



Picsou : quelques remarques sur la
cupidité

Joëlle Zask,

Publié le 21-04-2017



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International
(CC BY-NC-SA 4.0)

Résumé

Il existe une passion vieille comme le monde et d'une actualité toujours brûlante : la cupidité que suscite l'argent. Considérée par les psychanalystes comme un équivalent du plaisir auto-érotique, elle se distingue de l'avarice, de la lubricité (cupiditas en latin, qui en est donc un faux ami), de la convoitise ou de l'avidité. Picsou, ce personnage qui se vautre dans son tas d'or et en tire une satisfaction indicible, en est l'illustration la plus populaire. Mais d'où provient la tolérance, voire l'affection, dont il bénéficie, lui et les autres grands cupides qui, sans investir ni consommer, parviennent à accumuler des trésors inimaginables ? Longtemps justifiée comme l'amorce bénéfique même du capitalisme, la cupidité n'en serait-elle pas au contraire l'accident mortel ?

Abstract

Everybody knows about a very old but a still very lively passion greed toward money. Considered as an equivalent of the auto-erotic pleasure, it has to be distinguished from stinginess, lubricity, lust, avidity. Uncle Scrooge, this famous character who loves to dive and to wade into his huge heap of gold, is a very popular illustration of what greed is. But, one may ask, where is sympathy toward him coming from? How come the great greedy people who succeed into grabbing some huge amount of money which are neither invested nor use for consumption are so easily tolerated today? Justified for a long time as the beneficial initiation of the capitalist economy, wouldn't greed be its more deadly accident?

Mots-clés: libéralisme, capitalisme, cupidité, passion, argent, théorie économique, Picsou

Keywords: liberalism, capitalism, greed, passion, money, economy, Picsou

Table des matières

Quelques chiffres de la cupidité	5
<i>Picsou</i> , ou <i>Scrooge MacDuck</i>	6
L'utilité sociale de la cupidité	8
Le cupide, un non-capitaliste	9
Le cupide n'est pas non plus un consommateur	12
Les consommateurs au service des cupides	14
Bibliographie	16

Picsou : quelques remarques sur la cupidité

Joëlle Zask

Il existe une passion vieille comme le monde et d'une actualité toujours brûlante : la cupidité. Ce « désir violent et immodéré de jouir ou de posséder », « de posséder toujours davantage et de souffrir de ne pas avoir assez¹ », est sans âge. Considérée par les psychanalystes comme un équivalent du plaisir auto-érotique de rétention anale, elle se distingue de l'avarice, de la lubricité (*cupiditas* en latin, qui en est donc un faux ami), de la convoitise ou de l'avidité. Anciennement, elle était associée aux nourritures, au pouvoir ou au sexe. On parlait de cupidité amoureuse, de cupidité des honneurs, de celle de la domination ou de celle de l'estomac. Aujourd'hui, elle est surtout celle de l'argent.

En raison de la tolérance dont cette passion excessive et insatiable bénéficie, et ce alors même que ses conséquences dramatiques en économie, éthique, santé, écologie, etc., nous sont relativement connues, et durement éprouvées par un nombre incalculable de gens, c'est d'elle qu'il va s'agir. Quelle est donc cette passion dévastatrice que pourtant nous acceptons assez bien, au plan individuel comme au plan social ? Quels sont ses effets ? Ici nous laisserons de côté l'analyse des mécanismes psychologiques dont elle est le produit², pour l'aborder dans les termes d'un piège dans lequel les sociétés modernes, les individus et le système du libéralisme économique se sont enfermés. Longtemps justifiée comme l'amorce même du capitalisme, la cupidité n'en serait-elle pas au contraire l'accident mortel ?

¹Pour une définition récente de la cupidité (*greed*), voir l'important dossier de Seuntjens et al. (2015).

²Sur cet aspect, voir par exemple le chapitre 4 dans Long (2008).

Quelques chiffres de la cupidité

Si la cupidité est un problème, ce n'est pas parce qu'elle existe, mais parce qu'un phénomène mondial veut que les comportements qui en relèvent ne rencontrent désormais plus aucun frein. Son universalité a souvent été remarquée. Depuis la crise de 2007-2008, de nombreux ouvrages sur le « *greed* » ont été publiés, surtout en anglais ; en revanche, il en est relativement peu question en français, sauf en vertu de traductions très libres telles *Le Triomphe de la cupidité*, 2010, offert comme l'équivalent du célèbre *Freefall : America, Free Markets, and the Sinking of the World Economy* de Joseph E. Stiglitz, ou *La course au luxe. L'économie de la cupidité et la psychologie du bonheur*, donné pour *Luxury Fever* de Robert Frank.

Mais plus généralement, et plus anciennement dans la littérature qui accordait à l'étude des passions humaines une place de choix, on la découvre à l'œuvre partout, sans cesse, de tout temps. Moralistes et psychologues l'ont identifiée et décrite, dans le but, sinon de la supprimer, du moins d'endiguer les conduites qui en dérivent. La perspective dégagée par Freud, Ferenczy ou Lacan est venue étayer la connaissance de son mécanisme tout en apportant de l'eau à un moulin qui fonctionne depuis longtemps grâce à quantité d'observateurs perspicaces tels Lucrèce, Aristote, Nicole, Mandeville, Smith, Simmel, etc. Voyons donc dans la cupidité un phénomène universel dont tout un chacun serait frappé à un degré plus ou moins grand — et à quoi chacun devrait apprendre à résister en partageant, en prenant conscience de l'utilité des autres pour lui-même, en calculant rationnellement son intérêt, en faisant œuvre commune.

Ces considérations permettent de comprendre ses excès mêmes, car le triomphe de la cupidité dont nous sommes les témoins, et peut-être les complices, serait impossible si nous n'étions pas tous peu ou prou cupides et, à ce titre, responsables des mécanismes qui conduisent à la libérer entièrement.

Si la cupidité existe au passé et au présent, à grande échelle comme à petite échelle, ses effets sont d'importance variable. Aujourd'hui, ils ont permis d'atteindre un niveau de concentration et de confiscation des richesses planétaires qui n'avait jamais existé auparavant. Les chiffres témoignent clairement du degré atteint : on apprend par exemple qu'il existe actuellement 1810 milliardaires se partageant 6 480 milliards de dollars ; selon le magazine *Forbes*, les 80 personnes les plus riches possèdent plus que les 50% les plus pauvres de

la planète, soit 3,5 milliards de personnes ; les 400 Américains les plus riches possèdent plus de richesses que les 150 millions d'Américains réunis ; 1% de la population détient la moitié de la richesse mondiale, 8% en possèdent 82% alors que 80% se contentent d'environ 5% ; l'Amérique du Nord et l'Europe en possèdent 70% ; quant aux ultra-fortunés, ils représentent une petite frange de 0,6% de la population qui détient plus de 39% du patrimoine mondial.

Les petits cupides, qui existent par millions, trouvent leur vérité dans les grands, qui finissent par les priver de tout. Aux États-Unis, la crise des *subprimes* en 2008 a déclenché quantité d'analyses qui, publiées sous forme d'articles ou de livres, témoignent à la fois de la puissance de la cupidité et des risques qu'elle fait courir à l'économie mondiale. Dénoncée par Joseph E. Stiglitz comme la cause même de cette crise dans son ouvrage déjà cité, la cupidité serait venue se loger au cœur des grandes sociétés financières et des établissements bancaires. Elle serait si débridée qu'elle pourrait provoquer, à terme, bien au-delà du monde financier, l'effondrement complet de nos sociétés, y compris de nos relations interpersonnelles.

Picsou, ou Scrooge MacDuck

Le comportement de base en cause est simple : le cupide est celui qui n'a de cesse d'augmenter sa fortune, recourant à tous les moyens pour y parvenir. Sa passion de possession et d'accumulation se cristallise sur l'argent. Il *désire* la richesse, mais aussi, variable aujourd'hui souvent négligée, il tire de la possession de la richesse un *plaisir* maximum : négligée en effet, car *greed* en anglais signifie également voracité, donc ingestion, ce que le mot cupidité n'implique pas. Jouir de sa possession suppose de la conserver en l'état.

Adam Smith a présenté une analyse de la cupidité sous ces deux formes, à la fois comme « désir d'enrichissement » et comme jouissance. Grâce à Simmel, nous savons la distinguer de l'avarice : « la cupidité et l'avarice, écrit-il, ne sont absolument pas des phénomènes concomitants, même s'ils partagent fondamentalement la même finalité absolue : l'argent (Simmel 2009, 138) ». L'avare, dont la passion est triste, résiste à la dépense de l'argent qu'il possède, tandis que le cupide en cherche toujours plus. Parfois, ces deux rôles s'incarnent dans un même personnage ; c'est le cas de Harpagon de Molière, à la fois un avare qui enterre ses pistoles, et un cupide qui recourt à tous les

moyens, notamment à l'usure et au négoce, pour augmenter toujours plus sa fortune.

Mais le personnage cupide le plus célèbre et le plus populaire est sans conteste Picsou, le canard qui se vautre dans son tas d'or, s'y enfouit, y fait des plongeon et en tire une satisfaction intense³. Dans le monde fictif de la bande dessinée et de Disney, c'est la créature la plus riche du monde.

L'histoire de ce Picsou est intéressante : son créateur américain Carl Barks le fait naître en 1947, sous le nom de Scrooge MacDuck. Ce nom lui vient d'un autre personnage, celui que Charles Dickens donna en 1843 au protagoniste de son *Conte de Noël*, Ebenezer Scrooge, un être cupide, cruel, méprisant, indifférent à l'égard de son employé qu'il exploite et terrorise sans scrupule, jusqu'à le priver, lui et son petit garçon malade, d'un prêt qui lui permettrait de célébrer dignement Noël. Dans le Conte, avant de recevoir la visite de l'esprit de Noël qui va lui faire réaliser la noirceur de son caractère et lui faire honte, Scrooge est l'archétype à la fois des inégalités économiques, des injustices sociales et de l'inhumanité, lui qui va jusqu'à dire que les pauvres sont des hommes de trop et feraient mieux de mourir.

Ceci est la version pessimiste et noire de la cupidité, perçue comme un vice majeur, voire une perversion. Cependant, historiquement la cupidité n'a pas toujours été condamnée. On a pu la considérer sinon comme une vertu, du moins comme un mal nécessaire. Elle a même été encouragée. C'est le cas de Carl Barks qui a une très bonne opinion de sa créature : si, selon lui, le cupide parvient à ses fins, c'est parce qu'il est stratégique, inlassable, déterminé et très intelligent. Le canard Picsou est un grand homme d'affaires et un immense chasseur de trésor. Sa détermination est telle qu'il ne recule devant aucun danger et se lance infatigablement dans des entreprises toujours nouvelles : « il est plus fort que les forts et plus malin que les malins » : “tougher than the toughies and smarter than the smarties”, déclare Barks.

En raison des services qu'elle rend et de son inscription dans ce que la nature humaine a finalement de meilleur en termes d'énergie, de changement et de développement, la cupidité n'est donc qu'un vice bien relatif. En 2003, Carl Barks récuse publiquement qu'elle soit condamnable : « On dit que les gens très riches comme les Vanderbilts ou les Rockefellers sont des pécheurs parce

³Traduit en français en 1949, il s'appelle Oncle Harpagon, puis Oncle Edgar en 1952, après quoi il devient Balthazar Picsou.

qu'ils accumulent des fortunes en exploitant les pauvres. Je pense que chacun a le droit de s'élever aussi haut qu'il peut ou qu'il veut, du moment qu'il ne tue personne. Une certaine exploitation d'autrui est inévitable dans la nature. Cela ne me gêne pas. » (Barks et Ault 2003)

L'utilité sociale de la cupidité

Carl Barks n'est pas le seul à justifier la cupidité. Un long cortège de penseurs, économistes, philosophes, sociologues, l'a précédé, justifiant la cupidité en raison des efforts économiques considérables qu'elle suscite chez les individus particuliers.

Au XVII^e siècle, c'était déjà le cas de Pierre Nicole qui pensait que la cupidité avait avantageusement « pris la place de la charité pour remplir ses besoins », ajoutant qu'« elle le fait d'une manière que l'on n'admire pas assez, et où la charité commune ne peut atteindre⁴ ». Il concluait : « Il n'y a donc rien dont on tire de plus grands services que de la cupidité même des hommes. » Quant à la finalité de tout l'appareil « admirable » de l'ordre social et politique, elle n'est pas de supprimer la cupidité, mais de réguler correctement ses conséquences.

Cette idée est récurrente au cours du siècle. Elle réapparaît avec les jansénistes français, avec Pierre de Boisguilbert, fidèle à l'esprit de ses maîtres de Port-Royal, puis avec certains calvinistes comme Bernard Mandeville. Ce dernier est connu pour avoir repéré l'utilité économique des vices d'argent, notamment de la cupidité, et affirmé dans sa *Fable des Abeilles* : « les vices privés font le bien public » ; « Les plus grandes canailles de toute la multitude / Ont contribué au bien commun. »

Quant à Adam Smith, le fondateur de la science économique et du libéralisme économique, il considère la cupidité comme le moteur même de l'économie. L'*homo economicus* est structurellement cupide. Il n'en a jamais assez. Il développe des trésors d'ingéniosité pour s'enrichir, prend des risques inouïs, s'engage à 100 % dans des activités possiblement lucratives. La soif d'argent est le matériau brut dont l'évolution et le progrès vont s'emparer et qu'ils vont transformer en civilisation.

⁴Voir *De la Grandeur*, 1^e partie, chapitre 6, dans Nicole (2016).

Depuis les « classiques », et malgré le constat des méfaits concrets dont elle est responsable, la cupidité, condamnée par certains, persiste à être considérée par de nombreux autres comme le ressort de l'économie et de l'œuvre civilisatrice⁵. Couplée à la poursuite infatigable des intérêts privés, elle est, contrairement à la compassion, au souci du bien-être d'autrui ou au partage, « la motivation humaine la plus noble » (Willams 2000). Certes le cupide agit sans aucun égard pour les besoins et le bien-être d'autrui, mais c'est en définitive pour la bonne cause, celle du développement économique, qui profite bien à tous.

Ainsi, le libéralisme économique qui a mené (entre autres) à l'émancipation des processus financiers et à leur emballement a été l'endossement théorique et la justification de la cupidité. Les célèbres théories de l'ordre spontané, du laisser-faire et de la main invisible, en passant par la doctrine de l'harmonie naturelle des intérêts humains, s'adosent toutes en effet peu ou prou à cette justification, qu'elle ait été manifeste ou implicite.

Le cupide, un non-capitaliste

Ceci étant, dans l'esprit des fondateurs de l'économie politique en forme de libéralisme entrepreneurial, cette justification ne vaut que si la cupidité se révèle effectivement, non un outil de pure jouissance individuelle, mais un moyen d'enrichissement collectif. Or rien n'est moins automatique. C'est à cet endroit que le scénario prévu change subrepticement de nature.

En premier lieu, au lieu de l'investisseur prévu, le cupide étend son empire ; l'individu qui « maximise » son profit dans le but d'investir, qui ne jouit pas, mais prépare l'avenir, est détrôné et neutralisé par le jouisseur de l'argent. Contrairement au capitaliste, le cupide considère l'argent comme une fin, non comme un moyen. Selon Simmel, il témoigne d'une attitude excessive par rapport à l'argent, celle qui apparaît quand « pour un individu, l'argent prend un caractère de fin ultime qui dépasse le niveau d'intensité conforme à la culture économique exprimée dans son milieu. » (Simmel 2009, 11)

En risquant une simplification (car ces personnages peuvent bien coïncider dans un même individu, tiraillé), le capitaliste est débouté : comme l'a montré Max Weber, ce dernier, fourmi et non cigale, ne tire aucun profit

⁵Par exemple, le mobile cupide reste pour Frederic Lordon l'une des manières de saisir la réalité du capitalisme. Voir Lordon (2002).

personnel de ses richesses ; il n'est ni dépensier ni thésaurisateur, mais investit sempiternellement ses deniers au fur et à mesure qu'ils rentrent dans sa caisse, et son capital au fur et à mesure qu'il grandit, dans des entreprises ou des produits financiers dont il prévoit qu'ils seront rentables. Champion de la circulation des richesses, c'est grâce à elle qu'il vaque à sa tâche. Il est peut-être avide, mais il n'est pas cupide au final. Ce qu'il possède, tels des titres de propriété, des lignes de crédits, des contrats et des avoirs dont la valeur est extrinsèque, dépendant d'investissements futurs possibles, est souvent plus virtuel et volatil que le tas d'or du cupide. Ce dernier ne rapporte strictement rien. Contrairement à ce qui fait le cœur même du capitalisme, l'argent amassé ne produit pas d'argent. Le tas d'or thésaurisé, caché, contemplé, perd le statut de capital financier patrimonial.

Ainsi en va-t-il de Picsou : d'un côté il est vrai que son désir de richesse le précipite dans un tourbillon d'activités ingénieuses et affûte son sens de l'entreprise, mais, de l'autre, il soustrait son tas d'or aux flux, aux échanges, à tout investissement comme à toute redistribution. L'argent et l'économie se séparent. Les analyses de Freud et Ferenczy, qui font de l'argent en tant qu'objet suscitant le plaisir des sens, dépourvu de toute valeur économique, le résultat d'un déplacement des fèces à un objet doté de leurs qualités inverses (il est sec, attirant, brillant et, c'est bien connu, sans odeur), permettent de comprendre la satisfaction auto-érotique qu'il procure⁶.

En outre, si le capitaliste acquis à la loi du marché rencontre dans la satisfaction d'autrui et le devoir de respect de ses besoins et droits légitimes, une limite et même, s'il est assez habile, une source de profit supplémentaire, si en effet, la poursuite de son intérêt n'est pas nécessairement incompatible avec le bien de tous, le cupide quant à lui n'a aucun égard pour autrui et ne peut tirer des limites qu'il lui impose qu'une frustration supplémentaire. À l'instar du libéralisme économique ou, autre exemple lointain, du système de la *kula*, une « culture économique », quelle qu'elle soit, n'est jamais purement économique, mais repose sur une forme ou une autre d'équilibre (si imparfait qu'il soit dans les faits) entre des aspirations, du commun et du particulier, des justifications publiques recevables pour le grand nombre et des opportunités de développement de soi. La cupidité vient perturber cet équilibre. Par définition pathologique, elle produit des dysfonctionnements d'autant plus grands que la puissance de rétention du cupide augmente.

⁶Voir par exemple Ferenczi (1970).

Une troisième différence mérite d'être signalée : le comportement du capitaliste libéral est celui d'un être rationnel qui combine « maximisation » et « self-interest ». Mais le cupide n'est clairement pas aussi rationnel que l'*homo economicus* que contemple la théorie libérale et capitaliste. Il est au contraire victime d'une passion dévorante, voire malade, prêt à tout, tiraillé entre la jouissance et la frustration, dépourvu de tout sens moral et du sens des règles communes qui sont la base de la société. Son intérêt personnel, dont le libéralisme fait son fer de lance, n'est pas même concerné. Le cupide n'agit pas en vue de son intérêt bien compris, mais en raison d'une disposition irrationnelle, en laquelle Merton voyait une forme d'« anomie », à hypostasier un moyen et à s'engager corps et âme dans le processus infini d'un désir sans but.

En définitive, le désir d'argent et de son accumulation sans lequel, peut-on s'autoriser à penser en accord avec les économistes, l'avènement d'une société fondée sur l'investissement des profits et le « développement » du caractère industriel ne serait pas au départ possible, ne se lie pas facilement à l'entreprise et à l'investissement et s'en révèle même un sérieux adversaire. La passion de cupidité, éventuellement utile à un moment donné, se révèle un frein à tout développement social, sans parler du bien commun auquel elle soustrait les conditions mêmes de sa constitution et de son maintien. Conçue comme un déclencheur, elle aurait dû logiquement refluer. Mais elle ne se laisse pas embrigader. Elle n'a que faire du calcul, de la prévision, de l'éthique, de la vie même. Loin d'être utile à la société, elle en est une des pathologies les plus graves.

Ainsi, le problème majeur dont souffrent les héritiers des doctrines du libéralisme économique est peut-être moins la croyance au « marché » et en la psychologie gagnant-perdant qui la fonde, que la sous-estimation des méfaits de la cupidité, que rien dans sa structure ne permet d'endiguer. Apprentis sorciers des passions humaines, du self-interest, du self-love, de la raison-calcul, du jeu, de la maximisation du profit, de la comparaison des prix, etc., les fondateurs du libéralisme économique et les structures mises en place depuis sous leur influence ont été débordés. Depuis la crise des subprimes, on en convient plus souvent : « laissé à lui-même et à la faiblesse humaine (appelons-la le vice), le marché est trop souvent désintégré par la cupidité (*greed*) et la corruption, comme le révèle le douloureux krach financier de Wall Street... Le gouvernement devrait encourager l'innovation ; mais il doit aussi contrôler la cupidité. » (Wallis 2017)

Le cupide n'est pas non plus un consommateur

Si le cupide en lequel les fondateurs du libéralisme avaient placé tant d'espoirs n'est pas un investisseur, il n'est pas non plus un consommateur : sa jouissance, on l'a dit, est celle de l'argent, non celle des biens que l'argent permet d'acquérir. Anticapitaliste au niveau de l'investissement, le cupide se révèle également tel au niveau de la consommation.

Par exemple, la cupidité n'a rien à voir avec le *goût du luxe* qui est la forme la plus élaborée de consommation. Certains économistes, à commencer par de Mandeville, ont confondu cupidité et luxe en faisant état de la propension des riches à participer à la consommation et, par cet intermédiaire, à l'industrie, aiguillonnés en cela par l'attrait des objets rares et le désir d'ostentation des biens possédés. Or pour l'amoureux du luxe, l'argent est encore un moyen ; sa fonction est d'acquérir des objets dont il fait des symboles de sa richesse, un marqueur social ou un fétiche. Entre quête d'une image de soi et usage public d'indicateurs de statut social (comme l'a montré par exemple Robert Frank dans son célèbre ouvrage *Luxury Fever*), les « signes extérieurs de richesse » restent dans le sein d'une économie générale, s'y rapportent et l'alimentent.

Mais il n'en va pas de même du cupide. De nombreuses études, dont les industriels du luxe sont souvent eux-mêmes les commanditaires, cherchant frénétiquement à obtenir quelques écus, montrent en effet qu'à l'exception peut-être de certains asiatiques, les super-riches cupides tendent à se détourner de la consommation : ils se « fichent des marques », méprisent les « signes extérieurs de richesse ». Picsou se pâme devant l'argent, non devant la richesse ou les biens. Il conserve précieusement la première pièce qu'il a gagnée, une dîme de 1875 qu'il a reçue en cirant les chaussures d'un cantonnier, et l'appelle précisément son fétiche. Éventuellement, ce que les cupides désirent, outre se vautrer dans l'or, c'est posséder quelque chose d'unique, vivre des expériences inoubliables telles des voyages dans l'espace, des bains chauds au sommet des montagnes les plus hautes, des voyages inouïs en jet privé, la possession d'œuvres d'art : « il s'agit moins d'accumuler des objets que de vivre des expériences enrichissantes » (Mellery-Pratt 2015). L'industrie du luxe se creuse les méninges pour satisfaire leur penchant à échapper à la condition humaine ordinaire. Plus soucieux d'« enrichir » leur individualité que de coller à tel ou tel statut social ou d'ingérer, les cupides enrichis s'autorisent des rêves de toute puissance et souhaitent accéder à l'immortalité ; ils financent

de coûteuses installations de congélation post-mortem, le clonage de leurs organes, le transhumanisme sous toutes ses formes. La mort est *has been*, leur promet-on.

En outre, à l'inverse de l'ostentation dans laquelle le luxe trouve une condition de son existence, la fortune du cupide, grande ou petite, est la plupart du temps cachée. C'est sous le matelas ou l'armoire, dans des valises et les malles, dans des coffres, dans des abris, à l'étranger, sous la mer, qu'on la trouve. En Europe, il existe environ 100000 personnes qui chaque année traquent les trésors enfouis, armés de leur détecteur de métaux.

Malgré sa dissimulation et notre immersion dans l'ère du numérique, le tas d'or conserve une grande réalité ; contrairement à ce que suggère Giddens (Giddens 1990, 25) en mettant en exergue le phénomène de l'argent désincarné dans les sociétés modernes, qui est celui de l'entrepreneur, l'argent matérialisé du cupide continue d'impressionner et d'exciter. Certes les formes de sa matérialisation varient, mais elles sont de nature à assurer en continu le spectacle des trésors et magots accumulés.

On en connaît l'existence via les médias lors de découvertes prodigieuses, telle celle des 100 kg d'or cachés dans les recoins d'une maison de Normandie en novembre 2016. On peut alors contempler avec autant de délectation que de stupeur les photographies très largement diffusées tantôt de monceaux de billets de banque, tantôt des piles de lingot ou de pièces d'or. On se rappelle par exemple les milliards en or enfouis par les Japonais pendant la Seconde Guerre Mondiale, l'affaire Karachi des porteurs de mallette, les neuf tonnes d'or découvertes dans un coffre de Hong Kong à la mort de Pinochet, les 1800 lingots d'or que la famille Ben Ali exfiltra clandestinement de Tunisie en passant tranquillement par la France, les 25 millions d'euros saisis en liquide par l'Espagne en juillet 2011, etc.

La publication devenue rituelle du montant des grandes fortunes privées est un autre exemple de l'existence publique du tas d'or. On l'a vu, elle est assurée par un lucratif secteur d'activité, dont il faudrait interroger la signification, qui consiste à publier, commenter, classer les plus grandes fortunes du monde. Que ces fortunes soient investies ou pas est ici sans importance, car seuls comptent leur montant et leur propension à devenir des tas d'or analogiques, des masses d'argent réifiées, matérialisées. Le palmarès des fortunes est ainsi régulièrement publié par le célèbre magazine *Forbes*. C'est aussi le cas de *Challenges* ou *Capital* en France qui publient régulièrement des classements. Wikipédia

rassemble tous ces résultats sous la forme d'une liste des milliardaires de la planète, de 2004 à aujourd'hui, chaque année ayant sa page. La page 2013 nous apprend que le mexicain Carlos Slim Helu possède 73 milliards et que le 10^e de la liste, Bernard Arnaud, n'en possède que 29.

Étant donné les inégalités abyssales en jeu, la faim et la misère grandissantes, les maladies guérissables non soignées, la masse des populations sacrifiées ou plus simplement oubliées, on pourrait s'attendre à ce que ces publications de montants qui défient l'imagination soient dotées d'une puissance critique, mais il n'en est rien. Le cupide trouve en chacun de nous un allié. Les discours voulant qu'on cesse de diaboliser les riches et l'argent restent recevables et crédibles. À l'instar du créateur de Picsou, on perçoit les super-riches comme les vainqueurs moralement acceptables d'une course dans laquelle tout le monde a les mêmes chances au départ. Au lieu d'exprimer la contestation, la critique, ou même un peu d'indignation, ces publications fascinent. Elles se font l'écho manifeste d'un plébiscite général du système de la cupidité et des symboles qui le présentent sous l'aspect de la seule jouissance.

Picsou, ce compagnon aimé des enfants, est doté d'une puissance corruptrice avérée. Ce sont ses adversaires, en particulier les vilains Rapetoux qui cherchent sempiternellement à le déposséder, qui sont les vrais ennemis de la société. Par rapport à ces pilleurs et ces voleurs, Picsou, lui qui, dans le premier épisode de ses aventures, fait venir son raté de neveu Donald pour mettre à l'épreuve son courage, est un modèle destiné à être imité. Certes sa passion de l'argent est si forte qu'aucune autre ne peut la contrebalancer, mais elle est justifiée par le déploiement des vertus qui ont été nécessaires pour la satisfaire. Ainsi en va-t-il de la cupidité en général : elle persiste et s'enfle en rencontrant si peu d'obstacles qu'aucune loi ne parvient à en enrayer l'influence.

Les consommateurs au service des cupides

En définitive, la cupidité jette sur nos sociétés une lumière particulière : elle débouche non sur une société se définissant par la production rentable de richesses en vue de l'investissement, de la dépense et de la consommation, mais sur une société dans laquelle le processus de consommation lui-même est subordonné à la rétention la plus absolue possible de l'argent.

Dans le système capitaliste, certaines règles sont respectées : les pourvoyeurs de travail productif ne sont pas exploités et aliénés au-delà de la limite qui leur permet de contribuer à l'écoulement des marchandises et à la consommation ; certains types de comportements publics sont pris en compte. Quant aux produits, ils sont destinés à perpétuer la consommation et à l'intensifier, ce qui implique une prise en compte de la psychologie du consommateur et, dans une certaine mesure, de la qualité des produits. En revanche, dans le système de la cupidité, toutes les limites sautent. À la logique capitaliste qui exploite le travail se substitue la logique cupide qui exploite la consommation, dont elle a besoin pour parvenir à ses fins, la constitution et l'accroissement du trésor. Derechef, tous les moyens sont bons pour faire consommer les masses. Le recours à une myriade de pratiques et de produits addictifs se révèle le plus efficace, de la mal bouffe aux drogues en passant par le tabac, l'alcool et les jeux vidéo. De là aussi les contrefaçons, les fausses marques et les faux médicaments dans lesquels on trouve parfois de l'arsenic, de la peinture de sol, du cirage ou de la craie.

La consommation, étayée par toute sorte de moyens, est encore plus dévoyée que dans le système classique de la marchandise : voler, mentir, extorquer, émettre des entités financières toxiques, empoisonner des populations entières, faire mourir d'épuisement les ouvriers, ruiner les gens, polluer l'eau et l'air, détruire les animaux et les plantes, rien n'est interdit au cupide — c'est tout l'intérêt du conte de Dickens de l'avoir montré.

Dans la mesure où sa finalité n'est la dépense ni sous la forme de l'investissement ni sous celle de la consommation, mais l'activité solitaire de la rétention et la jouissance de l'argent, le cupide, tel Ebenezer Scrooge, que personne ne salue jamais, se passe de la compagnie de tous et peut recourir aux moyens les plus cruels. Contrairement à l'acteur économique rationnel qui a besoin des autres et qui le sait, le cupide n'a besoin de personne. Les prémisses élémentaires de la sociabilité lui font défaut : « Mais qu'importait à Scrooge ? C'était là précisément ce qu'il voulait. Se faire un chemin solitaire le long des grands chemins de la vie fréquentés par la foule, en avertissant les passants par un écriteau qu'ils eussent à se tenir à distance⁷ ». Il est assisté en cela par sa misanthropie structurelle. Scrooge méprise les hommes, leur pauvreté et leur dépendance, qui est de leur fait. Il est normal qu'ils en payent les conséquences. Leur faiblesse est la preuve même de la pertinence de sa

⁷Voir « Le Spectre de Marley », premier couplet, dans Dickens (1857).

conduite; c'est pour ne pas être « comme eux » qu'il travaille, exploite et thésaurise.

Dans une société dont le régime dominant est celui de la cupidité, tous les rapports propres au capitalisme sont infléchis : l'individu était le moyen de la production ; il devient, par l'intermédiaire d'un formatage de son désir, d'une injonction à consommer et d'un conditionnement à se réjouir de consommer, le moyen de la consommation. Cette dernière se révèle le moyen de l'accumulation du capital qui est quant à lui le moyen de la constitution du trésor. En bref, il n'y a pas de place dans un régime de cupidité pour la prévision, la planification, l'évaluation des risques, la précaution – l'investissement. Ce qui importe n'est pas l'avenir, mais le présent. La cupidité, moteur originel du capitalisme dans sa phase d'accumulation, s'en sépare et pourrait bien le mettre en échec.

Bibliographie

Barks, Carl, et Donald Ault. 2003. *Carl Barks : conversations*. Conversations with comic artists. Jackson : University Press of Mississippi. <http://www.worldcat.org/title/carl-barks-conversations/oclc/50251924>.

Dickens, Charles. 1857. *Cantique de Noël*. Paris : Hachette.

Ferenczi, Sandor. 1970. *Ontogenèse de l'intérêt pour l'argent*. Payot. http://psycha.ru/fr/ferenczi/1914/ontogenese_argent.html.

Giddens, Anthony. 1990. *The Consequences of Modernity*. Stanford University Press. Stanford. <http://www.sup.org/books/title/?id=2664>.

Long, Susan. 2008. *The perverse organisation and its deadly sins*. London : Karnac.

Lordon, Frédéric. 2002. *La politique du capital*. Paris : Odile Jacob.

Mellery-Pratt, Robin. 2015. « Que peut-on vendre aux « ultra-riches » ? » *Le Monde.fr*, juin. http://www.lemonde.fr/m-mode-business-of-fashion/article/2015/06/03/que-peut-on-vendre-aux-ultra-riches_4646659_4497393.html.

Nicole, Pierre. 2016. *Essais de morale*. Paris : Les Belles Lettres. <https://www.lesbelleslettres.com/livre/2595-essais-de-morale>.

Seuntjens, Terri G., Marcel Zeelenberg, Seger M. Breugelmans, et Niels van

de Ven. 2015. « Defining greed ». *British Journal of Psychology* 106 (3) : 505-525. doi :10.1111/bjop.12100.

Simmel, Georg. 2009. *Philosophie de l'argent*. GF. Paris : Flammarion. https://www.puf.com/content/Philosophie_de_largent.

Wallis, Jim. 2017. « Greed in the Economy : It's the Morality, Sinner The Huffington Post ». *Huffington Post*. Consulté le avril 18. http://www.huffingtonpost.com/jim-wallis/greed-in-the-economy-its_b_127428.html.

Williams, Walter E. 2000. « Greed Versus Compassion ». *Foundation for Economic Education - Working for a free and prosperous world*. <https://fee.org/articles/greed-versus-compassion/>.