

L'économie de la qualité

In: Revue française de sociologie. 1989, 30-2. pp. 187-210.

Citer ce document / Cite this document :

Karpik Lucien. L'économie de la qualité. In: Revue française de sociologie. 1989, 30-2. pp. 187-210.

http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/rfsoc_0035-2969_1989_num_30_2_2592

Abstract

Lucien Karpik : An economy of quality.

When supply and demand are mainly defined by quality and an asymmetrical relation makes the client, unlike the salesman, unable to differentiate between good and bad quality, his purchase is based on judgment rather than on the price ; he is more closely related to a social organisation with its network of trust, than to the neoclassical market. This interpretation, founded on both the economy of the legal profession and on an important growing part of global economy, allows one to state that alongside authority and prices, judgment represents an organisational factor of economic life.

Resumen

Lucien Karpik : La economía de la calidad.

Cuando la oferta y la demanda se definen principalmente por la calidad y que una relación asimétrica prohíbe al cliente, a diferencia del vendedor, de separar fácilmente la buena calidad de la mala calidad, el intercambio depende más de una organización social fundada sobre la red y la confianza que de las fuerzas del mercado neoclásico. Esta interpretación, que se apoya tanto sobre la economía de la profesión de abogado como sobre una parte importante y creciente de la economía global, sugiere que el juicio al lado de la autoridad y del precio, representa un principio de organización de la vida económica.

Zusammenfassung

Lucien Karpik : Die Wirtschaft der Qualität.

Wenn Angebot und Nachfrage hauptsächlich durch die Qualität bestimmt werden und eine Asymmetrische Beziehung dem Kunden, im Gegensatz zum Verkäufer, verbietet, mühelos die gute von der schlechten Qualität zu unterscheiden, fusst der Austausch eher auf einem Preiskriterium und ist eher von einer auf dem Netzwerk und dem Vertrauen begründeten sozialen Organisation abhängig als von den Kräften des neoklassischen Marktes. Diese Auslegung, die sich sowohl auf die Wirtschaft des Rechtsanwaltberufes stützt als auch auf einen wichtigen und ansteigenden Anteil der Gesamtwirtschaft, erlaubt die Behauptung, dass die Beurteilung, neben der Autorität und dem Preis, ein Organisationsprinzip des Wirtschaftslebens darstellt.

Résumé

Lorsque l'offre et la demande se définissent principalement par la qualité et qu'une relation asymétrique interdit au client, à la différence du vendeur, de séparer aisément la bonne qualité de la mauvaise, l'échange relève plus du jugement que du prix, il dépend plus d'une organisation sociale fondée sur le réseau et la confiance que des forces du marché néo-classique. Cette interprétation, qui s'appuie aussi bien sur l'économie de la profession d'avocat que sur une part importante et croissante de l'économie globale, permet d'avancer que le jugement représente, à côté de l'autorité et du prix, un principe d'organisation de la vie économique.

Lucien KARPIK

L'économie de la qualité

RÉSUMÉ

Lorsque l'offre et la demande se définissent principalement par la qualité et qu'une relation asymétrique interdit au client, à la différence du vendeur, de séparer aisément la bonne qualité de la mauvaise, l'échange relève plus du jugement que du prix, il dépend plus d'une organisation sociale fondée sur le réseau et la confiance que des forces du marché néo-classique. Cette interprétation, qui s'appuie aussi bien sur l'économie de la profession d'avocat que sur une part importante et croissante de l'économie globale, permet d'avancer que le jugement représente, à côté de l'autorité et du prix, un principe d'organisation de la vie économique.

Le modèle économique néo-classique a pénétré et transformé la théorie sociologique mais, à l'exception notable du concept de pouvoir, qui a renouvelé l'étude des stratégies des firmes oligopolistiques, les catégories sociologiques sont restées largement étrangères à l'analyse de l'échange (1). Ce déséquilibre se maintient alors même que les conditions qui ont pu justifier le monopole de la seule théorie des prix se trouvent de moins en moins souvent réunies. En fait, une part croissante des activités économiques appelle de nouveaux outils d'analyse et, dans cette perspective, on se propose de montrer l'utilité des deux notions de réseau et de confiance en commençant, pour en fixer le sens et les limites, par les appliquer à l'économie des avocats français.

Les relations économiques entre les avocats et leurs clients se nouent indépendamment de toute information publique. En effet, l'interdiction de

(1) Pour une remarque allant dans le même sens : « (...) with few exceptions, sociologists have refrained from serious study of any subject already claimed by neoclassical economics » (Granovetter, 1985, p. 504). Le constat fixe les limites de la plus ambitieuse des tentatives sociologiques : « Our central proposition is that economic theory is a special case of the general theory of social system, which is in turn one of the main

branches of the developing general theory of action » (Parsons et Smelser, 1966, p. 295). Ce livre reste intéressant plus pour les analyses consacrées aux diverses formes d'imperfection du marché ou à l'institutionnalisation de la vie économique que pour l'intégration de l'économie dans la théorie structuro-fonctionnaliste des systèmes sociaux.

Les références bibliographiques se trouvent en fin d'article.

la publicité personnelle (2) englobe les prix : ceux-ci sont fixés dans chaque cabinet et n'en sortent pas ; ils sont quasi privés. De même, aucun mécanisme de normalisation et d'évaluation n'existe qui permettrait un classement public, aussi grossier fût-il, de la qualité des services rendus. L'opacité de l'offre n'est pas particulière aux seuls avocats mais elle est poussée très loin. Ainsi, à la différence de leurs confrères américains ou des médecins français, les avocats français ne peuvent s'appuyer sur la hiérarchie des diplômes universitaires pour indiquer, même grossièrement, une hiérarchie des compétences et des prix (3). Logiquement, les prohibitions édictées par l'Ordre, qui ont pour objet d'écarter soigneusement tous les moyens de rendre visibles les différences professionnelles, devraient interdire toute possibilité de choix rationnels par les justiciables et confiner les avocats dans leur bureau, dans l'attente passive de visites fondées sur la réputation ou sur le seul hasard. Sans système public de prix, sans critère visible d'allocation des ressources, le marché échappe aux instruments de l'analyse économique ; il paraît relever d'un arbitraire collectif qui prend la forme de la concurrence imparfaite et qui témoignerait, selon l'interprétation dominante, d'une stratégie délibérée d'exploitation de la clientèle.

L'économie de la profession forme, par sa singularité même, un objet d'analyse privilégié dont l'organisation et le fonctionnement ne deviennent intelligibles que par l'usage des deux notions de réseau et de confiance. L'analyse, à laquelle les deux premières parties sont consacrées, permet de montrer que cette forme d'échange, sans ignorer le problème des prix, s'ordonne principalement autour d'une logique de la qualité. Pour cette raison, le modèle néo-classique ne peut servir de norme d'intelligibilité du réel et, pour cette même raison, on peut expliquer l'imperfection du marché sans invoquer une pratique monopoliste. Les conditions qui favorisent la primauté de ce mode d'analyse ne sont pas contingentes mais structurelles, elles ne sont pas spécifiques à la profession mais elles se retrouvent en toute généralité au sein de l'économie. Dans la troisième partie, ces constatations permettent de délimiter, par opposition à l'économie des quantités réglée par les prix, une économie de la qualité qui

(2) « Toute recherche d'une publicité personnelle est interdite à l'avocat... », « Toute sollicitation et tout démarchage de clientèle sont interdits à l'avocat » (art. 34 et 36 du Règlement intérieur du Barreau de Paris). Ces prohibitions générales sont mises en œuvre par des règles détaillées qui s'appliquent soit aux formes d'expression publique de l'avocat (émissions de radio ou de télévision, déclarations ou manifestations publiques relatives à un procès en cours, signature d'articles publiés dans la presse, envoi et

remise de cartes de visite, etc.), soit à l'information professionnelle : définition rigoureuse de l'en-tête du papier à lettres, de la composition de la plaque professionnelle ainsi que du lieu où elle peut être apposée, etc.

(3) La raison fondamentale tient à l'uniformité de la formation des avocats. Jusqu'ici, les avantages différentiels que procurent les diplômes supérieurs ne sont guère évidents au sein de la profession.

fonctionne par le jugement. A côté du marché et de l'autorité, le jugement représente en fait une forme particulière d'organisation de la vie économique.

I. — Le réseau

Sans système public de prix, comment l'offre et la demande peuvent-elles se rencontrer et l'équilibre s'établir ? Pour le comprendre, il faut examiner les relations qui se nouent entre les avocats et leurs clients et, plus précisément, identifier les mécanismes concrets qui permettent de résoudre les deux problèmes suivants : comment le justiciable recrute-t-il un avocat et, réciproquement, comment l'avocat trouve-t-il ses clients ? comment les prix sont-ils fixés et quelles sont les forces qui pèsent sur leur détermination ?

1. — *Comment trouver...*

a) ... un avocat ?

La personne qui, pour la première fois, entend choisir un avocat se trouve confrontée à une difficulté majeure : elle ne dispose d'aucune information publique qui lui permettrait de retenir un nom au terme d'une comparaison des prix et des compétences ; elle ne peut recourir qu'à la mobilisation des renseignements détenus par la famille, des amis ou des connaissances. Cette quête s'arrête d'ailleurs souvent rapidement dès lors que la personne dispose des noms d'un ou deux « bons avocats » dont les honoraires lui paraissent raisonnables. Loin d'être marginale ou exceptionnelle, la relation sociale constitue la pratique dominante : 6 justiciables sur 10 ont eu leur premier contact avec un avocat par relations ou connaissances personnelles, la proportion s'élève à 7 sur 10 si l'on y ajoute le recours à des intermédiaires comme les hommes de loi (conseils juridiques, huissiers, etc.) ; à l'inverse, pour 3 justiciables sur 10, le choix se fait au hasard, à partir de l'annuaire ou des listes d'avocats fournies par l'Ordre comme par l'aide judiciaire (IFOP) (4).

(4) Pour éviter de multiplier les références, l'usage de certains travaux sera indiqué dans le corps du texte de la façon suivante : (Enquête) pour l'enquête personnelle réalisée auprès de 642 avocats ; (IFOP) pour l'enquête d'IFOP-ETMAR, *Sondage sur l'image des avocats*, réalisée en 1976 sur un échantillon de 1015 personnes représentatif de la population de Paris et de l'Ile-de-France ; (SAARI) pour

l'enquête *Etude sur la valorisation d'un dossier d'avocat*, réalisée par la SAARI en 1980 ; (CERC1) pour l'enquête *Les revenus des Français. 1960-1983* (Documents du CERC n° 73, 1985), réalisée par le Centre d'études des revenus et des coûts ; (CERC2) pour l'enquête *Les professions libérales juridiques et judiciaires : revenus et conditions d'exercice* (Documents du CERC n° 90, 1988).

Les changements d'avocat sont plutôt rares; ils se réalisent différemment pour les joueurs occasionnels et pour les joueurs réguliers (5), cette distinction recoupant largement celle des personnes privées et des sociétés. Pour les premiers qui tendent à accorder une valeur absolue à « leur affaire », la rupture, lorsqu'elle intervient, est souvent suscitée par le mauvais résultat du procès (6), pour les seconds qui se définissent par un flux de dossiers et qui ne connaissent pas ces moments de vérité (les échecs et les succès se compensent sur un grand nombre de dossiers), c'est plutôt l'apparition de nouveaux dirigeants avec leur propre système de relations sociales qui favorise le remplacement de l'avocat. Deux raisons principales expliquent que le choix d'un avocat représente le plus souvent un engagement à long terme : la connaissance des affaires intimes d'une personne ou d'une société correspond à un investissement coûteux en temps et en argent que tout changement oblige à recommencer; le nouveau choix, pour le joueur occasionnel, est aussi compliqué et incertain que le précédent, il l'est moins pour le joueur régulier qui bénéficie en principe de l'éventail de noms et de réputations que fait surgir la simple multiplication des litiges et des négociations, mais l'information pertinente pour la sélection non pas seulement du « bon avocat », mais du spécialiste de tel ou tel domaine du droit, passe bien souvent par le bouche à oreille.

b) ... une clientèle ?

L'avocat qui entend capter une clientèle est confronté aux mêmes difficultés rencontrées par le client pour trouver un avocat; il les résout de la même façon. Pour assurer la diffusion de son nom, de ses mérites, de sa réputation, il mobilise sa famille, ses amis, ses connaissances. Plus il peut étendre le système de relations sociales (et l'une des stratégies consiste à multiplier les participations aux activités collectives, en particulier aux associations), plus il accroît les probabilités pour que l'information trouve une demande, pour que son réseau recoupe ceux dans lesquels s'inscrit la clientèle potentielle. Ainsi, pour expliquer la formation de leur clientèle personnelle, 6 avocats sur 10 invoquent la famille, les camarades d'études et les relations personnelles, 2 sur 10 y ajoutent les « correspondants », ces personnes qui, comme les dirigeants d'entreprise ou les syndicats de copropriété, sont en mesure d'orienter les flux de dossiers (Enquête).

L'usage de la relation sociale, pour indispensable qu'il soit, s'accompagne cependant, pour les avocats, d'un sentiment d'impuissance que traduit le dicton largement répandu dans la profession : « Ce n'est pas l'avocat

(5) Je traduis par « joueur occasionnel » et « joueur régulier » l'heureuse distinction entre les *one shot players* et les *repeat players* proposée par M. Galanter (1974).

(6) Ainsi, parmi les personnes qui ont déjà eu recours à un avocat et qui sont

mécontentes de leur choix, la principale raison invoquée, avancée par plus d'une personne sur deux, tient à l'échec du procès : « ne m'a pas bien défendu », « n'a pas réussi », « inefficace », « aurait pu mieux faire », etc. (IFOP).

qui choisit sa clientèle mais l'inverse ». Plus précisément, la formation de la clientèle évoque, pour 6 avocats sur 10, l'image de « la boule de neige » : le grossissement tient à la pente et à la durée, à l'amplification de la réputation et à l'ancienneté; il est purement mécanique. Cette conscience d'une faible prise sur la demande résulte de la forme d'action employée et de la nature de la clientèle visée. L'information que véhicule la relation sociale est diffuse, ses effets sont différés dans le temps, son domaine d'action largement erratique; la relation sociale est adaptée à la canalisation d'une clientèle potentielle de particuliers, à la fois dispersée et cherchant une compétence générale, elle l'est beaucoup moins pour agir auprès de la clientèle des affaires, plus concentrée et faisant appel à des compétences spécialisées.

La captation de la clientèle des sociétés passe par la spécialisation mais la visibilité publique de celle-ci est restée longtemps interdite (7). Pour contourner la difficulté, les avocats, faisant fond sur l'équivalence de l'organisation, de la rationalité et de la compétence qui ordonne les modes de représentation et de jugement des dirigeants d'entreprises (surtout des moyennes et des grandes) (8), se sont engagés dans la création de firmes juridiques (9) qui, par leur seule existence, témoignent d'une spécialisation orientée vers la clientèle d'affaires. Cette stratégie est inséparable d'une pratique du standing qui se manifeste surtout dans la localisation comme l'indique, à Paris, la forte densité des cabinets dans les arrondissements qui concentrent les sièges sociaux des sociétés (VIII^e, XVI^e, une partie du XVII^e). Employé tout autant à la construction de la demande (10) qu'à la satisfaction du marché déjà existant, le développement de la firme juridique manifeste une anticipation mais une anticipation risquée (elle est coûteuse) qui met du temps à se réaliser. Ainsi, à Paris et sur la période 1970-1986, on constate simultanément une forte croissance du nombre des firmes juridiques (de 70 à 350) et une forte mortalité (la moitié des firmes

(7) Elle ne l'est plus à Paris depuis 1986, date de la publication du premier *Annuaire* qui indique les « dominantes » pour chaque avocat. La diffusion de l'ouvrage ne dépasse guère, de fait, les frontières de la profession.

(8) A Paris, et dans le domaine des relations internationales, cette relation trouve son illustration dans l'attraction que les grands cabinets étrangers (surtout américains) exercent sur « de très importantes entreprises françaises, voire même l'administration française » (cf. Bellet, 1985).

(9) Par ce terme général, on désigne les réalités collectives que les avocats nomment « associations » et « sociétés civiles professionnelles » (SCP).

(10) Les mobiles qui conduisent à la création d'une firme juridique sont multi-

ples : désir d'intégration des collaborateurs, association des membres d'une même famille, possibilité de remplacement partiel... et volonté de renforcer la clientèle des sociétés. Dans le dernier cas, deux avantages sont couramment invoqués pour justifier la concentration : la réduction des coûts et la création d'un service nouveau, le « service général » fondé sur le rassemblement, en un seul lieu, de compétences spécialisées. En fait, la réduction des coûts paraît mythique et, après la création de la firme, chacun des associés continue bien souvent de s'occuper de sa seule clientèle personnelle, ce qui n'exclut pas des coopérations ponctuelles. Il faut beaucoup de temps pour que la spécialisation devienne le mode de fonctionnement habituel d'un cabinet.

de 1970 a disparu en 1986), un accroissement de la taille de certains cabinets (le nombre moyen d'associés des 10 premiers cabinets est passé de 5 à 10) et une stabilité de la taille moyenne de l'ensemble (3 associés en 1986 comme en 1970) (11). Si cette forme d'action, malgré les risques, reste aussi populaire, c'est qu'elle représente l'un des rares moyens dont disposent les avocats pour s'engager dans une pratique à la fois volontariste et spécifique qui leur permet de s'affranchir des limitations de la relation sociale pour conquérir la clientèle des sociétés (12). Mais la visibilité différentielle, qui se présente sous la forme impersonnelle, par exemple, des lettres dont l'en-tête contient la liste des associés, exerce plus ses effets auprès des joueurs réguliers (qui ont déjà des avocats) qu'auprès de la clientèle nouvelle dont l'information passe comme toujours par la relation sociale.

c) Le réseau-échange

Pour le justiciable qui recherche un avocat comme pour l'avocat qui essaie de canaliser vers lui la clientèle, l'information pertinente se concentre fondamentalement dans des systèmes de relations interpersonnelles que l'on nomme des *réseaux-échanges*. Pour le justiciable, cette collecte d'information est peu coûteuse mais elle demande du temps pour être réalisée, elle s'arrête le plus souvent dès lors qu'un ou deux avocats « recommandés » paraissent présenter les particularités souhaitées, elle est enfin inégalement répartie : elle est d'autant plus rare que les justiciables se situent aux positions inférieures de la hiérarchie sociale et qu'ils se rangent dans la catégorie des joueurs occasionnels. L'autorité du jugement (« il est bon » ou « mauvais », « il est cher » ou « raisonnable ») tient tout entière à la confiance que l'on porte à la tierce partie interrogée qui devient en quelque sorte le délégué ou le garant de celui dont il parle. Pour l'avocat, cette information, sans cesse menacée de se défaire, implique une pratique constante de la présentation et de la représentation sociale, elle conduit à la prolifération de délégués qui proposent des noms et vantent des mérites, son efficacité est tout autant certaine qu'impossible à mesurer, elle est probablement, et surtout pour la clientèle des affaires, influencée par la position sociale des avocats. La participation aux réseaux-échanges transforme l'action économique : elle sépare, pour le justiciable, le choix raisonné du choix aléatoire et, pour l'avocat, l'activisme de l'immobilisme.

2. — La fixation des honoraires

Pour limitée qu'elle soit, la connaissance actuelle des honoraires fait surgir un paradoxe : alors que les principales forces agissantes favorisent

(11) Le nombre d'associés ne correspond pas à l'effectif total des avocats des cabinets : il faut y ajouter les collaborateurs.

(12) L'efficacité relative des firmes juridiques est attestée par la supériorité du

bénéfice moyen des avocats associés comparé au bénéfice moyen des avocats artisans. L'écart se renforce à mesure que la taille de la firme devient plus grande (Enquête; CERC2, p. 63).

la dispersion des pratiques, le nombre de situations typiques se révèle, en fait, fort limité. L'explication de cette construction ordonnée, qui ne peut s'appuyer sur la confrontation publique entre l'offre et la demande, conduit, après l'examen des causes et des effets des régimes de prix, à mettre en évidence le mécanisme propre à la profession qui neutralise régulièrement, quoique de façon invisible, la tendance à la différenciation des pratiques d'honoraires.

Cinq causes principales exercent une influence sur les prix : les deux premières relèvent de l'offre, les deux suivantes de la demande, la dernière désigne une propriété commune à l'ensemble des membres de la profession. Du côté de l'offre, il faut retenir la composition par âges et l'importance relative des frais généraux. La profession a connu un net rajeunissement : entre 1970 et 1986, la proportion de stagiaires est passée de 1/6 au 1/4 au Barreau de Paris et, sur une période un peu plus longue, la différenciation de la taille des cabinets a provoqué une différenciation corrélative des coûts (13). Non seulement les frais généraux augmentent rapidement avec la taille des cabinets, mais ils représentent un pourcentage élevé du chiffre d'affaires (environ 50 % pour un cabinet moyen de 4-5 avocats) qui ne peut être compensé par une amélioration de la productivité du travail et qui pèse directement sur le montant des honoraires (14).

Du côté de la demande, il faut retenir le volume et la composition des affaires ainsi que la sensibilité différentielle de la clientèle au montant du prix. L'activité du barreau s'est transformée : à l'extension de la clientèle des sociétés a correspondu une diminution des affaires des particuliers par suite du phénomène de la « déjudiciarisation » qui a substitué, pour certains contentieux de masse (accidents d'automobiles, chèques sans provision, etc.), la solution administrative à la décision judiciaire. Cette hétérogénéité croissante donne toute son importance à une sensibilité au prix qui est forte pour les joueurs occasionnels de condition modeste pour lesquels le montant de l'honoraire est un élément-clé du choix de l'avocat (15); faible pour les joueurs occasionnels de condition moyenne ou aisée pour lesquels comptent autant et plus (à l'intérieur de certaines limites) la qualité du service rendu et le statut social de l'avocat; encore plus faible pour les sociétés, et cela d'autant plus qu'elles sont importantes,

(13) Selon que le cabinet rassemble 1-2, 3-4 ou 5-6 avocats, les coûts de l'affaire simple varient, dans le rapport : pour les prud'hommes, de 1, 1,4 et 1,8; pour le pénal, de 1, 1,6 et 2,7; pour le divorce, de 1, 1,2 et 1,6. Pour les affaires complexes, les rapports sont légèrement différents (SAARI).

(14) Les avocats ont longtemps ignoré la vérité des coûts et, encore aujourd'hui, celle-ci reste souvent confuse. La nouveauté de l'avocat-entrepreneur, dont les honoraires reçus ne peuvent être *ipso facto* assimilés à

des bénéfices, est attestée par la division de la jurisprudence pour les procès qui traitent de la fixation des honoraires; la tendance majoritaire refuse encore de reconnaître le cabinet comme une entreprise dont les bénéfices ne peuvent être fixés qu'une fois soustraits les frais généraux.

(15) Le montant des honoraires représente la principale raison invoquée pour expliquer que « certaines personnes qui en auraient besoin » sont empêchées d'avoir recours à un avocat (IFOP).

qui recherchent la compétence spécialisée et dont les dépenses sont intégrées à leurs frais de fonctionnement. L'influence de ces déterminations n'est nullement mécanique, elle est commandée par la signification que les avocats assignent à l'honoraire : son montant n'est pas seulement le déterminant de l'existence matérielle, il est aussi employé comme mesure de la valeur professionnelle et, pour cette raison, il manifeste une rigidité à la baisse qui tolère les variations particulières mais fort difficilement la réduction générale, même lorsqu'elle est employée comme atout dans la lutte concurrentielle.

Pour la pratique des honoraires, on distingue trois catégories typiques : les « jeunes avocats » qu'ils soient collaborateurs ou artisans (16), les avocats installés et les avocats d'affaires. La pression sur les prix est la plus forte pour les premiers : ils sont nombreux, ils se concurrencent sur le même marché (divorces, accidents d'automobile, petit pénal, loyers, etc.) (17), leurs réseaux de relations sociales sont les plus restreints et leurs clients, souvent de condition modeste, sont les plus sensibles au montant des honoraires. Toutes ces raisons expliquent que leurs honoraires soient les plus faibles (18). Cette situation trouve quelque justification (à leurs yeux) parce qu'elle s'inscrit dans le processus d'apprentissage du métier. Cependant, la baisse des prix, réalisée le plus souvent au coup par coup, moins pour attirer une clientèle que pour retenir celle qui se présente, est plus considérée comme une transgression du « juste prix » que comme une pratique concurrentielle légitime, comme une stratégie de survie que comme un mode de développement.

Pour les avocats installés, l'influence directe des prix pratiqués par les jeunes avocats ne pèse guère : leur clientèle de particuliers les ignore le plus souvent, elle est d'ailleurs plus sensible, et cela d'autant plus qu'elle est de condition aisée, à la qualité du service rendu et aux considérations de prestige (avoir un avocat quelque peu connu) qu'au montant des honoraires. Et ces avocats, pour la défense de leur identité professionnelle, peuvent s'accommoder à l'occasion de la perte de quelques joueurs occasionnels. Pour les avocats d'affaires, le déplacement de la clientèle ne dépend pas du prix mais de la compétence (réelle ou supposée) et, au surplus, leurs honoraires sont « tirés » vers le haut par les pratiques

(16) La catégorie « jeune avocat », qui est couramment employée par la profession, est doublement imprécise. D'une part, la durée de la jeunesse est variable; on peut fixer comme ordre de grandeur une période de 5 à 10 ans. D'autre part, la réalité économique qui définit cette catégorie ne vaut ni pour tous les jeunes, ni seulement pour les jeunes.

(17) Il faut y ajouter les affaires proposées par les tierces parties (aide judiciaire et compagnies d'assurances), dont le nombre compense un prix unitaire faible et assure un minimum de « rentrées » garanties. Cette

pratique de prix administrés, associée le plus souvent, selon les avocats, au faible intérêt technique des dossiers, n'est pas considérée comme une solution enviable sur la longue période.

(18) Ainsi, en 1985, le bénéfice net des avocats de moins de 29 ans s'élève en moyenne à 100 000 frs par an, contre 200 000 pour les 29-40 ans et 300 000 pour les plus de 40 ans (CERC2, p. 64). En fait, les différences sont bien plus grandes car la catégorie des plus de 40 ans est très hétérogène, ce qui n'est pas le cas pour les jeunes.

nettement plus coûteuses des cabinets juridiques étrangers installés en France.

La concurrence par les prix se concentre sur une fraction très minoritaire de la profession, celle qui se définit essentiellement par une clientèle de particuliers aux revenus faibles. Dans les autres cas, et à l'intérieur de certaines limites, le critère financier n'intervient que faiblement dans le choix de l'avocat. Une part largement majoritaire de la profession détient un pouvoir de marché qui trouve donc son expression dans la fixation unilatérale des honoraires. On pourrait poser que ce pouvoir, puisque le réseau-échange favorise la segmentation du marché, devrait provoquer la dispersion des prix. Mais en fait, cette tendance se trouve contrecarrée par le mode d'organisation de la profession.

L'absence d'un système public de prix ne complique pas seulement la tâche des justiciables mais aussi celle des avocats. Sans principes d'orientation communs, ceux-ci sont obsédés par la fixation du « juste prix ». La question récurrente n'est pas : « Quel est l'honoraire le plus élevé que je peux obtenir ? », mais : « Quel est l'honoraire qui se pratique et auquel, en fonction de mon ancienneté au Barreau, de ma spécialité et de ma compétence, j'ai droit ? ». Cette véritable anxiété témoigne que la fixation de l'honoraire est moins déterminée par la recherche du gain maximal que par la fixation du surplus adéquat à une certaine position sociale. Mais cette logique du rang social, si apparente dans les discussions entre avocats et dans les documents publiés par l'Ordre (19), suppose, pour devenir opératoire, la connaissance de la valeur absolue des prix. Elle définit un problème qui ne trouve sa solution que dans la densité des interactions sociales entre les membres de la profession. Par suite des multiples rencontres que provoque la concentration des chambres judiciaires et des services de l'Ordre au Palais de justice, de l'importance des relations amicales entre les avocats, de la participation aux nombreuses associations du Palais, des campagnes électorales etc., la profession est en effet parcourue par un système compliqué et très extensif de relations interpersonnelles qui se cumulent, se chevauchent et au travers desquelles ne cessent de circuler l'information et le jugement (20); on les nomme des *réseaux-producteurs*.

Ce sont eux qui assurent la diffusion des prix pratiqués. L'échange des mots en la matière est parfois simple (entre ceux qui se connaissent bien), parfois plus compliqué et, dans ce cas, il se pratique à l'occasion et par des renseignements brefs; mais dans tous les cas, et par la multiplicité

(19) Ainsi, et parmi d'autres, le *Guide pratique de fixation des honoraires d'avocat*, publié en 1983 par l'Ordre des avocats de Paris, propose, à partir d'un recensement des coûts, trois références pour le calcul des rémunérations : le principal clerc d'avocat, le magistrat et le cadre supérieur.

(20) Si les avocats sont nombreux à

choisir leurs amis parmi d'autres avocats, ils se caractérisent surtout par le grand nombre de leurs connaissances au sein de la profession. Or les liens faibles (les connaissances) assurent la diffusion la plus extensive de l'information et favorisent l'intégration la plus forte et la plus cohérente au système social. Voir Granovetter (1973 et 1983).

même des rencontres, une connaissance ne cesse de circuler de façon éclatée et invisible. Non seulement elle fournit à chacun un large éventail des pratiques de ses confrères mais elle résout, dans le même temps, les difficultés de la logique statutaire. En effet, l'information, parce qu'elle est singulière (elle est donnée par une personne qui possède telle expérience, telle spécialisation, qui est un artisan ou un associé, etc.), fournit simultanément la valeur absolue et les termes d'une comparaison qui permet de juger si son propre honoraire, pour le même genre d'affaires, est trop ou pas assez élevé. Les mots sont particulièrement efficaces lorsqu'ils proviennent de ceux qui partagent le même domaine du droit et, par voie de conséquence, un même type de compétence et une même clientèle : la comparaison est à la fois la plus aisée et la plus pertinente. Dans tous les cas, la relation sociale collectivise l'information; elle offre la ressource qui simultanément oriente la décision économique et maintient l'ordre social.

Les réseaux-producteurs n'assurent pas seulement la diffusion de l'information, ils produisent aussi des normes. Loin de relever du seul arbitraire individuel, la fixation des prix manifeste dans certains domaines l'usage de règles informelles (une proportion du revenu du client pour le divorce simple, un pourcentage fixe pour les actes avec transferts financiers, etc.) et, plus généralement, les honoraires s'inscrivent dans une schématisation dont témoigne la publication des barèmes d'honoraires. Ainsi, le « barème indicatif d'honoraires du Barreau de Versailles » (21) contient une longue liste de services avec pour chacun d'eux une fourchette de prix valant pour les affaires « normales », le barème indicatif pour la rédaction d'actes (22) détaille les rémunérations selon les catégories d'actes en recourant, selon les cas, à des valeurs absolues, à des pourcentages de la valeur de la transaction, à des proportions des honoraires reçus par une tierce partie, etc. Bien qu'ils ne soient qu'indicatifs et qu'ils prévoient toujours des exceptions qui tiennent à la nature de l'affaire ou à la situation personnelle du client, ces barèmes, qui résultent d'un large rassemblement d'informations, donnent une mesure des différences d'honoraires (le rapport maximal est de 1 à 4 pour les affaires judiciaires, il est plus élevé pour la rédaction des actes), mais surtout leur existence témoigne d'une schématisation préalable des prix : la variabilité, sans exclure le pouvoir discrétionnaire des individus, résulte principalement du type de clientèle et de la taille du cabinet.

La fixation de l'honoraire ne relève donc ni de la pure décision rationnelle orientée par la seule maximisation du profit, ni des valeurs

(21) Reproduit sans date mais valant probablement pour la fin des années 1970 dans Hamelin et Damien (1981, pp. 373-377). La fourchette des prix se situe pour le divorce entre 3 500 et 7 000 frs, pour les loyers entre 1 500 et 4 000 frs, pour le tribunal de commerce entre 1 500 et 6 000 frs, pour les affaires civiles devant la Cour

d'appel entre 2 000 et 6 000 frs, etc. Le mouvement de publication de ces barèmes indicatifs a été arrêté par un avis de la Commission de la concurrence considérant ces documents comme des pratiques d'entente.

(22) ANA, FNUJA, RNAF, SAF (1977).

communes aux membres de la profession, elle est une décision autonome fondée sur une connaissance qui ne cesse d'être soumise à la discussion, à la critique ou à l'approbation. Sous cette forme, un jugement collectif s'affirme révisable, négociable, ouvert au changement : le mécanisme explique simultanément la tendance à la hausse des avocats d'affaires (le tarif supérieur accepté par les clients de quelques-uns devient la référence commune) et la tendance à la baisse ou tout au moins à la stabilisation des avocats de particuliers (les prix pratiqués par les jeunes avocats n'opèrent pas un déplacement sensible de la clientèle, mais ils fournissent des indications sur les ressources présentes de la clientèle modeste et moins modeste). C'est au sein des réseaux, et d'autant plus que ceux-ci couvrent un domaine de droit spécifique, que la tendance à l'égalisation des prix (à conditions égales) s'affirme comme une norme régulatrice de l'action qui limite la variabilité individuelle des honoraires tout en préservant les marges d'interprétation et d'action personnelles.

L'économie de la profession est régie par les réseaux-échanges et par les réseaux-producteurs. Le premier de ces mécanismes fournit aux justiciables les moyens de choisir rationnellement leur avocat, le second produit les pratiques d'honoraires typiques. Eloignés tout autant du marché que de l'organisation, de la « main invisible » que de la « main visible », les réseaux définissent une forme d'échange économique qui ne peut fonctionner que par la relation sociale.

II. — La confiance

Lorsqu'une personne reçoit l'information que tel ou tel avocat est un « bon avocat », elle ne dispose pas seulement d'éléments sur sa compétence et, éventuellement, sur ses honoraires, elle sait aussi qu'elle peut « s'en remettre à lui », qu'il emploiera toutes ses ressources pour défendre une cause dans le seul intérêt de celui qu'il représente. Pour les avocats, la défense est impossible sans la confiance. Mais, pour la critique sociale et la sociologie critique des années 60, cet axiome fondamental n'était qu'une forme de croyance instaurée et manipulée par la profession pour la seule défense de ses intérêts particuliers. On voudrait montrer que le phénomène, loin d'être arbitraire, tient à l'activité de l'avocat comme à la priorité fixée par le justiciable et que, loin de se confondre avec une propriété des personnes ou une caractéristique des relations interpersonnelles, la confiance désigne une forme d'organisation sociale.

1. — L'origine de la confiance

L'opération de représentation, qui fonde la relation entre l'avocat et son client, présente trois traits généraux : l'avocat exerce une activité incertaine puisque le résultat final, du procès comme de la négociation, est imprévisi-

ble; son action influe sur le résultat final (23); cette action est très imparfaitement connue du client : il en résulte une quasi nécessaire asymétrie d'information et de pouvoir.

La qualité du service rendu par l'avocat, le seul moyen qui permet de peser sur le résultat du différend, échappe largement à l'évaluation par le client et cela pour deux raisons qui s'ajoutent l'une à l'autre : le représenté ne peut pas observer directement l'action de son représentant, il peut encore moins juger la pertinence des critères qui fondent son mode d'engagement (Arrow, 1984). En effet, dans les situations d'incertitude, l'avocat ne peut se limiter à la seule maîtrise du savoir juridique, il lui faut déployer de l'habileté, de l'énergie ou de la ruse, il lui faut connaître et mettre en œuvre les savoir-faire qui commandent le contrôle des circuits judiciaires, les relations personnelles avec les juges, les experts, les huissiers, le greffe, etc., tout ce qui concrètement permet de faire avancer sûrement (ou plus sûrement) une affaire vers son dénouement. Lorsque la guerre privée comporte une part irréductible de complexité et d'imprévisibilité, l'action ne se résume pas dans l'usage des savoirs objectivés, elle passe par le choix des tactiques heureuses, par la conclusion d'alliances, par l'anticipation des mouvements de l'adversaire : elle relève de l'art stratégique.

C'est dire que la compétence de l'avocat comporte deux composantes : l'*expertise* et la *mobilisation*. La première est fondée sur un savoir codifié, rationalisé et transmissible, la seconde sur des savoir-faire informels et personnels. Plus la situation est incertaine, plus elle exige la mobilisation de l'avocat et plus le client se trouve défini par une situation de dépendance : il n'est pas en mesure d'évaluer une performance dont la validité tient largement aux conditions particulières de l'action (24). Certes, l'expérience prolongée fournit des éléments d'appréciation mais, le plus souvent, la formation du jugement négatif intervient trop tardivement pour que la stratégie adoptée puisse être substantiellement modifiée. Pour le client qui veut peser sur le résultat final de son différend, la conscience claire ou diffuse d'un choix partiellement irréversible conduit à attribuer une valeur cruciale à l'opération de recrutement et à la recherche des qualités individuelles qui paraissent garantir la mobilisation en faveur de sa cause. Dans cette tâche, le justiciable se trouve confronté à des contradictions logiques — comment identifier des qualités personnelles qui ne peuvent être objectivées dans la hiérarchie des diplômes et des écoles ? comment choisir entre des réalités incommensurables ? comment s'appuyer sur une expérience qui n'intervient qu'après la sélection ? — qui sont

(23) Pour 9 justiciables sur 10, la présence de l'avocat, « indépendamment de ses connaissances juridiques », constitue une garantie et, de même, 9 justiciables sur 10 considèrent que l'avocat joue un rôle assez ou très déterminant dans le verdict rendu à l'issue d'un procès (IFOP).

(24) La capacité d'évaluation est elle-même variable : elle est faible pour les joueurs occasionnels, plus importante pour les joueurs réguliers, surtout lorsqu'ils disposent de services juridiques, mais, même dans ce cas, le contrôle d'une activité incertaine reste limité.

levées par le réseau-échange puisque celui-ci fournit des noms et des garants : la confiance qu'inspire la tierce partie explique la force du lien qui associe *d'emblée* l'avocat et son client.

La confiance vient combler l'asymétrie structurelle qui sépare le représentant du représenté. Apparemment, elle implique un risque tout entier assumé par le client puisqu'elle est accordée à un moment où les résultats qui pourraient la justifier n'existent pas encore (25) et qu'elle peut favoriser les abus qu'ouvre l'exercice incontrôlé du pouvoir discrétionnaire. Mais en fait, et c'est la raison pour laquelle elle s'impose avec une telle nécessité, elle crée en faveur du plus démuné un droit, une attente de réciprocité.

2. — *La confiance comme institution*

Trois moyens peuvent être employés pour construire l'équilibre des droits réciproques : le contrat, la réglementation et les obligations publiques. Le contrat ne peut être employé lorsque le résultat de l'action est incertain et que les moyens d'action ne peuvent être, par avance, identifiés. La réglementation permet de réduire le pouvoir discrétionnaire du mandataire, mais elle menace ce faisant son efficacité. D'où l'importance assignée aux obligations par lesquelles la profession indique publiquement qu'elle se plie aux contraintes qui garantissent la primauté de l'intérêt de ceux qu'elle représente. Dans le cadre d'une stratégie d'alliance avec le public dont la brillante réussite tient à l'engagement politique de la profession pendant un long XIX^e siècle (Karpik, 1988), les garants de la confiance ont pris la forme d'un ordre économique fondé sur le désintéressement et maintenu par l'autorité professionnelle (Karpik, 1989). Au travers d'un agencement complexe de doctrines, de mobiles, de règles et de décisions disciplinaires, cette construction volontaire, qui se maintient à peu près intacte jusqu'au début des années 1950, obéit à trois principes généraux : une délimitation des activités légales fondée sur l'exclusion du négoce et le refus de la participation même occasionnelle aux sociétés ; la triple prohibition de l'honoraire excessif, des formes de concurrence propres au marché capitaliste (la sollicitation de clientèle, la recherche de publicité) et du recouvrement judiciaire de l'honoraire impayé ; l'insistance sur la générosité pour contrecarrer la passion de l'intérêt matériel. A partir des années 50, un conflit de longue durée va provoquer le relâchement de ces contraintes sans que l'équilibre de l'ensemble ne se trouve réellement remis en cause. Cet arrangement institutionnel, tout entier voué au refoulement de la dynamique de l'accumulation, de la libre concurrence et de la recherche du profit maximal propres à l'économie capitaliste, instaure une forme d'échange équilibré que l'on peut nommer une *économie de la modération*.

(25) Dans la littérature sociologique, la confiance a donné lieu à des définitions fort

diverses. Pour un examen critique, voir Barber (1983) et Shapiro (1987, pp. 625-626).

Bien entendu, l'équité, qui marque la relation entre la profession et le public, ne peut être démontrée par le calcul : elle est une croyance fondée sur l'écart public instauré avec le marché capitaliste. Se retrouve-t-elle dans les comportements individuels et, plus précisément, la fixation des honoraires est-elle orientée par le profit maximal ou par la modération ? La réponse à cette question ne peut être qu'ambiguë puisque l'action modérée se trouve définie par rapport à un critère — le profit maximal — dont la valeur précise reste indéterminée (26). Des éléments d'analyse peuvent cependant être rassemblés. A s'en tenir aux jugements des clients, les honoraires réclamés par les avocats sont, pour beaucoup, trop élevés (27). A l'inverse, la modération se trouve attestée par trois constatations. Tout d'abord, les avocats ne s'interrogeraient pas si souvent sur le montant de l'honoraire qu'ils doivent demander et ils ne s'inscriraient pas aussi pleinement dans le système d'information et de jugement que fournit le réseau-producteur si leur action était exclusivement ou fondamentalement orientée par la recherche du profit maximal : ils profiteraient de l'ignorance de leurs clients. Ensuite, l'existence, dans nombre de cabinets, de clients dont l'affaire est plus coûteuse que la rémunération indique à tout le moins que le critère du profit maximal, s'il existe, n'est pas appliqué de façon systématique. Enfin et surtout, le taux de sur-profit des avocats n'est pas plus élevé que celui de professions dont les formes de marché sont différentes. Ainsi, pour le bénéfice fiscal moyen, la position relative des avocats, comparée à celle de seize autres professions libérales dont les prix sont pour certaines réglementés (notaires, huissiers), pour d'autres fixés par un tiers payant (les médecins généralistes ou spécialistes), pour d'autres enfin, libres et soumis à la concurrence (les représentants), se caractérise par la continuité d'une position moyenne : le 11ème rang en 1981 comme en 1970 (CERC1).

La mise en œuvre de cette forme d'économie et, plus généralement, l'application du code éthique et des règles déontologiques relèvent de l'autorité professionnelle. Mais là comme ailleurs et indépendamment du degré d'application de ces règles, les garants n'échappent pas au doute : qu'est-ce qui préserve la confiance dans l'avocat ? L'Ordre des avo-

(26) « Le désintéressement, c'est d'abord le refus d'adopter la règle du profit maximum (...), c'est le refus de demander, en tout cas chaque fois et toujours, une stricte proportion entre l'effort fait, le service rendu et l'honoraire (...), c'est une façon de ne pas aller jusqu'au bout de son dû » (ANA, 1974, p. 170). Un demi-siècle auparavant, la définition était identique : « Le désintéressement (...) n'est pas le dédain absolu des avantages matériels; il consiste à ne pas considérer le profit comme le mobile déterminant des

actes professionnels » (Appleton, 1928, p. 410).

(27) La critique est plus fréquente dans l'ensemble de la population que dans la catégorie de ceux qui ont pratiqué la chose judiciaire. Ainsi, dans le premier cas, 7 personnes sur 10 jugent que les honoraires demandés sont, par rapport au service rendu et au travail fourni, un peu élevés ou souvent démesurés, tandis que, dans le second cas, 3 sur 10 sont mécontents de leur avocat parce qu'il était trop cher ou qu'il s'est fait acheter, etc. (IFOP).

cats (28). Et dans l'Ordre ? La Justice. Et dans la Justice ? etc. Il existe des gardiens plus crédibles les uns que les autres, aucun ne permet de boucler la boucle, d'interrompre la recherche indéfinie du répondant ultime (Shapiro, 1987, pp. 645-648). Ensemble, la forme économique et le système des autorités participent de cette démonstration publique par laquelle le désintéressement ne cesse d'indiquer la soumission à l'intérêt du justiciable et, par là, de justifier la confiance globale que le public porte à la profession.

Cette organisation sociale ne peut jamais entièrement exclure la suspicion et, au surplus, si la confiance impersonnelle portée à une collectivité favorise la confiance individuelle à l'égard des personnes, seule la relation continue entre l'avocat et son client contient les ressources pour la maintenir dans la durée. Malgré l'inégalité des connaissances, le client n'est en effet pas entièrement démuni face à l'avocat. Il dispose de tout un ensemble d'informations qui, au moins indirectement, lui permettent d'évaluer l'action de son représentant (les renseignements fournis et les premiers résultats, les façons d'accueillir et d'écouter, la réponse aux lettres et aux coups de téléphone, etc.) et il détient la sanction ultime puisqu'il peut à tout moment provoquer la rupture : l'intérêt de l'avocat vient dès lors renforcer l'efficacité des obligations de la morale professionnelle. L'interaction fondée sur la familiarité et la communauté d'intérêts reste encore le mécanisme le plus fondamental par lequel la confiance personnelle se trouve éprouvée et évaluée, transformée en évidence ou congédiée dans la fiction (29).

Un marché éloigné de la logique capitaliste, des garants qui prennent la forme d'une surimposition d'autorités professionnelles et publiques ainsi que l'expérience personnelle du client participent d'une institution dans laquelle les obligations et les jugements qui pèsent sur le mandataire justifient la confiance portée par le mandant et instaurent une réciprocité des droits sans laquelle la relation de représentation deviendrait instable et serait menacée de disparaître. L'organisation qui ordonne la réalité économique de la profession peut désormais être identifiée dans son ensemble : *alors que les réseaux-producteurs assurent la formation d'un système généralisé de prix, les réseaux-échanges permettent aux avocats et aux justiciables de nouer le lien dont la stabilisation dans le temps est assurée par l'institution de la confiance*. Pris ensemble, les trois mécanismes résolvent rationnellement, sous les conditions données, les deux problèmes — la relation de l'offre et de la demande et la détermination d'un système de prix — qui fondent le fonctionnement régulier du marché.

(28) 6 justiciables sur 10 considèrent que l'existence d'un Ordre représente une garantie pour le public (IFOP).

(29) Les données disponibles montrent que la proportion de ceux qui manifestent

une confiance globale à l'égard de la profession est systématiquement plus faible que la proportion de ceux qui témoignent de la confiance pour leur avocat personnel.

III. — Qualités et quantités

L'étude des situations dans lesquelles le client, à la différence du vendeur, a du mal à distinguer la mauvaise qualité de la bonne, alors que pour lui cette distinction est importante, a conduit au renouvellement de la théorie économique. Le raisonnement montre que cette asymétrie d'information provoque une dégradation constante de la qualité moyenne du service (la mauvaise monnaie chasse la bonne) qui ne peut être arrêtée que par des mesures autoritaires prises par la profession ou l'Etat en vue de maintenir une qualité minimale. Ainsi, lorsque domine l'incertitude sur la qualité, le contrôle à l'entrée par le diplôme obligatoire équivaut à une pratique restrictive qui vise la protection du consommateur et non la recherche d'une rente collective (Akerlof, 1970; Leland, 1979).

Bien que les relations entre les avocats et leurs clients relèvent clairement du cas de figure traité, les données empiriques disponibles sont loin de vérifier les prédictions de la nouvelle théorie (30). Sur les deux ou trois dernières décennies, on pourrait en effet aisément montrer que la qualité moyenne des services, loin de baisser, a augmenté et que le processus d'innovation — nouvelles spécialisations, création et développement des firmes juridiques, multiplication de nouveaux services (les activités juridiques) — bien que coûteux et risqué, a représenté en moyenne un avantage différentiel dans la lutte concurrentielle (31). Cette anomalie manifeste en

(30) Deux mécanismes devraient provoquer l'abaissement de la qualité du service juridique. 1) Puisque le client ne peut faire la différence entre le mauvais service et le bon service, le premier, bien qu'il soit moins coûteux en temps et en compétence, sera vendu au même prix que le second et tendra donc à le chasser du marché. Ce qui peut être formulé de la façon suivante : puisque, pour les clients, les avocats sont des substituts parfaits, les avocats potentiels de grande qualité devraient refuser d'entrer dans la profession ou, lorsqu'ils y sont déjà, ils devraient la quitter, d'où un processus entretenu de réduction des prix et de baisse de la qualité moyenne du service. 2) Puisque toute amélioration de la qualité ou toute création de nouveaux services sont invisibles pour le client, les investissements ne sont plus associés aux avantages différentiels qui les justifient économiquement : ou bien le prix reste le même et le profit de l'investisseur est plus faible que celui des autres avocats, ou bien tous les prix augmentent et ce qui a coûté à quelques-uns profite à tous; dans les deux cas, l'innovation se trouve découragée.

(31) Pour le montrer, il suffit de retenir la distinction employée par les avocats

eux-mêmes entre les « dossiers simples » qui font appel à des savoirs et à des opérations bien connus et les « dossiers complexes » qui impliquent des connaissances juridiques et techniques plus ésotériques et qui engagent une gamme diversifiée d'activités judiciaires et juridiques. Or, la proportion de dossiers complexes augmente fortement avec la proportion de la clientèle des sociétés et, puisque la proportion des avocats d'affaires n'a cessé de s'accroître, il en est résulté une élévation constante de la qualité moyenne du service rendu (Enquête). Cette évolution est inséparable d'un processus d'innovations qui a procuré des avantages différentiels, ce dont témoignent une hiérarchie des revenus dans laquelle le rang est d'autant plus élevé que la clientèle des sociétés est importante, et un fort renforcement de l'inégalité, qui en est la conséquence : entre 1970 et 1981, la proportion du revenu global détenue par la moitié la plus pauvre de la profession est passée de 23 à 18 % et le taux d'inégalité des avocats comparé à celui de 16 autres professions libérales a plus que doublé, passant en dix années du 15ème au 2ème rang, tout proche de celui des conseils juridiques, qui se situe lui-même au premier rang (CERC1).

fait les limites d'un point de vue qui ne s'intéresse à l'incertitude de la qualité que pour identifier ses effets sur la formation des prix ou sur la structure du marché alors qu'elle manifeste, en toute généralité, un mode de régulation distinct et concurrent de celui du prix. C'est ce mécanisme qu'il faut examiner pour lui-même et cela d'autant plus qu'on le retrouve aussi bien chez les avocats que dans l'économie en général.

1. — *Marché-prix et marché-jugement*

Soit la distinction analytique entre le marché-prix et le marché-jugement. Dans le premier cas, l'ajustement réciproque de l'offre et de la demande se fait par la variation des prix. Sous la double condition que, d'une part, les acteurs soient désocialisés et intéressés et que, d'autre part, la marchandise soit composée de biens homogènes dont les propriétés ne changent que lentement, le prix représente le trait différentiel le plus pertinent pour fonder les choix économiques et assurer la régulation entre les quantités offertes et les quantités demandées. Dans le second cas, lorsque l'offre des biens et des services se diversifie selon les qualités, le choix ne peut se faire que par un *jugement* dont la validité dépend des mécanismes qui, comme le réseau et la confiance, permettent de réduire l'incertitude de la qualité. L'importance relative de ces deux formes de marché se trouve déterminée par deux conditions générales : le marché-jugement comme mode d'allocation des ressources et comme forme d'organisation sociale ordonne d'autant plus l'échange que celui-ci se trouve défini par l'imprévisibilité de l'activité exercée par le mandataire et par la priorité assignée par le mandant à la qualité du service rendu. La singularité de la profession ne tient donc ni à l'histoire ni à la culture mais à l'existence de conditions générales dont la présence fort ancienne explique la primauté du marché-jugement sur le marché-prix.

Cette interprétation peut être vérifiée en France comme aux Etats-Unis. En France, la primauté du marché-jugement ne vaut pas de la même façon pour l'ensemble de la profession. En effet, certaines classes de services juridiques se trouvent marquées par une double transformation : la production devient standardisée et l'usager tend à considérer son différend comme un cas parmi d'autres d'une classe de conflits tous régis par des règles et des solutions identiques. L'offre impersonnelle et la demande impersonnelle (l'une suivant l'autre) résultent pour l'essentiel du traitement de masse de dossiers simples qui engendre, par la seule pratique répétitive ou par la recherche de l'efficacité, la simplification et la normalisation des pratiques. Dans ces situations qui correspondent, dans le passé, aux accidents d'automobiles et, aujourd'hui, aux divorces d'accord ou à une partie du petit pénal, l'activité de l'avocat est plus fondée sur l'expertise que sur la mobilisation et, puisque le résultat devient plus prévisible, la recherche de la qualité par le justiciable devient moins prioritaire. Cette transformation favorise aussi bien l'interchangeabilité des producteurs (ce

sont des substituts puisqu'ils offrent le même service impersonnel) que le calcul d'une équivalence entre ceux qui détiennent des expertises différentes. Par là même, et sous la condition que les attributs pertinents — le prix, la spécialisation, l'efficacité — deviennent publics, les conditions se trouvent réunies pour que l'ajustement mutuel de l'offre et de la demande se fasse principalement par le prix. On aura reconnu, au moins tendanciellement, les principales caractéristiques de la situation des « jeunes avocats ».

La plupart des traits qui caractérisent le marché-jugement se retrouvent aux USA (Carlin, 1962; Galanter, 1974; Ladinsky, 1976; Lochner, 1975), mais l'évolution des avocats américains depuis une dizaine d'années comporte un double intérêt : elle fait apparaître un nouveau mécanisme pour réduire l'incertitude de la qualité et elle confirme que les deux marchés se trouvent régis par des conditions spécifiques. D'une part, la croissance et la multiplication des grandes firmes juridiques expliquent la création, dans la dernière décennie, d'une presse spécialisée qui pratique aussi bien le classement des firmes par le taux de profit que l'examen comparatif des performances des avocats (Powell, 1988) et qui exerce par là une critique publique qui vient doubler l'habituel bouche à oreille. D'autre part, la liberté de publicité qui a suivi un jugement de la Cour Suprême de 1975 devait favoriser la lutte concurrentielle, provoquer la réduction des prix et renforcer, là comme ailleurs, les plus puissants. Dans les faits, la publicité, loin d'être employée par les grandes firmes juridiques, l'est surtout par les jeunes avocats des particuliers qui veulent se faire connaître et par les firmes qui traitent un grand nombre de services routiniers (Mitchell, 1982).

Aux USA comme en France, la profession n'est nullement homogène dans son rapport au marché : *le poids relatif du marché-jugement et du marché-prix varie avec la routinisation de l'activité de l'avocat et la banalisation de la demande du justiciable*. Les conséquences de cette évolution ne sont pas cependant identiques dans les deux pays : la production de masse conduit en France à la prise en charge par l'administration — c'est la « déjudiciarisation » —, et aux USA à l'intervention de firmes commerciales qui peuvent jouer de la mécanisation, de la standardisation et de la déqualification pour accroître la production, réduire les coûts et abaisser les prix (Engel, 1977). La solution française — l'exclusion du champ judiciaire — conduit donc, plus qu'aux USA, à maintenir la primauté de la mobilisation de l'avocat et, avec elle, la primauté du réseau et de la confiance au sein de la profession (32).

Hétérogénéité des producteurs, c'est-à-dire des produits, conditions d'entrée obligatoires, opacité de l'offre comme de la demande : le marché

(32) Une différence dont il ne faut peut-être pas exagérer la portée : « It appears that advertising-sales ratios will remain low because of the greater effectiveness of and

need for word-of-mouth advertising and because of the large portion of legal services focused on business and institutional affairs » (Mitchell, 1982, p. 122).

de la profession relève clairement de la concurrence imparfaite. Ce constat unanime, loin de clore le débat, ne fait que l'ouvrir. L'interprétation largement dominante avancée par les économistes comme par les sociologues explique le phénomène par une action collective délibérée de création et d'appropriation de la rente (33); à l'inverse, l'usage de moyens étrangers au marché (l'organisation professionnelle et le code de déontologie) a été assimilé, sous certaines conditions, à une stratégie qui rapprocherait de la concurrence parfaite (Arrow, 1963). Mais ces deux arguments opposés ne visent que le seul marché-prix. Bien qu'elle n'exclue nullement la possibilité d'une manipulation du marché par les producteurs pour renforcer l'exploitation de la clientèle, la thèse avancée ici pose que les pratiques restrictives se confondent bien souvent avec les mécanismes mis en place pour dissiper l'incertitude de la qualité et qu'elles sont, par voie de conséquence, inhérentes au marché-jugement. Il résulte de cette interprétation que la concurrence imparfaite peut exister indépendamment de toute recherche délibérée de création d'un sur-profit collectif et qu'une liberté plus grande accordée aux acteurs économiques ne provoque, par elle-même, nul affaiblissement mécanique du marché-jugement au profit du marché-prix.

2. — Généralisation

L'organisation sociale propre au marché-jugement ne vaut pas seulement pour la profession d'avocat, comme le montrent les deux exemples de la grande entreprise et des institutions financières. A prendre au pied de la lettre la séparation entre les analyses consacrées au fait organisationnel et les études qui portent sur les élites dirigeantes, on ne peut que méconnaître la fonction économique de l'*establishment*. C'est en effet au travers des relations interpersonnelles informelles qui lient entre eux les dirigeants de l'entreprise, les hommes politiques et les hauts fonctionnaires que circule une information rare et discrète ainsi que des jugements et des contre-jugements qui, directement ou indirectement, de façon spécifique ou diffuse, portent sur les éléments essentiels de l'action de l'entreprise et qui fournissent à ceux qui font partie de ces réseaux le supplément parfois décisif qui fait toute la différence entre la bonne et la mauvaise décision stratégique (34). Quant aux institutions financières qui ont reçu délégation des particuliers pour gérer leurs placements, les suites du dernier krach boursier ont clairement montré qu'elles se trouvent placées, pour maintenir ou rétablir la relation de confiance sans laquelle leur existence même se trouve menacée, devant les mêmes dilemmes que ceux que les avocats ont rencontrés — réglementation ou autonomie — et qu'elles empruntent les

(33) Pour une présentation et une discussion critique de cette littérature, voir Dingwall et Fenn (1987).

(34) Le mécanisme est général. Cf., pour la Grande-Bretagne, Scott et Griff (1984); et pour les Etats-Unis, Useem (1984).

mêmes méthodes pour parvenir à leurs fins : obligations publiques fondées sur un code de déontologie, autorité professionnelle, recherche indéfinie d'un garant supérieur, etc. (35).

Plus généralement, une part importante de l'économie manifeste la multiplication des délégations de pouvoir et l'extension de l'incertitude de la qualité (36). A côté d'une économie classique composée de biens standardisés dont les propriétés sont connues du consommateur de telle façon que l'acte d'achat se confond avec la possession certaine, se développe la sphère des biens et des services qui se caractérisent par l'incomplétude et qui ne peuvent être réellement définis qu'après l'achat. Qu'il s'agisse de fiabilité, de l'usage maîtrisé des fonctionnalités ou de vérification des engagements, les résultats ne se trouvent fixés que par l'expérience personnelle et souvent très longtemps après l'achat : la réalisation de la valeur d'usage est différée dans le temps. Le phénomène vaut pour des domaines aussi différents que les machines domestiques (télévision, magnétoscope, hi-fi, machine à laver, etc.), une large partie des activités de tourisme (club de vacances, location de résidence de vacances, voyage organisé, etc.), les sociétés de services, tout particulièrement dans l'informatique, les services de placements financiers, les assurances, les mutuelles, etc. A chaque fois, les biens et services se présentent comme des promesses dont seul le temps permet d'éprouver la réalité. Pour cet ensemble mouvant, l'activité de quête du consommateur tend à se concentrer sur la période d'achat et les choix économiques s'appuient tout autant sinon plus sur le jugement des qualités que sur la comparaison des prix (37).

Le double mouvement d'extension des marges de choix et de limitation de l'information pertinente crée une asymétrie d'information, encore renforcée par la dynamique du renouvellement des produits, qui affaiblit la rationalité des choix du consommateur et accroît le risque d'abus par les producteurs. Le marché-jugement contrecarre cette tendance par une organisation sociale qui comporte les mêmes mécanismes pour l'économie en général que pour l'économie des avocats : la critique et le réseau, les obligations collectives et l'autorité privée et/ou publique. L'évaluation de la qualité relative des produits définit une fonction critique qui, prenant appui sur les masse-médias (journaux, revues, télévision, etc.), utilise toute une gamme de ressources, depuis l'arbitraire de la subjectivité jusqu'à l'objectivité de la connaissance scientifique et technique (depuis les chroniques cinématographiques ou littéraires jusqu'aux essais comparatifs de toute sorte), pour produire les classements qui orientent les choix. Mais

(35) Cf. « Qui gardera les gardiens ? », *Le Monde* du 16 juin 1988, p. 38.

(36) « The agency relationship is a pervasive fact of economic life » (Arrow, 1984, p. 37).

(37) « A cursory reflection on the way in which consumers make their choice of

plumbers, legal advisers, professional consultants, holidays is enough to understand the extent to which services are bought and sold on the basis of perceived quality as well as price » (Richardson, 1987, p. 62). Sur les qualités des produits et leurs modes d'identification, cf. Eymard-Duvernay (1986).

l'avis de ces experts, pour autant qu'il soit connu, n'échappe pas à la suspicion, et les succès qui se font avant et parfois contre la critique ne cessent de témoigner de l'efficacité discrète de la relation sociale : le bouche à oreille assure de façon désintéressée la transmission de l'expérience personnelle sur le film qu'il faut voir, la machine qu'il faut acheter ou l'assurance qu'il faut se procurer. Pour échapper à la défiance qu'engendre l'incertitude sur la qualité et qui, à la limite, menace l'échange lui-même, les firmes, les industries et l'Etat s'engagent dans deux formes d'action principales : la réduction des risques pour la période qui suit l'achat (contrats, garanties, assurances, maintenance, service après-vente, etc.) et l'imposition de normes minimales ou de critères objectifs de classement. La construction de l'image de marque représente la forme la plus avancée de cette organisation du marché puisqu'elle vise à créer l'attachement particulier qui, dans certaines limites, autonomise les produits de la pression qu'exerce la concurrence par les prix.

La primauté du jugement sur le prix ne caractérise pas seulement les avocats : on la retrouve dans d'autres professions et dans une partie de l'économie en général ; elle manifeste l'existence d'une *économie de la qualité* qui se définit inséparablement par la primauté d'un mode d'allocation des ressources — le jugement — et par une forme d'organisation sociale qui intègre le réseau et la confiance.

**

L'économie de la profession d'avocat n'exprime ni l'archaïsme propre à une collectivité dominée par le culte du passé, ni l'activité d'une corporation cumulant le double bénéfice du désintéressement et de l'exploitation de la clientèle ; elle manifeste le mode d'organisation et de fonctionnement de l'économie de la qualité.

Cette forme économique est fondée sur le type d'activité en tant qu'il détermine la relation entre le vendeur et l'acheteur. Lorsque l'échange se trouve défini par des produits dont les qualités sont au moins partiellement incommensurables et par des acheteurs qui assignent la priorité à la qualité, le choix économique est plus fondé sur le jugement que sur la comparaison des prix. Lorsque, de plus, le client, par suite de l'incertitude de la valeur d'usage du produit au moment de l'achat et/ou de la relation de délégation, se trouve structurellement défini par une relation asymétrique d'information, le jugement ne peut qu'osciller entre le hasard et la foucade et provoquer le développement d'effets pervers dont le moindre n'est pas la diminution de la qualité du produit échangé. Ces tendances se trouvent neutralisées par le marché-jugement, c'est-à-dire par l'organisation sociale qui favorise l'extension de l'information et la restriction des risques pour le client. Dans ce cas en effet, l'évaluation des qualités peut s'appuyer, par le réseau-échange et éventuellement par la critique publique, sur l'expérience d'autrui tandis que la relation de confiance trouve

sa justification durable dans les obligations publiques qui s'imposent au représentant pour protéger le représenté (38).

L'économie de la qualité n'est pas uniforme. Elle varie principalement selon les deux dimensions de l'organisation de la confiance et du critère du choix économique. La confiance peut prendre la forme personnelle — l'avocat ou le médecin — ou impersonnelle (Shapiro, 1987, pp. 634-645) — les assurances —, le marché peut assigner une importance variable au jugement et au prix. Cette diversité ne remet cependant pas en cause une unité qui trouve son expression concrète dans le réseau-échange employé par le consommateur final comme mécanisme généralisé pour fonder les choix sur l'expérience des autres. L'économie de la qualité se trouve donc définie de façon inséparable par le jugement et la relation sociale.

Cette constatation permet d'écarter la conception néo-classique de l'acteur désocialisé, exclusivement mû par la maximisation d'une fonction d'utilité, sans d'ailleurs vérifier la théorie qui pose symétriquement la généralité de l'*imbeddedness* (39). Le réseau-échange ne vaut pas pour toute l'économie en général mais seulement pour une partie d'entre elle; il représente le moyen par lequel l'acteur emploie l'expérience collective pour échapper aux décisions aléatoires et aux diktats d'experts lointains (40). Il en résulte, d'une part, que rationalité et « encastrement » (*imbeddedness*), loin de s'opposer, se complètent et se renforcent mutuellement et, d'autre part, que la concurrence imparfaite n'est pas une pathologie mais un régime de fonctionnement habituel. Lorsque le marché-prix remplace le marché-jugement, l'utilité économique de la relation sociale s'efface, le réel peut alors être rabattu sur les prix et les dispositions à l'action impersonnelle (Garcia, 1986).

La littérature économique et sociologique distingue de façon classique deux modes de régulation de la vie économique : le marché et l'organisation (ou la hiérarchie) (Arrow, 1974; Chandler, 1962 et Williamson, 1975). Cette opposition est inséparable d'une expérience historique marquée par la primauté de l'industrie manufacturière et par la séparation

(38) Aucune relation nécessaire n'existe entre les effets pervers de l'incertitude qualitative et la formation d'une organisation sociale destinée à les neutraliser. La présence ou l'absence de cette construction collective fait toute la différence entre le marché de la défense judiciaire et le marché des voitures d'occasion rendu célèbre par l'analyse de Akerlof.

(39) Granovetter (1985, pp. 481-510). En fait, l'auteur emploie des formules quelque peu contradictoires. Ainsi, « such relations are always present » (p. 481), « most behavior is closely embedded in networks of

inter-personal relations » (p. 504), « networks of social relations penetrate irregularly and in different degrees in different sectors of economic life » (p. 491). La dernière formulation est la plus proche du point de vue retenu ici. L'analyse de l'auteur renoue évidemment avec la théorie de Polanyi. Cf. Polanyi, Arensberg et Pearson (1957).

(40) Loin d'être régie par la manipulation d'individus socialement atomisés, une large partie de la consommation de masse se trouve donc prise dans des relations sociales qui assurent la circulation de l'information, de la connaissance et de l'influence.

radicale qu'elle a instaurée entre la sphère productive qui définit les propriétés des produits et un échange qui assure le déplacement des biens vers la possession certaine. D'un côté, l'autorité pour discipliner l'action collective, de l'autre, les prix pour assurer la régulation décentralisée. Puisqu'il combine des décisions décentralisées et des arrangements institutionnels, le jugement remet en cause ce partage au nom d'un autre principe d'organisation de l'activité économique et, ce faisant, il manifeste l'ampleur d'une transformation que l'extension de l'incertitude de la qualité et la multiplication des délégations viennent compléter : la production, la vente et l'après-vente ne désignent plus des formes d'action autonomes mais des moments d'un même processus (Bressand et Nicolaidis, 1988; Gadrey, 1988) dans lequel les frontières habituelles deviennent floues puisque l'organisation interiorise le marché et que le marché devient organisé.

Lucien KARPIK

*Centre de sociologie de l'innovation
Ecole nationale supérieure des Mines
62 boulevard Saint-Michel, 75006 Paris*

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Akerlof G.A.**, 1970. — « The market for lemons : qualitative uncertainty and the market mechanism », *Quarterly journal of economics*, 84, pp. 488-500.
- ANA**, 1974. — *Le défi de la profession libérale*, Paris, Dalloz.
- ANA, FNUJA, RNAF, SAF**, 1977. — *Barème indicatif des honoraires d'avocat. Rédaction d'actes*, Versailles, Apil.
- Appleton J.**, 1928. — *Traité de la profession d'avocat*, Paris.
- Arrow K.J.**, 1963. — « Uncertainty and the welfare economics of medical care », *The American economic review*, dec., 947.
- 1974. — *The limits of organizations*, New York, Norton and Company.
- 1984. — « The economics of agency », dans **J.W. Pratt** et **R.J. Zeckhauser** (eds), *Principals and agents : the structure of business*, Boston, Harvard Business School Press, pp. 37-51.
- Barber B.**, 1983. — *The logic and limits of trust*, New Brunswick, Rutgers University Press.
- Bellet P.**, 1985. — *La place des juristes dans la compétition internationale*, Paris, rapport du premier président honoraire de la Cour de Cassation.
- Bressand A., Nicolaidis K.**, 1988. — « Les services au cœur de l'économie relationnelle », *Revue d'économie industrielle*, 43, pp. 141-163.
- Carlin J.E.**, 1962. — *Lawyers on their own : a study of individual practitioners in Chicago*, New Brunswick, Rutgers University Press.
- Chandler A.D.**, 1962. — *Strategy and structure*, Cambridge (Mass.), MIT Press (trad. française : *Stratégies et structures de l'entreprise*, Paris, Editions de l'Organisation, 1972).
- 1977. — *The visible hand. The managerial revolution in American business*, Cambridge (Mass.), Harvard University Press.
- Dingwall R., Fenn P.**, 1987. — « A respectable profession ? Sociological and economic perspectives on the regulation of professional services », *International review of law and economics*, 7.

- Engel D.M.**, 1977. — « The standardization of lawyers' services », *ABF research journal*, 4, pp. 817-844.
- Eymard-Duvernay F.**, 1986. — « La qualification des produits », dans **R. Salais** et **L. Thévenot** (eds), *Le travail. Marché, règles, conventions*, Paris, Economica, pp. 239-247.
- Gadrey J.**, 1988. — « Des facteurs de croissance des services aux rapports sociaux de service », *Revue d'économie industrielle*, 43, pp. 34-48.
- Galanter M.**, 1974. — « Why the 'haves' come out ahead : speculation on the limits of legal changes », *Law and society review*, 9, pp. 95-160.
- Garcia M.-F.**, 1986. — « La construction sociale d'un marché parfait : le marché au cadran de Fontaine-en-Sologne », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 65, nov., pp. 2-13.
- Granovetter M.**, 1973. — « The strength of weak ties », *American journal of sociology*, pp. 1360-1380.
- 1983. — « The strength of weak ties; a network theory revisited », dans **R. Collins** (ed.), *Sociological theory 1983*, San Francisco, Jossey Bass, pp. 201-233.
- 1985. — « Economic action and social structure : the problem of embeddedness », *American journal of sociology*, 3.
- Hamelin J., Damien A.**, 1981. — *Les règles de la nouvelle profession d'avocat*, Paris, Dalloz.
- Karpik L.**, 1988. — « Lawyers and politics in France (1814-1950). The State, the market and the public », *Law and social inquiry*, 4, pp. 101-130.
- 1989. — « Le désintéressement », *Annales*, n° 3.
- Ladinsky J.**, 1976. — « The traffic in legal services : lawyer-seeking behavior and the channeling of clients », *Law and society review*, 11 (2), pp. 207-223.
- Leland H.E.**, 1979. — « Quacks, lemons and licensing : a theory of minimum quality standards », *Journal of political economy*, 87, pp. 1328-1346.
- Lochner P.R. Jr.**, 1975. — « The no fee and low fee practice of private attorney », *Law and society review*, 9 (3), pp. 431-473.
- Mitchell C.N.**, 1982. — « The impact regulation and efficacy of lawyers advertising », *Osgoode Hall law journal*, 29, pp. 119-137.
- Parsons T., Smelser N.J.**, 1966. — *Economy and society*, London, Routledge and Kegan Paul.
- Polanyi K., Arensberg C.M., Pearson H.W.**, 1957. — *Trade and market in the early Empires*, New York, Free Press (trad. française : *Les systèmes économiques dans l'histoire et dans la théorie*, Paris, Larousse, 1975).
- Powell M.J.**, 1988. — « The new legal press. The transformation of legal journalism and the changing character of legal practice », Research committee on the sociology of law, International sociological association. June.
- Richardson J.B.**, 1987. — « A sub-sectorial approach to service's trade company » dans **O. Giarini** (ed.), *The emerging economy*, Oxford, Pergamon Press.
- Scott J., Griff C.**, 1984. — *Directors of industry : the British corporate network. 1904-1976*, Cambridge, Polity Press.
- Shapiro S.P.**, 1987. — « The social control of impersonal trust », *American journal of sociology*.
- Useem M.**, 1984. — *The inner circle*, Oxford, Oxford University Press.
- Williamson O.E.**, 1975. — *Markets and hierarchies*, New York, Free Press.