

**« LE PROFIT COMME CONSTRUCTION SOCIALE
RELATIONNELLE : HIERARCHISATION DES
ECHANGES ET REGULATION INFORMELLE DU
MARCHE DE KOKO A BOUAKE »**

BLE Sogo Jacques

UAO

Résumé

Cet article propose une reformulation sociologique du profit à partir d'une enquête menée sur le marché de Kôkô à Bouaké (Côte d'Ivoire). Il interroge le présupposé de la théorie néoclassique selon lequel le profit se logerait exclusivement dans le prix. L'objectif est de montrer que le profit constitue une construction sociale relationnelle, produite par l'encastrement des transactions dans des hiérarchies de reconnaissance. L'étude repose sur une enquête qualitative longitudinale (2023-2025) combinant observation directe, entretiens semi-directifs et analyse thématique comparative. Les résultats mettent en évidence une hiérarchisation stabilisée de la clientèle structurant l'accès différencié aux ressources marchandes. Le profit se forme principalement à travers le gouassou, mécanisme d'ajustement des quantités qui déplace la marge hors du prix. L'article contribue au déplacement analytique du profit et souligne la portée sociale des institutions informelles dans la régulation des marchés urbains africains.

Mots-clés : profit ; encastrement ; économie morale ; marché informel ; hiérarchisation relationnelle

Abstract

This article offers a sociological reformulation of profit based on fieldwork conducted in the Kôkô market in Bouaké (Côte d'Ivoire). It challenges the neoclassical assumption that profit is exclusively embedded in price formation. The study argues that profit is a relational social construction produced through the embeddedness of transactions in hierarchies of recognition. Drawing on longitudinal qualitative research (2023-2025), combining direct observation, semi-structured interviews, and comparative thematic analysis, the findings reveal a stabilized hierarchy of customers structuring differentiated access to market resources. Profit is primarily generated through gouassou, a quantity-adjustment mechanism that displaces margins from price to the material dimension of exchange. The article advances a theoretical shift in the analysis of profit and highlights the broader social significance of informal institutions in regulating African urban markets.

Keywords : profit ; embeddedness; moral economy; informal market; relational hierarchy

Introduction

Dans les villes africaines contemporaines, les marchés urbains constituent des institutions centrales de régulation économique et sociale. En Côte d'Ivoire, et plus particulièrement à Bouaké, ils assurent l'approvisionnement alimentaire, la circulation des revenus domestiques et l'intégration professionnelle d'une large part de la population urbaine, dans un contexte marqué par la prédominance de l'économie informelle. Loin de se réduire à de simples lieux

d'échange marchand, ces espaces fonctionnent comme des ordres économiques socialement organisés, structurés par des normes pratiques, des relations durables et des institutions informelles qui encadrent les transactions quotidiennes.

Le marché local de Kôkô, animé majoritairement par des femmes et rythmé par un marché hebdomadaire dense le mercredi, constitue un observatoire privilégié de ces dynamiques. L'enquête de terrain met en évidence l'existence d'une hiérarchisation relationnelle stabilisée entre vendeuses et acheteuses, distinguant quatre figures socialement reconnues : la sœur de sang, la meilleure amie, l'amie simple et l'inconnue. Cette classification pratique ne relève pas d'une simple proximité affective ; elle structure concrètement les conditions d'échange. Elle détermine l'accès aux produits, les modalités de négociation du prix, l'ajustement des quantités et, plus largement, la formation du profit.

Le constat empirique central de cette recherche est que le profit ne se construit pas principalement par la variation visible des prix, mais à travers des mécanismes relationnels discrets. Le plus significatif est le *gouassou*, pratique consistant à ajuster les quantités accordées à l'acheteuse en fonction de sa position relationnelle. Ce déplacement du profit du prix vers la quantité interroge les approches économiques classiques fondées sur l'hypothèse d'un échange impersonnel et d'une rationalité strictement utilitariste.

La question centrale qui guide cette étude est donc la suivante : comment le profit se construit-il socialement sur le marché de Kôkô à Bouaké, et quels mécanismes

relationnels organisent sa production et sa distribution ? Plus précisément, comment la hiérarchisation de la clientèle, les formes de reconnaissance sociale et les institutions informelles participent-elles à la formation différenciée du gain marchand ?

L'hypothèse défendue est que le profit constitue une construction sociale relationnelle. Il est produit par l'encastrement des transactions dans des rapports de reconnaissance, de fidélité, de dépendance productive et d'exclusion régulatrice. Le *gouassou* apparaît comme le dispositif central par lequel le lien social est converti en avantage économique, rendant la différenciation du profit à la fois efficace et socialement légitime.

Afin de tester cette hypothèse, l'article s'appuie sur une enquête qualitative longitudinale menée sur le marché de Kôkô entre 2023 et 2025, et s'inscrit dans le champ de la sociologie économique et de l'économie morale.

L'argumentation se déploie en quatre étapes clairement articulées. Premièrement, la recherche est située dans le cadre théorique de la sociologie économique de l'encastrement et des travaux sur l'économie morale, afin de préciser les enjeux conceptuels liés à la notion de profit. Deuxièmement, le dispositif méthodologique est présenté de manière détaillée, en exposant les choix d'enquête, les techniques de collecte et les procédures d'analyse. Troisièmement, les résultats empiriques sont examinés en montrant comment la hiérarchisation relationnelle structure les conditions d'échange et comment le *gouassou* opère

comme mécanisme central de production différenciée du profit. Enfin, la discussion propose une mise en perspective théorique des résultats à partir des notions d'encastrement, de domination symbolique consentie et de régulation informelle, avant d'en dégager les implications sociales et scientifiques pour l'analyse des marchés urbains africains.

1. Revue de littérature

Les résultats empiriques attendus soulèvent un enjeu théorique majeur : peut-on encore penser le profit comme un simple surplus monétaire détaché des relations sociales dans lesquelles il s'inscrit ? Si le marché de Kôkô révèle une production différenciée du gain fondée sur la hiérarchisation relationnelle et sur des institutions informelles comme le *gouassou*, alors il devient nécessaire de revisiter les cadres analytiques classiques du marché et du profit.

La littérature en sociologie économique offre précisément des outils conceptuels permettant de dépasser la fiction de l'échange impersonnel. Les travaux sur l'encastrement de l'économie, sur l'économie morale du gain, sur la différenciation sociale des transactions et sur les normes pratiques dans les contextes africains permettent d'éclairer les mécanismes observés sur le terrain.

Dès lors, il convient de situer cette recherche dans ces débats théoriques afin de préciser ce qu'elle prolonge, ce qu'elle confirme et ce qu'elle déplace. La section suivante examine successivement les approches du marché comme espace encadré, les analyses morales du profit, les travaux

sur la différenciation sociale des échanges et les contributions portant sur les marchés africains informels.

1.1. Le profit comme angle mort de la sociologie du marché

La sociologie du marché s'est largement attachée, depuis plusieurs décennies, à déconstruire la fiction de l'échange impersonnel héritée de l'économie néoclassique. Toutefois, si le marché a été abondamment requalifié comme espace relationnel, institutionnel et moral, la question spécifique de la formation concrète du profit dans les interactions ordinaires demeure paradoxalement peu explorée.

L'économie classique a naturalisé le profit comme surplus monétaire dérivé de l'équilibre offre-demande. Cette conception, bien que critiquée, continue d'imprégner nombre d'analyses empiriques où le prix reste l'unité centrale de mesure du gain. Or, considérer le profit uniquement à travers le prix revient à reconduire implicitement l'hypothèse d'un marché homogène et transparent.

La sociologie a déplacé le regard mais sans toujours déplacer le point focal du gain.

1.2. L'encastrement : dénaturiser le marché sans analyser le profit

Karl Polanyi (1944) a établi que l'économie est encadrée dans des institutions sociales. Mark Granovetter (1985) a démontré que les transactions sont structurées par des réseaux relationnels. Neil Fligstein (2001) a insisté sur l'architecture institutionnelle des marchés comme

constructions politiques. Ces contributions ont profondément transformé la compréhension du marché.

Cependant, ces travaux se concentrent principalement sur les conditions sociales de possibilité du marché, les structures relationnelles qui stabilisent les échanges et les formes de coordination institutionnelle. Ils interrogent peu la micro-production différenciée du gain dans l'interaction concrète. Autrement dit, l'encastrement est établi ; mais le profit reste traité comme allant de soi.

1.3. L'économie morale : encadrer le gain sans analyser ses dispositifs

Les travaux d'Edward P. Thompson (1971) et de James C. Scott (1976) introduisent une dimension essentielle : le profit est moralement encadré. Les acteurs définissent ce qui constitue un gain légitime ou excessif.

Cette perspective montre que le marché est soumis à des limites normatives. Toutefois, elle s'intéresse principalement aux situations de rupture - émeutes, conflits, résistances - plutôt qu'aux mécanismes ordinaires et discrets par lesquels le profit est ajusté au quotidien. L'économie morale explique pourquoi un gain peut être contesté, mais elle explique moins comment il est subtilement configuré pour éviter la contestation.

1.4. La différenciation sociale des transactions : un déplacement inachevé

Viviana Zelizer (1994 ; 2010) marque une avancée majeure en démontrant que l'argent est socialement marqué et que

les transactions sont segmentées selon les relations. Elle rompt avec l'idée d'un marché uniforme.

Toutefois, si Zelizer montre que les circuits économiques sont différenciés, elle ne conceptualise pas explicitement la quantité comme support stratégique du profit. Le prix reste souvent l'indicateur central, même lorsqu'il est socialement modulé.

Un pas supplémentaire reste à franchir : analyser comment le profit peut être déplacé du prix vers d'autres supports matériels de l'échange.

1. 5. Domination symbolique et asymétries consenties

Pierre Bourdieu (1994 ; 1998) introduit une perspective décisive en montrant que les rapports asymétriques peuvent être intériorisés comme légitimes. Dans le champ économique, cela signifie que l'inégalité ne s'impose pas toujours par la contrainte ; elle peut être consentie.

Cependant, la sociologie critique s'est davantage intéressée aux structures de domination macro qu'aux configurations interactionnelles où la dépendance peut être perçue comme économiquement avantageuse.

Il reste à analyser les situations où l'asymétrie devient une stratégie rationnelle pour les acteurs dominés eux-mêmes.

1. 6. Marchés africains : informalité, normes pratiques et angle mort du profit

Les travaux africains ont montré que les marchés dits « informels » sont régulés par des normes pratiques (Olivier

de Sardan, 1995 ; 2008), par des réseaux identitaires (Meagher, 2010) et par des arrangements locaux stabilisés.

Keith Hart (1973) a posé les bases de l'analyse de l'économie informelle en Afrique de l'Ouest. Les recherches ivoiriennes récentes (Lida Dali & Blé, 2020) ont démontré que le prix affiché ne correspond jamais exactement au prix réel.

Ces contributions sont essentielles. Mais elles laissent subsister une question centrale :

Comment, concrètement, le lien social est-il converti en profit différencié dans l'interaction ?

La littérature décrit la relation, elle décrit la norme, elle décrit la négociation ; mais elle conceptualise rarement le dispositif précis de production du gain.

1. 7. Le vide théorique : le déplacement du profit hors du prix

L'un des angles morts majeurs de la littérature sur le marché et le prix réside dans la focalisation implicite et persistante sur le prix comme lieu privilégié, sinon exclusif, de formation et d'observation du profit. Même lorsque les travaux sociologiques ont démontré que les marchés sont encadrés dans des relations sociales, structurés par des normes morales ou différenciés selon les contextes interactionnels, ils continuent souvent de considérer le prix comme l'indicateur central du gain. Autrement dit, le profit est généralement appréhendé à travers la variation monétaire

visible, ce qui tend à reconduire, parfois de manière involontaire, une conception économiciste de sa formation.

Or, dans de nombreux contextes marchands africains, les enquêtes empiriques suggèrent que le prix affiché peut demeurer formellement stable tandis que le gain effectif se déplace vers d'autres dimensions de l'échange. Le profit ne s'inscrit pas uniquement dans l'augmentation ou la diminution du montant monétaire demandé ; il peut être incorporé dans les quantités accordées, dans l'octroi de bonus implicites, dans des ajustements matériels discrets ou encore dans les temporalités d'accès aux produits. L'avantage économique peut ainsi prendre la forme d'une portion supplémentaire ajoutée à la marchandise, d'une priorité d'approvisionnement lors des périodes de forte affluence, ou d'une flexibilité différenciée dans la négociation.

Dans ces configurations, le profit devient relationnellement distribué sans être explicitement inscrit dans le prix. Il se matérialise dans l'économie concrète de la transaction, mais échappe à une lecture strictement monétaire. Ce déplacement vers des supports non exclusivement tarifaires permet d'opérer une différenciation effective des marges tout en maintenant l'apparence d'une stabilité des prix, ce qui peut contribuer à préserver l'équilibre moral et relationnel du marché.

Un tel constat remet en cause deux présupposés profondément ancrés dans les analyses classiques. D'une part, il interroge l'idée selon laquelle le profit serait nécessairement visible dans le prix et mesurable à travers lui seul. D'autre part, il conteste l'hypothèse selon laquelle toute différenciation économique devrait passer par une

variation monétaire explicite. En révélant que le gain peut être déplacé, incorporé et modulé dans d'autres dimensions de l'échange, cette perspective ouvre la voie à une sociologie du profit attentive aux dispositifs matériels et relationnels par lesquels il est produit et distribué au sein des transactions ordinaires.

2. Méthodologie

2.1. Positionnement épistémologique et stratégie de recherche

Cette recherche s'inscrit dans une approche qualitative interprétative en sociologie économique. Elle vise à comprendre les mécanismes sociaux de production du profit à partir des significations, des pratiques et des interactions observées dans leur contexte ordinaire. Le choix d'une démarche qualitative se justifie par la nature relationnelle et informelle du phénomène étudié, qui ne peut être saisi adéquatement par des instruments quantitatifs standardisés.

L'objectif n'était pas de mesurer des marges monétaires, mais d'analyser les dispositifs sociaux par lesquels le gain est produit, différencié et légitimé. La recherche adopte ainsi une logique compréhensive et relationnelle, attentive aux catégories indigènes mobilisées par les actrices du marché.

La stratégie d'enquête repose sur un dispositif longitudinal multi-séquentiel, permettant d'observer la stabilité et les variations des pratiques dans le temps.

2.2. Terrain et temporalité de l'enquête

Le terrain principal de cette recherche est le marché local de Kôkô, situé à Bouaké. Une attention particulière a été accordée au marché hebdomadaire du mercredi, moment d'intensification des échanges caractérisé par une forte densité transactionnelle, une affluence accrue de vendeuses issues des villages environnants et une multiplication des interactions entre vendeuses et acheteuses. Ce contexte spécifique offre des conditions privilégiées pour observer les mécanismes relationnels de hiérarchisation et les modalités concrètes de formation du profit.

L'enquête s'est déployée en trois séquences distinctes. La première phase s'est déroulée du 4 janvier au 31 mai 2023. Une deuxième séquence a été conduite du 5 juin au 30 octobre 2024. Enfin, une troisième période d'observation et de collecte des données a été réalisée du 5 novembre au 17 décembre 2025.

Ce dispositif longitudinal a été conçu afin de dépasser les limites d'une observation ponctuelle. Il a permis d'examiner la stabilité des pratiques dans le temps, d'identifier les régularités structurelles qui organisent durablement les échanges et de distinguer les ajustements conjoncturels liés à des circonstances spécifiques des mécanismes relationnels stabilisés. En multipliant les périodes d'observation, la recherche a ainsi pu confronter les données issues de contextes temporels différenciés, renforçant la solidité interprétative des analyses.

La temporalité étendue de l'enquête constitue, en ce sens, un élément central de robustesse empirique. Elle permet d'inscrire les résultats dans une dynamique durable plutôt que dans une configuration circonstancielle, consolidant ainsi la validité scientifique des conclusions proposées.

2.3. Échantillonnage et population étudiée

L'échantillonnage adopté dans cette recherche repose sur une logique raisonnée et qualitative, orientée vers la compréhension approfondie des mécanismes relationnels structurant la formation du profit. Il ne s'agissait pas de constituer un échantillon statistiquement représentatif, mais de sélectionner des actrices capables d'explicitier les pratiques, les catégories et les logiques sociales à l'œuvre dans les transactions marchandes. La stratégie retenue s'apparente ainsi à un échantillonnage intentionnel fondé sur la pertinence analytique des profils retenus.

La population étudiée comprend des vendeuses installées de manière stable sur le marché de Kôkô, des vendeuses occasionnelles présentes notamment lors du marché hebdomadaire du mercredi, ainsi que des acheteuses occupant les différentes positions relationnelles identifiées sur le terrain. Une attention particulière a été accordée à la diversité des statuts relationnels, de manière à documenter les interactions impliquant des sœurs de sang, des meilleures amies, des amies simples et des clientes inconnues. Cette diversité a permis de comparer les modalités différenciées d'accès aux ressources économiques selon la position relationnelle.

Le principe de saturation théorique a guidé l'arrêt de la collecte des données. Les entretiens et observations ont été poursuivis jusqu'à ce que les catégories analytiques centrales - hiérarchisation relationnelle, gouassou, dépendance productive et exclusion régulatrice - apparaissent de manière récurrente et stabilisée dans les discours et les pratiques observées.

2.4. Organisation du dispositif d'enquête

Le dispositif d'enquête a été structuré autour d'un chercheur principal et d'une équipe de sept enquêteurs rémunérés. Le chercheur principal a assuré la conception scientifique du projet, la définition des outils méthodologiques, la supervision des activités de terrain et l'analyse finale des données. Il a également garanti la cohérence interne du dispositif en veillant à l'harmonisation des pratiques de collecte et à la qualité des informations produites.

Les enquêteurs, recrutés pour leur niveau de formation universitaire et leur familiarité avec les contextes marchands urbains, ont été sélectionnés en dehors de la population étudiante afin de favoriser une implication stable et continue. Leur rémunération a permis de sécuriser leur disponibilité sur la durée des différentes séquences d'enquête et de limiter les risques de désengagement prématuré.

Des réunions régulières de coordination ont été organisées tout au long du processus de collecte. Ces séances ont permis de discuter des observations réalisées, de clarifier les catégories émergentes et de corriger d'éventuelles divergences d'interprétation. Cette

organisation collective a contribué à renforcer la cohérence méthodologique et la fiabilité des données produites.

2.5. Techniques de collecte des données

La collecte des données s'est appuyée sur une combinaison de techniques qualitatives complémentaires, permettant d'appréhender à la fois les pratiques observables et les représentations des actrices.

L'observation directe a constitué l'outil central de l'enquête. Elle a porté sur les séquences transactionnelles, les négociations de prix, les ajustements de quantités, les gestes associés au gouassou, ainsi que les formes différenciées d'accueil et de priorisation des clientes. Une attention particulière a été accordée aux journées du mercredi, où l'intensité des flux rend plus visibles les mécanismes de hiérarchisation relationnelle.

Les entretiens semi-directifs ont permis d'accéder aux justifications subjectives des pratiques observées. Ils ont exploré les représentations locales du profit, les critères de différenciation des clientèles, les significations attribuées au gouassou et les logiques de gestion des clientes inconnues. Les entretiens ont été conduits à partir d'un guide structuré, tout en laissant une marge d'expression aux enquêtées afin de saisir les catégories indigènes mobilisées dans leurs discours.

En complément, un journal de terrain systématique a été tenu par les enquêteurs et centralisé par le chercheur principal. Ces notes comprennent des descriptions situées des interactions, des extraits de verbatim, des observations sur la configuration spatiale du marché et des éléments contextuels relatifs à la concurrence ou aux tensions

observées. Ce matériau a constitué une source essentielle pour l'analyse relationnelle des transactions.

2.6. Traitement et analyse des données

Le traitement des données a suivi une démarche analytique progressive. Les entretiens ont été retranscrits et organisés de manière thématique. Les notes d'observation ont été consolidées et confrontées aux verbatim afin de garantir la cohérence entre pratiques observées et discours déclarés.

Une première phase de codage ouvert a permis d'identifier les catégories émergentes issues du terrain. Ces catégories ont ensuite été regroupées dans une phase de codage axial autour de mécanismes analytiques centraux tels que la hiérarchisation relationnelle, la formation du profit par la quantité, la dépendance productive et l'exclusion régulatrice. Une attention particulière a été portée à la comparaison entre les différentes séquences temporelles de l'enquête afin de distinguer les régularités structurelles des ajustements circonstanciels.

L'analyse a adopté une perspective relationnelle, considérant les transactions non comme des événements isolés, mais comme des séquences inscrites dans des configurations sociales stabilisées. Cette démarche a permis d'articuler les données empiriques aux cadres théoriques mobilisés dans la recherche.

2.7. Validité, fiabilité et robustesse scientifique

La validité interne de la recherche repose sur la cohérence entre les données collectées et les interprétations proposées. La répétition des mécanismes observés au cours

des trois séquences temporelles constitue un indicateur de stabilité empirique. La convergence entre observations directes et entretiens renforce également la solidité des analyses.

La fiabilité a été assurée par l'harmonisation des outils de collecte et par la supervision continue du chercheur principal. Les recoupements entre enquêteurs et les discussions collectives ont permis de limiter les biais d'interprétation individuels. La dimension longitudinale du dispositif représente un atout majeur, en permettant de vérifier la persistance des mécanismes relationnels sur plusieurs années.

Enfin, la recherche ne prétend pas à une généralisation statistique, mais à une généralisation analytique. Les résultats visent à éclairer des mécanismes sociaux susceptibles d'être comparés à d'autres contextes marchands, tout en restant ancrés dans la spécificité empirique du marché de Kôkô.

3. Résultats : Hiérarchisation relationnelle des échanges et construction sociale du profit

3.1. La hiérarchisation relationnelle comme principe structurant de l'échange marchand

Les données empiriques recueillies sur le marché local de Kôkô montrent que les échanges marchands sont organisés autour d'une hiérarchisation relationnelle socialement instituée, qui structure durablement les interactions entre vendeuses et acheteuses. Cette hiérarchie distingue plusieurs positions relationnelles - sœur de sang, meilleure amie, amie simple et inconnue - qui constituent des

catégories pratiques opératoires, mobilisées de manière routinière dans la conduite des transactions. Le verbatim qui sui illustre cette réalité,

« Ici au marché, on ne traite pas tout le monde pareil. Selon la relation, le prix, la quantité et même l'accueil changent. »
(Vendeuse, 42 ans)

Ce verbatim révèle que la différenciation économique n'est pas une déviation du marché mais son principe interne d'organisation. La hiérarchisation relationnelle fonctionne comme une matrice distributive du profit, transformant la relation sociale en critère légitime d'allocation des ressources marchandes.

Cette hiérarchisation ne relève pas d'une simple proximité interpersonnelle ou affective. Elle repose sur une évaluation différenciée des engagements sociaux des acheteuses dans l'économie du marché. Chaque position correspond à un degré spécifique de reconnaissance relationnelle, qui conditionne l'accès aux avantages économiques, la flexibilité des prix, la distribution des quantités et, plus largement, la qualité de l'interaction marchande. La hiérarchie relationnelle fonctionne ainsi comme un principe d'allocation différenciée des ressources marchandes.

Cette organisation prend une acuité particulière le mercredi, jour de marché hebdomadaire, marqué par une forte densité spatiale et temporelle des échanges, une affluence importante de vendeuses venues des villages environnants et une concurrence accrue autour de l'occupation des emplacements. Dans ce contexte de

saturation, la relation sociale devient une ressource centrale de régulation, permettant de prioriser certaines interactions et d'en marginaliser d'autres. Le témoignage d'une vendeuse en est l'illustration,

« *Le mercredi, quand le marché est plein, on sait à qui donner la priorité. Les relations passent avant l'argent.* » (Vendeuse, 39 ans)

Ce verbatim montre que, dans un contexte de forte densité marchande, la hiérarchisation relationnelle fonctionne comme un principe de priorisation, permettant une gestion ordonnée du temps, de l'espace et des clientèles.

La hiérarchisation relationnelle observée ne se limite donc pas à accompagner l'échange marchand ; elle en constitue un principe organisateur interne, structurant l'accès à l'espace, au temps et aux opportunités économiques. Le marché de Kôkô apparaît ainsi comme un espace où l'échange est indissociable d'un classement social de la clientèle, continuellement produit et reproduit par les pratiques ordinaires des actrices.

3.2. La sœur de sang comme position de dépendance relationnelle productive et consentie

Les données empiriques recueillies sur le marché de Kôkô montrent que la figure de la sœur de sang correspond à une position relationnelle fortement intégrée, associée à un haut niveau de reconnaissance sociale et économique. Cette position se caractérise par une implication régulière de l'acheteuse dans les conditions matérielles de

fonctionnement de l'activité marchande, notamment lors du marché hebdomadaire du mercredi. Toutefois, l'analyse révèle que cette relation de dépendance productive n'est pas vécue par les actrices comme une contrainte, mais comme une opportunité économique valorisée.

Le verbatim suivant illustre clairement cette perception subjective de la relation :

« Celle-là ! Elle est plus que ma sœur. (...) Je gagne trop avec elle, c'est pour ça que je l'aide. » (Cliente, 33 ans)

À travers ce discours, la cliente met en avant les bénéfices économiques substantiels tirés de la relation : accès à des prix largement inférieurs aux prix ordinaires du marché, économies cumulées sur les volumes achetés et gouassou important. Ces avantages lui permettent de développer une activité de revente (chips, allôcô, jus d'ananas), d'améliorer ses revenus et de renforcer la stabilité économique de son foyer. La relation de sœur de sang apparaît ainsi comme une ressource productive intégrée à une stratégie économique domestique.

Dans cette configuration, la dépendance relationnelle ne se traduit pas par un sentiment de domination subie. Elle est acceptée, intériorisée et positivement évaluée par l'acheteuse, qui perçoit la vendeuse comme une figure centrale de sa réussite économique. La vendeuse exerce néanmoins une domination symbolique, en conservant le contrôle sur les conditions d'accès aux avantages (prix-cadeau, gouassou), tandis que l'acheteuse s'inscrit volontairement dans une logique de service et de loyauté.

Ainsi, la relation de sœur de sang se présente comme une dépendance productive consentie, dans laquelle la subordination fonctionnelle est vécue comme un échange économiquement gagnant et socialement valorisant, pleinement intégré aux pratiques ordinaires du marché de Kôkô.

3.3. La meilleure amie comme dispositif de fidélisation marchande stabilisée

Les données empiriques recueillies sur le marché de Kôkô montrent que la figure de la meilleure amie correspond à une position relationnelle intermédiaire et stabilisée dans la hiérarchisation des échanges marchands. Cette position repose sur un principe de fidélité commerciale durable, reconnu et reconduit dans le temps par les deux parties, sans formalisation écrite ni contractualisation explicite. Dans le témoignage qui suit, une cliente l'atteste,

« Même si ailleurs c'est moins cher parfois, je viens ici. Elle me connaît et je sais comment elle me sert. » (Acheteuse, 37 ans)

Ce discours illustre une fidélité marchande volontaire, fondée sur la recherche de stabilité et de prévisibilité des conditions d'échange plutôt que sur la maximisation ponctuelle du gain.

La relation de meilleure amie se construit à travers la récurrence des transactions et la constance de l'approvisionnement auprès de la même vendeuse, y compris dans les périodes de forte affluence ou de variation des

conditions de marché. Cette fidélité constitue une ressource centrale pour la vendeuse, lui assurant une prévisibilité des débouchés et une relative stabilité de la demande dans un environnement caractérisé par l'incertitude, la concurrence et la saturation spatiale du marché hebdomadaire.

Contrairement à la sœur de sang, la meilleure amie n'est pas systématiquement mobilisée dans les tâches logistiques lourdes liées à l'installation du marché. Son engagement relationnel se situe davantage dans la continuité des échanges et dans des formes de soutien ponctuel, limitées et négociables. Ces services peuvent inclure une assistance occasionnelle, une médiation dans certaines interactions ou un appui moral lors de situations de tension, sans constituer une obligation structurelle.

En contrepartie de cette fidélité, la meilleure amie bénéficie d'avantages économiques différenciés, matérialisés par des rabais récurrents et par l'octroi d'un gouassou d'ampleur intermédiaire. Ces avantages, bien que moins importants que ceux accordés à la sœur de sang, sont relativement stables et socialement reconnus, contribuant à renforcer la relation dans la durée. Une vendeuse en témoigne,

« Elle revient toujours chez moi. Ce n'est pas ma sœur, mais je fais un effort pour elle. » (Vendeuse, 44 ans)

Le propos de la vendeuse révèle une reconnaissance relationnelle intermédiaire, où la fidélité régulière justifie des avantages économiques modérés sans engager des obligations sociales intensives.

La position de meilleure amie se caractérise ainsi par un équilibre relatif entre engagement et autonomie. L'acheteuse conserve une marge de manœuvre dans ses pratiques d'approvisionnement, tout en acceptant les règles implicites de la fidélité. Cette relation apparaît comme un dispositif informel de fidélisation marchande, assurant la sécurisation de l'activité économique sans recourir à des obligations sociales intensives.

3.4. L'amie simple comme forme minimale d'inscription relationnelle

Les données empiriques recueillies sur le marché de Kôkô montrent que la figure de l'amie simple correspond à une modalité minimale et faiblement institutionnalisée d'inscription relationnelle dans l'économie sociale du marché. Cette position se situe à l'interface entre intégration relationnelle et anonymat marchand, sans relever pleinement de l'une ou de l'autre. L'amie simple est identifiable et reconnue comme cliente familière, mais ne bénéficie pas d'un statut relationnel stabilisé ouvrant droit à des avantages systématiques.

La relation entre la vendeuse et l'amie simple repose principalement sur l'interaction transactionnelle immédiate, structurée par la négociation ponctuelle du prix. Les observations montrent que cette négociation constitue le principal vecteur de régulation de l'échange, en l'absence d'engagement durable ou d'obligations sociales explicites. L'amie simple peut obtenir des ajustements limités du prix ou un gouassou de faible ampleur, mais ces concessions

demeurent contingentes et fortement dépendantes des circonstances du marché.

« *On se connaît seulement au marché. Je peux acheter ailleurs aussi, donc je ne demande pas trop.* » (Acheteuse, 35 ans)

Ce verbatim traduit une inscription relationnelle faible mais assumée, dans laquelle l'acheteuse privilégie la flexibilité et l'autonomie au détriment de la sécurisation des avantages économiques.

Cette position se caractérise également par l'absence de mobilisation de l'acheteuse dans les tâches logistiques ou organisationnelles du marché. Contrairement à la sœur de sang ou, dans une moindre mesure, à la meilleure amie, l'amie simple n'est pas sollicitée pour la sécurisation des emplacements, le transport des marchandises ou l'installation des produits. Cette absence d'obligations confère à l'acheteuse une autonomie relative, lui permettant de circuler librement entre les étals et de comparer les offres.

Toutefois, cette autonomie s'accompagne d'une incertitude accrue quant aux conditions d'échange. En l'absence de mécanismes relationnels de sécurisation, l'amie simple est davantage exposée aux variations de prix, à la pression concurrentielle et à l'arbitraire marchand, en particulier lors du marché du mercredi marqué par une forte affluence.

« *Avec elle, on discute un peu le prix, mais ça dépend du jour*

et de la marchandise. » (Vendeuse, 45 ans)

Le propos souligne le caractère contingent et réversible des concessions accordées à l'amie simple, dépendantes des circonstances du marché plutôt que d'un lien durable

Ainsi, l'amie simple incarne une forme minimale d'intégration sociale, où l'inscription relationnelle reste fragile et réversible, et où l'échange marchand repose principalement sur des ajustements transactionnels plutôt que sur des engagements sociaux durables.

3.5. L'inconnue comme figure fonctionnelle de l'exclusion relationnelle

Les données empiriques recueillies sur le marché de Kôkô montrent que la figure de l'inconnue occupe une position structurante, bien que marginalisée, dans la hiérarchisation relationnelle qui organise les échanges marchands. L'inconnue désigne une acheteuse qui ne bénéficie d'aucune reconnaissance relationnelle stabilisée, soit en raison de l'absence de relations antérieures, soit en raison d'interactions passées marquées par la méfiance, la distance ou le conflit. Cette catégorie ne renvoie donc pas uniquement à l'absence de familiarité, mais à une non-inscription durable dans l'économie relationnelle du marché.

Cette position se traduit par des pratiques marchandes explicitement différenciées. Les observations montrent que l'inconnue se voit appliquer les conditions

d'échange les plus contraignantes : rigidité maximale du prix, refus de négociation, absence systématique de gouassou et, dans certains cas, refus pur et simple de vendre. Ces pratiques produisent une exclusion économique effective, qui limite l'accès aux biens ou en renchérit les conditions.

L'exclusion relationnelle apparaît particulièrement visible le mercredi, dans un contexte de forte affluence et de saturation de l'espace marchand. Dans ces conditions, la vendeuse opère une sélection active de la clientèle, mobilisant l'exclusion comme un outil ordinaire de régulation des flux et de gestion de la rareté spatiale et temporelle. L'inconnue devient ainsi une variable d'ajustement, absorbant les tensions liées à la concurrence et à la pression sur les ressources marchandes.

« Si je ne la connais pas, je ne baisse rien. Le mercredi, je n'ai pas le temps pour les inconnues. » (Vendeuse, 41 ans)

Ce discours montre que l'exclusion relationnelle constitue une règle pratique de gestion du temps et du risque, particulièrement mobilisée lors des périodes de forte affluence.

Les données indiquent toutefois que cette exclusion n'est pas nécessairement définitive. L'inconnue peut, par la répétition des interactions ou l'adoption de comportements jugés conformes aux attentes relationnelles, accéder progressivement à des positions plus intégrées. Néanmoins, en l'absence de tels processus, elle demeure durablement cantonnée à une position de marginalité relationnelle. Par

exemple, une dame qui a l'habitude de faire ses achats sur ce marché explique la procédure,

« Quand tu arrives pour la première fois, tu paies plein prix. Après seulement, on peut se rapprocher. » (Acheteuse, 38 ans)

Ce verbatim met en évidence le caractère progressif et conditionnel de l'intégration relationnelle, l'exclusion apparaissant comme une étape ordinaire de l'entrée dans le marché.

Ainsi, la figure de l'inconnue met en évidence que le marché de Kôkô ne fonctionne pas selon un principe d'accès universel, mais selon une logique d'inclusion sélective, où l'exclusion relationnelle constitue une composante fonctionnelle et routinisée de la régulation marchande.

3.6. Le gouassou comme dispositif relationnel de production différenciée du profit

Les données empiriques recueillies sur le marché de Kôkô montrent que la production du profit ne repose pas principalement sur une variation explicite du prix monétaire, mais sur un dispositif relationnel d'ajustement différencié des quantités, localement désigné sous le terme de gouassou. Cette pratique consiste à ajouter, sans contrepartie monétaire immédiate, une certaine quantité de produits vivriers à ceux déjà achetés, intégrant ainsi la marge économique dans la matérialité même de l'échange.

Le gouassou apparaît comme une institution informelle stabilisée, socialement reconnue par les actrices du marché et mobilisée de manière routinière dans les

transactions, en particulier lors du marché hebdomadaire du mercredi. Les observations montrent que son volume varie de façon systématique selon la position relationnelle occupée par l'acheteuse dans la hiérarchie du marché : il est quantitativement élevé pour la sœur de sang, intermédiaire pour la meilleure amie, limité pour l'amie simple et totalement absent dans les échanges avec l'inconnue. Cette régularité empirique indique que le gouassou constitue un mécanisme socialement codifié de différenciation économique, et non une largesse individuelle ou aléatoire.

« Le prix est le même pour toutes, mais ce que j'ajoute après dépend de la relation. » (Vendeuse, 40 ans)

Ce propos illustre clairement le déplacement du profit du prix vers la quantité, le gouassou permettant d'ajuster les marges sans modifier le prix affiché.

Le gouassou permet aux vendeuses de procéder à une objectivation discrète du profit, en déplaçant l'ajustement économique du registre visible et potentiellement conflictuel du prix vers celui, plus socialement acceptable, de la quantité. Cette modalité réduit les risques de contestation directe tout en maintenant une différenciation effective des marges selon les relations.

Par ailleurs, le gouassou fonctionne comme un marqueur public de reconnaissance relationnelle. Sa présence, son importance ou son absence signalent le statut de l'acheteuse dans l'espace marchand et contribuent à la stabilisation de la hiérarchie relationnelle observée. En ce sens, il ne se limite pas à une fonction économique, mais

participe activement à la production et à la reproduction des positions sociales au sein du marché. Une acheteuse qui s'en en félicite, confie :

« Quand tu es proche de la vendeuse, tu repars toujours avec plus que ce que tu as payé. » (Acheteuse, 36 ans)

Le verbatim révèle que le gouassou fonctionne comme un marqueur matériel de reconnaissance sociale, rendant visible la hiérarchie relationnelle dans l'acte d'échange.

Ainsi, le gouassou apparaît comme le lieu empirique central où s'articulent reconnaissance sociale, hiérarchisation relationnelle et production différenciée du profit, constituant un dispositif structurant du fonctionnement ordinaire du marché de Kôkô.

Le gouassou peut être interprété comme une technologie sociale du profit. Il opère un déplacement stratégique du calcul économique : la marge n'est plus visible dans le prix, mais incorporée dans la matérialité de l'échange. Cette invisibilisation protège la vendeuse de la critique morale tout en maintenant une différenciation effective des gains.

4. Discussion : Le profit comme construction sociale relationnelle dans une perspective comparative internationale

4.1. L'encastrement relationnel du profit : de Bouaké aux débats globaux

Les résultats observés sur le marché de Kôkô ne constituent pas une simple illustration locale de la thèse de l'encastrement formulée par Karl Polanyi (1944). Ils invitent à déplacer l'analyse vers une sociologie du profit encastéré. Si Polanyi a montré que les marchés sont historiquement et institutionnellement encastérés, les données de Bouaké suggèrent que la formation même du gain est relationnellement structurée.

Mark Granovetter (1985) a démontré que l'action économique est enchâssée dans des réseaux sociaux concrets. Toutefois, à Kôkô, les réseaux ne conditionnent pas seulement la confiance ou l'accès à l'information : ils organisent la différenciation matérielle du profit. La hiérarchisation relationnelle - sœur de sang, meilleure amie, amie simple, inconnue - fonctionne comme une institution informelle d'allocation différenciée des marges.

Cette structuration relationnelle doit être replacée dans le contexte urbain spécifique de Bouaké. Les travaux de Kouadio Raphaël Oura et Akissi Sandrine Yao (2024) sur les marchés vivriers matinaux à Bouaké montrent que la densité des flux, la pression spatiale et la saturation temporelle constituent des contraintes majeures pour les actrices du marché. Dans un environnement où l'intensité des transactions impose des arbitrages rapides, la relation

devient un principe d'organisation prioritaire. La hiérarchisation observée à Kôkô apparaît ainsi comme une réponse structurée aux contraintes urbaines mises en évidence par Oura et Yao.

Dans une perspective comparative internationale, cette dynamique n'est pas propre aux marchés africains. Dans les marchés occidentaux étudiés par Neil Fligstein (2001), les dispositifs institutionnels stabilisent également l'accès différencié aux opportunités économiques. Ce qui distingue Kôkô n'est pas l'existence d'une différenciation, mais son inscription explicite dans des catégories relationnelles socialement reconnues.

Ainsi, l'encastrement ne concerne pas seulement le marché ; il concerne la formation du profit lui-même.

4.2. Le gouassou : une technologie sociale de production et d'invisibilisation du profit

L'identification du gouassou comme mécanisme structurant de production du profit constitue l'un des apports majeurs de cette recherche. Contrairement aux modèles économiques centrés sur la variation du prix, le marché de Kôkô montre que le gain peut être déplacé vers la gestion différenciée des quantités.

Les travaux de Issiaka Koné (2013) sur le gouassou comme stratégie de vente et instrument de régulation sociale ont déjà souligné que cette pratique ne relève pas d'un geste aléatoire, mais d'un dispositif stabilisé d'ajustement transactionnel. Koné montre que le gouassou participe à la fidélisation de la clientèle et à la régulation des tensions marchandes. L'enquête à Kôkô prolonge cette

analyse en démontrant que le gouassou ne régule pas seulement la relation : il structure la différenciation effective des marges.

À la lumière de Thompson (1971), le gouassou peut être interprété comme un mécanisme d'anticipation de la critique morale. En évitant une hausse visible des prix, il neutralise le risque d'accusation d'abus. Scott (1976) montre que les acteurs privilégient la sécurité relationnelle ; le gouassou sécurise le lien tout en assurant la reproduction du profit.

Comparativement, les marchés occidentaux contemporains utilisent des dispositifs tels que promotions, bonus ou programmes de fidélité pour déplacer le gain vers des ajustements matériels. Le gouassou apparaît comme une forme localisée d'un phénomène global : la modulation relationnelle du profit par l'ajustement des quantités.

Les travaux de Lida Dali et Blé (2020) avaient montré que le prix affiché ne correspond pas toujours au prix réel. L'intégration des analyses de Koné (2013) permet ici de préciser que la quantité constitue le support matériel privilégié de cet écart.

Ainsi, le gouassou peut être conceptualisé comme une technologie sociale du profit, c'est-à-dire un dispositif par lequel le lien social est converti en marge économique tout en maintenant l'apparence d'une stabilité tarifaire.

4.3. Domination, dépendance et consentement dans un contexte urbain dense

La relation de sœur de sang révèle une asymétrie relationnelle qui peut être éclairée par la théorie de la domination symbolique de Pierre Bourdieu (1994 ; 1998).

Toutefois, les données empiriques montrent que cette asymétrie est vécue comme économiquement productive.

Les analyses de Oura et Yao (2024) sur la configuration des marchés vivriers matinaux à Bouaké mettent en évidence un environnement marqué par l'incertitude, la concurrence et la pression spatiale. Dans ce contexte, la sécurisation relationnelle devient une ressource stratégique. La dépendance consentie apparaît alors comme une stratégie rationnelle d'accès stable au profit.

Cette configuration rejoint les analyses de James C. Scott (1976 ; 1985) sur les stratégies de sécurisation dans les économies populaires. Elle confirme également les travaux d'Olivier de Sardan (1995 ; 2008) sur les normes pratiques africaines, où les asymétries peuvent être socialement légitimées.

La comparaison internationale montre que la dépendance relationnelle n'est pas une singularité culturelle. Dans de nombreux marchés du travail occidentaux ou asiatiques, les relations clientélares ou de patronage peuvent être acceptées parce qu'elles garantissent sécurité et continuité.

À Kôkô, la domination symbolique ne s'impose pas contre les actrices ; elle est intégrée comme condition d'accès au gain.

4.4. Pluralité des rationalités et ajustements stratégiques

Les figures de la meilleure amie et de l'amie simple confirment la pluralité des rationalités décrite par Max Weber (1922). La fidélité relationnelle observée à Kôkô peut

être comparée aux mécanismes de fidélisation étudiés dans les marchés occidentaux.

Granovetter (1985) montre que les acteurs ajustent leur degré d'encastrement. Les analyses de Oura et Yao (2024) renforcent cette lecture en montrant que la configuration spatiale des marchés de Bouaké impose des arbitrages constants entre autonomie et sécurisation relationnelle.

Ainsi, la pluralité des rationalités observée à Kôkô s'inscrit dans une dynamique globale des marchés urbains denses.

4.5. Inclusion, exclusion et régulation relationnelle

La figure de l'inconnue peut être mise en perspective avec Simmel (1908) et Elias & Scotson (1965). L'exclusion relationnelle observée à Kôkô constitue un mécanisme ordinaire de régulation des flux.

Les travaux de Oura et Yao (2024) montrent que la saturation temporelle des marchés vivriers matinaux à Bouaké renforce la nécessité de hiérarchiser les clientèles. L'exclusion devient une réponse fonctionnelle à la rareté du temps et de l'espace.

Comparativement, dans de nombreux marchés mondiaux, l'accès aux opportunités dépend également de l'appartenance aux réseaux. L'exclusion relationnelle apparaît ainsi comme un principe universel de régulation.

4.6. Contribution théorique consolidée

Cette recherche s'appuie sur un ensemble large de travaux en sociologie économique et en anthropologie du marché. Elle mobilise notamment les apports de Karl Polanyi (1944), Mark Granovetter (1985) et Neil Fligstein (2001) sur l'encastrement et la construction sociale des marchés. Elle dialogue également avec les analyses de Viviana Zelizer (1994 ; 2010) sur la différenciation sociale des transactions et avec celles d'Edward P. Thompson (1971) et de James C. Scott (1976 ; 1985) sur l'économie morale du gain.

La réflexion s'inscrit aussi dans la perspective critique de Pierre Bourdieu (1994 ; 1998), ainsi que dans les travaux fondateurs de Georg Simmel (1908) et de Norbert Elias et John Scotson (1965) sur les frontières sociales et l'exclusion. Elle prend en compte les recherches sur l'économie informelle en Afrique menées par Keith Hart (1973) et Kate Meagher (2010), ainsi que les analyses de Jean-Pierre Olivier de Sardan (1995 ; 2008) sur les normes pratiques.

Enfin, elle s'ancre dans les contributions ivoiriennes de Lida Dali et Blé (2020), d'Issiaka Koné (2013) et de Kouadio Raphaël Oura et Akissi Sandrine Yao (2024).

À partir de ce dialogue théorique, l'étude propose une reformulation du profit comme phénomène fondamentalement social et relationnel.

Premièrement, l'étude montre que l'encastrement ne concerne pas uniquement le marché en tant qu'institution, mais la formation même du profit. Si la sociologie économique a démontré que les échanges sont inséparables des relations sociales, l'enquête menée à Kôkô révèle que la distribution du gain est elle-même structurée par une hiérarchisation relationnelle stabilisée. Le profit apparaît ainsi comme une variable dépendante des positions occupées par les acteurs dans l'espace relationnel du marché.

Deuxièmement, cette recherche opère un déplacement analytique majeur en montrant que le profit ne se loge pas exclusivement dans le prix. À travers l'analyse du gouassou, déjà identifié par Koné (2013) comme dispositif de régulation sociale, il devient possible de conceptualiser la quantité comme support matériel stratégique du gain. Ce déplacement du prix vers la quantité permet d'éclairer des formes d'invisibilisation du profit qui échappent aux approches strictement monétaires. En ce sens, le profit est incorporé dans la matérialité des biens échangés et modulé selon la nature des relations, rejoignant et prolongeant les analyses de Zelizer sur la différenciation sociale des transactions.

Troisièmement, l'étude met en évidence que certaines asymétries économiques peuvent être consenties et stratégiquement investies. La relation de sœur de sang illustre une configuration où la dépendance productive est intériorisée comme condition d'accès à la sécurité économique. Cette observation prolonge la théorie de la domination symbolique de Bourdieu en montrant que l'acceptation de l'asymétrie peut relever d'un calcul

relationnel inscrit dans une économie morale de la stabilité, telle qu'analysée par Scott et Thompson.

Enfin, en situant le marché de Kôkô dans le contexte urbain spécifique de Bouaké, tel que décrit par Oura et Yao (2024), et dans la tradition des normes pratiques africaines étudiées par Olivier de Sardan, cette recherche montre que les dispositifs relationnels de production du profit ne constituent pas des survivances traditionnelles, mais des formes contemporaines de régulation économique adaptées à des environnements urbains denses et concurrentiels. Loin de représenter une singularité locale, le cas de Kôkô révèle, de manière particulièrement visible, des mécanismes qui traversent les marchés contemporains à l'échelle internationale : la différenciation relationnelle du gain, son incorporation matérielle et sa légitimation morale.

Ainsi, l'apport théorique de cette étude réside dans la proposition d'une sociologie interactionnelle du profit, attentive aux dispositifs concrets par lesquels le lien social est converti en avantage économique. En mettant au jour les mécanismes ordinaires de cette conversion, l'analyse contribue à renouveler les débats internationaux sur la formation du gain et à déplacer durablement la focale de la sociologie économique du marché vers une sociologie du profit relationnellement produit.

Conclusion

Cette recherche consacrée à la construction sociale du profit sur le marché local de Kôkô à Bouaké avait pour objectif d'analyser les mécanismes relationnels par lesquels le gain marchand est produit et distribué dans un contexte

urbain marqué par la densité des échanges et la prédominance de l'informalité. L'enquête empirique a permis de mettre en évidence une ossature analytique structurée autour de quatre mécanismes interdépendants.

Premièrement, l'étude a montré que la hiérarchisation relationnelle constitue le principe organisateur central du marché. Les catégories pratiques de sœur de sang, meilleure amie, amie simple et inconnue ne relèvent pas d'une simple familiarité interpersonnelle ; elles structurent concrètement les conditions d'accès aux ressources économiques. La relation sociale fonctionne ainsi comme une matrice distributive du profit.

Deuxièmement, l'analyse du gouassou a permis d'identifier le dispositif matériel par lequel cette différenciation relationnelle se traduit économiquement. En déplaçant le profit du registre visible du prix vers celui, plus discret, de la quantité, le gouassou apparaît comme une technologie sociale du gain. Il rend possible une modulation effective des marges tout en maintenant une apparente stabilité tarifaire, conciliant ainsi logique économique et exigence morale.

Troisièmement, l'étude a mis en lumière l'existence de formes de dépendance productive consentie. La relation de sœur de sang révèle que certaines asymétries économiques peuvent être intériorisées et stratégiquement investies lorsqu'elles garantissent stabilité et sécurité. La domination symbolique ne s'impose pas comme contrainte externe ; elle est intégrée comme condition d'accès durable au profit.

Quatrièmement, l'exclusion relationnelle de l'inconnue a été analysée comme un mécanisme ordinaire de régulation marchande. Loin de constituer une anomalie, l'exclusion apparaît comme un principe fonctionnel de gestion des flux, du temps et de la rareté dans un espace marchand saturé.

Sur le plan théorique, cette recherche contribue à renouveler la sociologie économique en proposant une conceptualisation du profit comme construction sociale relationnelle. Elle montre que le profit n'est pas seulement encadré dans des relations sociales ; il est produit par elles, incorporé dans des dispositifs matériels et distribué selon des hiérarchies stabilisées. En opérant un déplacement analytique du prix vers la quantité, l'étude ouvre une voie nouvelle pour l'analyse des mécanismes ordinaires de formation du gain.

La portée sociale de cette recherche est tout aussi significative. En mettant en évidence le rôle structurant des institutions informelles, elle invite à dépasser les représentations qui assimilent les marchés urbains africains à des espaces de désordre ou d'irrationalité. Le marché de Kôkô apparaît au contraire comme un ordre économique normé, doté de règles propres, historiquement et socialement construites. Comprendre ces mécanismes est essentiel pour toute politique publique visant la formalisation, la régulation ou la modernisation des marchés urbains, sous peine de méconnaître les logiques relationnelles qui en assurent la stabilité.

Enfin, cette étude ouvre des perspectives comparatives plus larges. En montrant que la différenciation

du profit peut s'opérer par des ajustements matériels et relationnels plutôt que par la seule variation monétaire, elle contribue aux débats internationaux sur la formation du gain dans les économies contemporaines. Le marché de Kôkô constitue ainsi un laboratoire empirique permettant de repenser la sociologie du profit à partir des interactions ordinaires, et non uniquement à partir des structures macroéconomiques.

En définitive, l'analyse du marché de Kôkô révèle que le profit n'est ni un simple surplus comptable ni une donnée purement technique. Il est un fait social total, produit à l'intersection de la relation, de la hiérarchie et de la norme. C'est à cette articulation que la présente recherche entend contribuer.

Bibliographie

BÂ Abdoulaye, 2018. *Marchés urbains et régulation informelle en Afrique de l'Ouest*, L'Harmattan, Paris.

BALLET Jérôme et LIDA Dali Serge, 2021. « COVID-19 en Côte d'Ivoire : la "figure sociale" de la maladie à Abidjan », in *Mondes en développement*, 2021/4, n°196, pp. 7-26.

BLÉ Sogo Jacques et LIDA Dali Serge, 2020. « Les imaginaires sociaux : une ressource sociale déterminante dans la formation du prix dans les marchés d'Adjamé, de Bingerville et de Cocovico-Angré (Abidjan-Côte d'Ivoire) », in *Revue Sociétés & Économies*, n°4, pp. 45-68.

BOURDIEU Pierre, 1994. *Raisons pratiques. Sur la théorie de l'action*, Seuil, Paris.

BOURDIEU Pierre, 1998. *La domination masculine*, Seuil, Paris.

BOURDIEU Pierre, CHAMBOREDON Jean-Claude et PASSERON Jean-Claude, 1968. *Le métier de sociologue*, Mouton, Paris.

BOURGUIGNON François et DIAGNE Souleymane Bachir, 2019. *Économie morale et développement en Afrique*, Karthala, Paris.

COULIBALY Mamadou, 2021. « Informalité marchande et hiérarchies sociales dans les marchés vivriers à Bamako », in *Revue Africaine de Sociologie*, Vol. 25, n°2, pp. 67-89.

DIARRA Aïssata, 2017. « Négociation des prix et logiques relationnelles dans les marchés de Dakar », in *Cahiers d'Études Africaines*, n°227, pp. 543-562.

ELIAS Norbert et SCOTSON John Leonard, 1965. *The Established and the Outsiders*, Frank Cass, Londres.

FLIGSTEIN Neil, 2001. *The Architecture of Markets. An Economic Sociology of Twenty-First-Century Capitalist Societies*, Princeton University Press, Princeton.

GRANOVETTER Mark, 1985. « Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness », in *American Journal of Sociology*, Vol. 91, n°3, pp. 481-510.

HART Keith, 1973. « Informal Income Opportunities and Urban Employment in Ghana », in *Journal of Modern African Studies*, Vol. 11, n°1, pp. 61-89.

KABOU Axel, 2016. *Commerce vivrier et dynamiques sociales en Afrique urbaine*, Presses Universitaires d'Afrique, Yaoundé.

KONÉ Issiaka, 2013. *Pratiques marchandes et mécanismes informels de régulation sur les marchés vivriers en Côte*

d'Ivoire, Thèse de doctorat en sociologie, Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan.

KOUASSI N'Guessan Jean-Baptiste, 2022. « Institutions informelles et organisation des marchés urbains en Côte d'Ivoire », in *Revue Ivoirienne de Sociologie*, n°15, pp. 33-58.

MBEMBE Achille, 2016. *Politiques de l'inimitié*, La Découverte, Paris.

MEAGHER Kate, 2010. *Identity Economics. Social Networks and the Informal Economy in Nigeria*, James Currey, Woodbridge.

MEAGHER Kate, 2016. « The Scramble for Africa's Informal Economy », in *Journal of Modern African Studies*, Vol. 54, n°2, pp. 215-240.

NDAO Moustapha, 2020. *Économie populaire et régulation sociale dans les marchés ouest-africains*, Codesria, Dakar.

OLIVIER DE SARDAN Jean-Pierre, 1995. *Anthropologie et développement. Essai en socio-anthropologie du changement social*, Karthala, Paris.

OLIVIER DE SARDAN Jean-Pierre, 2008. *La rigueur du qualitatif. Les contraintes empiriques de l'interprétation socio-anthropologique*, Academia-Bruylant, Louvain-la-Neuve.

OURA Kouadio Raphaël et YAO Akissi Sandrine, 2024. « Dynamiques relationnelles et organisation des marchés vivriers matinaux à Bouaké », in *Revue Ivoirienne de Sociologie et d'Économie*, n°12, pp. 45-68.

POLANYI Karl, 1944. *The Great Transformation. The Political and Economic Origins of Our Time*, Rinehart & Company, New York.

SCOTT James Charles, 1976. *The Moral Economy of the Peasant. Rebellion and Subsistence in Southeast Asia*, Yale University Press, New Haven.

SCOTT James Charles, 1985. *Weapons of the Weak. Everyday Forms of Peasant Resistance*, Yale University Press, New Haven.

SIMMEL Georg, 1908. *Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung*, Duncker & Humblot, Leipzig.

THOMPSON Edward Palmer, 1971. « The Moral Economy of the English Crowd in the Eighteenth Century », in *Past & Present*, n°50, pp. 76-136.

TRAORÉ Fatoumata, 2023. « Transactions sociales et construction du prix dans les marchés informels de Ouagadougou », in *Afrique Contemporaine*, n°276, pp. 101-120.

WEBER Max, 1922. *Économie et société*, Plon, Paris.

ZELIZER Viviana Ann, 1994. *The Social Meaning of Money*, Basic Books, New York.

ZELIZER Viviana Ann, 2010. *Economic Lives. How Culture Shapes the Economy*, Princeton University Press, Princeton.