

« Tout ce qui reste en dehors du marché n'a qu'une valeur d'usage, tout ce qui en franchit la porte étroite acquiert une valeur d'échange. »
Fernand Braudel, *La Dynamique du capitalisme*, 1985.

Didactique de la valeur

Le terme de « valeur » est d'usage courant, mais comment, partant du sens commun, construire les significations scientifiques de ce concept ? La démarche didactique exposée ici cerne les obstacles à la construction des significations et propose des moyens de les surmonter.

Auteurs
Hervé Kéradec et Jean-Pierre Testenoire
Agrévés d'économie et gestion

La valeur est un vaste concept dont l'enseignement n'est pas aisé. Le terme de valeur est couramment utilisé dans la vie quotidienne, il est saturé de sens comme le dit Lev S. Vygotski (1935), mais la construction de ses significations scientifiques s'avère problématique. Nous explorerons d'abord son sens commun, puis ses significations scientifiques dans les différents champs disciplinaires où il apparaît – en philosophie, en économie, en sciences de gestion, en particulier en finance, en mercatique et en théorie des organisations. L'interrogation sur la manière d'enseigner ce concept fait émerger les obstacles didactiques et conduit à identifier des voies de franchissement, nécessaires à la construction d'une trame conceptuelle simple et solide¹.

La valeur au sens commun

Comment utilisons-nous le mot « valeur » dans la langue commune ? Il s'agit de nous détourner temporairement des significations scientifiques. La consultation des dictionnaires généralistes permet de capturer le sens commun du terme. Nous compléterons cette analyse par la source internet devenue dominante : l'encyclopédie collaborative Wikipédia.

La valeur dans les dictionnaires généralistes

À l'entrée « Valeur » Le Larousse propose : « Ce que vaut un objet susceptible d'être échangé, vendu, et, en particulier, son prix en argent² », cette définition, à la limite de la tau-

¹ > L'analyse de ce concept met en œuvre une méthodologie déjà exposée dans le cadre d'une recherche sur le concept de décision visant à mettre au jour le travail de didactisation à cerner les obstacles à la construction de la trame conceptuelle : H. Kéradec, *Épistémologie et didactique de la gestion : le cas du concept de décision*, Paris, Conservatoire national des arts métiers, 2012, consultable en ligne.

² > Dictionnaire Larousse en ligne, entrée « Valeur » consultée le 15 juin 2016.

tologie, renvoie d'emblée à l'économie. L'acception suivante évoque : « Équivalent d'une quantité ; mesure conventionnelle attachée à quelque chose, à un symbole, à un signe. » La valeur est comprise ici comme étalon, comme signification d'une grandeur, au sens de la valeur d'une figure dans un jeu de carte. Le troisième sens évoqué est celui de la bravoure : « Ce par quoi quelqu'un est digne d'estime sur le plan moral, intellectuel, professionnel, etc. » ; cette acception mélange l'éthique, l'esprit et la compétence.

Le Robert, à l'entrée « Valeur », commence par une acception proche de l'étymologie : « Ce en quoi une personne est digne d'estime [...], mérite [...], bravoure³... »

Le deuxième sens est plus économique : « Caractère mesurable d'un objet en tant que susceptible d'être échangé, d'être désiré. » Cette acception conduit

à des développements économiques sur le prix, la valeur d'usage et la valeur d'échange, puis les valeurs mobilières. Le troisième sens se rapporte à « l'objet du jugement que l'on porte sur les choses », et renvoie à la notion de jugement de valeur.

Le Trésor de la langue française informatisé (TLFI)⁴ conforte la domination du sens économique, il développe très largement le « caractère mesurable prêté à un objet en fonction de sa capacité à être échangé ou vendu ; prix correspondant à l'estimation faite d'un objet », et en explore les différents sens techniques, économiques, financiers. Le TLFI, spécialiste de l'histoire de la langue, rappelle l'étymologie du mot valeur qui renvoie au bas latin *valor*, vers 1100, signifiant « bravoure, vaillance », et

3 > Dictionnaire Le Petit Robert de la langue française, édition 1988.

4 > Trésor de la langue française informatisée, entrée « Valeur » consultée le 12 juin 2016.

du latin classique *valere*, « valoir » ; sens dont on s'est largement éloigné à l'époque contemporaine, sans qu'il soit totalement perdu.

Cette analyse montre que le sens économique du terme valeur en est devenu le sens commun, à la suite des glissements de sens successifs depuis le Moyen Âge⁵.

Les autres sens de Wikipédia

L'analyse de la page de synthèse de Wikipédia du terme « Valeur » montre l'extension du concept et répertorie les principales significations dans les disciplines suivantes : art, linguistique, écologie/environnement, philosophie, sciences économiques, sciences exactes (mathématiques, statistiques, informatique), sciences sociales. Cet inventaire constitue une sorte de thésaurus renvoyant à autant d'articles de l'encyclopédie collaborative⁶.

Le terme de valeur est donc passé de la bravoure et de la puissance de l'action des hommes à une acception économique triomphante, ce qui pose un problème didactique de fond. Il importe donc d'en clarifier les principaux sens scientifiques.

Brève histoire de la valeur dans les champs disciplinaires

L'examen des multiples significations du concept de valeur conduit d'abord à dater le plus précisément possible l'émergence d'une nouvelle signification puis à repérer son attachement à un espace disciplinaire

5 > Il serait intéressant de montrer en quoi, l'épistémè contemporaine (pour reprendre le concept de M. Foucault) donne une grande place à une langue économique vulgarisée et au lexique gestionnaire de plus en plus présent – envahissant pour certains.

6 > Le sens économique du terme valeur gagne la palme de la polysémie renvoyant, à elle seule, à vingt-neuf significations approfondies conduisant le plus souvent à d'autres entrées spécifiques.

clairement identifié. Nous retiendrons, très sommairement, les principaux usages du concept en philosophie et en sciences humaines, avant de développer ses significations en économie, puis en gestion.

Philosophie et sciences humaines

On s'accorde généralement à faire remonter l'idée de valeur à Xénophon (vers 362 av. J.-C.) et surtout à Aristote (*Éthique à Nicomaque*, vers 350 av. J.-C.). Ce dernier soulève la question de la valeur dans une problématique de l'échange, des besoins, et de leur mesure. Plus généralement, pour les philosophes grecs, il n'y a pas de lien entre le prix d'une chose et son utilité, pas plus qu'entre le prix d'une chose et sa rareté. C'est le besoin qui détermine la valeur du bien échangé, sans considérer la relation entre le producteur et le produit⁷, ni l'effort – non réductible à la notion de travail au sens contemporain – nécessaire pour produire un bien.

L'émergence de la notion de valeur est liée aux écrits de Thomas d'Aquin (*Somme théologique* et *Somme contre les gentils*, vers 1266) et aux réflexions d'Albert le Grand (1270). Au XIII^e siècle, la notion de travail change de nature. Ce n'est plus un effort, ou une pratique telle que conçue par les Grecs, mais une activité qui permet d'assurer la subsistance. Le travail est nécessaire et n'a de valeur que par les fruits qu'il apporte. Dans la lignée des philosophes grecs, le prix ne résulte pas de la rareté, de l'utilité ou du travail ; le « juste prix » résulte d'une négociation entre deux parties lors d'un échange⁸. Ce rapport de force pacifié entre acheteur et vendeur est fondé sur leur statut social. La formu-

7 > Voir le blog de Paul Jorion : www.pauljorion.com.

8 > S. Frémeaux et C. Noël-Lemaître, « Qu'est-ce qu'une juste rémunération ? Ce que nous enseigne la conception du juste salaire de Thomas d'Aquin », *Management & Avenir*, n° 48, octobre 2011, p. 76-93.

lation moderne du concept de valeur ne s'effectuera qu'au XVIII^e siècle avec Adam Smith notamment.

C'est d'ailleurs ce que confirme A. Lalande dans son *Vocabulaire technique et critique de la philosophie* à l'article « Valeur⁹ » qu'il centre très largement sur les sens économiques : « Valeur est, dans toutes ses acceptations, un mot de la langue courante. Mais le premier usage technique qui en a été fait (les mathématiques mises à part) est celui de l'économie politique. C'est de là qu'il a été transporté à la langue philosophique contemporaine où il s'est substitué dans un grand nombre d'usages à l'ancienne expression de *Bien*. Nietzsche a beaucoup contribué à cette diffusion¹⁰. » F. Nietzsche annonce un retournement de toutes les valeurs, inscrivant clairement le concept dans le champ de l'éthique, qui prédominera ensuite dans les sciences humaines et en particulier en sociologie. H. Mendras, dans son *Traité de sociologie* (1975), associe le terme de valeurs (toujours au pluriel) à la régulation sociale, aux normes et aux rites dans la société globale et au sein des organisations.

La valeur pour les économistes classiques

Le concept moderne de valeur apparaît en économie avec l'école classique (A. Smith, D. Ricardo, J. S. Mill et J.-B. Say notamment) qui distingue valeur d'usage et valeur d'échange, et définit la valeur économique d'un bien par sa valeur d'échange : « Il s'agit maintenant d'examiner quelles sont les règles que les hommes observent naturellement, en échangeant les marchandises l'une contre l'autre, ou contre de l'argent. Ces règles déterminent ce qu'on peut appeler la valeur relative ou échangeable des marchandises¹¹. »

9 > A. Lalande, *Vocabulaire technique et critique de la philosophie*, Paris, PUF, 9^e éd., 1962, p. 1182.

10 > *Ibid.*, p. 1184.

11 > A. Smith, *Essai sur la richesse des nations*, 1776.

Mais le mot valeur y prend deux significations différentes. « Quelquefois il signifie l'utilité d'un objet particulier, et quelquefois il signifie la faculté que donne la possession de cet objet d'acheter d'autres marchandises. On peut appeler l'une valeur en usage, et l'autre valeur en échange¹². » Ainsi la valeur d'un bien peut désigner l'utilité d'un objet particulier, mais aussi la possibilité d'échanger cet objet contre un autre. La distinction entre ces deux faces de la valeur est illustrée par le paradoxe de l'eau et du diamant énoncé par A. Smith : « Il n'y a rien de plus utile que l'eau, mais elle ne peut presque rien acheter ; à peine y a-t-il moyen de rien avoir en échange. Un diamant, au contraire, n'a presque aucune valeur quant à l'usage, mais on trouvera fréquemment à l'échanger contre une très grande quantité d'autres marchandises. »

Dans le prolongement de D. Ricardo¹³, K. Marx considère que la valeur des biens correspond au temps de travail moyen nécessaire à leur fabrication (temps de « travail mort » et de « travail vivant ») : « En tant que valeurs, toutes les marchandises ne sont que du travail humain cristallisé¹⁴. »

En résumé, la valeur d'un bien est liée à la quantité de travail (« commandé » pour A. Smith, « incorporé » pour D. Ricardo, « social » ou abstrait pour K. Marx) qu'il contient. Cette quantité peut être mesurée objectivement. C'est la « valeur-travail » qui dépend de l'offre.

La valeur pour les marginalistes

Au trois-quarts du XIX^e siècle, sous la double influence du courant

12 > *Ibid.*

13 > D. Ricardo, *Principes de l'économie politique et de l'impôt*, 1817. « En tant qu'elles possèdent une utilité, les marchandises tirent leur valeur d'échange de deux sources : leur rareté et la quantité de travail nécessaire pour les obtenir. »

14 > K. Marx, *Le Capital*, livre I 1-3, 1867.

scientiste¹⁵, de la généralisation de la révolution industrielle et en réaction à la pensée socialiste (K. Marx), l'école néoclassique (W. S. Jevons, C. Menger et L. Walras notamment) renverse l'origine de la valeur en privilégiant le rôle de la demande. La valeur d'un bien repose sur l'utilité marginale ou utilité de la dernière unité consommée d'un bien. Ainsi les facteurs de production doivent être rémunérés (en situation de concurrence) à leurs productivités marginales. Alors que les classiques expliquent la valeur d'un bien comme la quantité de travail nécessaire pour le produire (valeur-travail), les marginalistes l'expliquent par l'utilité marginale de ce bien, consacrant ainsi le passage d'une théorie objective de la valeur à une théorie subjective de la valeur. Dans ce cadre, la valeur d'usage est liée à la valeur d'échange. En reprenant le paradoxe de l'eau et du diamant, l'eau a une utilité totale supérieure, mais elle a une utilité marginale très faible – son utilité marginale décroît, parce qu'elle est abondante et qu'on en est vite rassasié.

En résumé, la valeur d'un bien est liée à l'utilité de la dernière unité du bien consommé. Cette utilité elle-même dépend de la rareté et des goûts subjectifs des individus. Le prix de marché donne la valeur des choses¹⁶. C'est la « valeur-utilité » qui dépend de la demande.

La valeur en gestion : finance, mercatique, éthique

La problématique de la valeur en gestion comptable est dominée par l'impératif de quantification monétaire de la valeur des biens, pour les faire apparaître au bilan de l'entreprise. La théorie de la juste valeur – *fair value* – et les règles de

15 > « La valeur d'échange est une grandeur. Elle relève des mathématiques. Donc, l'économie politique pure, ou la théorie de la valeur d'échange et de l'échange [...] est, comme la mécanique, comme l'hydraulique, une science physico-mathématique. » (L. Walras)

16 > Cf. G. Debreu, *Théorie de la valeur*, 1959.

construction du bilan de l'entreprise donnent une signification précise au concept. La détermination de la valeur d'un bien – qui figurera dans les documents comptables que l'entreprise doit légalement produire – est d'une grande importance en termes d'impacts fiscal et boursier, la valeur boursière étant liée à la communication financière de l'entreprise et aux perspectives estimées de création de valeur au sens finan-

La valeur est un concept quotidien, saturé de sens

cier. La notion de « valeur ajoutée », résultant d'une construction comptable spécifique, est définie par l'Insee comme « le solde du compte de production, égale à la valeur de la production diminuée de la consommation intermédiaire ». Elle sert de base au calcul de la taxe à la valeur ajoutée, ressource importante du système fiscal français. Les acceptions comptable et financière conduisent donc à une définition fortement juridique et faiblement polysémique du concept. De même, le contrôle de gestion, avec les notions de comptabilité à base d'activité et de coût cible et le management avec la chaîne de valeur de M. Porter produisent leur propre signification de la valeur, signification précise et clairement inscrite dans un cadre conceptuel qui préserve des flottements sémantiques.

En mercatique, la valeur est devenue un concept important de la discipline. Le traité de référence de Kotler, Dubois *et alii* recense dans son index thématique¹⁷ « la valeur à vie du client, la valeur boursière, la création de valeur, la valeur perçue, la valeur de la marque ». Un chapitre complet est consacré à « satisfaire et fidéliser le client grâce à la valeur » : « Il s'agit de faire du client la précoc-

upation centrale de l'entreprise. Cela suppose de les satisfaire à travers une réflexion sur la valeur et la qualité, afin d'intensifier la relation avec eux et de les fidéliser¹⁸. » La valeur délivrée au client y est déclinée en valeur globale, valeur du produit, valeur du service, valeur du personnel, valeur d'image. Les significations sont ici plus divergentes – et d'aucuns noteront moins rigoureuses – qu'en gestion comptable, attestant d'un espace conceptuel en construction.

L'éthique des organisations, qui pose centralement la question des valeurs de l'entreprise, est devenue une problématique forte depuis les années 1980, en particulier avec le développement de la responsabilité sociale des entreprises (RSE) et du développement durable (G. H. Brundtland, 1987). Les entreprises ont élaboré et diffusé des chartes de valeurs rappelant leurs engagements et la culture que l'entreprise veut promouvoir. Des auteurs comme M. Thévenet, G. Hofstede, P. d'Iribarne, S. Mercier se sont efforcés de clarifier le concept dans le droit fil des significations retenues par les sciences sociales.

Ces exemples attestent de la polysémie du concept dans ces différents champs des sciences de gestion. D'un point de vue scientifique, cette diversité sémantique ne pose pas de problème particulier, car chaque champ s'appropriant le concept s'efforce d'en stabiliser les significations. Il n'en est pas de même du point de vue didactique.

Les obstacles liés au concept de valeur et leur franchissement

Nous retiendrons quatre obstacles principaux liés à la didactisation du concept : celui du passage du sens aux significations, de sa polysémie,

de la confusion avec des concepts connexes, de son abstraction.

Le passage du sens à la signification

S'appuyant sur les catégories de Vygotski, il s'agit là d'un obstacle assez général aux enseignements d'économie et de gestion, les élèves ayant souvent une expérience de ce qu'on leur enseigne. Ils n'arrivent pas « *tabula rasa* » dans ces enseignements, ce qui oblige à interroger leurs représentations et leurs connaissances dans une phase de problématisation, au commencement de la séance de cours. La valeur est un concept quotidien, saturé de sens, tout un chacun sait intuitivement ce que « valeur » veut dire, car les choix quotidiens conduisent à distinguer ce qui vaut quelque chose – biens, idées, relations – et ce qui n'en « vaut rien ». La difficulté de la didactisation apparaît quand il faut s'éloigner d'un sens commun si prégnant pour construire des significations scientifiques.

Le franchissement de cet obstacle passe par la prise de conscience de la classe que le concept quotidien de valeur doit être dépassé pour construire des significations nouvelles et rattachées à des espaces disciplinaires définis. Cela nous conduit naturellement à l'obstacle des sens multiples.

La polysémie

Peu de concepts présentent une telle polysémie que celui de valeur, ce qui oblige les concepteurs de programmes officiels à opérer des choix, et aux professeurs à aider leurs élèves à en saisir les multiples significations. Ainsi dans le programme de science de gestion¹⁹, le terme apparaît à quatre reprises. La première question de gestion note en contexte et finalité que l'élève doit être en mesure de « repérer ce qui, dans les relations,

17 > P. Kotler, B. Dubois, K. L. Keller et D. Manceau, *Marketing Management*, Paris, Pearson éducation, 12^e éd., 2006, p. 879.

18 > *Ibid.*, p. 167.

19 > En classe de première sciences et technologies du management et de la gestion.

révèle la culture et les valeurs de l'organisation²⁰ ».

Le thème trois porte le titre « Gestion et création de valeur » et développe largement les différentes significations du concept : « Valeur sociale, création et répartition de la valeur ajoutée, taxe sur la valeur ajoutée ; valeur financière fondée sur le revenu (à partir du compte de résultat), fondée sur le patrimoine (à partir du bilan financier) ; valeur perçue : image de marque, notoriété, satisfaction, qualité. »

La valeur dans ce programme renvoie ici aux champs de l'éthique et de la culture de l'entreprise, de la responsabilité sociale de l'entreprise, de la comptabilité et de la finance, et de la mercatique. Ce programme est d'une grande richesse, mais doit conduire à une vigilance renforcée dans la construction de la trame conceptuelle.

Le franchissement de cet obstacle demande donc au professeur de rattacher clairement le concept de valeur à son champ d'appartenance. Il importe que l'enseignant signale clairement la valeur « au sens comptable, au sens mercatique... », afin que l'élève sache de quel concept il s'agit et n'en reste pas à un sens flou, en lieu et place d'une signification exacte attendue de lui. D'une manière générale, un concept scientifique doit être défini avec précision, rattaché à une école ou un auteur, relié au contexte économique et social de son émergence et à la problématique qui l'a généré.

La confusion avec des concepts connexes

Cet obstacle qui guette nombre d'enseignements d'économie et de gestion se traduit par un lexique flou, l'usage d'expressions erronées comme les médias en véhiculent souvent, ainsi entend-on parler de « prix

chers », au lieu de produits chers et de prix élevés. Le concept de valeur peut être aisément confondu avec celui de prix, de rareté, de cherté, de bien, de richesse.

Le franchissement de cet obstacle passe par l'exigence de précision du professeur dans l'usage des termes justes, dans la correction des prises de paroles pour s'éloigner du sens commun, des termes vagues utilisés à mauvais escient. La construction d'une culture scientifique passe donc par la construction permanente d'un réseau conceptuel mettant en relation féconde les nouvelles significations.

L'abstraction

La valeur n'est pas tangible. Le marché est tangible et le concept qui le désigne aisé à construire. Le recours à l'exemple du marché local – où les commerçants viennent proposer leurs produits, où les élèves font parfois des courses – permet d'introduire le concept beaucoup plus abstrait du marché au sens des économistes classiques comme « lieu de confrontation de l'offre et de la demande et de fixation des prix et des quantités échangées ». Tel n'est pas le cas de la valeur, concept d'emblée abstrait, dont on a une intuition mais qui demande un

réel effort de construction des significations. Ainsi est-ce le cas d'autres concepts de gestion comme ceux de système ou de structure.

Le franchissement de cet obstacle demande une attention particulière pour présenter les significations du concept et les arrimer à des exemples tangibles et parlants pour les élèves, et suppose – comme tout obstacle – une bonne connaissance de ses élèves, de leurs acquis, de leur culture, de leurs démarches cognitives ; pour reprendre une phrase de John Dewey : « Si je veux enseigner les mathématiques à Paul, je dois connaître Paul... et les mathématiques. »

La didactique de la valeur demande donc, comme toute didactique, une réelle assimilation des concepts à enseigner, une connaissance de leur histoire dans un champ de savoir, et parfois de leur glissement d'un champ à un autre – de l'économie à la mercatique, par exemple, comme c'est le cas pour la valeur. Ainsi le professeur retrouve-t-il la « saveur des savoirs » (Astolfi, 2008), en construisant une trame conceptuelle pleine de significations pour ses élèves, afin de mieux comprendre les organisations et leur permettre d'en devenir des acteurs conscients, responsables et efficaces. ●

> bibliographie

ASTOLFI J.-P., *La Saveur des savoirs : disciplines et plaisir d'apprendre*, Paris, ESF, 2008.

BACHELARD G., *La Formation de l'esprit scientifique*, Paris, Vrin, 1975 (1^{re} éd. 1938).

KOTLER P., DUBOIS B., KELLER K. L. et MANCEAU D., *Marketing Management*, Paris, Pearson éducation, 12^e éd., 2006.

LALANDE A., *Vocabulaire technique et critique de la philosophie*, Paris, PUF, 9^e éd., 1962.

MARX K., *Le Capital : critique de l'économie politique*, 1867.

MENDRAS H., *Éléments de sociologie*, Paris, Armand Colin, 1975.

MERCIER S., *L'Éthique dans les entreprises*, Paris, La découverte, 1999.

RICARDO D., *Principes de l'économie politique et de l'impôt*, 1817.

SMITH A., *Essai sur la richesse des nations*, 1776.

VYGOTSKI L. S., *Pensée et Langage*, trad. de F. Sève, Paris, La Dispute, 3^e éd., 1997 (1^{re} éd. 1934).

20 > Programme officiel de l'enseignement de sciences de gestion, Ministère de l'Éducation nationale, de la Jeunesse et de la Vie associative – Direction générale de l'enseignement scolaire.