

L'émergence de nouveaux marchés

Congrès de l'Association Française d'Histoire Économique

30-31 mars 2023, Lyon

Dans le cadre plus général de recherches sur la notion de marchés et le fonctionnement concret de ceux-ci, l'histoire économique s'est déjà penchée sur l'ouverture de nouveaux marchés, en explorant l'apparition de nouveaux produits, les conséquences des innovations techniques, en analysant l'évolution de la consommation, des transports, des modes de distribution – autant de facteurs qui ont permis l'éclosion et la conquête de nouveaux marchés.

La rencontre proposée pour le prochain congrès de l'AFHE, prévu les 30 et 31 mars 2023 à l'université Lyon 2, veut focaliser l'attention sur ce moment même de l'émergence, ses causes, ses manifestations et ses conséquences, sur le temps long, depuis l'antiquité jusqu'à nos jours.

Dans le sillage des réflexions déjà menées par les historiens sur les définitions de « marché et marchés », nous proposons d'étudier ce moment d'apparition au prisme de toutes les réalités que recouvre ce mot de marché : un lieu, concret et abstrait, d'échanges entre offre et demande d'un bien, ou d'un service, qui peut être organisé, officiel, libre, être parfois qualifié de « noir », ou présenter des « zones grises » ; un jeu d'acteurs entre les producteurs, les consommateurs et le régulateur qui encadre l'activité d'échange, donne les autorisations, fabrique les normes ; un débouché concernant des zones géographiques d'échelles variées ; une institution support de transactions...

Cette rencontre veut tirer le bilan, dans la longue durée, des nouveautés apportées par les recherches récentes dans ce domaine. Les questions auxquelles elle cherchera à répondre sont nombreuses. À partir de quels critères peut-on parler de « nouveau marché » ? Qu'entend-on par « ouverture » de nouveaux marchés ? Cela peut concerner la dimension géographique – des espaces nouvellement parcourus, un changement d'échelle, notamment le passage du local au global -, l'apparition d'un nouveau produit qui conquiert une nouvelle clientèle (comme la soie, le thé, les indiennes, l'automobile...), le changement de routes commerciales, ... concernant des marchés de nature variée (financier, du travail, agricole, industriel, artistique...). Quels sont les facteurs qui concourent ou non à cette ouverture ? La naissance d'un nouveau marché peut ainsi s'expliquer par une innovation technique, commerciale, financière, qui favorise la mise sur le marché d'un nouveau produit ; par l'ouverture de nouvelles routes d'échange et de circulation ou par les révolutions des transports ; par de nouvelles modalités de distribution (marchés ouverts ou couverts, boutiques, supermarchés, colportage, vente par correspondance) ; par l'évolution de la démographie, des niveaux de vie et des habitudes de consommation (goûts, modes, cultures). Elle peut aussi être le « fait du prince » : privatisation de biens publics, délivrance d'autorisations de mise sur le marché, réglementation douanière... Ou bien encore elle peut être liée au développement d'une philosophie économique qui favorise ou encadre en arrière-plan la dynamique (mercantilisme, libéralisme, protectionnisme...) ou à une stratégie de conquête géopolitique.

Autant de questions qui pourront être envisagées de manière générale, par l'analyse d'un moment particulier de rupture, tout comme en partant des acteurs des nouveaux marchés

(producteurs, consommateurs, marchands, régulateurs) et des modalités de leur action, de l'étude des changements dans les circulations, dans les infrastructures et les techniques, du rôle des innovations... en portant une attention particulière aux interactions de ces différents facteurs dans la chaîne de causalités qui président à l'émergence d'un nouveau marché ou qui font obstacle à ce processus. Vouloir étudier cette émergence comporte un paradoxe qu'il s'agit de dépasser : l'innovation implique souvent une situation de monopole, avec des profits que ses détenteurs cherchent d'abord à préserver avant que l'exclusivité ne leur soit contestée et que se mette en place un processus de construction tendant vers le marché, ce qui renvoie à la question de la fixation des prix et des normes. C'est bien ce moment de basculement, qui voit apparaître un nouveau marché, que l'on entend analyser. Le parti pris de la longue durée devrait permettre de croiser les points de vue, de dégager des continuités ou au contraire de souligner des spécificités dans ces phénomènes de rupture, au fil des âges. Dans un même souci comparatif, le champ géographique couvert par l'enquête ne se limitera pas à l'histoire européenne, les contributions pourront porter sur d'autres aires culturelles.

Conditions de soumission

Les propositions (3 000 signes maximum en fichier word ou pdf) doivent comporter un titre, une problématique explicite, une courte bibliographie et une brève notice biographique (fichier word ou pdf, 4 000 signes maximum dont 1000 signes maximum pour la notice biographique). Les propositions feront l'objet d'un processus d'expertise par les membres du comité d'organisation et du bureau de l'AFHE. Les propositions sont à envoyer à l'adresse suivante : AFHE.congres2023@gmail.com (en indiquant dans l'objet du message 'soumission congrès AFHE 2023') **avant le 28 février 2022**. Les communications, d'une durée de 20 minutes, pourront être présentées en français ou en anglais.

Prix de la meilleure communication jeune chercheur(e)

Le comité directeur récompensera la meilleure communication d'un ou d'une jeune chercheur(e) (i.e. en master ou en doctorat avec une soutenance prévue après le 31 mars 2022 au moment de la soumission) d'une valeur de 500 €.

Enfin, nous attirons votre attention sur le fait que les frais de transport et d'hébergement (hors déjeuners et dîners prévus au programme) restent à la charge des communicants qui auront été sélectionnés, mais que des subventions partielles peuvent être envisagées.

The emergence of new markets

AFHE 2023 Congress, Lyon, March 30-31, 2023

Economic history has already examined the opening of new markets in the perspective of more general research on the notion of markets and their concrete functioning. The exploration of the appearance of new products, technical innovations, and the evolution of consumption, transportation, and distribution modes contributed to our understanding of how new markets are created, conquered and maintained over time.

The next AFHE Congress aims to focus attention on this very moment of emergence, its causes, manifestations and consequences, from antiquity to the present day.

In the wake of the reflections already carried out by historians on the definitions of "market and markets", we propose to study this moment of emergence through the prism of all the realities covered by the word "market": a place, concrete and abstract, of exchange between supply and demand of a good or a service, which can be organized, official, free, or even "black", or in the "gray area"; a game between producers, consumers and the regulator who frames the activity of exchange, gives the authorizations, makes the standards; a commercial outlet concerning geographical areas of various scales; an institution supporting transactions...

This meeting aims to take stock, in the long term, of the novelties brought by recent research in this field. The questions it will try to answer are numerous. What are the criteria for defining a "new market"? What do we mean by "opening" new markets? This may concern the geographical dimension - newly traversed spaces, a change of scale such as the passage from the local to the global -, the appearance of a new product that conquers a new clientele (such as silk, tea, *indienne*, the automobile...), the change of trade routes, etc. concerning markets of various kinds (financial, labor, agricultural, industrial, artistic...). What are the factors that contribute or not to this opening? The birth of a new market can thus be explained by a technical, commercial or financial innovation, which favours the marketing of a new product; by the opening of new trade and circulation routes or thanks to the transport revolutions; by new distribution methods (open or covered markets, stores, supermarkets, peddling, mail order); by the evolution of demographics, standards of living and consumption habits (tastes, fashions, cultures). It can also be the "fait du prince": privatization of public goods, delivery of marketing authorizations, customs regulations... Or it can be linked to the development of an economic philosophy that favors or frames the dynamics in the background (mercantilism, liberalism, protectionism...) or to a strategy of geopolitical conquest.

All these questions can be considered in different ways. The papers can focus on the various factors involved in the chain of causalities that preside over the emergence of a new market, or that impede this process. It can be a particular moment of rupture, or the actors of the new markets (producers, consumers, merchants, regulators) and the modalities of their action, or the study of changes in circulation, in infrastructures and techniques, or the role of innovations... To study the emergence of new markets involves a paradox that must be overcome. Initially, innovation often implies a situation of monopoly, with profits that its holders first seek to preserve, which brings us back to the question of price setting and standards. It is only in a second phase that exclusivity is challenged and a process of construction tending towards the market is put in place. It is this moment of change, which sees the emergence of a new market, that we intend to question. The long-term approach should make it possible to cross the points of view, to identify continuities or, on the contrary, to underline specificities in these phenomena of rupture, over the ages. With the same concern for comparison, the geographical scope of the survey will not be limited to European history, and contributions may cover other cultural areas.

Conditions of submission

Proposals (must include a title, an explicit problematic, a short bibliography and a brief biographical note (word or pdf format, 4,000 characters maximum, including 1,000 characters

maximum for the biographical note). The proposals will be subject to an expertise process by the members of the AFHE steering committee.

Proposals should be sent to the following address AFHE.congres2023@gmail.com (with 'submission to AFHE 2023' as subject of the message) before February 28th, 2022.

The papers should last approximately 20 minutes and can be presented in French or in English.

Prize for the best young researcher paper

The steering committee of the French Association of Economic History will reward the best paper of a young researcher (i.e. in master or doctorate with a defense planned after March 31, 2022 at the time of submission) with a value of 500 €.

Finally, we would like to draw your attention to the fact that transportation and accommodation costs (excluding lunches and dinners provided for in the program) are the responsibility of the selected communicants, but can be partly subsidized depending on the case.