

**APPEL À CONTRIBUTION OUVRAGE**  
**COLLECTION ECONOMIE – MANAGEMENT- DROIT**  
**PRESSES UNIVERSITAIRES DE LA MEDITERRANEE**

**LE MARCHÉ : NORME ET PRATIQUE**

Si les économistes sont les premiers à avoir développé les analyses du marché, jusqu'à en faire la pierre angulaire de leurs recherches, les autres disciplines se sont naturellement emparées du concept qui caractérise nos sociétés depuis des siècles. Il n'est donc pas incongru de consacrer, dans la nouvelle collection « Économie, Management et Droit », un numéro dédié au marché. Le parti pris retenu dans ce numéro et plus largement dans la collection « Economie, Management et Droit » est celui de la pluridisciplinarité et des regards croisés indispensables pour traduire la complexité et comprendre le concept de marché. La discussion sur le marché est à l'origine de presque toute la réflexion des économistes, et elle mobilise aujourd'hui la quasi-totalité de leur savoir.

L'analyse historique témoigne de l'évolution en sciences économiques en particulier, mais également dans d'autres disciplines, du concept qui s'est opérée au gré d'approches fort différentes. Ces modèles ont principalement décrit un marché virtuel éloigné de la réalité, montrant leurs limites, leur faible efficacité et rendant pratiquement obsolète une bonne partie de l'analyse économique du marché (AEM). Pour lever ces limites, l'AEM s'est contentée, dans un premier temps, d'affirmer la véracité de la fameuse loi de l'offre et de la demande, ainsi que des concepts très difficilement soutenable tels que la rationalité des agents et l'allocation optimale des ressources.

Deux autres concepts, nés de la prise en compte de la réalité, vont ensuite faire évoluer les points de vue et les modèles. Tout d'abord, celui de « surplus du consommateur », dû à l'ingénieur et Economiste français J. Dupuit (1844), à travers ses travaux sur la théorie de l'utilité. Puis celui « d'imperfection du marché » introduit par Simon (1951) qui montre un univers d'information incomplète, et très souvent imparfaite, dans lequel, d'une part, sont prises des décisions ignorant l'incertitude et le risque, et, d'autre part, l'impossibilité pour les décideurs de traiter la totalité de l'information à leur disposition.

Cette évolution s'est faite à partir des apports des différentes disciplines mais aussi à la lumière de l'étude des pratiques des individus qui sont dans l'action. Un apport marquant résulte de l'intégration, ces dernières années, des outils juridiques dans les modèles managériaux et économiques, contribuant à une compréhension de plus en plus fine du marché. Par exemple, une pratique anticoncurrentielle peut ne pas être sanctionnée, dès lors qu'elle implique des conséquences positives plus importantes que la restriction de concurrence qu'elle a occasionnée. Il serait trop ambitieux, dans le cadre d'un ouvrage collectif de cette collection, de prétendre donner une vision exhaustive du concept de marché.

Ce numéro destiné à un public large de spécialistes et non spécialistes, de chercheurs ou d'étudiants avancés offre une perspective sur l'état actuel des connaissances et témoigne des pratiques à partir d'exemples concrets et d'études de cas.

Le marché est une « construction inachevée », c'est ce que rappelle Laurence Fontaine, historienne qui a la « passion des allers-retours explicatifs entre hier et aujourd'hui ». La structuration des marchés tels que nous les vivons en ce début du 21<sup>ème</sup> siècle. Des études de cas permettront d'éclairer cette institution, mais également de pointer les fragilités conceptuelles des modèles qui la composent.

## **SOUMISSION D'UNE PROPOSITION D'ARTICLE**

### **Normes de présentation**

Les propositions de l'article doivent compter entre 1 200 à 1 500 mots (bibliographie non comprise). Les textes seront réalisés sous Word, caractères Times New Roman 12, format A4, marges de 2,5 cm, interligne simple.

### **Mise en pages**

Elle devra être la plus claire possible (elle sera de toute façon entièrement remaniée). Utilisez des alinéas pour distinguer facilement les paragraphes. Les citations extraites doivent être clairement repérables.

### **Titres et intertitres**

- Ils doivent se distinguer clairement.
- Utiliser la numérotation dite scientifique (1, 1.1, 1.1.1).
- Faire le plus court possible.
- Ne pas mettre de point à la fin d'un titre ou d'un intertitre.
- Ne pas les saisir tout en majuscules.

### **Citations**

**Courtes** : en caractères romains (droits) et entre guillemets, dans le corps du texte. Le début de la citation est fondu dans le texte mais elle se termine sur une phrase complète (point final à l'extérieur). Ex. : Claude Moindrot estimait que « la répartition des hommes ne répondait plus aux exigences du progrès économique et social ».

### **Contenu**

Les auteurs reprendront le titre, la problématique, la méthodologie et la base empirique utilisées ainsi que les principaux résultats qui seront développés. Les auteurs indiqueront leurs noms, institution d'appartenance et coordonnées directement dans le courriel.

La longueur de l'article, si la proposition est retenue, sera de 15 à 20 pages, (ceci inclut les notes mais exclut la bibliographie).

Merci d'envoyer vos propositions par courrier électronique aux deux coordinateurs :

[mathilde.cayot@univ-montp3.fr](mailto:mathilde.cayot@univ-montp3.fr)

[adda.benslimane@univ-montp3.fr](mailto:adda.benslimane@univ-montp3.fr)

La réception de chaque proposition donnera lieu à un accusé de réception par courriel.

### **Calendrier**

- Date limite d'envoi des propositions d'articles : 10 août 2018

Les propositions seront évaluées par le comité scientifique au regard de leur pertinence et de leur qualité scientifique.

- Notification d'acceptation ou de refus : 5 octobre 2018
- Envoi des articles complets : Avant le 15 avril 2019
- Publication : Automne 2019