

## Cours N 04

### Marché économique : représentations et pratiques

#### Représentations du marché économique :

Les représentations et pratiques liées au marché sont un sujet d'étude dans l'anthropologie économique. Les chercheurs examinent comment les perceptions et les idées sur l'espace marchand influencent les comportements et les interactions économiques. Par exemple, Marie-France Garcia-Parpet a abordé ce sujet dans son article "Représentations savantes et pratiques marchandes. Les études mettent en lumière la manière dont l'espace marchand est perçu et interprété, ainsi que son rôle dans la vie économique et sociale. Ces travaux contribuent à une meilleure compréhension des dynamiques du marché et des interactions humaines qui s'y déroulent.

#### Effets des représentations sociales sur les marchés :

Les représentations sociales peuvent influencer les marchés de différentes manières. Voici quelques exemples :

- **Segmentation des marchés :** Les représentations sociales peuvent être utilisées pour segmenter les marchés. Par exemple, les croyances des consommateurs sur les avantages pour la santé de certains aliments peuvent être utilisées pour créer des segments de marché.
- **Comportement des investisseurs :** Les représentations de référence des investisseurs peuvent influencer le comportement des marchés financiers. Par exemple, si les investisseurs considèrent qu'une certaine obligation est un investissement sûr, ils seront plus susceptibles de l'acheter, ce qui peut faire augmenter son prix.

- **Comportement des travailleurs :** Les représentations sociales du travail peuvent influencer le comportement des travailleurs sur le marché du travail. Par exemple, les travailleurs peuvent avoir des croyances sur les types d'emplois qui conviennent aux personnes de leur sexe ou de leur classe sociale, ce qui peut affecter leur comportement de recherche d'emploi.
- **Perception des produits :** Les représentations sociales peuvent également influencer la perception des produits. Par exemple, les représentations sociales de la qualité d'un produit peuvent influencer la décision d'achat des consommateurs.

### **La perception des marchés :**

La perception des marchés peut être abordée sous différents angles. Elle peut se référer à la confiance, à la croissance, à la liquidité et aux taux d'intérêt dans le contexte économique. De plus, la perception des risques sur les marchés peut être évaluée à partir des smiles d'options et utilisée pour construire un indice reflétant la perception moyenne des risques des intervenants sur différents marchés. Par ailleurs, dans le domaine du marketing, la perception de la marque est déterminante pour évaluer la position d'un produit ou d'un service sur le marché, ainsi que pour mesurer l'impact de la publicité et du marketing. Enfin, dans le contexte des marchés publics, des pratiques à éviter incluent le fractionnement artificiel des marchés publics pour échapper aux seuils et les démonstrations faites par les candidats pour influencer le choix de l'acheteur.

