîner de sérieuses difficultés, comme les difficultés d'usage

⁹ Une forme d'individualisation s'opère.

¹⁰ Ce qui oblige toutes les populations, même les plus démunies, à posséder des sources de revenus monétarisés. Une montée des crédits de trésorerie, type crédit-revolving, permet d'illustrer ces phénomènes. Une population en difficulté, et ne pouvant répondre aux aléas de la vie, fait appel à ce type de crédit, situation qui se rapproche des crédits usuriers du XIXe siècle.

des produits bancaires nécessaires à la vie de tous les jours (Lazarus [2012]). Nous observons un revirement, un transfert, avec la limitation et la diminution des protections collectives et non marchandes remplacées progressivement par une protection marchande et individualisée et dont l'accès a un coût. Il n'est pas étonnant dans ce cas que les motifs d'emprunts au CM soient tournés vers des considérations de protections individuelles.

La financiarisation des rapports sociaux a entraîné pour une population une forme d'exclusion financière et bancaire, qui tend vers l'exclusion sociale, comme l'ont très bien démontré Gloukoviezoff [2004a, 2004b, 2010] ou Servet [2000, 2012]. Il existe une nécessité absolue pour tout individu d'accéder aux services bancaires, pour mener une vie sociale normale, donc pour être intégré à la société monétarisée. Ainsi, les services bancaires sont incontournables. Par conséquent, « *le processus de bancarisation de la population [...] a conduit les services bancaires, à devenir l'un des éléments clefs de l'intégration aux sociétés contemporaines* » (Gloukoviezoff [2004a], p. 14). Or, la finance et la monnaie peuvent entraîner l'exclusion¹¹. S'il existe une diversité des usages monétaires, la financiarisation des rapports sociaux consacre la nécessité de détenir de la monnaie pour répondre à tous les actes de la vie sociale. Par conséquent, l'absence de revenu, mais aussi et surtout d'accès à la monnaie, se traduit par une forme d'exclusion de la société.

Fondamentalement, à travers la monnaie et la finance, nous pouvons observer *trois formes* d'exclusion, que sont la stigmatisation, la mise à l'écart, et la marginalisation économique. Ces trois formes d'exclusion sont parfois cumulatives. Les stigmatisations apparaissent suivant les usages ou les pratiques de l'argent, comme par exemple l'utilisation de l'argent liquide lors d'interdits bancaires (Servet [2000]). La mise à l'écart concerne le refus des établissements de généraliser les outils ou techniques à l'ensemble de sa clientèle en vue de limiter les risques encourus. La marginalisation économique, quant à elle, « *concerne les handicaps qu'une personne subit en raison, soit de son lieu de vie, soit de sa situation personnelle patrimoniale et du niveau de l'irrégularité de ses flux de revenus.* » (Servet [2000], p. 26). C'est ainsi que l'exclusion bancaire joue sur la pauvreté et l'exclusion sociale. En effet, elle affecte directement la vie quotidienne des individus qui nécessitent l'usage d'une banque pour le paiement des loyers, des charges du ménage, recevoir les prestations sociales, se protéger, etc... Pour cette population exclue s'impose une vie sociale dominée par l'argent liquide. En effet, un accès difficile aux services bancaires limite toutes les formes classiques de l'économie domestique, comme la consommation, le crédit et l'épargne. La participation à l'activité économique est donc fortement limitée. La monnaie comme outil de l'intégration par le marché ne peut correctement fonctionner et remplir son rôle, car une partie de la population n'est pas en mesure d'accéder à l'intermédiaire bancaire. Les mutations économiques de la fin du XXe siècle, qui nourrissent la financiarisation des rapports sociaux, ont favorisé le retour du microcrédit social en France. Cette situation est le résultat, en grande partie, de l'exclusion bancaire multiforme, comme un nouveau risque perçu par les populations les plus vulnérables à ce processus de financiarisation. Les populations en situation de précarité et allocataires de minima sociaux ont une forte probabilité d'exclusion bancaire, comparativement à la population totale. L'accès au microcrédit social est une source de revenu monétaire nécessaire dans une

¹¹ Servet [2000, 2012] souligne que la finance crée des liens entre les individus, ainsi, il peut paraître paradoxal qu'elle soit à l'origine d'exclusion.

société soumise au processus de financiarisation. Une autre population forme la clientèle du CM, celle qui a un accès plus difficile au marché du travail, et donc des revenus aléatoires et non stables. Le PSG dans ce cas permet de compléter les revenus, soit une autre forme de protection.

Une société monétarisée, bancarisée et soumise à la financiarisation des rapports sociaux est structurée par l'usage -efficace- de l'argent. La monnaie est un outil d'intégration sociale par le marché, elle est un lien qui relie les hommes à la société. Toute participation économique et sociale dans la société nécessite l'usage de l'argent, pour consommer, investir, produire, mais aussi se protéger ou participer à l'effort collectif à travers l'impôt et les cotisations sociales. Or, toutes formes de défaillances dans l'utilisation de la monnaie découlent sur de probables exclusions, de l'exclusion bancaire à l'exclusion sociale. Car, l'exclusion sociale remet en cause le lien qui existe entre l'individu et la société, l'absence ou le mauvais usage de l'intermédiaire bancaire remet en cause l'activité sociale et économique de l'individu. Les services bancaires étant devenus indispensables à la bonne conduite de la vie en société. Il existe donc des situations spécifiques où une partie de la population n'est pas en capacité de vivre correctement dans une société monétarisée, créant certaine forme de pathologie sociale remettant en cause l'appartenance sociale des individus. Cependant, s'il est difficile de remonter à l'origine du phénomène, nous observons spécifiquement une tentative majeure de la société pour se protéger, ou remédier à ces problèmes fondamentaux. L'émergence du microcrédit social est donc une réponse véritablement économique et sociale de la société aux conséquences de la monétarisation de la vie sociale. En apportant les capacités financières temporaires à une population souvent déclassée, il permet d'établir une forme de passerelle à cette population pour la raccorder à la société, il apporte des droits marchands nouveaux, qui ouvrent les perspectives d'un rattachement à la vie économique et sociale. Le microcrédit social est une réponse économique à un problème social majeur, il participe à l'inclusion économique d'une population risquant l'exclusion, il est véritablement un filet de sécurité, mais aussi une forme alternative d'usage de la monnaie.

1.2.2 Le prêt sur gages comme une forme « d'argent secours »

Le PSG ou le microcrédit concernent une population qui n'est pas totalement exclue socialement, mais une population en « voie d'exclusion » qui peut utiliser le PSG comme filet de sécurité forme de revenu indirect. Cette population est en situation de risque d'exclusion et le microcrédit social a vocation à lutter contre ce phénomène. Les clients trouvent au CM les liquidités nécessaires à la vie sociale. Ainsi, nous retrouvons une population de travailleurs pauvres, mais aussi une population ayant des revenus aléatoires ainsi qu'une population en situation objective ou non d'exclusion bancaire. Dans ce dernier cas, l'usage du CM est le seul lien avec le système bancaire. Par conséquent, nous reprenons le terme d' « argent secours » de Glémain [2008]. Un constat peut être réalisé, le développement (ou le retour) de la microfinance répond aux besoins individuels monétarisés, elle tente de lutter contre les processus de marginalisation et d'exclusion qui découlent du phénomène de financiarisation des rapports sociaux. Le CM, en ne sélectionnant pas ses clients, offre des capacités financières pour répondre aux aléas sociaux. La faiblesse du montant des prêts, 300 euros en moyenne à Bordeaux, note que la clientèle est fortement représentée par une population pauvre et précaire. Ces petits prêts font soudure, permettent de combler des revenus (Ducourant [2009]). Nous observons bien le rôle du PSG comme outil de l'inclusion

par la monnaie pour une population soumise à une forte précarité financière, l'apport de liquidités offre donc les capacités de se maintenir pleinement dans la société, cette idée prend réellement tout son sens ici. Le PSG offre donc une forme « d'argent secours » qui est caractérisée par six éléments :

L'argent est considéré comme *un vecteur de cohésion sociale*, mais il a clairement un rôle ambigu. S'il peut être exclu, il participe, comme outil de l'aide sociale, à l'intégration économique et financière des individus. Ainsi, « l'argent secours » participe spécialement à cet objectif, il a une utilité intrinsèque, il existe dans ce cadre là et uniquement pour cela. Il est donc un vecteur d'intégration et d'inclusion mais aussi de confiance. Il permet une véritable amélioration des situations individuelles ;

- Le PSG est l'offre d'*argent liquide*, la forme de monnaie que les populations pauvres pratiquent régulièrement. C'est l'avantage d'une véritable matérialité, cet argent liquide est directement affecté à des dépenses spécifiques sans contraintes et contrôles. L'offre est rapide et permet une gestion du court terme ;
- Le CM est un *prêteur social en dernier ressort*, l'aide financière établit un lien entre une population en difficultés économiques et sociales et l'ensemble de la société. L'« argent secours » forme un filet de sécurité contre un processus d'exclusion financière, économique voire sociale ;
- Le microcrédit social est un *outil de protection*, complétant quand elle est défaillante la protection sociale. C'est donc l'émanation d'un secours et d'une action sociale réalisée par une institution [le CM] ;
- Le PSG s'inscrit dans l'apport d'un *complément de revenu indirect* stabilisant la précarité financière d'une population plus ou moins éloignée du marché du travail classique ;
- « L'argent secours », comme *transfert de capacités financières*, est la contrepartie d'une dette individuelle, créant une relation 'donnant-donnant' entre l'emprunteur et le CM. Les liens tissés entre les deux parties sont le résultat de choix purement individuels.

A partir des caractéristiques de « l'argent secours », une population précaire use du microcrédit pour mener à bien des projets, et répondre à des difficultés sociales que leur revenu ne permet pas de résoudre. C'est donc un apport de revenu indirect qui crée un réseau d'endettement social entre une population à la marge et un établissement de finance sociale et solidaire. Ainsi, se crée une forme de confiance mutuelle qui débouche majoritairement dans l'amélioration des situations personnelles¹². La précarité des rentrées d'argent risque d'exclure une population des services basiques de protection mais aussi d'accès au marché du travail. Cet argent n'est pas neutre, il participe à la cohésion de la société et joue un rôle d'intégrateur. Les prêts étant remboursés dans leur grande majorité,

¹² Ainsi, 48,6% de la clientèle à Bordeaux estime que le PSG a amélioré leur situation et fut positif, 20,50% estime qu'il a eu un impact positif.

l'usage de l'argent est « utile » et ne concerne pas essentiellement des dépenses de consommation. Le microcrédit a donc une affectation spécifique, il participe au maintien dans la société salariale et permet indirectement de dégager des revenus pour le remboursement. Il existe inconsciemment une forme de réciprocité dans le microcrédit social. En prêtant à une population pauvre, à fort risque de défaut, sans pour autant rémunérer le risque par des taux d'intérêt élevés, les organismes de microcrédit accordent une forme de secours à une population qui tente de réintégrer le marché du travail. Les taux de remboursement élevés permettent à ces organismes de perdurer.

Le microcrédit social s'adresse donc à une population soit qui subit un processus d'exclusion bancaire et financière, soit qui est à la marge du marché du travail. Dans une société monétarisée, l'accès à l'argent est primordial, comme nous l'avons souligné à plusieurs reprises. Le microcrédit, en tant qu'innovation sociale, permet à une population présumée insolvable, ou à risque, d'obtenir un crédit et donc un accès à l'argent. Mais cet accès nécessite une contrepartie qui garantit l'aide et le microcrédit. La finance sociale apparaît comme une forme d'innovation sociale à travers sa finalité et son utilité. Son but principal reste l'apport d'une *aide financière* « marchande » en vue d'intégrer une population aux marges de l'exclusion sociale. L'argent est au cœur de cette innovation à travers l'intensification de la financiarisation des rapports sociaux qui caractérise les économies modernes. L'innovation majeure de la finance sociale concerne sa vocation à intégrer une population à la sphère économique. Parallèlement, l'argent tient une place fondamentale et centrale. Son usage dépasse la sphère purement économique. L'argent n'est pas un simple intermédiaire des échanges, il devient un des garants du lien social. La finance sociale matérialise le côté intégrateur de la monnaie et participe à l'émergence d'usages spécifiques de la monnaie. Dans le cas du PSG, il concerne essentiellement et majoritairement une population à la limite du marché du travail [travailleurs pauvres et précaires et/ou exclus temporairement du lien de travail] qui use du microcrédit social pour répondre à de faibles salaires et donc pour compléter un revenu. Dans les deux situations, la « clientèle » s'intègre dans un segment de pauvreté spécifique, à la marge de l'inclusion bancaire et de l'inclusion économique. Les relations bancaires existantes nécessitent de la part de cette population une forme d'apprentissage et de compréhension des normes et valeurs des banques comme le montrent, pour le cas français, Lazarus [2012], Cusin [2002] ou Lazuech et Moulévrier [2008].

L'usage du PSG, tel que nous l'observons sur Bordeaux et Paris, peut en être l'illustration. Le PSG peut se comprendre comme une forme de protection sociétale, venant compléter une protection institutionnelle défaillante. Cette aide, qui offre les capacités financières à une population en difficulté, s'apparente à l'apport d'une forme de revenu complémentaire et indirect. Soit, en définitive, la participation à l'inclusion par la monnaie. Si le CM a pu traverser le temps, ce fut en partie par des taux de remboursement élevés. Cette clientèle spécifique réussit à dégager des revenus pour remplir le contrat initial, elle rembourse dans 9 cas sur 10. Il se crée donc une relation particulière entre l'établissement et la clientèle. Une compréhension du phénomène par des instruments et outils classiques est en partie limitée. Ainsi, il est pour nous intéressant d'apporter une autre appréhension du microcrédit social en avançant une hypothèse intégrant les émotions morales, comme a pu le faire Guérin [2000] en étudiant les pratiques budgétaires des bénéficiaires des minima

sociaux à partir de différentes dimensions cognitives ou émotionnelles. Une population stigmatisée comme financièrement à risque¹³, ou bien influencée par la forte pression de leur précarité économique, trouve au CM les capacités à sortir temporairement de leur situation vécue. Mais aussi, ce qui n'est pas négligeable, elle y trouve un interlocuteur qui ne les juge pas ou ne les contrôle pas, comme c'est le cas dans une relation bancaire classique. Le CM offre donc la possibilité de participer à la vie économique ordinaire, en favorisant la réalisation d'un acte économique classique, à savoir le crédit. Il est donc pour nous nécessaire d'établir les relations cognitives et émotionnelles pouvant se tisser entre l'emprunteur et l'institution, dans une optique qui dépasse la simple étude d'une relation économique et financière. Par conséquent, la monnaie structure l'usage du microcrédit social, mais les émotions morales s'inscrivent dans les pratiques du PSG, ce qui est à la fois un témoignage et une conséquence du fait que le PSG est plus qu'un crédit (qu'un acte économique classique).

2. Les émotions morales au cœur des pratiques

Le sujet des émotions est un sujet vaste, complexe et en constante mouvance, que celui-ci soit analysé dans le champ de la psychologie, de la neuroscience ou de l'économie. De nombreux travaux témoignent du rôle crucial joué par les émotions dans le processus de décision des agents. Une famille d'émotion, les émotions morales, nous intéresse en particuliers du fait de son lien avec les considérations de normes morales et de réciprocité. Ainsi, après avoir dégagé certaines des principales caractéristiques des émotions au sens large, l'étude se resserrera sur le rôle, dans le comportement de remboursement des clients du PSG, de la sanction morale liée à la culpabilité et à la honte, ainsi que de la récompense affective relative à la fierté. Nous analyserons, enfin, l'influence de l'émotion de gratitude dans la mise en place d'une réciprocité positive entre le CM et ses clients, par un respect de la norme de remboursement.

2.1 Emotions morales et comportements économiques

2.1.1 Qu'est-ce qu'une émotion ?

En psychologie, il n'existe pas de définition précise de ce qu'est une émotion. Les émotions sont des phénomènes internes qui peuvent parfois, mais pas tout le temps, être observés au travers de certaines expressions ou de certains comportements (Niedenthal, Krauth-Gruber et Ric, [2006]). Les émotions appartiennent à la catégorie des affects, un terme générique englobant notamment les émotions et les humeurs (Frijda, [1986]).

Généralement, une émotion est ressentie à la suite d'un événement déclencheur ou stimuli (une menace, une injustice, une maladresse...) et peut se manifester de plusieurs manières. L'émotion se traduit, tout d'abord, par une modification de l'état physiologique de l'individu qui peut être source de plaisir pour certaines émotions (joie, gratitude, fierté, etc.), tandis que d'autres émotions sont à l'origine d'une modification de l'état physiologique synonyme de souffrance ou de désagrément (la tristesse, la colère, la culpabilité etc.). Il est donc possible de classer la perception des émotions que l'on ressent selon une échelle bi

¹³ Bien évidemment, toute la clientèle n'est pas dans ce cas.

polaire que les psychologues appellent *la valence*, qui se rapproche du concept d'utilité employé en économie. On attribue une valence positive aux états émotionnels à caractère plaisant (joie), et une valence négative aux états émotionnels désagréables à ressentir (tristesse).

La survenance d'une émotion s'observe également via les comportements et les actions qu'elles incitent à entreprendre. On parle alors de « tendances à l'action » (Frijda, [1986]). De nombreuses tendances à l'action ont été identifiées. Par exemple, une personne en colère peut avoir tendance à désirer se venger, l'émotion de culpabilité pousse un individu à réparer une erreur commise, la tendance à l'action de la honte est la dissimulation ou la fuite dans les relations sociales. Le terme « tendances à l'action » exprime le fait qu'il ne s'agit pas d'actions spécifiques, chaque émotion pouvant donner lieu à une pluralité de comportements qui permettent une adaptation aux différentes situations dans lesquelles peuvent apparaître une même émotion¹⁴.

L'émotion intervient enfin sur le plan cognitif. L'évaluation cognitive liée au ressenti émotionnel peut avoir un rôle au niveau du type d'émotion ou de l'intensité de la réaction émotionnelle résultant d'un évènement particulier. Par exemple, l'émotion de gratitude survient lorsque que l'on se rend compte, après évaluation, que quelqu'un a fait quelque chose pour nous de manière intentionnelle et volontaire. L'aspect cognitif des émotions a également une importance toute particulière vis-à-vis du fait qu'il permet une anticipation de la part des agents. A travers l'évaluation cognitive de la situation dans laquelle ils se trouvent, les agents peuvent ainsi susciter l'aide de la mémoire (par exemple lorsqu'il se retrouve dans une situation déjà vécue auparavant) et anticiper les émotions susceptibles de survenir. Comme le soulignait Adam Smith [1759], les émotions anticipées ou « imaginées », bien que non réellement ressenties, sont aussi capables de peser dans le processus de décision (moral) des agents. L'anticipation – via la recherche des émotions (positives), ou au contraire leur évitement (dans le cas des émotions négatives) – module ainsi la prise de décision.

2.1.2 La spécificité des émotions morales

Au sein de la littérature, il n'y a pas de consensus sur une typologie définitive des émotions. Elster [1998] propose, par exemple, une typologie qui classe les émotions selon cinq catégories : les émotions sociales (colère, haine, culpabilité, honte, fierté...), les émotions contrefactuelles (regret, déception...), les émotions liées au futur (espoir, peur...), les émotions liées aux possessions des autres (envie, jalousie...) et enfin les émotions sans catégories (surprise, ennui, désir sexuel...). Cependant, il néglige une famille d'émotion primordiale dans les situations économiques : les émotions morales.

¹⁴ Les tendances à l'action ne sont pas les seuls indices permettant de percevoir l'émergence d'un état émotionnel chez un individu. Il existe, en effet, de nombreux moyens d'expression qui sont généralement utilisés, consciemment ou inconsciemment, par les êtres humains. Il peut s'agir d'expressions posturales (croisement des bras ou tête baissée), vocales (intensité de la voix et vocabulaire), comportementales (tremblements ou diminution de la présence sociale) et même faciales (pleurs, grimaces, sourires). Ces expressions témoignent, aux yeux des autres, qu'un individu est dans tel ou tel état affectif.

Haidt (2003) définit les émotions morales comme les émotions qui sont « *intrinsèquement liées aux intérêts et au bien-être de la société dans son ensemble, ou au moins au bien-être d'un autre individu que l'agent qui les ressent* » (p. 276). En particulier, les émotions morales peuvent apparaître lorsque les individus interagissent ensemble ou survenir lorsqu'une violation morale est perçue par les individus. L'intérêt pour ces émotions est de plus en plus grand chez les économistes car elles ont un rôle primordial dans la prise de décisions des individus comme l'anticipait Adam Smith dans la Théorie des Sentiments moraux [1759]. Haidt [2003] propose une typologie de ces émotions morales qui comprend principalement deux sous-familles d'émotions : les émotions auto conscientes et les émotions d'évaluation d'autrui¹⁵.

Les émotions auto-conscientes sont la honte, l'embarras, la culpabilité et la fierté. Elles ont en commun d'être déclenchées par les évènements interpersonnels négatifs ou positifs dont la cause est attribuée à soi (Kédia, [2009]). Ces émotions constituent des indicateurs précieux pour évaluer la façon dont nous sommes perçus par notre environnement social et nous aident ainsi à maintenir de bonnes relations avec les autres. En particulier, elles nous informent sur l'acceptabilité sociale ou morale de nos conduites, en agissant comme des punitions ou des récompenses affectives. Ces émotions d'auto-évaluation fonctionnent donc, d'après Tangney, Stuewig et Mashek [2007], comme un « baromètre émotionnel moral ». En particulier, lorsqu'on commet une transgression ou qu'on fait une erreur préjudiciable pour autrui, les émotions de culpabilité, de honte ou d'embarras sont susceptibles d'apparaître et induisent un désagrément, une désutilité. A l'inverse, lorsque notre comportement est socialement ou moralement adapté, les sentiments positifs de fierté ou d'approbation de soi-même en résultent, venant récompenser un comportement jugé opportun.

Face à ces émotions « autocentrées », on trouve également les émotions d'évaluation d'autrui, pour lesquelles l'objet de l'évaluation n'est plus soi-même mais plutôt les comportements adoptés par les individus qui nous entourent. Il existe une gamme d'émotions d'évaluation d'autrui à valence négative appelée les émotions de condamnation d'autrui, regroupant la colère/indignation, le mépris et le dégoût, ainsi qu'une gamme d'émotions d'évaluation d'autrui à valence positive, les émotions de louange d'autrui, comprenant notamment la gratitude et l'admiration (Haidt, [2003]).

D'après Kédia [2009], les émotions de condamnation d'autrui constituent des mécanismes essentiels à la régulation des relations interpersonnelles et au maintien de l'ordre social. Ces émotions incitent, en effet, à la mise en place de mesures coercitives (vengeance, ostracisme ou humiliation) de la part des individus qui les ressentent envers les individus qui en sont la source, du fait de leurs comportements socialement ou moralement inadaptés (transgressions, violations de normes morales). Ceci conduit, notamment via l'anticipation de ces mesures, à décourager ces « mauvais » comportements. De nombreuses études en économie font état d'un impact effectif de ces émotions sur le comportement des agents, notamment en favorisant la coopération et le respect de normes sociales telles que l'équité et la justice, dans des situations de dilemme social comme le jeu

¹⁵ Haidt (2003) intègre également dans sa typologie une dernière catégorie comprenant l'empathie, qui correspond à un processus émotionnel conduisant à ressentir soi-même des émotions sur la base d'émotions ressenties par d'autres agents.

du bien public (Fehr et Gächter, [2000] ; Masclot, Noussair, Tucker et Villeval, [2003] ; et Carpenter, Daniere et Takahashi, [2004]) ou des jeux de négociation (Xiao et Houser, [2005] ; Bosman et van Winden, [2002] ; et Ben-Shakhar, Bornstein, Hopfensitz et Van Winden, [2007])¹⁶.

A l'inverse, les émotions de louange d'autrui surviennent lorsqu'on constate que les individus qui nous entourent se comportent de manière admirable ou réalisent une action qui vise à augmenter notre bien-être ou celui de la société dans son ensemble. Au même titre que les émotions de condamnation d'autrui impliquent une réciprocité négative, les émotions de louanges d'autrui peuvent être à l'origine d'une réciprocité positive qui récompense l'adoption de comportements pro sociaux. Ces émotions positives encouragent également les individus à créer des liens sociaux, à devenir de meilleures personnes elles-mêmes (Haidt, [2003]) et à manifester la volonté d'aider les autres. Les émotions de louange d'autrui sont susceptibles de renforcer les comportements pro-sociaux de ceux qui les ont réalisés, mais aussi de promouvoir ces comportements auprès de ceux qui les ressentent.

Parmi les émotions morales, quatre émotions : la culpabilité, la honte, la fierté et la gratitude sont susceptibles d'avoir un impact significatif lors des interactions liant un client du PSG et cette institution bancaire très spécifique. Afin de mieux comprendre les mécanismes et les canaux à travers lesquels ces émotions peuvent influencer sur les comportements des clients du CM, il convient de recentrer l'analyse sur ces émotions en particulier.

2.2 Emotions morales et prêt sur gages

Les prêts qui sont réalisés au CM sont généralement destinés, comme nous l'avons vu précédemment, à des populations en difficultés financières, comme des chômeurs, des retraités, des étudiants ou des travailleurs précaires¹⁷. De plus, parmi les clients du PSG, on retrouve également des personnes qui ont eu des historiques de crédits chaotiques dans les établissements financiers classiques (banque, organisme de prêt à la consommation). Ainsi, à Bordeaux, 20% de la clientèle du PSG ont eu des difficultés de remboursement pour de précédents prêts hors PSG. Parmi eux, 50% ont ressenti de la tristesse, 16% un sentiment neutre et 33% un sentiment de regret ou de déception. Cette clientèle particulière pourrait (voire devrait) signifier une plus forte probabilité de défaut de paiement. Pourtant, on observe des niveaux de taux de remboursement très élevés (près de 95%) dans la plus part des établissements de PSG français. Comme nous l'avons vu, la théorie économique standard ne permet pas d'expliquer une telle réussite de cette relation de crédit. Il est nécessaire de trouver des explications alternatives.

Une perspective éventuelle est alors de percevoir que les caractéristiques du PSG exacerbent le lien qui peut exister au sein d'une relation de crédit, entre normes morales ou sociales et le contrat de prêt. En effet, le défaut de paiement, même s'il s'agit d'une relation

¹⁶ Nous pouvons retrouver des mesures punitives dans le cadre de relations de crédit bancaire plus classiques, telles que les procédures de contentieux. Mais elles sont évacuées ici, car le crédit municipal n'utilise pas ce type de procédures.

¹⁷ En prenant en compte les clients non-salariés (actifs et inactifs) ainsi que les travailleurs précaires, nous retrouvons plus de 52% de la clientèle totale.

contractuelle qui implique des obligations envers les deux parties, peut-être envisagée comme un manquement moral ; il est notamment question, de la norme d'équité et de justice, de la norme morale du respect de ses engagements ou encore de la norme de réciprocité de la part du client¹⁸. Le défaut de paiement conduit, ainsi, à la perte du bien pour l'emprunteur, et l'attachement que celui-ci porte au bien gagé, qui peut être un bien familial (à usage collectif), un héritage, un bien qui évoque des souvenirs... peut être une forte source de motivation pour le remboursement. De plus, le défaut de paiement conduit également l'emprunteur à faire face au fait qu'il ne respecte pas son engagement moral à rembourser la somme qui lui est prêtée. Cette situation peut être très difficile à vivre pour le client si la norme de respect de ses engagements est suffisamment ancrée en lui, d'autant plus si celui-ci a déjà eu des problèmes de défaut de paiement dans le passé. A l'inverse, le fait de parvenir à réaliser, jusqu'au bout (jusqu'au remboursement total), un acte économique qui semble relativement commun, peut représenter une source substantielle de satisfaction et être un moteur supplémentaire pour le client. Enfin, il convient ici de remarquer que l'établissement se protège contre le défaut à hauteur de la valeur des biens qui sont gagés, cependant, ils ne sont pas couverts contre la perte des intérêts ou d'autres risques liés à la revente du bien, et le fait que le CM accepte, tout de même de prêter et de faire confiance au client, là où des organismes de crédits traditionnels refuseraient, implique un service supplémentaire, qui peut rendre encore plus saillante la nécessité morale de rembourser chez le client, notamment car cela amorce une chaîne de réciprocité positive entre l'établissement et le client. Au cœur de toutes ces motivations à respecter la norme de remboursement, les émotions morales de culpabilité, de honte, de fierté et de gratitude, jouent sans doute un rôle primordial.

2.2.1 La sanction morale auto-consciente comme moteur du respect de la norme de remboursement

La culpabilité est un sentiment qui survient chez une personne lorsqu'elle réalise une action qui viole une norme sociale ou morale en causant du tort à autrui. La culpabilité, considérée comme l'émotion morale par excellence par de nombreux spécialistes des émotions, entraîne le plus souvent une aide des personnes en détresse (permettant de ne pas ressentir de culpabilité vis-à-vis de ces personnes), une réparation du tort commis, ou encore des excuses ou des confessions. Cette tendance à l'action vise à atténuer ou à éliminer le sentiment la culpabilité de l'émetteur de l'émotion et vise également au bon rétablissement de la relation mise en péril par le tort commis (Kédia, [2009] ; Haidt, [2003]).

De nombreux travaux empiriques témoignent d'un impact de la culpabilité sur la prise de décision des agents dans les dilemmes sociaux. Par exemple, Ketelaar et Au [2003] montrent un impact significatif de la culpabilité dans le dilemme du prisonnier et le jeu de l'ultimatum. Les auteurs montrent que l'émergence du sentiment de culpabilité peut motiver le choix de comportements pro-sociaux coopératifs de la part des agents (choix de la stratégie coopération dans le dilemme du prisonnier, offres plus généreuses dans le jeu de l'ultimatum).

¹⁸ Dans ce cas, le client faillit à l'obligation morale de rembourser en totalité la somme qui lui est prêtée.

Le sentiment de culpabilité pourrait servir d'information vis-à-vis du coût à long terme (punitions ou dégradation voire exclusion des relations sociales futures) que représente le fait d'agir de manière non coopérative ou égoïste (comportements violant les normes morales d'équité/justice), en succombant toujours à la tentation immédiate de transgresser les normes sociales ou morales en vigueur, dans le but de satisfaire son intérêt individuel. L'émotion de culpabilité peut être interprétée comme une « auto-punition » signalant à l'individu les effets néfastes que peuvent avoir ses comportements déviants sur son bien-être futur.

Dans le cas du PSG, c'est certainement lorsque l'on se penche sur l'objet gagé que l'on peut le plus entrevoir l'impact de la culpabilité. En effet, le bien qui est gagé, est automatiquement vendu par le CM, et donc perdu par le client, en cas de non remboursement. Ceci peut constituer une transgression morale dans plusieurs cas. Tout d'abord, si c'est un bien familial, à usage collectif (public) par le foyer du client (comme par exemple une télévision), sa perte peut entraîner une baisse substantielle de la qualité de vie des membres du foyer. Ainsi, l'acte de non remboursement du client peut entraîner un sentiment de culpabilité chez lui du fait qu'il revient à récupérer de l'argent par la perte d'un bien utile à tous, ce qui peut représenter à la fois une violation de la norme d'équité et un heurt à l'encontre des membres du foyer. L'anticipation de l'émergence de ce sentiment de culpabilité peut alors représenter une forte motivation pour le client à faire des efforts substantiels pour le remboursement de son prêt, afin de sauvegarder la relation qu'il entretient avec les membres de son foyer. Ensuite, si le bien provient d'un héritage, sa perte peut dans certains cas, représenter la rupture du contrat de confiance instauré entre celui qui a légué son bien et le client. De la même façon l'anticipation d'un sentiment de culpabilité relatif, ne serait-ce qu'à la mémoire de celui ou celle dont provient l'héritage, peut être envisagée comme une incitation à agir pour éviter la perte définitive du bien afin de ne pas violer la norme morale de respect de l'engagement, même tacite, liant le client avec la personne dont provient le bien. Enfin, il est également tout à fait possible que le client prenne en considération le sort de l'établissement de crédit qui réalise son prêt, surtout s'il a eu des difficultés à trouver quelqu'un pour le financer dans le passé. A nouveau, l'anticipation de la culpabilité vis-à-vis de l'établissement du PSG, ou vis-à-vis des employés avec lesquels il a été en collaboration, peut être une source de motivation à la fourniture d'un niveau d'effort maximum dans le but de rembourser totalement le prêt.

La honte, comme la culpabilité, survient lorsque l'on adopte un comportement transgressif vis-à-vis des normes morales. Cependant, d'après Haidt [2003], l'émotion de honte ne serait pas un régulateur de comment quelqu'un doit agir mais plutôt de comment quelqu'un doit être. En conséquence, dans les sociétés modernes occidentales, la honte est une émotion souvent considérée comme plus douloureuse mettant en jeu la totalité de la personnalité de l'individu et altérant son estime de soi. La honte, entraîne un désir de réduire sa présence sociale en se cachant ou en fuyant. L'impact de la honte en tant que signal permettant de mobiliser à long terme des comportements pro sociaux est moins évident que pour la culpabilité (Hooge, Zeelenberg et Breugelmans, [2007]). Cependant, expérimentalement, Hooge, Breugelmans & Zeelenberg [2008] dégagent une influence significative et positive de l'émergence de l'état émotionnel de honte sur le comportement pro social des sujets dans un jeu de dilemme social, lorsque les individus ressentent de la

honte vis-à-vis des individus avec lesquels ils jouent¹⁹. L'impact de la honte pourrait alors être beaucoup plus efficace lorsque les conditions d'émergence de ce sentiment et la prise de décision de l'agent sont effectuées dans un même contexte.

Ainsi, vis-à-vis de la relation de PSG, l'émotion de honte peut également intervenir dans le processus de remboursement du crédit contracté par le client. En effet, dans la perspective d'une protection de l'estime de soi, le client peut intensément désirer éviter le défaut de paiement afin de ne pas ressentir le sentiment de honte relatif au non-respect de la norme de remboursement et à la trahison de la confiance, qui lui est accordée par l'établissement du CM. Ce défaut de paiement représente une menace pour l'estime de soi d'un client qui souhaiterait agir en accord avec une image idéale de lui-même, capable d'honorer la norme morale de respect de ses engagements. Cette motivation peut être d'autant plus importante si l'agent a déjà eu, auparavant, des expériences malheureuses dans son historique de crédit, qui ont pu écorner son estime de soi (procédure de contentieux...). Dans ce cas spécifique, l'émotion de honte pourrait même participer du processus d'apprentissage de la norme de remboursement et de respect de ses engagements, nécessaire à la bonne marche des relations bancaires (classiques).

La culpabilité et la honte sont des émotions auto-conscientes négatives. Les résultats de notre enquête, sur l'établissement bordelais, font état d'une anticipation significative de ces émotions par les agents lorsqu'ils imaginent ne pas être capables de rembourser (28,20%)²⁰.

Parmi les émotions auto-conscientes, de l'autre côté de l'échelle de la valence, se trouve une émotion positive qui peut également influencer le comportement des clients du PSG : la fierté.

2.2.2 La promotion du remboursement par la fierté

La fierté est déclenchée par les événements interpersonnels positifs que l'on peut attribuer à soi. La fierté est ainsi « l'opposée » de l'émotion de honte : cette dernière est éprouvée lorsque l'on pense avoir échoué à satisfaire une représentation idéale de soi, tandis que la fierté est ressentie lorsqu'on pense avoir été à la hauteur de cette représentation idéale.

Mascolo & Fisher [1995] définissent la fierté (morale) comme une émotion générée lorsque l'on se rend compte que l'on est responsable de l'adoption d'un comportement socialement valorisé, ou qu'on est soi-même quelqu'un de valorisé socialement par les autres. Le sentiment de fierté, recouvre une fonction relativement importante en récompensant et en renforçant l'engagement des individus aux normes morales et sociales (Tangney et al., [2007]). En effet, la fierté sert à encourager les comportements qui se

¹⁹ Et non du fait de l'émergence de la honte par un souvenir, ou la participation à un jeu avec des personnes qui n'ont aucun rapport avec le contexte d'émergence.

²⁰ Ce chiffre correspond à l'addition des réponses culpabilité/honte et colère, en effet, la honte peut également être associée à un sentiment de colère, lié à un désir de défense de l'estime ou de l'image de soi (Tangney et al. [2007]).

conformement aux standards sociaux de valeur ou de mérite, notamment par anticipation des conséquences psychologiques agréables de cette émotion à valence positive.

Expérimentalement, une étude d'Andreoni et Petrie [2004] met à jour l'impact de la fierté dans un jeu du bien public. Lorsque les sujets jouent sans procédure d'anonymat, c'est-à-dire que les sujets peuvent identifier les personnes avec lesquelles elles jouent et savent ce que jouent les autres, le niveau de coopération est significativement plus important que dans une procédure classique. Ils expliquent ce résultat par l'influence des émotions de fierté et de honte. Les individus agissent de manière coopérative à la fois dans le but d'éviter le sentiment de honte, provenant du fait d'avoir contribué moins que les autres, et dans le but de ressentir de la fierté d'avoir réalisé une contribution (plus) élevée²¹. Parallèlement, dans l'étude de terrain de Schultz [2007], on observe également que les individus qui réalisent davantage d'économies d'énergie que les autres et qu'on félicite (via un émoticône souriant) ont tendance à maintenir leur comportement pro social. L'efficacité de la fierté semble, cependant, être conditionnée à la visibilité de l'acte par autrui.

Parallèlement à la recherche d'évitement des conséquences négatives intrinsèques (déplaisir), ainsi que relatives à l'estime de soi, qu'engendre le sentiment de honte ; l'anticipation des conséquences positives intrinsèques (plaisir) et liées au maintien voire au renforcement de l'estime de soi, engendrées par le sentiment de fierté, représente une force incitative au respect de la norme morale de remboursement. De plus, le fait d'être à nouveau capable d'effectuer un acte économique aussi classique qu'un contrat de crédit, sans problèmes, est certainement à l'origine d'une fierté toute particulière pour des clients avec un historique de crédit difficile. Nous retrouvons ces éléments dans notre enquête, 41,30% des clients à Paris et 33,33% à Bordeaux envisagent de ressentir de la satisfaction lorsque nous leur demandons « quel sentiment principal vous procurera le remboursement ? », de plus, 35,40% des clients à Paris anticipent un renforcement de la confiance en soi (en lien avec l'estime de soi). A Bordeaux, face à la même interrogation, confiance en soi et fierté représentent près de 28% des émotions choisies.

L'analyse des mécanismes mettant en jeu l'intervention des émotions morales s'est effectuée, jusqu'à maintenant, de manière relative à la caractéristique principale du PSG, soit la présence d'un gage (culpabilité), ainsi que par rapport aux conséquences auto-conscientes de la violation ou, au contraire, de la satisfaction, de la norme morale de respect de ses engagements. Cependant, ces différents éléments négligent un autre mécanisme, en lien avec le rôle social d'argent secours du CM, recourant à l'influence d'une émotion d'évaluation d'autrui positive : la gratitude. Cette émotion, et les phénomènes comportementaux qu'elle soutient, représentent, sans doute, une part significative des sources de motivations conduisant à la mise en place d'efforts supplémentaires, en vue de la réussite de l'acte de crédit.

2.3 Réciprocité positive et gratitude

Dès la fin du 18ème siècle, Adam Smith insistait sur le rôle primordial de la gratitude dans les relations sociales. Il explique notamment dans la Théorie des Sentiments Moraux

²¹ On voit ici la complémentarité et l'opposition (quasi parfaite) entre les deux émotions auto-conscientes de honte et de fierté.

[1759], que la gratitude est essentielle pour le fonctionnement de la vie sociale, du fait qu'elle permet de promouvoir une plus grande stabilité des relations au sein de la société. Malgré cet intérêt précoce d'Adam Smith, la gratitude reste une émotion relativement négligée (McCullough, Kilpatrick, Emmons et Larson, [2001]). La gratitude est définie comme l'émotion à valence positive que l'on ressent lorsqu'une autre personne a effectué ou a tenté d'effectuer un acte, de manière intentionnelle et volontaire, entraînant un gain particulièrement précieux (un don d'argent, de l'aide...), qui représente un coût pour la personne qui le réalise, sans compensation financière (immédiate) de la part de celui qui le reçoit (McCullough et al., [2001]).

On attribue généralement à la gratitude quatre fonctions pro sociales : la gratitude est (1) un baromètre moral, (2) une incitation à la réciprocité positive directe ou (3) indirecte et, enfin, (4) un mécanisme de « renforcement moral ».

La fonction de baromètre moral se résume à la capacité de l'émotion de gratitude de porter à nos yeux le fait que quelqu'un d'autre a, délibérément et de manière couteuse, agit en notre faveur. Cette fonction se rapporte au contexte d'émergence de l'émotion de gratitude, à l'inverse, les autres fonctions sont en lien avec la tendance à l'action de cette émotion de louange d'autrui.

La fonction de renforcement moral est relative à l'impact de l'expression de gratitude sur le « bienfaiteur », c'est-à-dire la personne qui est à l'origine de l'émergence de la gratitude. On peut cependant noter que l'expression de gratitude envers le bienfaiteur, ne serait-ce que sous la forme d'un simple « merci », a tendance à promouvoir un renforcement du comportement pro social de celui-ci qui sent que son aide est valorisée (Grant et Gino, [2010]). Cette fonction est liée avec le besoin d'approbation qu'éprouvent les individus qui réalisent des comportements pro-sociaux. En cela, elle occupe certainement une place relativement importante dans la relation qui lie le CM avec sa clientèle, notamment vis-à-vis de l'existence même et de la perdurance de ce type d'établissement à but non lucratif. Le rôle de cette fonction renforçatrice peut alors s'envisager comme une source de motivation pour l'établissement et ses employés à entreprendre et continuer l'action bienfaitrice qui consiste à accorder le droit à des ressources monétaires à une population qui n'a parfois pas d'autres moyens d'en obtenir²². La fonction de réciprocité indirecte est également un peu hors contexte ici et peut être envisagée comme un cas spécifique de la fonction qui nous intéresse en particulier : la fonction incitative à une réciprocité positive directe.

La principale tendance à l'action de la gratitude implique, en effet, une forme de réciprocité positive qui consiste, *grosso modo*, à « rendre la pareille » à celui qui est l'objet de notre gratitude. Ainsi, lorsque l'on ressent de la gratitude envers une personne qui a réalisé une bonne action à notre égard, cela nous incite à récompenser cette personne, en

²² Au cours de nos entretiens au sein du CM de Bordeaux, une employée n'a pu s'empêcher de nous montrer, non sans une certaine fierté, les nombreuses lettres de remerciement qu'elle avait reçues de la part de clients dont elle s'était personnellement occupée. Nous n'avons pas pu faire une analyse de contenu précise de ces documents, mais il apparaissait clairement que les clients souhaitaient y exprimer leur gratitude envers elle et le CM. Nous n'avons pas exploré plus en détails le rôle tenu par cette fonction de l'émotion de gratitude. En effet, notre enquête ne s'adressait qu'aux clients du CM.

réalisant à notre tour une action pro sociale en sa faveur. La gratitude servirait donc de « moteur moral », incitant les individus à faire preuve de réciprocité positive. D'après Trivers [1971], la gratitude fait ainsi intégralement partie du mécanisme émotionnel de réciprocité altruiste, encourageant les individus à rembourser leurs bienfaiteurs. Cette tendance à l'action revêt un rôle particulièrement important dans les relations sociales, la gratitude (au même titre que la culpabilité et l'amour) ayant un rôle pivot dans la construction d'une relation de confiance entre les individus, en encourageant à adopter des comportements qui soutiennent (et cimentent) celle-ci, même lorsque ces actions représentent un coût à court terme pour ceux qui les entreprennent (Barlett et DeSteno, [2006] ; Frank, [1988]).

Il existe trois études empiriques qui montrent qu'à la différence d'un simple sentiment de joie, la gratitude renforce les comportements de réciprocité positive des agents, par opposition aux comportements égoïstes ; ce qui constitue un mécanisme de récompense à destination de l'agent à la source de l'émergence de la gratitude (Barlett et DeSteno, [2006] ; DeSteno, Baumann, Barlett, Dickens et Williams, [2010] ; Tsang, [2006]). Ces résultats témoignent d'un rôle important de l'émotion de gratitude dans le contexte spécifique des dilemmes sociaux. Cependant, la proximité de la gratitude avec la notion de réciprocité positive, implique une interrogation vis-à-vis de la relation existante entre le sentiment de gratitude et le sentiment de dette. Pour Tsang [2006], ces deux émotions, à valences opposées, serviraient à informer l'agent sur la question de savoir s'il valorise (gratitude) ou non (dette), le fait d'être soumis à la norme de réciprocité, dans une situation particulière. Il explique également que la manière dont l'individu perçoit (positivement ou négativement) le fait d'être soumis à la norme de réciprocité, influence le respect de cette norme par l'agent. De plus, pour Watkins [2006], le contexte d'émergence de la gratitude est dissocié des situations de réciprocité « marchande » (réciprocité induite ou exigée explicitement par un contrat). Ainsi plus la notion d'échange est mise en avant au moment où le bienfaiteur réalise son acte pro-social, moins la gratitude est ressentie²³.

Lors de l'établissement d'un contrat de PSG, on se trouve dans un cas limite. En effet, le remboursement (comportement réciproque) est un acte explicitement codifié et défini par le contrat de prêt lui-même. Eu égard à la dernière remarque du paragraphe précédent, cette situation ne devrait donc pas éliciter le sentiment de gratitude. Néanmoins, le contexte spécifique du PSG peut être sujet à une émergence et une influence de cette émotion. En effet, d'après Glémain [2008], le CM serait un banquier accompagnateur qui possède quatre spécificités, (1) une intermédiation singulière, « *il collecte les disponibilités matérielles, donc non monétaires, de certains agents économiques en difficultés pour les transformer en liquidités prêtées.* » (2) Des services d'expertise à la personne gratuits et spécifiques : le CM évalue les biens gagés sans facturer le service. (3) Il offre des facilités de caisse, « *joue un rôle fondamental dans la définition et le maintien de la cohésion sociale locale via la sécurisation dans l'urgence des trésoreries individuelles* ». (4) Il offre des prêts simples sans qu'il y ait besoin d'ouvrir de compte. Les CM concernent les personnes tombées en situation de précarité financière, donc souvent dépendantes et stigmatisées comme telles. Le CM « *souhaite que ces personnes ne vivent plus leur situation comme une disqualification sociale irréversible, mais bien comme une opportunité de se maintenir debout grâce à la confiance accordée à la personne, en sa dignité* » (Glémain [2008], p. 120). Si la relation bancaire

²³ Auquel cas, c'est plutôt le sentiment de dette qui interviendrait.

classique implique un caractère normatif et de jugement, ce n'est pas le cas au CM, sa vocation sociale intègre des motivations différentes. Le lien tissé, entre le client du PSG et l'établissement, va au-delà d'une simple relation marchande et commerciale. Ainsi, Le CM, comme organisme de microcrédit, est un établissement qui permet aux personnes les plus défavorisées de pouvoir emprunter de l'argent lorsqu'ils en ont besoin. Cet établissement possède un rôle social, en mettant à disposition des populations, exclues ou à la limite de l'exclusion, les moyens de fonctionner dans un monde qui a connu une large financiarisation de ses rapports sociaux. De ce point de vue, le CM peut donc être considéré par les clients, comme une institution bienfaitrice qui leur rend un service supplémentaire, vis-à-vis d'un établissement de crédit traditionnel, du fait de l'accessibilité au prêt et de la gratuité de certaines prestations qui sont rattachées à son activité.

Ce supplément de service (même s'il est partiellement compenser par le gage des biens et le montant des intérêts) peut représenter l'amorce d'un processus de réciprocité positive et peut être à la source du sentiment de gratitude chez le client. L'émergence de cette émotion résultant alors en une motivation supplémentaire à rembourser totalement le prêt, notamment, à travers une valorisation du fait d'être sujet à la norme de réciprocité (positive). La gratitude permettrait, dans ces conditions, la mise en place effective d'un comportement de réciprocité positive ('donnant-donnant'), en réponse au service supplémentaire prodigué par le CM. L'introduction, dans l'analyse, de ce processus de réciprocité, motivé par l'émotion de gratitude, permet, par conséquent de dépasser la vision limitée de la théorie classique et de résoudre différemment le jeu de l'échange de don. Falk et Gächter [2002] et Fehr et Gächter [1998], rapportent, respectivement, des données empiriques de laboratoire et de terrain, qui montrent l'existence d'une relation de réciprocité positive, sans doute motivée par l'émergence d'un sentiment de gratitude, entre employeurs et employés. Ces deux études dégagent, en effet, la présence d'une corrélation positive significative entre le niveau de salaire offert par l'employeur et le niveau d'effort consenti par l'employé²⁴. La relation de PSG peut également être envisagée au travers de cette perspective du jeu d'échange de don. En effet, comme le souligne Glémain [2008], l'action du CM est une action de l'agir volontaire, il est « *un acteur particulier des finances solidaires impliqué dans une forme de jeu coopératif du type [...] 'donnant-donnant' qui consiste à coopérer dès le départ et cela à horizon infini, avec les personnes en situation de difficultés financières plus ou moins graves.* » (Glémain [2008], p. 117). Ainsi, les niveaux de remboursement obtenus au CM, semblent être la preuve de l'existence et de l'importance de la réciprocité positive et de l'émotion de gratitude dans les relations économiques. Dans notre étude, la gratitude est ressentie par 19,18% des clients parisiens et dans 18% des cas à Bordeaux. De plus, la gratitude est également source d'un renforcement et d'une amélioration de la relation entre les agents (Algoe, [2008 ; 2009 ; 2012]). Ainsi, nous remarquons un lien de confiance fort entre la clientèle et l'établissement²⁵, ce lien peut également illustrer l'influence de la gratitude.

²⁴ Ce processus de réciprocité est ainsi l'explication avancée par Akerlof [1982] pour expliquer pourquoi les salaires se fixent structurellement à un niveau supérieur à celui du salaire efficient.

²⁵ 66.93% des clients répondent que leur relation avec l'établissement est traversée par une relation de confiance.

Conclusion

Créé pour lutter contre l'usure dans les sociétés soumises au processus de monétarisation, le CM traverse les époques avec une place et un rôle mouvant. Etablissement prospère au XIXe siècle, il participe à la structuration de la société industrielle en apportant des liquidités à un salariat paupérisé (Pastureau [2011 ; 2013]). Le prêt sur gages constitue un prêt en dernier ressort social, réalisé sous la contrainte de la variation des salaires. Au XXe siècle, il deviendra quasi insignifiant à partir des années 1950, mais un retour relatif s'observe depuis les années 1980 sous l'effet de deux processus concomitants, l'exclusion bancaire et financière et la précarisation du salariat entraînant une forme d'insécurité sociale individuelle (Castel [2006]).

Face à des revenus aléatoires, un salariat précaire entretient une relation parfois conflictuelle avec l'institution bancaire classique. Il est souvent stigmatisé comme potentiellement insolvable et inapte à une gestion rigoureuse de ses revenus, dans une société où la financiarisation, de plus en plus forte, des rapports sociaux, impose à l'ensemble du salariat un bon usage de la banque (Gloukoviezoff [2010]). Face à ce problème, cette population spécifique a la possibilité de se tourner vers l'alternative que constitue le CM qui n'applique pas de critères de sélection contraignants et excluant sur sa clientèle. Etant donné la nature particulière de celle-ci, nous considérons que l'étude globale du PSG se doit d'aller plus loin qu'une analyse économique se limitant au paradigme néo-classique. En ce sens, nous avons opté pour une investigation non univoque et pluridisciplinaire (Economique, sociologique et psychologique) des liens et relations existants entre l'emprunteur et le prêteur à travers la relation d'argent (non marchande) qui se crée, et qui participe à l'inclusion, au sein de la société, d'une population en difficulté.

Il se dégage alors de notre analyse, que le PSG au CM peut être considéré comme une réponse économique à un problème social et comme un outil potentiel de protection individuelle, car il permet à cette population d'obtenir rapidement et sans coût excessif les liquidités nécessaires à leur vie sociale en dehors d'un système financier classique. Le PSG consacre une forme « d'argent secours » et occupe un rôle de bienfaisance, dans une économie de plus en plus monétarisée.

Ainsi, la relation liant prêteur et emprunteur au CM est profondément morale. Ceci nous a alors conduit à ne pas considérer les pratiques du PSG au CM comme issues d'un comportement soumis à un arbitrage purement économique, mais plutôt à élargir notre perspective et à les étudier sous un nouveau jour. Nous avons donc proposé, dans ce travail exploratoire, l'hypothèse selon laquelle l'efficacité et la réussite du microcrédit social, confronté à des emprunteurs dits risqués, est, au moins partiellement, liée à l'influence des normes et des émotions morales. Quatre émotions morales ont alors retenues notre attention. La honte et la culpabilité, en lien avec le respect des normes de justice, d'équité et de respect de ses engagements, qui agissent comme une sanction morale incitant les emprunteurs à faire leur possible pour rembourser leur prêt. L'émotion de fierté qui, à l'inverse, intervient sous la forme d'une récompense affective motivant alors l'individu à se comporter en adéquation avec une image moralement adaptée de soi. Enfin, le microcrédit social, qui met en avant une forme de relation de 'donnant-donnant', non dictée par une logique financière, laisse également une place importante au rôle de la gratitude. La mission

bienfaitrice de l'établissement amorce un processus de réciprocité qui conduit l'emprunteur, à travers l'émotion de gratitude, à s'efforcer de remplir sa part du contrat.

References

- ANDREONI J., PETRIE R. [2004], Public good experiments without confidentiality: a glimpse into fund-raising, *Journal of public Economics*, 88, p. 1605-1623.
- AKERLOF G. [1982], Labor contracts as a partial gift exchange, *Quarterly journal of economics*, 97, p.543-569.
- BARLETT M. Y. & D. DESTENO [2006], Gratitude and Prosocial Behavior, Helping When It Costs You, *Association for Psychological Science*, 17, p. 319-325.
- BARSADE S., GIBSON D. E. [2007], Why does affect matter in Organizations?, *Academy of Management Perspectives*, 21, p. 36-59.
- BEN-SHAKHAR G., BORNSTEIN G., HOPFENSITZ A., VAN WIDEN F. [2007], Reciprocity and emotions in bargaining using physiological and self-report measures, *Journal of economic psychology*, 28, p. 314-323.
- BLANC J. [2009], *Usages de l'argent et pratiques monétaires*, in Steiner P. et Vatin F., *Traité de sociologie économique*, Paris, PUF, Quadriges.
- BLANC J. [2006], L'articulation des monnaies : questions sur la fongibilité et la convertibilité, journée d'étude « Souveraineté et espaces monétaires dans les Amériques », CEPSE/LEPII, Université Pierre Mendès-France Grenoble 2 et MSH, 29-30 mai 2006.
- BLANC J. [2001], *Monnaies parallèles*, Paris, L'Harmattan, collection Logique économique.
- BORDERIE A. [1999], *Le crédit municipal de Lille, quatre siècles de tradition bancaire et sociale*, Collection Crédit municipal de Lille, Lille.
- BOSMAN R., VAN WINDEN F. [2002], Emotional hazard in a power-to-take experiment, *Economic journal*, 112, p. 147-169.
- CARPENTER J., DANIERE A., TAKAHASHI L. [2004], Cooperation, Trust, and Social Capital in Southeast Asian Urban Slums, *Journal of Economic Behavior & Organization*, 55, p. 533-551.
- CASTEL R. [2003], *L'insécurité sociale, qu'est-ce qu'être protégé ?*, La République des idées, Le Seuil, Paris.
- CUSIN F. [2002], Les figures du client bancaire et ses relations paradoxales à la banque, entre confiance, méfiance et défiance, *Sciences de la société*, N°56, mai 2002, p.115-131.
- DESTENO D., BARLETT M. Y., BAUMANN J., WILLIAMS L. A., DICKENS L. [2010], Gratitude as Moral Sentiment: Emotion-Guided Cooperation in Economic Exchange, *American Psychological Association*, 10, p. 289-293.
- EBER E. [2010] L'économie bancaire expérimentale, *Revue d'économie politique* 4/2010 (Vol.120), p. 563-589.

- ELSTER J. [1998], Emotions and Economic Theory, *Journal of Economic Literature*, 36, p. 47-74.
- ELSTER J. [2006], Fairness and Norms, *Social Science*, 73, p. 365-376.
- FABER C. [2003], *Le crédit municipal de Paris, du Mont-de-Piété à une banque sociale d'avenir*, Magellan, Paris.
- FALK A., GÄCHTER S. [2002], Reputation and reciprocity – consequences for the labour relation, *Scandinavian Journal of economy*, 104, p. 1-26.
- FEHR E., GÄCHTER S. [2000], Cooperation and Punishment in Public Goods Experiments, *American Economic Review*, 90, p. 980-994.
- FEHR E., GÄCHTER S. [1998], Reciprocity and economics: The economic implications of *Homo Reciprocans*, *European economic review*, 42, p. 845-859.
- FEHR, E., KIRCHSTEIGER, G., RIEDL, A. [1993], Does Fairness Prevent Market Clearing? An Experimental Investigation, *Quarterly Journal of Economics*, 108, p. 437-460.
- FERRARY M. [2006], Microfinance et lutte contre l'exclusion. Du contrat formel de financement au contrat implicite de socialisation, *Sociologies pratiques*, 2006/2, n°13, p. 61-76.
- FRANK R.H. [1988], *Passion within reason: The Strategic role of emotions*, New York: Norton.
- FRIJDA N.H. [1986], *The Emotions*, New York: Cambridge University Press
- GLEMAIN P. [2008], *Epargnants solidaires, une analyse économique de la finance solidaire en France et en Europe*, PUR, Rennes.
- GLOUKOVIEZOFF G. [2010], *L'exclusion bancaire, le lien social à l'épreuve de la rentabilité*, collection le Lien social, PUF, Paris.
- GRANT A. M., Gino F. [2010], A little Thanks Goes a Long Way: Explaining Why Gratitude Expressions Motivate Prosocial Behavior, *Journal of personality and social psychology*, 98, p. 946-955.
- GUERIN I. [2000], Pratiques budgétaires des bénéficiaires des minimas sociaux : capacités cognitives, vécu émotionnel de l'assistance et qualité des relations bancaires, *Revue d'Economie Financière*, 2000/3, N°58, p. 29-46.
- HAIDT J. [2003], « The Moral Emotions », In : R.J. Davidson, K.R. Scherer & H. H. Goldsmith (Eds.), *Handbook of affective sciences*. Oxford
- HOOGE I. E., ZEELLENBERG M., BREUGELMANS S. M. [2007], Moral sentiments and cooperation: Differential influences of shame and guilt, *Cognition and emotion*, 21, p. 1025-1042.

- HOOGE I. E., BREUGELMANS S. M., ZEELBERG M. [2008], Not So Ugly After All: When Shame Acts as a Commitment Device, *Journal of personality and social psychology*, 95, p. 933-943.
- KEDIA G. [2009], La morale et les émotions, *Revue électronique de psychologie sociale*, 4, p.47-53.
- KETELAAR T., AU W. T. [2003], The effects of feelings of guilt on the behavior of uncooperative individuals in repeated social bargaining games: An affect-as-information interpretation of the role of emotion in social interaction, *Cognition and emotion*, 17, p. 429-453.
- LAZARUS J. [2012], *L'épreuve de l'argent, banques, banquiers, clients*, Calmann-Levy, Paris.
- LAZARUS J. [2009], L'épreuve du crédit, *Sociétés contemporaines*, 2009/4, N°76, p.17-39.
- LAZUECH G., MOULEVRIER P. [2008], *Les usages sociaux de l'argent, les démunis ont-ils quelque chose à nous apprendre?* in BAUMANN E. [2008], *L'argent des anthropologues, la monnaie des économistes*, l'Harmattan, Paris.
- MAREC Y. [2006], *Pauvreté et protection sociale au XIXe et XXe siècle*, PUR, Rennes.
- MAREC Y. [1983], *Le « clou » Rouennais, des origines à nos jours (1778-1982)*, Edition de petit normand, Rouen.
- MASCLET D., NOUSSAIR C., TUCKER S., VILLEVAL M.-C. [2003], Monetary and Nonmonetary Punishment in the Voluntary Contribution Mechanism, *American Economic Review*, 93, p. 366-380.
- MASCOLO M. F., FISCHER K. W. [1995], « Developmental transformations in appraisals for pride, shame, and guilt », In : J.P. Tangney & K.W. Fischer (Eds.), *Self-conscious emotions: The psychology of shame, guilt, embarrassment, and pride*, p. 64–113.
- MCCULLOUGH M.E., KILPATRICK S.D., EMMONS R. A., LARSON D.B. [2001], Is Gratitude a Moral Affect?, *Psychology Bulletin*, 127, p. 249-266.
- McCLAUGHLIN E. [2013], An experiment in banking the poor: the Irish Mont-de-Piété, c. 1830-1850, *Financial History Review*, 20.1 (2013), pp. 49-72.
- NIEDENTHAL P., KRAUTH-GRUBER S., RIC F. [2006], *Psychology of emotion: Interpersonnal, experiential, and cognitive approaches*, New York: Psychology Press
- ORLEAN A. [2009], La sociologie économique de la monnaie, in Steiner P., Vatin F. [2009], *Traité de sociologie économique*, Paris, PUF.
- PASTUREAU G. [2013a], *Le microcrédit social: un « argent secours » en perspective historique, Le cas du prêt sur gages au Crédit municipal de Bordeaux depuis 1801*, Thèse de doctorat soutenue le 8 juillet 2013, Université Montesquieu-Bordeaux IV, <http://www.theses.fr/2013BOR40018>

- PASTUREAU G. [2013b], Du Mont-de-Piété à la Grameen Bank, la finance sociale à travers le temps et l'espace – Essai sur une cohérence institutionnelle et une diversité des pratiques, Cahiers du GREThA, N° 2013-16, Mai 2013
- PASTUREAU G. [2013c], De l'usage social aux pratiques marchandes de l'argent, une brève histoire du microcrédit social, Cahiers du GREThA, N°2013-14, Avril 2013.
- PASTUREAU G. [2011], Le Mont-de-Piété en France, une réponse économique aux problèmes sociaux de son temps, *Revue d'Histoire de la protection sociale*, N°4, décembre 2011, p. 25-43.
- PETIT E. [2011], L'apport de la psychologie sociale à l'analyse économique, *Revue d'économie politique* 6/2011 (Vol. 121), p. 797-837.
- PETIT E. [2009], Le rôle des affects en économie, *Revue d'économie politique*, 119, p. 859-897.
- SCHULTZ P. W., NOLAN J.M., CIALDINI R.B., GOLDSTEIN N.J., GRISKEVICIUS V. [2007], The Constructive, Destructive, and Reconstructive Power of Social Norms, *Psychological science*, 18, p. 429-434.
- SERRA D. [2012], Un aperçu historique de l'économie expérimentale : des origines aux évolutions récentes, *Revue d'économie politique* 5/2012 (Vol. 122), p. 749-786.
- SERVET J-M. [2012], *Les monnaies du lien*, Lyon, PUL.
- SERVET J-M [2010], Figures contemporaines et passes de la solidarité, *Finances & bien Commun*, 2010/2, n°37-38, p. 8-27.
- SERVET J-M. [2000], « L'exclusion, un paradoxe de la finance », *Revue d'économie financière*, n°58, 2000/3, p.17-28.
- STEINER P., VATIN F. [2009], *Traité de sociologie économique*, Paris, PUF.
- SMITH A. [1959], *The theory of moral sentiments* (6th ed.), Oxford: Clarendon Press (Original Work published 1790).
- TANGNEY J. P., STUEWIG J., MASHEK D. J. [2007], Moral Emotions and Moral Behavior, *Annual review of psychology*, 58, p. 345-372.
- TRIVERS R.L. [1971], The evolution of reciprocal altruism, *Quarterly review of biology*, 46, p. 35-57.
- TSANG J-A. [2006], Gratitude and prosocial behavior: an experimental test of gratitude, *Cognition and emotion*, 20, p. 138-148.
- VAN HOOREBEKE D. [2008], Emotion et prise de décision, *Revue Française de Gestion*, 182, p. 32-44.

WATKINS P. C., SCHEER J., OVNICEK M., KOLTS R. [2006], The debt of gratitude: Dissociating gratitude and indebtedness, *Cognition and emotion*, 2, p. 217-241.

XIAO E., HOUSER D. [2005], Emotion expression in human punishment behavior, *PNAS*, 102, p. 7398-7401.

XIAO, E., HOUSER D. [2009], Avoiding the sharp tongue: Anticipated written messages promote fair economic exchange, *Journal of Economic Psychology*, 30, p. 393-404.

ZELIZER V. [2009], Monétisation et vie sociale, *Le Portique [en ligne]*, 19 | 2007.

ZELIZER V. [2005], *La signification sociale de l'argent*, Le Seuil, Paris.

Cahiers du GREThA

Working papers of GREThA

GREThA UMR CNRS 5113

Université Montesquieu Bordeaux IV
Avenue Léon Duguit
33608 PESSAC - FRANCE
Tel : +33 (0)5.56.84.25.75
Fax : +33 (0)5.56.84.86.47

<http://gretha.u-bordeaux4.fr/>

Cahiers du GREThA (derniers numéros – last issues)

- 2013-08 : OUEDRAOGO Boukary, *Acceptation et usages éducatifs des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) par les professeurs de l'Université de Ouagadougou (Burkina Faso) : une application du modèle TUAUT*
- 2013-09 : FRIGANT Vincent, *Une comparaison de l'internationalisation des chaînes d'approvisionnement automobiles allemande et française*
- 2013-10 : MOYES Patrick, *Rearrangements and Sequential Rank Order Dominance*
- 2013-11 : BECUWE Stéphane, BLANCHETON Bertrand, *La place du vin dans les échanges internationaux de la France pendant la première mondialisation*
- 2013-12 : LAVIGNE Stéphanie, NICET-CHENAF Dalila, DUPUY Claude, *Where do "impatient" mutual funds invest? A special attraction for large proximate markets and companies with strategic investors*
- 2013-13 : CARAYOL Nicolas, STERZI Valerio, *Signaling and the Ownership of Academic Patents*
- 2013-14 : PASTUREAU Guillaume, *De l'usage social aux pratiques marchandes de l'argent. Une brève histoire des origines du microcrédit social*
- 2013-15 : CHARLES Léo, *Why did Switzerland succeed? An analysis of Swiss specializations (1885-1905)*
- 2013-16 : PASTUREAU Guillaume, *Du Mont-de-Piété à la Grameen Bank : la finance sociale à travers le temps et l'espace. Essai sur une cohérence institutionnelle et une diversité des pratiques*
- 2013-17 : BECUWE Stéphane, BLANCHETON Bertrand, CHARLES Léo, *First globalization: why did France miss the boat?*
- 2013-18 : HARDY P.H., BENE C., DOYEN L., PEREAU J. C., MILLS D., *Viability and resilience of small-scale fisheries through cooperative arrangements*
- 2013-19 : BONNEFOND Céline, CLEMENT Matthieu, COMBARNOUS François, *In search of the elusive Chinese urban middle class: An exploratory analysis*
- 2013-20 : PASTUREAU Guillaume, JOURDHEUIL Romain, *Le prêt sur gages au Crédit municipal : vers une analyse exploratoire des relations entre banquier social et emprunteur*
-

La coordination scientifique des Cahiers du GREThA est assurée par Emmanuel PETIT. La mise en page est assurée par Anne-Laure MERLETTE.