

## La moralité implicite du marché

Pierre-Yves Néron

Volume 5, numéro 1, printemps 2010

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1044411ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1044411ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Centre de recherche en éthique de l'Université de Montréal

ISSN

1718-9977 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Néron, P.-Y. (2010). La moralité implicite du marché. *Les ateliers de l'éthique / The Ethics Forum*, 5(1), 4-22. <https://doi.org/10.7202/1044411ar>

Résumé de l'article

Dans cet article, je mets en avant une approche de l'éthique du commerce centrée sur la notion de « moralité implicite du marché ». J'essaie d'identifier les grands traits de cette moralité implicite du marché en plus d'exposer les avantages d'adopter une telle approche pour penser les obligations des firmes. Pour ce faire, je tente, en m'inspirant de travaux récents de Joseph Heath, de mettre en lumière le rôle proprement normatif que peut jouer le concept de *défaillances des marchés* tel que développé dans la théorie économique. Je termine en examinant trois problèmes auxquels fait face l'approche proposée ici.

Tous droits réservés © Centre de recherche en éthique de l'Université de Montréal, 2010



Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter en ligne.

<https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/>

**é**rudit

Cet article est diffusé et préservé par Érudit.

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche.

<https://www.erudit.org/fr/>

## RÉSUMÉ

Dans cet article, je mets en avant une approche de l'éthique du commerce centrée sur la notion de « moralité implicite du marché ». J'essaie d'identifier les grands traits de cette moralité implicite du marché en plus d'exposer les avantages d'adopter une telle approche pour penser les obligations des firmes. Pour ce faire, je tente, en m'inspirant de travaux récents de Joseph Heath, de mettre en lumière le rôle proprement normatif que peut jouer le concept de *défaillances des marchés* tel que développé dans la théorie économique. Je termine en examinant trois problèmes auxquels fait face l'approche proposée ici.

## ABSTRACT

In this article, I put forward an approach to business ethics that focuses on the notion of “implicit morality of the market”. I therefore try to identify the main components of this implicit morality of the market and expose the advantages of taking such a stance to think about the obligations of firms. In order to do so, I try to shed some light, drawing on recent works by Joseph Heath, on the potential normative role of the concept of *market failures* as articulated in economic theory. I finish by examining three problems that this approach is facing.

## INTRODUCTION

Depuis une vingtaine d'années, l'analyse normative des pratiques et institutions du commerce est largement dominée par la théorie des «parties prenantes» (*stakeholders*), la plupart des travaux dans le domaine semblant s'en inspirer d'une manière ou une autre. Certains travaux récents viennent toutefois en ébranler les grandes orientations et principales thèses. Mon objectif dans cet article est de poursuivre dans cette veine critique en tentant de dessiner les grands traits d'une alternative à cette approche dominante, alternative qui se donne pour but de penser les problèmes éthiques qui surgissent dans le monde du commerce en se basant sur la notion de «moralité implicite du marché».

## AU-DELÀ DE LA THÉORIE DES PARTIES PRENANTES

Bien que la maximisation des profits des actionnaires soit perçue, notamment au sein d'une longue tradition d'économistes néo-classiques, comme étant un aspect essentiel de l'analyse des pratiques des grandes entreprises et de leurs dirigeants, c'est une approche qui n'a pas réussi à faire l'unanimité. Selon de nombreux théoriciens, activistes et autres observateurs, il y a de bonnes raisons de douter de sa pertinence et de sa légitimité comme *critère normatif* dans l'évaluation du travail des entreprises. Milton Friedman, par exemple, a très rarement suscité l'approbation avec son affirmation selon laquelle «la seule et unique responsabilité sociale de l'entreprise est d'augmenter ses profits»<sup>1</sup>. En fait, pour plusieurs, la maximisation du profit des actionnaires est le symbole de ce qui ne tourne pas rond avec le capitalisme contemporain.

C'est exactement ce type d'intuitions que cherche à thématiser la théorie des parties prenantes. De façon très générale, l'objectif de celle-ci est d'opposer, à un modèle centré sur la maximisation des profits des actionnaires, un modèle centré sur les intérêts d'une pluralité de groupes, les «parties prenantes». Ceux-ci sont généralement définis comme les «groupes affectés» par les activités de la firme. Les groupes habituellement inclus dans la liste des parties prenantes sont les actionnaires, bien sûr, mais aussi les employés, les consommateurs, les fournisseurs, les communautés locales, et les gouvernements<sup>2</sup>. L'idée de base des partisans de cette approche est que, plutôt que de prioriser les intérêts de ses actionnaires, l'entreprise devrait

répondre aux demandes de *l'ensemble de ses parties prenantes*<sup>3</sup>. Prenant acte de cette pluralité de groupes affectés par les activités de la firme, elle se propose d'attribuer à l'entreprise un nouveau mandat, peut-être plus «social» et non pas purement «économique», devenant ainsi le modèle théorique privilégié par les partisans de l'idée de «responsabilité sociale des entreprises».

L'idée de départ semble tellement porteuse qu'Edward Freeman, figure de proue du développement de la théorie, allait même jusqu'à qualifier de «capitalisme kantien» le modèle économique qu'elle sous-tend<sup>4</sup>. Il s'agirait en effet d'un modèle dans lequel les groupes de parties prenantes sont perçus non pas comme de simples moyens en vue d'une fin (économique), mais bien comme des fins en soi. Dans le capitalisme kantien, les droits de ces groupes sont pris au sérieux. Ils ont toujours préséance et ne sauraient être mis de côté au profit des buts et objectifs poursuivis par l'entreprise et ses dirigeants<sup>5</sup>.

On le devine, cette reconfiguration du rôle de l'entreprise au sein d'un «capitalisme kantien» va de pair avec une redéfinition du rôle du *dirigeant* d'entreprise. Celui-ci devrait pouvoir assumer, selon l'expression même de Freeman, des fonctions analogues à celles du «Roi Salomon» et ainsi mettre en balance et juger les différentes demandes et revendications de ces multiples groupes de façon à y répondre adéquatement<sup>6</sup>.

En mettant en suspens pour un instant l'examen de sa valeur théorique, il vaut la peine de noter un des aspects saillants du développement de la théorie des parties prenantes: son immense succès. Depuis que Freeman en a jeté les bases au début des années 80, celle-ci s'est imposée comme le modèle théorique dominant en éthique des affaires. Par exemple, la plupart des ouvrages sur le sujet qui sont utilisés dans les universités (notamment les écoles de commerce) ont recours à la théorie des parties prenantes comme principal cadre d'analyse. En fait, la «méthode» classique de l'enseignement en éthique des affaires semble bien souvent être la suivante: on y présente d'abord le modèle centré sur les actionnaires pour ensuite en montrer les nombreuses insuffisances et finalement y opposer un modèle plus «complet» et moralement supérieur, celui des parties prenantes.

La domination de cette théorie dans les textes discutant d'économie fait désormais l'objet de sérieuses remises en questions et on peut noter, dans la littérature récente, une certaine insatisfaction à son égard<sup>7</sup>. Si les sources en sont multiples, on peut tout de même dire

qu'une partie de cette insatisfaction tient au fait que l'approche des parties prenantes donne l'impression de reposer sur une conception somme toute assez restreinte de l'éthique des affaires. Le problème est qu'elle attire notre attention principalement sur les rôles et responsabilités des hauts dirigeants d'entreprises. C'est ce que John Boatright désignait, dans un important article, comme le *modèle du dirigeant éthique*<sup>8</sup>. Selon cette conception, largement répandue, une bonne théorie normative des pratiques du commerce devrait aider les dirigeants d'entreprises à développer une pratique et un discours éthique dans l'exercice quotidien de leur fonction.

Bien que cela ne soit évidemment pas problématique en soi, c'est une bonne illustration de la façon dont les tenants de cette théorie conçoivent *les buts et objectifs* de l'éthique du commerce. Il s'agit dans cette optique d'imaginer le portrait du dirigeant éthique, celui capable d'évoluer avec succès dans un environnement toujours plus exigeant, avec des demandes très diversifiées émanant de toute une gamme de groupes. Penser la « responsabilité » des entreprises consiste donc, dans cette optique, à penser et promouvoir ce modèle du dirigeant éthique<sup>9</sup>.

C'est d'ailleurs ce qu'exprime à merveille Kenneth Goodpaster dans sa description des divers stades du raisonnement moral en affaires. Selon lui, le stade ultime, le « stade 3 », est celui où les considérations éthiques ayant trait aux droits et à la dignité de tous les acteurs font partie intégrante du processus de prise de décisions. L'objectif de l'éthique des affaires, soutient Goodpaster, est d'amener les dirigeants à ce stade ultime<sup>10</sup>.

Sans surprise, cette conception correspond d'ailleurs plutôt bien avec l'idée que se font eux-mêmes les dirigeants d'entreprises de l'éthique dans les affaires. Lorsqu'ils sont interrogés sur le sujet, ceux-ci réfèrent principalement aux qualités morales personnelles des gestionnaires : intégrité, force de caractère, leadership et honnêteté<sup>11</sup>.

Évidemment, cet appel à la force de caractère moral des dirigeants d'entreprises n'est pas sans exercer beaucoup d'attrait pour quiconque se donne la peine de réfléchir sur l'éthique dans les affaires. On déplore régulièrement la « déresponsabilisation » qui serait partie intégrante de nos organisations hiérarchiques aux structures bureaucratiques complexes. Pour plusieurs, il s'agit d'une des causes principales d'un certain vide moral qui caractériserait le monde moderne<sup>12</sup>. Les structures bureaucratiques de certaines de nos institutions permettent peut-être un déploiement efficace des ressources, mais contri-

buent également à une navrante dilution de la responsabilité morale des personnes y évoluant. C'est probablement ce qu'avait en tête Ambrose Bierce lorsque, dans son célèbre *Devil's Dictionary*, il définissait l'entreprise comme un ingénieux outil institutionnel servant à générer du profit tout en évacuant l'idée de responsabilité individuelle. C'est aussi ce à quoi fait écho Alan Wolfe, théoricien du droit et l'un des critiques les plus virulents de l'entreprise moderne, lorsqu'il considère celle-ci comme un outil que les êtres humains utilisent pour se réunir afin de se débarrasser de leurs obligations morales. Ce que nous nommons « entreprise » est donc selon Wolfe un simple mécanisme de transfert des responsabilités morales que les personnes humaines devraient normalement assumer. Il ajoute même, pour dénoncer nos conceptions « classiques » de l'entreprise, que si les chimpanzés pouvaient apprendre à compter, ils feraient d'aussi bons sinon meilleurs dirigeants que les êtres humains<sup>13</sup>.

L'avantage du modèle du dirigeant éthique est de thématiser ces intuitions. Il cible un problème et propose une solution. L'entreprise est trop souvent la source de maux sociaux parce que ceux qui les dirigent ne font que « s'insérer » dans un rôle de professionnel tout en laissant à la porte leur courage moral<sup>14</sup>. À l'opposé, le dirigeant éthique est une personne morale « entière », capable d'assumer d'importantes responsabilités morales et non pas un simple chimpanzé comptant<sup>15</sup>. Bref, pour reprendre les propos de l'un des plus ardents défenseurs de ce type d'approche, le monde des affaires tend à se déshumaniser, il faut l'humaniser à nouveau<sup>16</sup>.

Bien qu'intuitivement séduisant, un tel modèle souffre de lacunes majeures. J'en mentionnerai trois. Premièrement, il met une emphase exagérée sur le caractère moral et vertueux de certains agents, dans ce cas-ci les hauts dirigeants d'entreprises. Le présupposé de base d'un tel modèle est que si les hauts dirigeants d'une organisation savent cultiver certaines vertus et développer leur caractère moral, c'est l'organisation dans son ensemble qui se conformera à ces plus hautes attentes morales. En somme, le dirigeant éthique conduit à l'entreprise éthique. Bien sûr, il est difficile d'être « contre » le développement de vertus morales. Personne ne veut de chimpanzés comptants à la tête d'organisations aussi importantes que les grandes firmes. C'est toutefois le poids que nous devrions donner aux vertus morales dans notre analyse normative qui est exagéré par les théoriciens inspirés par le modèle du dirigeant éthique. Le développement d'une personnalité morale exemplaire n'est tout d'abord pas *suffisant* pour

7 assurer le respect d'exigences éthiques liées à un rôle professionnel au sein d'une institution. Plusieurs délits et méfaits ont été commis par des gestionnaires d'entreprises à la personnalité autrement exemplaire. Les hauts gestionnaires condamnés dans une célèbre affaire de fixation des prix dans l'industrie de l'équipement électrique aux États-Unis au début des années 80 étaient tous reconnus comme d'excellents pères de famille<sup>17</sup>. Être une bonne personne n'est pas nécessairement la même chose qu'être une personne capable de répondre aux attentes éthiques liées à un rôle professionnel. Ensuite, le développement d'une personnalité vertueuse n'est pas non plus une condition *nécessaire* à la satisfaction d'exigences morales de la part de gestionnaires d'entreprises ou tout autre agent occupant un rôle institutionnel. La façon dont nous structurons nos interactions sociales, en fournissant certains incitatifs par le biais de mécanismes de sanctions et récompenses, compte pour beaucoup. Dans certains contextes institutionnels, des personnes très vertueuses peuvent adopter des comportements ayant toutes sortes d'effets pervers et moralement déplora- bles. Et à l'inverse, dans d'autres contextes institutionnels, des personnes assez peu vertueuses (ou tout simplement « ordinaires ») seront régulièrement amenées à accomplir certaines actions tout à fait dési- rables moralement<sup>18</sup>. Chaque jour, des millions de personnes « mora- lement ordinaires » s'abstiennent de voler ce qu'ils consomment, res- pectent assidûment le Code de la route et font un très bon travail dans le cadre de leur emploi. Enfin, plusieurs des vertus que nous célébrons dans les relations interpersonnelles peuvent avoir des effets pervers en contexte institutionnel<sup>19</sup>. La loyauté envers les amis et la famille est parfaitement louable dans nos relations individuelles, mais elle est une source importante de corruption et de favoritisme dans un contexte institutionnel. De même, gentillesse, douceur et généro- sité peuvent être parfaitement louables dans nos relations quotidiennes, mais parfois quelque peu inappropriées dans certaines relations ins- titutionnelles, comme lorsqu'un dirigeant d'entreprise doit congédier des employés ou lorsqu'un policier doit appréhender un suspect. En somme, la vertu interpersonnelle ne peut pas être simplement « trans- posée » en contexte institutionnel sans une prise en compte attentive des exigences fonctionnelles de l'institution<sup>20</sup>.

Deuxièmement, le modèle du dirigeant éthique se donne comme principal *objet* d'analyse les comportements des principaux hauts diri- geants de grandes entreprises, ce qui peut s'avérer problématique après mûre réflexion. En considérant que l'étude des bonnes pratiques d'af-

fares consiste en l'étude des bonnes pratiques des hauts dirigeants d'entreprise, il tend à réduire l'entreprise à son équipe de direction. Toutefois, cela consiste à nier la complexité de ces organisations que sont les entreprises, notamment dans leur nature bureaucratique, et du monde des affaires en général. Comme le note Boatright, la plu- part des acteurs du monde des affaires sont somme toute assez éloig- nés des plus importantes structures décisionnelles<sup>21</sup>. Organisées selon des structures plus ou moins hiérarchiques très complexes, les grandes firmes sont souvent composées de milliers d'acteurs qui sont très éloignés des postes de haute direction et du conseil d'administration. Et les acteurs du monde des affaires, ce sont aussi des organisations non gouvernementales (ONG), des consommateurs, des syndicats, des organisations industrielles, des organisations intergouvernementales ou internationales, des institutions d'enseignements (notamment univer- sitaires), des gouvernements et leurs citoyens. Notre analyse norma- tive des pratiques des affaires ne peut en faire abstraction. Elle doit nous fournir des outils qui serviront à donner un sens à leurs demandes et intérêts, comprendre leurs rôles et responsabilités, thématiser les relations qui les unissent, et ce, en ne se focalisant pas uniquement sur le genre de défis éthiques que cette complexité pose pour les hauts dirigeants d'entreprises.

Troisièmement, et peut-être plus fondamentalement, la focalisation sur les comportements des hauts dirigeants ne donne qu'une idée très vague de l'importance de l'institution du marché et de ses modalités de fonctionnement. Nous pensons habituellement qu'il s'agit d'une institution particulièrement efficace dans l'allocation des ressources dont disposent nos sociétés. Évidemment, une telle défense de l'ins- titution du marché suppose des marchés qui sont efficaces et une régulation gouvernementale efficace. Or, comme le suggère Boatright, bon nombre des problèmes normatifs les plus importants dans la conduite des affaires surgissent à cause d'échecs des marchés ou d'échecs politiques à contrôler et réguler adéquatement ceux-ci. C'est ce que n'arrive pas à mettre en lumière le modèle du dirigeant éthique. Bien sûr, les théoriciens inspirés par un tel modèle ne sont pas à court d'exemples ayant eu un impact considérable sur la réflexion éthique sur le monde des affaires. On pourra s'inspirer des cas de Robert Haas alors qu'il était à la tête de Levi Strauss and Co., James Burke de Johnson and Johnson, Anita Roddick de The Bodyshop ou encore Roy Vagelos de Merck et utiliser les repoussoirs que sont Kenneth Lay, Bernard Madoff et Vincent Lacroix. Leurs histoires sont

sans aucun doute riches d'enseignements et *elles doivent être racontées*. Mais en insistant principalement sur le caractère moral et la personnalité des gestionnaires d'entreprises, le modèle du dirigeant éthique omet le contexte de marché dans lequel s'insèrent les pratiques d'affaires ainsi que l'ampleur des défis éthiques qui y surgissent. Or, le cours « normal » de marchés qui fonctionnent relativement bien, encadré par une régulation gouvernementale efficace ainsi qu'une certaine surveillance sociale (médias, ONG) exige déjà la suppression d'un nombre impressionnant d'actes moralement répréhensibles ou douteux. C'est ce que néglige la mise en avant d'exemples de « leadership éthique » ou de « courage moral ».

La suggestion de Boatright est que nous devrions nous éloigner de ce modèle pour en adopter un autre. Selon ce modèle alternatif, l'objectif principal de l'analyse normative des pratiques des affaires ne devrait pas être de conseiller les dirigeants d'entreprises, mais plutôt de penser les modalités institutionnelles, sociales, culturelles et politiques nécessaires au bon fonctionnement des marchés. L'idée générale est que l'objet de base d'analyse n'est pas le dirigeant d'entreprise, mais l'institution du marché. En somme, il s'agit moins d'imaginer la figure du « dirigeant éthique » que de penser les configurations de « marchés éthiques ».

Mon objectif ici n'est pas d'examiner toutes les ramifications des débats possibles entre Boatright et les tenants de la théorie des parties prenantes. Il semble y avoir de bonnes raisons de prendre au sérieux l'agenda proposé par Boatright. Mon objectif n'est pas d'en proposer un examen minutieux, mais plutôt de tenter de fournir des pistes de réponses à la question qui se pose une fois que nous acceptons la suggestion de Boatright. Si la tâche centrale de l'éthique des affaires est de se distancier d'un modèle du « dirigeant éthique » pour se rapprocher d'un modèle centré sur la construction de « marchés éthiques », de quels outils disposons-nous pour y arriver ?

## LES DÉFAILLANCES DU MARCHÉ

Une façon de répondre à cette question est de suivre Joseph Heath qui, dans une série d'articles récents, suggère d'adopter une conception de l'éthique du commerce qu'il qualifie « d'approche centrée sur les défaillances des marchés ». L'objectif de base d'une telle approche est de faire ressortir le potentiel proprement *normatif* du concept de « défaillances du marché ». La science économique a été l'objet de

raffinements substantiels au cours du 20<sup>e</sup> siècle alors que les économistes ont pu montrer pourquoi et à quelles conditions l'ensemble des transactions en situation de concurrence pure pouvait produire un résultat Pareto-efficient, c'est-à-dire une situation dans laquelle les possibilités d'amélioration sont épuisées, dans laquelle il est impossible de trouver une modification à l'allocation des ressources qui puisse être plus satisfaisante pour tous les participants. Le fait que les marchés puissent conduire à une telle efficacité confirme en quelque sorte les intuitions derrière l'idée smithienne de « main invisible ». Or, les défaillances du marché représentent des situations dans lesquelles le marché échoue à produire un résultat Pareto-efficient, c'est-à-dire des situations dans lesquelles on ne peut améliorer le bien-être d'un individu sans réduire celui d'un autre.

C'est qu'un certain nombre de conditions idéales doivent être remplies pour que les marchés soient « parfaits » et produisent des résultats efficaces. Évidemment, notre monde n'est pas configuré de la sorte et de telles conditions idéales sont rarement satisfaites. Le bon fonctionnement des marchés est continuellement en proie à certaines défaillances qui montrent la nécessité de coordonner les activités des acteurs du marché en imposant certaines régulations. Quatre types d'entre elles ont été identifiées par les économistes : les externalités négatives, la production de biens publics, l'absence de concurrence parfaite, les asymétries d'informations. Ces défaillances sont bien connues et sont exposées dans tout bon manuel d'économie. Il vaut néanmoins la peine de prendre le temps de les caractériser un peu plus précisément.

Un premier type de défaillances des marchés est évidemment associé à la notion « d'externalités négatives ». L'une des conditions idéales pour que le marché produise des résultats efficaces est la suivante : l'ensemble des coûts sociaux d'une interaction entre individus doit être médiatisé par les marchés. C'est lorsque cette condition n'est pas remplie qu'il y a ce que les économistes appellent une « externalité négative », c'est-à-dire des coûts non compensés imposés à un tiers parti non impliqué dans la relation de marché. Évidemment, la « compétition » au sein des marchés, comme la compétition sportive, produit un certain nombre de bénéfices externes, c'est-à-dire qu'elle profite à des acteurs qui ne sont pas impliqués dans cette compétition (prix plus avantageux pour les consommateurs ou divertissement pour les spectateurs dans le cas du sport). Mais elle produit aussi certaines externalités négatives. L'exemple typique est bien évidemment celui

de la pollution. Lorsqu'une entreprise installe ses usines dans une communauté X pour y produire un bien Y, cette activité a un impact sur la population de X. Elle offre du travail aux membres de cette communauté et offre le produit Y à des prix plus avantageux (bénéfices externes). Mais l'entreprise pollue, fait du bruit, produit une odeur désagréable ou crée une augmentation du trafic routier, etc. (tous des exemples bien connus d'externalités négatives). Dans la production de ce bien Y, les marchés qui contraignent les options de l'entreprise sont le marché pour Y ainsi que le marché en approvisionnement énergétique (à supposer que la fabrication du bien Y implique des coûts élevés en électricité par exemple). Il n'y a pas toujours un marché dans lequel l'entreprise est amenée à payer pour la pollution engendrée par ses activités<sup>22</sup>. Tout cela implique que les acteurs du marché comme les entreprises ne sont pas contraints dans la production de ces externalités négatives. Le mécanisme le plus approprié pour le faire est alors la régulation gouvernementale<sup>23</sup>.

Un autre type de défaillances des marchés est celui lié à la production de biens publics, c'est-à-dire des biens qui sont caractérisés par la non-rivalité (la consommation du bien par un individu n'empêche pas sa consommation par un autre), et la non-exclusion (aucun individu ne peut être exclu de la consommation de ce bien). Cette fois, l'exemple type est la défense nationale. Dans le cas de la défense nationale, ou de l'air pur, il est impossible d'exclure un individu même si celui-ci prétend ne pas en profiter et le fait qu'une personne consomme ce bien n'empêche en rien une autre d'en faire autant. Or étant donné la nature particulière des biens publics, la production de ceux-ci est particulièrement propice au resquillage, c'est-à-dire que les individus auront tendance à jouir des bénéfices de la production de tels biens sans en assumer les coûts. Il semble donc plus avisé de confier le mandat à l'État de se charger de la production de ce bien en taxant l'ensemble des citoyens.

Le troisième type de défaillance du marché surgit en raison de l'absence de concurrence parfaite. Les conditions nécessaires à la compétition parfaite sont idéalisées pour des fins théoriques. La plupart des industries ne sont pas parfaitement compétitives parce que certaines firmes en particulier peuvent avoir un contrôle considérable sur les prix et que certaines barrières à l'entrée de ces marchés peuvent être quasi insurmontables. La défense de pratiques compétitives entre les firmes est d'une grande valeur pour l'institution du marché, mais elle est rarement « parfaite » et peut poser problème d'un point

de vue normatif. C'est pourquoi elle nécessite un ensemble de règles et « d'arbitres » capables d'imposer celles-ci à l'ensemble des « joueurs ».

Un quatrième type de défaillance du marché est généré par les imperfections d'informations, sur lesquelles les économistes ont beaucoup insisté au cours des 20 dernières années. Lorsqu'on se procure un timbre postal, il y a très peu d'incertitudes sur la nature du bien qui est échangé. Mais très peu de transactions se font de la sorte. L'information dans une société reposant sur des réseaux d'échanges complexes est nécessairement incomplète et imparfaite. De nombreuses transactions sont moins transparentes que l'achat d'un timbre en raison du manque d'informations dont peuvent jouir certaines des parties impliquées. L'achat de véhicules d'occasion, les contrats de travail, les contrats d'assurance et même l'achat de produits d'alimentation sont entachés par de nombreuses incertitudes d'information<sup>24</sup>.

L'analyse des défaillances des marchés, dont j'esquisse ici les grandes lignes, est bien connue<sup>25</sup>. L'une des contributions majeures de la théorie économique de la seconde partie du XX<sup>e</sup> siècle a été de pousser à un niveau extrêmement élevé de sophistication notre compréhension de ces défaillances des marchés, contribuant par le fait même à une plus grande compréhension des bénéfices et limites de la « main invisible ». Je ne prétends pas ici en fournir une lecture renouvelée ou particulièrement imaginative. Si Heath propose de s'y pencher plus longuement, c'est qu'elle risque de s'avérer particulièrement intéressante pour penser les rôles et responsabilités des firmes. Ce qui devrait donc nous préoccuper est donc de savoir quelles sont les leçons que nous devrions tirer d'un tel examen des défaillances des marchés pour l'analyse normative des pratiques et institutions du commerce, en particulier l'analyse des responsabilités des entreprises. Autrement dit, nous devrions chercher à savoir quel est le potentiel normatif de l'analyse des défaillances des marchés.

À ce sujet, il peut être utile de se représenter ces défaillances comme étant en quelque sorte « l'état de nature » d'une économie de marché<sup>26</sup>. Cela suggère un certain nombre de choses importantes. J'en mentionnerai quatre. Premièrement, cela suggère évidemment que les conditions nécessaires à des marchés parfaits ne sont jamais remplies. L'idée de marchés concurrentiels parfaits est un outil théorique extrêmement utile pour conceptualiser les bénéfices de la coopération sociale et de l'échange, mais elle est très peu utile pour décrire le monde réel des marchés.

Deuxièmement, cela suggère une compréhension beaucoup plus nuancée de la métaphore de la « main invisible », en contraste avec ce que l'on peut parfois lire sur celle-ci. La licence que Smith accordait à des agents recherchant leur intérêt personnel ne va pas de pair avec une absence totale de contraintes<sup>27</sup>. Elle n'était justifiée que parce que de telles interactions produisent des externalités positives. Et la main invisible dont parle Smith n'est pas un processus de l'état de nature. La dynamique qu'il voyait à l'œuvre ne peut se réaliser qu'une fois que ses participants sont « sortis » d'un état de nature hobbesien<sup>28</sup>. Smith contemplait un processus qui suppose toute une gamme de contraintes politico-légales et morales. C'est pourquoi il reconnaissait l'importance d'un ensemble d'institutions et de pratiques sociales et politiques encadrant le processus de la main invisible. Contrairement à ce que laissent entendre certaines interprétations, son « économie politique normative » n'était pas du tout hostile à la régulation gouvernementale et autres processus sociopolitiques qui interviennent dans la conduite des marchés<sup>29</sup>. Smith était en fait très sensible aux conditions nécessaires au bon fonctionnement des marchés. Il ne serait probablement pas indifférent aux leçons de l'analyse des défaillances des marchés. Si celles-ci représentent un résultat constamment envisageable à l'échange marchand, la main invisible ne peut alors produire des résultats désirables que dans certaines conditions. Ces conditions sont la présence d'un gouvernement stable, un environnement régulateur qui fournit des règles et des « arbitres » pour tous les « joueurs » du marché, un certain « capital de confiance » au sein de la société, etc.<sup>30</sup>.

Troisièmement, ces remarques permettent d'éclaircir le passage évoqué d'un modèle du dirigeant éthique à un modèle centré sur la construction de marchés éthiques. La création de marchés efficaces qui produisent bel et bien les « externalités positives » de la main invisible suppose la suppression d'un nombre considérable d'actes moralement douteux par le biais de mécanismes de régulation gouvernementale (en rendant ceux-ci tout simplement illégaux ou en imposant d'autres comportements) et de mécanismes de sanctions sociales (en rendant ceux-ci honteux)<sup>31</sup>. Si « l'état de nature » des relations s'effectuant par le biais des marchés en est une de défaillances répétées, notre objectif devrait être de penser les modalités de la création de marchés qui fonctionnent adéquatement, qui peuvent se rapprocher des exigences normatives implicites dans la défense de leur efficacité. C'est la raison principale pour laquelle le principal défi

ne devrait pas nécessairement être de favoriser l'émergence de « dirigeants éthiques », mais plutôt de créer des « marchés éthiques ».

Quatrièmement, nous sommes plus aptes à saisir l'un des éléments clés de l'approche que j'ai en tête : la prise en compte de l'évolution spectaculaire de la régulation gouvernementale des marchés<sup>32</sup>. Non seulement la régulation accrue des marchés fut l'un des aspects centraux de la construction de l'État providence, mais elle fut également, au cours des 150 dernières années et encore aujourd'hui, le principal moteur de la promotion de pratiques dites « socialement responsables » de la part des firmes. La construction de l'État providence au 20<sup>e</sup> siècle a été en grande partie motivée par une acception de la force des marchés comme mode d'allocation des ressources doublée d'une reconnaissance de ses défaillances, d'où le besoin de régulation gouvernementale avisée et de surveillance constante<sup>33</sup>. C'est cette double posture qui a mené les États capitalistes matures à imposer un ensemble de contraintes à la conduite des entreprises, écartant ainsi un très grand nombre de pratiques commerciales jugées moralement condamnables en les rendant tout simplement illégales.

## LA MORALITÉ IMPLICITE DU MARCHÉ

Ces quelques remarques illustrent déjà de quelle façon l'analyse des défaillances du marché peut nous renseigner sur certains aspects normatifs de la conduite des affaires. Toutefois, l'aspect central du recours à l'analyse des défaillances du marché me semble être la façon dont celle-ci permet de mettre en lumière certaines des exigences normatives inhérentes au fonctionnement efficace de l'institution du marché. Elle permet en outre de mettre en lumière certains aspects de ce que je qualifie ici de « moralité implicite du marché »<sup>34</sup>. Par cela j'entends, de manière générale, l'ensemble des exigences normatives qui sont sous-jacentes à la défense de l'institution du marché, ou plus précisément, l'ensemble des exigences normatives qui sont d'une certaine façon sous-jacentes aux conditions clés qu'une économie de marché doit satisfaire afin de réaliser une production efficace des biens et services.

Par exemple, la théorie économique prédit que les transactions qui se font par le biais du marché produiront des résultats efficaces si les participants possèdent une connaissance parfaite des informations. Si nous prenons au sérieux ce présupposé, il semble en découler certaines exigences normatives, notamment en ce qui concerne l'importance de la diffusion d'informations et l'interdiction de la

publicité mensongère. La même chose peut être dite à propos du pouvoir monopolistique. Les impératifs d'efficacité au cœur de la défense de la main invisible requièrent des marchés concurrentiels. L'absence d'une telle concurrence conduit à une allocation inefficace des ressources. Ainsi, une autre composante de la moralité implicite du marché semble exiger que ses participants évitent les pratiques à tendances monopolistiques, car celles-ci minent les conditions mêmes qui sont nécessaires à la réalisation du plein potentiel de l'institution du marché<sup>35</sup>.

L'intuition qui semble guider l'approche de Heath est la suivante : l'une des composantes fondamentales de la moralité implicite du marché est l'obligation de *ne pas* profiter des défaillances du marché. Pour le dire autrement, l'idée de base est que ce qui est parfois moralement problématique avec les comportements des acteurs du marché n'est pas la recherche du profit comme telle, mais le fait que celle-ci puisse se faire en tirant avantage de défaillances dans le fonctionnement des marchés.

Le concept de défaillances du marché suggère donc un ensemble de comportements ou stratégies (comme profiter des asymétries d'informations par la publicité mensongère, profiter d'un statut monopolistique) qui entre en contradiction avec les fins de l'institution du marché et qui doivent donc être considérés comme moralement condamnables. Ce faisant, il permet de clarifier la portée et les limites du type de permission morale accordée aux comportements compétitifs des acteurs du marché.

Il s'agit d'un point important et il vaut la peine de s'y attarder. La défense d'un processus tel que celui de la main invisible repose sur les bénéfices produits par une canalisation de l'affrontement entre différents acteurs, c'est-à-dire les bienfaits issus de situations dans lesquelles les acteurs ne poursuivent pas un objectif commun, mais leurs intérêts personnels. Il s'agit là d'un aspect particulièrement significatif d'une institution *adversative* comme le marché<sup>36</sup>. En effet, ses acteurs se voient attribuer une certaine *caution morale temporaire* de leurs comportements non coopératifs. Les attentes morales dirigées à leur endroit diffèrent donc sensiblement de celles caractérisant notre moralité « générale », beaucoup plus orientée vers la coopération ou l'altruisme que la compétition et la promotion de l'intérêt personnel.

Cette caution morale peut apparaître moralement ambiguë à première vue puisqu'elle excuse des comportements qui ne sont pas particulièrement attrayants du point de vue de notre moralité générale<sup>37</sup>.

Elle n'est évidemment accordée que parce que la canalisation de tels comportements permet à l'institution de produire des effets bénéfiques pour la société, et ce, même si aucun de ses acteurs clés n'a pour objectif de s'en assurer, d'où le recours à l'idée de « main invisible »<sup>38</sup>. Mais il est faux de dire, comme on le fait souvent, qu'une telle canalisation mène nécessairement à la constitution d'un ordre spontané qu'on aurait tort d'encadrer. Comme le note bien Fleurbaey, étant donné que ces situations sont constamment en proie à certaines défaillances, une telle canalisation de comportements non coopératifs peut évidemment avoir des effets pervers<sup>39</sup>. Elle peut fournir aux agents qui participent au processus un ensemble d'incitatifs pernicieux qui les conduiront à produire des résultats déplorables. Elle peut notamment mener à une compétition qui est trop agressive et conduire à l'adoption de toutes sortes de tactiques déloyales : espionnage industriel, publicité mensongère et négative, méthode de prédation dans la fixation des prix. Mais la compétition entre firmes n'est pas moralement problématique que lorsqu'elle est « sauvage », mais aussi lorsqu'elle est insuffisante et qu'elle prend des allures de collusions et cartels. C'est pourquoi nous devrions toujours avoir en tête qu'il y a une mince ligne entre la compétition saine et la compétition malsaine<sup>40</sup>. C'est là que l'idée de situation de défaillances continues comme état de nature d'une économie de marché apparaît particulièrement utile. La possibilité que la compétition saine se transforme en compétition malsaine est toujours présente et c'est pourquoi elle doit toujours être régulée et ses principaux joueurs constamment surveillés. La canalisation de l'affrontement qui est au cœur de pratiques adversatives ne peut demeurer dans « l'état de nature »<sup>41</sup>.

La caution morale accordée aux acteurs d'une institution comme le marché est donc conditionnelle et limitée. Elle est conditionnelle puisqu'elle est liée à la réalisation de certains buts ou objectifs ayant une importante valeur sociale. L'institution du marché a pour objectif de produire certains biens sociaux (comme l'allocation efficace des ressources) et c'est pourquoi ses participants sont autorisés à agir d'une façon qui répond à des attentes différentes que celles qui sont au cœur de notre moralité générale ou « quotidienne ». Par conséquent, la justification d'une telle caution morale est étroitement liée aux finalités de l'institution du marché. C'est pourquoi les comportements et stratégies qui ont pour conséquences de miner les conditions de possibilité de réalisations des fonctions principales de l'institution sont considérés comme problématiques. Ensuite, étant donné

que la canalisation de comportements adversatifs peut aussi avoir des effets pervers, une telle caution est aussi fortement limitée par la mise en place de règles et contraintes. Bien sûr, la réponse institutionnelle classique aux défaillances des marchés est la régulation gouvernementale. Mais si la régulation gouvernementale permet de pallier certaines imperfections du marché, elle ne peut le faire que jusqu'à un certain point. L'environnement régulateur qui régit les pratiques commerciales est lui-même imparfait. Il ne peut corriger entièrement les défaillances du marché et par le fait même il ne peut éliminer l'ensemble des pratiques moralement condamnables qui risquent de surgir dans les relations de marchés. Dans ce cas, les acteurs du marché ont l'obligation *de ne pas* profiter de ces défaillances non corrigées.

Ces quelques remarques faites, on peut déjà entrevoir l'un des avantages qu'il y a à développer les contours de ce que je nomme la « moralité implicite du marché », c'est-à-dire sa capacité à faire ressortir l'importance morale de l'activité compétitive qui est au cœur de l'institution du marché, tout en montrant les contraintes éthiques qui s'en dégagent<sup>42</sup>.

C'est d'ailleurs ce qu'échoue étonnamment à faire Christopher McMahon dans son étude des relations entre la moralité générale et la moralité du marché, dans lequel il décortique les différences entre les normes gouvernant les deux types de moralité. Il note ainsi que si les exigences de la moralité générale ou « ordinaire » s'articulent autour des normes de coopération, de souci pour autrui et d'altruisme, la moralité du marché semble quant à elle se caractériser par un relâchement de telles exigences<sup>43</sup>. Il soutient toutefois qu'un tel relâchement n'est en fin de compte pas justifié dans des sociétés relativement « avancées »<sup>44</sup>.

Pourquoi en serait-il ainsi ? En quoi ce recours à l'idée de « sociétés avancées » devrait-il nous en convaincre ? McMahon pourrait vouloir dire ici que le besoin de différenciation entre la moralité générale et la moralité de l'institution du marché s'atténue dans les sociétés du « capitalisme avancé » qui se caractérise par une certaine stabilité institutionnelle ainsi qu'un certain niveau de développement économique et de « capital social ». Notre objectif serait alors d'arrimer toujours plus les exigences de la moralité du marché avec celles de la moralité générale. C'est d'ailleurs ce que beaucoup de partisans de la responsabilité sociale des entreprises ont probablement en tête.

Cette stratégie argumentative repose toutefois sur une méprise à l'égard de certaines modalités d'aménagement du marché. L'adoption de pratiques adversatives dans les relations entre firmes n'est pas qu'une option permise parmi plusieurs autres et dont l'importance s'estomperait dans certaines situations. Il s'agit au contraire d'une des *obligations* principales des firmes dans de telles relations. Comme le note bien David Rodin, l'échec, de la part des firmes, à se conformer à de telles exigences porte malheureusement d'autres noms : cartels, collusions, fixation des prix, etc.<sup>45</sup>

La stratégie adoptée par Heath est différente de celle McMahon. Elle ne vise pas à savoir comment la moralité du marché pourrait se rapprocher toujours plus des idéaux propres à la moralité générale. Elle consiste plutôt à prendre au sérieux le besoin d'une différenciation entre la moralité générale et la moralité du marché tout en tentant de dégager les contraintes propres à cette dernière. C'est d'ailleurs pourquoi Heath suggère une analogie entre l'idée de « responsabilité sociale des entreprises » et l'idéal de « l'esprit sportif ». Au fond, nous dit Heath, plusieurs des attentes que nous formulons à l'endroit des acteurs du marché sont analogues à celles que nous formulons à l'égard des joueurs impliqués dans une compétition sportive. Le succès de celle-ci nécessite en effet la mise en place d'un nombre important de contraintes et de règles officielles imposées par des arbitres. Cet ensemble de règles et contraintes est évidemment imparfait dans la mesure où il est impossible qu'il parvienne à écarter la totalité des stratégies moralement douteuses. Or, c'est à ce moment que les exigences éthiques prennent leur importance, car elles viennent contraindre *encore plus* les comportements des joueurs et limiter encore plus les effets pervers produits par un système compétitif. Nous demandons généralement aux joueurs d'une équipe sportive de ne pas user de stratégies qui ne peuvent être punies par l'arbitre, mais qui sont tout de même contraires à l'esprit de certaines règles. Nous attendons des sportifs qu'ils entrent en compétition de manière vigoureuse tout en respectant la lettre et l'esprit de ces règles<sup>46</sup>. Nos attentes morales à l'égard de « bons joueurs » du marché sont similaires en plusieurs points.

Cette capacité à rendre compte des exigences éthiques qui contraignent les acteurs d'une institution adversative est liée à un autre avantage important de l'approche que j'ai en tête. Cet avantage réside dans son attachement à ce qu'on pourrait appeler la thèse de la pri-

mauté institutionnelle. Celle-ci consiste à affirmer la primauté, dans notre réflexion normative, des éléments institutionnels sur d'autres éléments de la moralité. Pour arriver à déterminer les critères définissant ce qu'est un « bon » acteur d'une institution comme le marché, nous ne devrions pas nécessairement recourir à une théorie de la moralité générale (kantienne, utilitariste ou centrée sur le modèle de personne vertueuse) que l'on pourrait ensuite « injecter » dans la conduite des marchés. Une telle tentative d'arrimer les exigences commerciales avec les principaux aspects de la moralité générale est une ambition qui semble être à la base de nombreux travaux en éthique des affaires<sup>47</sup>. Or, ce que suggère la thèse de la primauté institutionnelle, c'est que nous devrions plutôt tenter de mettre à jour les principaux aspects normatifs qui sont implicites dans l'institution même du marché<sup>48</sup>. Les règles, principes et procédures qui guident les acteurs de l'institution sont alors déterminés par la relation fonctionnelle de leurs actions avec les fins de l'institution. Autrement dit, l'institution promeut évidemment certains biens généraux et abstraits, mais les droits, obligations, rôles et responsabilités spécifiques de ses principaux acteurs devraient être dérivés des exigences fonctionnelles propres à cette institution<sup>49</sup>.

On pourrait dire que selon cette manière de voir les choses, l'institution ne sert pas simplement à réaliser des principes et idéaux normatifs précédemment établis<sup>50</sup>. C'est la formulation des principes et idéaux elle-même qui se veut une tentative de raffiner des intuitions normatives qui, en un certain sens, guident déjà l'institution existante. La thèse de la primauté institutionnelle peut donc être décrite comme étant d'esprit rawlsien. Lorsque Rawls soutient que la « justice est la première vertu des institutions », il ne semble pas affirmer que les institutions doivent simplement servir à réaliser des principes de justice préalablement formulés, mais plutôt que les principes devraient d'une certaine façon être ajustés aux différentes caractéristiques des institutions qu'ils sont censés gouverner<sup>51</sup>.

## GOUVERNEMENTS, LOBBYING ET DÉFAILLANCES DU MARCHÉ

Après avoir exposé les grandes lignes d'une approche qui tente de mettre en lumière ce que j'ai appelé « la moralité implicite du marché », j'aimerais à présent faire préciser certaines des implications les plus intéressantes de celle-ci. Je me concentrerai sur un certain type de pratiques d'entreprises : les pratiques de lobbying visant à influen-

cer intentionnellement les gouvernements dans la construction de lois et de politiques publiques. De telles relations firmes-gouvernements sont d'une importance cruciale, étant donné le rôle clé que joue la régulation gouvernementale dans la promotion de pratiques d'affaires dites « responsables » et la correction des défaillances des marchés. L'impact qu'auront les activités politiques d'une firme sur les régulations et politiques publiques, parce qu'elles touchent l'ensemble des joueurs d'une industrie, risque d'être bien plus significatif que l'ensemble de ses propres initiatives de « responsabilité sociale »<sup>52</sup>.

Supposons alors que nous acceptons l'intuition selon laquelle une bonne partie des problèmes éthiques dans la conduite des affaires surgissent lorsque les acteurs du marché sont à même d'exploiter certaines défaillances et lorsque la régulation échoue à corriger celles-ci. Étant donné que les marchés sont constamment en proie à ces défaillances et que la régulation est toujours en partie imparfaite, l'une des obligations les plus importantes des acteurs du marché est *de ne pas* exploiter ces défaillances « non corrigées ». Or comme le suggérerait Baumol, il faut dans ce cas noter que par leur implication politique, les firmes peuvent aussi influencer les tentatives de corriger ces défaillances des marchés, et traditionnellement, le monde des affaires n'hésite pas à s'opposer à des régulations visant à le faire<sup>53</sup>. Ce qui est moralement troublant avec l'activité des firmes sur la scène politique est donc la façon dont elles peuvent profiter de défaillances des marchés *en créant politiquement* celles-ci ou en bloquant les tentatives par le gouvernement de les corriger. La moralité implicite du marché nous renseigne donc sur la conduite des firmes sur la scène politique. Elle suggère que les acteurs du marché ont l'obligation de *ne pas* créer des défaillances des marchés par leurs activités politiques (ou de ne pas s'opposer aux régulations qui ont pour objectifs de corriger de telles défaillances).

Cela est important étant donné la méfiance idéologique traditionnelle du milieu des affaires à l'égard de la régulation gouvernementale. Ce l'est également étant donné que l'implication active des grandes firmes sur la scène politique suscite toujours des inquiétudes. Or, il y a différentes façons de critiquer certaines activités politiques des entreprises. Tout d'abord, on peut évoquer les effets pervers que risquent d'avoir de telles activités sur l'égalité politique des citoyens d'une communauté démocratique. Lorsque les « citoyens » corporatifs sont activement impliqués dans le processus politique, c'est l'égalité entre citoyens réels qui en souffrent. Ce type d'arguments a été étayé

par des penseurs libéraux comme Dworkin et Rawls. Ce dernier, par exemple, a notoirement soutenu que de telles inégalités dans la capacité d'influencer le processus politique constituaient un échec à assurer ce qu'il nommait la « valeur équitable des libertés politiques égales »<sup>54</sup>. Ensuite, on peut également invoquer un échec, de la part des firmes, de se conformer à certains idéaux de la « bonne citoyenneté » dans leur participation au processus politique : échec à prendre en considération le « bien commun », à respecter certaines normes liées à la délibération publique, etc. Toute conception de la citoyenneté, qu'elle soit d'inspiration libérale, républicaine ou autre, invoque certains idéaux concernant la façon dont les acteurs politiques devraient s'insérer dans le processus démocratique et on peut en effet penser que certains modes de participation politique des entreprises échouent à se conformer à ce type d'idéaux<sup>55</sup>. Cependant, il y a une autre route, indépendante des deux premières, pour évaluer ou critiquer certaines pratiques politiques du monde des affaires et qui est inspirée de l'analyse des défaillances des marchés. Des pratiques et stratégies politiques peuvent donc être moralement déplorables parce qu'elles contribuent à exacerber les inégalités politiques ou parce qu'elles représentent un éloignement par rapport aux idéaux de la « bonne » citoyenneté, mais *aussi* lorsqu'elles représentent une tentative de perpétuer certaines défaillances du marché.

Il est intéressant de noter que d'une certaine façon, ce mode de raisonnement est profondément smithien. La métaphore de la main invisible peut-être comprise comme une façon pour Adam Smith de représenter le type de caution morale accordée à certains comportements moraux non-coopératifs. Comme nous l'avons vu, cette caution morale est loin d'être illimitée. Elle n'est *pas* qu'une réhabilitation morale du vice<sup>56</sup>. Et étant donné les critiques incessantes que Smith adresse aux marchands de son époque, on peut croire que cette caution morale est aussi étroitement liée aux finalités de l'institution. En fait, la *Richesse des nations* se veut une charge assez radicale à l'égard de la classe des marchands et les diverses façons dont ceux-ci usent de leur influence politique pour sécuriser leur position monopolistique<sup>57</sup>. Si Smith célèbre en effet les vertus de la main invisible qui canalise les « vices personnels » en vue du bien commun, il critique aussi incessamment les marchands de son époque qui utilisent des mécanismes politiques pour promouvoir leurs intérêts personnels. Ici, il semble que cette critique des pratiques politiques des marchands et gens d'affaires n'est possible que parce que d'un point de vue smi-

thien, on peut distinguer entre la caution morale que la main invisible accorde à certains comportements adversatifs dans le marché et les comportements validés par d'autres types d'interactions sociales. Pour le dire autrement, il y a une différence normative cruciale entre l'ensemble des stratégies adversatives que cautionne le marché et l'ensemble des pratiques et stratégies admises par d'autres types d'interactions sociales (dans ce cas-ci, le processus politique de constructions et de révisions des politiques publiques et régulations des activités économiques)<sup>58</sup>.

Mon objectif n'est pas de faire une analyse poussée de l'œuvre de Smith. Il est toutefois pertinent de noter que le style de raisonnement proposé ici est déjà suggéré dans l'œuvre de Smith. On pourrait en fait lire la *Richesse des nations* et en conclure que l'une des principales leçons à en tirer est que selon Smith, l'un des aspects les plus moralement problématiques de la conduite des marchands est la façon dont ils créent et entretiennent politiquement des défaillances des marchés. Tout se passe comme si Smith nous disait que certaines formes d'activités politiques des marchands étaient contraires à la moralité implicite de la main invisible.

### TROIS PROBLÈMES

Jusqu'à présent, j'ai voulu mettre en lumière le potentiel normatif du concept de défaillances du marché en montrant comment il peut nous être utile pour dessiner les contours de ce que j'appelle la « moralité implicite du marché ». Je crois que le développement d'une approche centrée sur une telle notion peut s'avérer fertile et mériter de plus amples développements. C'est pourquoi j'aimerais terminer en suggérant trois problèmes auxquels cette approche semble faire face. Pour préciser mon intention, je ne cherche pas à fournir des raisons de rejeter celle-ci. Je veux simplement exposer les difficultés que les théoriciens désireux de s'atteler à son développement doivent surmonter.

Premièrement, on pourrait faire valoir que ce que j'ai appelé la thèse de la primauté institutionnelle, qui va de pair avec la notion de moralité implicite du marché, peut s'avérer problématique après mûre réflexion. L'idée est que l'analyse des défaillances du marché permet de mettre en lumière les éléments moraux implicites de l'institution du marché, éclairant ainsi, non seulement les rôles et responsabilités de ses principaux acteurs, mais également les raisons pour lesquelles les marchés concrets, ceux que nous tentons de construire et soute-

nir dans nos sociétés réelles, nécessitent d'être constamment régulés et ses acteurs surveillés. J'ai défendu l'idée qu'il était préférable d'adopter une telle perspective plutôt que de s'inspirer d'une théorie de la moralité générale, kantienne ou utilitariste, que l'on appliquerait ensuite au monde économique. J'ai soutenu qu'il était préférable de tenter d'explicitier les principales intuitions normatives qui guident déjà l'institution existante du marché. J'ai même argué que c'était là un de ses principaux avantages. Cependant, on pourrait faire valoir qu'il s'agit justement de l'un de ses défauts, au sens où cette approche nous conduirait à nous tenir trop près de l'institution elle-même, nous empêchant ainsi de voir les possibilités de critiques plus radicales de cette institution et ces principaux acteurs. Dans cette optique, la réflexion philosophique sur le marché et ses acteurs serait moins normative à proprement parler, plus près d'une réflexion « anthropologique », centrée sur la description des caractéristiques principales de l'institution et donc quelque peu dépossédée de son potentiel critique. Elle tendrait ainsi à favoriser une simple justification du statu quo. On pourrait par exemple soutenir que le « capitalisme kantien » que Freeman voit à l'œuvre dans la théorie des parties prenantes est beaucoup plus radical, chargé de potentiel critique.

L'approche défendue ici est-elle vulnérable à ce type d'objection ? La réponse me semble être non, pour les raisons suivantes. Tout d'abord, il ne s'agit pas ici de rejeter tout élément qui serait issu d'une théorie de la moralité générale. Évidemment, le fonctionnement de l'institution du marché ne devrait pas pouvoir justifier certains traitements. La réflexion philosophique et normative sur le marché et ses acteurs se doit en fait de faire intervenir des éléments d'une théorie générale de la moralité, un certain ensemble de principes et notions beaucoup plus abstraits et généraux. Ce que je soutiens est que si une institution comme le marché promeut évidemment certains biens généraux et abstraits, ce sont les droits et obligations *spécifiques* de ses principaux acteurs qui devraient être dérivés des exigences propres à cette institution<sup>59</sup>. Ensuite, mes suggestions sur les pratiques de lobbying montrent qu'une telle approche n'est pas sans potentiel critique. Elle peut même avoir des implications assez intéressantes pour ceux d'entre nous qui sont sceptiques à l'égard des comportements des firmes.

Il est toutefois vrai qu'une telle approche n'optera pas pour une mode d'analyse « purement » normatif, au sens où elle puisera plutôt dans les ressources de différentes disciplines, allant de l'administration

publique aux théories économiques en passant par la science politique et l'analyse principal-agent, en plus de s'inspirer de John Rawls et Ronald Dworkin, mais aussi de Joseph Stiglitz, Oliver Williamson et Ronald Coase. Elle favorisera un mode de raisonnement normatif qui, disons-le, est plutôt « éclectique ». Toutefois, un tel mode de raisonnement et d'analyse ne devrait pas être associé à une simple justification du statu quo. Si un tel mode d'analyse se veut plus sensible à la façon dont les institutions fonctionnent dans le monde réel et quelles en sont les modalités actuelles, il offre tout de même de puissants outils pour orienter des changements institutionnels. Enfin, c'est pour les raisons tout juste évoquées que je crois justement qu'il faut assumer le caractère nécessairement éclectique d'une réflexion portant sur les institutions les plus importantes de nos sociétés. Si la philosophie morale et politique veut relever certains des défis auxquels elle fait face, elle doit justement être capable d'adopter des modes complexes de raisonnements et d'analyse puisant à de nombreuses sources théoriques. C'est de cette façon qu'elle pourra contribuer à une réflexion sérieuse sur les institutions clés du vivre-ensemble.

Deuxièmement, on pourrait noter qu'une telle utilisation du concept de défaillances des marchés risque de nous conduire à considérer un trop grand nombre de pratiques commerciales comme étant moralement regrettables ou problématiques. C'est ce qu'on pourrait appeler un « problème de trop grande inclusion ». Si ce qui est moralement problématique dans le marché n'est pas la recherche du profit en soi, mais le fait de profiter de défaillances du marché, cela semble proscrire un ensemble beaucoup trop grand de pratiques commerciales. Il semble alors essentiel de trouver des moyens de limiter la portée d'un tel problème. Mais de quels moyens disposons-nous pour déterminer quels sont les types de défaillances les plus pertinents ?

Il semble en effet raisonnable de dire que cette utilisation du concept de défaillances des marchés permet de cerner de manière très générale les contours de la moralité implicite du marché, mais qu'elle peine quelque peu à en préciser certains détails<sup>60</sup>. Heath semble d'ailleurs entrevoir cette difficulté lorsqu'il note qu'il peut être utile, pour cerner l'intuition de base de la théorie, de se concentrer sur les situations dans lesquelles le marché échoue *de manière flagrante*, à produire des résultats optimaux<sup>61</sup>.

Il existe d'ailleurs de nombreux débats sur la portée des défaillances du marché. Certains parlent même, pour en minimiser l'importance, du « mythe » des défaillances du marché<sup>62</sup>. Il est vrai que

l'approche proposée ici est en proie à certaines exagérations. Il est par exemple relativement facile d'exagérer la portée des externalités produites par le marché. Certaines externalités, dites « technologiques », produisent des effets négatifs sur un tiers parti qui n'opère pas dans le système de prix (comme le pêcheur qui est affecté par les déchets polluants déversés dans le lac par une usine), et sont donc à la source de défaillances. Mais d'autres, dites « pécuniaires », ont des effets externes produits par les mouvements de prix. Les torts causés à un tiers parti de cette façon ne conduisent pas à une inefficience et ne peuvent donc pas être à la source de défaillances<sup>63</sup>.

C'est qu'il est facile de penser que la présence d'une externalité indique une défaillance du marché. Mais pour résister à une telle tentation, il faut distinguer entre les externalités qui sont pertinentes du point de vue de la pareto-optimalité et celles qui ne le sont pas. Si le pollueur peut négocier une entente avec le pêcheur, celle-ci importera du point de vue de l'équité distributive, mais pas du point de vue de l'efficacité<sup>64</sup>. Du point de vue de l'approche proposée ici, on voudra alors se concentrer sur les externalités technologiques et pertinentes du point de vue de la pareto-optimalité.

Troisièmement, on pourrait voir poindre certains problèmes à l'horizon en examinant plus en profondeur le type de justification du marché qui est au cœur de cette approche. On peut généralement distinguer entre deux types de justification des marchés. L'une peut être qualifiée « d'intrinsèque » alors que la seconde est dite « instrumentale »<sup>65</sup>. La première justification est intrinsèque au sens où elle insiste sur la désirabilité en soi des relations qui se font par le biais du marché. Celui-ci correspond tout simplement à un mode d'interaction sociale qui respecte les libertés des individus ainsi que leurs choix personnels<sup>66</sup>. De ce point de vue, les interactions du marché sont simplement, pour reprendre la formule de Nozick, des « actes capitalistes entre adultes consentants »<sup>67</sup>. La seconde justification est *instrumentale* au sens où elle insiste, non pas sur la moralité en soi des relations qui se font par l'entremise des marchés, mais sur les effets positifs qu'elles ont sur la société<sup>68</sup>.

Manifestement, l'approche suggérée ici semble présupposer une défense « instrumentale » des marchés et tend à mettre de côté la pertinence d'une défense « intrinsèque » des marchés. Or, la mise en avant d'une justification principalement instrumentale de l'institution du marché risque justement de sembler insatisfaisante pour plusieurs.

Une telle justification ne semble pas rendre adéquatement compte de la façon dont les marchés respectent les libertés fondamentales des individus. Elle risque de ne pas paraître suffisamment sérieuse aux yeux de certains<sup>69</sup>.

En guise de réponse, on pourrait faire valoir qu'il est difficile de cerner la frontière entre ces deux types de justifications. Cela est en partie dû au fait qu'il est difficile de justifier une institution sans parler des *conséquences* ou *effets* de celle-ci. Les partisans de la conception intrinsèque ne veulent pas trop insister sur les effets bénéfiques du marché sur le bien-être d'une société, mais sur sa moralité en soi, son respect de certaines valeurs clés. Mais il est en fin de compte difficile de donner une justification entièrement « non conséquentialiste » d'une institution, une justification qui se passerait de toute considération sur les effets que cette institution tend à produire<sup>70</sup>. Après tout, les partisans de la justification intrinsèque croient que l'institution du marché *promeut* ou tend à *réaliser* la liberté et l'autonomie des individus. Ils croient que la justification du marché repose sur ses conséquences bénéfiques sur la société, mais voudront les définir autrement qu'en termes de bien-être. En ce sens, on pourrait faire valoir que la distinction entre ces deux types de justification s'atténue après mure réflexion, tout comme son importance dans notre réflexion normative sur nos institutions.

Ces quelques remarques sont bien sûr incomplètes. Un traitement satisfaisant de chacun de ces problèmes nécessiterait de plus longs développements, que je ne pourrais apporter ici. C'est pourquoi il importe de mentionner que mon objectif n'est pas d'offrir des solutions très développées à ces trois problèmes. L'exposition de ceux-ci se veut principalement programmatique. J'ai simplement voulu donner une idée de la tâche qui attend les défenseurs, dont je fais partie, de ce type d'approche.

## CONCLUSION

Dans la première partie de cet article, j'ai soutenu qu'il avait probablement beaucoup de vérité dans la suggestion de Boatright selon laquelle l'objectif de nos réflexions philosophiques sur le commerce ne devrait pas être d'imaginer la figure du « dirigeant éthique », mais plutôt de penser les modalités de construction de « marchés éthiques ». L'essentiel de mon propos consistait donc à recommander des pistes à suivre pour ceux désirant prendre au sérieux cette suggestion.

Si tel est le cas, il y a alors différentes options. On peut tout d'abord être tenté de penser que les activités du marché ne devraient souffrir d'aucune contrainte morale, option que peu d'auteurs sont en fin de compte tentés de défendre (à tout le moins explicitement)<sup>71</sup>. On peut également essayer de formuler les contraintes issues de la moralité générale qui devraient s'appliquer aux activités du marché, de voir comment les pratiques du marché pourraient s'arrimer toujours plus aux contraintes de la moralité kantienne ou aristotélicienne. Enfin, on peut tenter de mettre en lumière un ensemble de contraintes éthiques qui sont au fond implicites dans la défense de l'efficacité de l'institution du marché. C'est cette troisième option que j'ai voulu mettre en valeur ici en tentant de dessiner les contours de la « moralité implicite du marché ».

Je suis reconnaissant envers un bon nombre de personnes pour leurs commentaires et critiques à propos de cet article ou autres travaux similaires. Je voudrais remercier tout particulièrement Peter Dietsch, Joseph Heath, Xavier Landes, Dominic Martin, Wayne Norman, Kristen Rundle, Daniel Weinstock ainsi que deux évaluateurs anonymes de la revue. Les recherches pour cet article ont été menées au Centre for Ethics de l'University of Toronto.

## NOTES

- 1 Voir Milton Friedman, 1999. Je traduis.
- 2 Il y a bien sûr des débats sur l'étendue de cette liste. Certaines listes incluent l'environnement, les compétiteurs ou les générations futures.
- 3 Voir Freeman, 1984. Evan et Freeman, 1993, Kaler, 2003, 2006 pour un bon portrait.
- 4 Voir son article rédigé avec Evan. Evan et Freeman, 1993.
- 5 Il s'agit grosso modo du plutôt mal nommé « corporate rights principle » du capitalisme kantien. Voir Evan et Freeman, 1993.
- 6 Dans son article clé rédigé avec Evan. Voir Evan et Freeman, 1993.
- 7 Parmi ces travaux « dissidents », on rangera notamment Boatright, 1999, 2002 et 2006 ; Heath, 2006, 2007B ; Norman, 2004. Pour une hostilité encore plus grande à l'égard de la théorie des parties prenantes, voir Marcoux, 2003.
- 8 Boatright, 1999. Pour une description similaire, voir Thompson, 2005, p.301-302.
- 9 Le dernier ouvrage de Freeman et al. (2008) se veut un très bon exemple de ce modèle à l'œuvre.
- 10 Goodpaster (1991 et son ouvrage de 2007, en particulier le ch. 3.) Selon Goodpaster, un niveau de conscience éthique supérieur de la part des dirigeants se veut une réponse aux « pathologies » qui affectent nos institutions. Pour une version que je qualifierais de radicale du modèle du dirigeant éthique, voir aussi Pauchant et al. (2000). Moore (2005) est bien connu pour sa tentative de penser l'éthique des affaires à partir du type d'analyse propre à l'éthique des vertus de Alasdair McIntyre. Voir McIntyre (1997).
- 11 Voir Thompson (2005).
- 12 Ce type de diagnostic peut être associé à une longue tradition intellectuelle dans laquelle on pourrait notamment situer les travaux de Hannah Arendt.
- 13 Voir Wolfe, 1993, p.1686. Boatright (1999) discute ces exemples.
- 14 On trouve évidemment plusieurs débats sur la question de savoir si une « éthique de rôles » tend à désengager les agents de certaines de leurs obligations morales les plus fondamentales. Pour une discussion extrêmement sophistiquée de ces débats on consultera Applbaum (1999).
- 15 Boatright, 1999, p. 586.
- 16 Moore, 2005.
- 17 Thompson, 2005, p. 302.
- 18 Sur la surestimation de l'importance de la personnalité vertueuse ou du caractère moral, je m'inspire de Thompson, 2005, p.301-305.
- 19 Voir encore une fois Thompson, 2005, p. 303.
- 20 Weinstock, 2006.
- 21 Boatright, 1999, p. 585.
- 22 Évidemment, on peut imaginer la mise en place marché des permis de polluer. Sur les problèmes soulevés par les externalités négatives et en particulier l'internalisation des externalités, on consultera les travaux de Coase, 1960.
- 23 Il est souvent préférable d'éviter le recours à des arrangements institutionnels complexes qui réuniraient tous les acteurs (ce qui est impossible dans le cas des générations futures) et de s'en remettre plutôt à des mécanismes d'incitations sous l'égide de l'État (par exemple, l'imposition de taxes). Voir Przeworski (2003) pour un bon traitement de ces questions.
- 24 Stiglitz (1996) est notamment reconnu pour ces travaux sur les asymétries d'information. Voir Fleurbaey (2006), p.150-159 pour une intéressante tentative de rendre compte de l'ampleur de ces défaillances des marchés et de leurs implications sur notre façon de penser nos institutions. On trouvera une discussion intéressante, mais incomplète des relations entre les défaillances du marché et la doctrine de la responsabilité sociale des entreprises chez Portney, 2005.
- 25 Évidemment, il s'agit d'une présentation assez classique. Le terme même de « défaillances » est ambigu, en particulier lorsque les résultats sous-optimaux sont le résultat d'une *absence* de marché (marché pour l'assurance, marchés futurs, etc). Voir Przeworski (2003), p.28-53 et Stiglitz, (1996) ch. 3-4 à ce sujet. Il existe plusieurs débats sur le sujet, et j'y reviendrai dans la dernière partie de cet article.
- 26 Voir Heath (2003, 2007B) ainsi que Fleurbaey (2006).
- 27 La valorisation de la recherche de l'intérêt personnel, la « réhabilitation morale du vice », dans l'histoire de la pensée morale et politique nécessiterait un récit beaucoup plus complexe. Voir Finn (2006) et Benjamin Friedman(2005).
- 28 Voir McMahan, 1981, p.253-254 pour de telles remarques sur les relations entre Hobbes et la main invisible smithienne. Évidemment, il s'agit d'une lecture qui pourrait être critiquée. Je cherche à m'éloigner de la lecture consistant à dire que Smith cherchait à justifier un ordre « naturel » où la recherche de l'intérêt personnel ne souffre d'aucune contrainte et qui s'opposerait à un ordre « social ». Et d'autres lectures sont évidemment possibles. Emma Rothschild (2002) par exemple, a proposé l'hypothèse selon laquelle la main invisible est une métaphore ironique. Certes plusieurs d'entre nous qui pratiquons le métier de philosophes usent également de cette métaphore à des fins ironiques, en la jugeant ridicule...
- 29 Voir la très éclairante étude que fait Samuel Fleischacker (2004) de *La richesse des nations*. Fleischacker montre la plausibilité d'une lecture « de gauche » de Smith. Les smithiens de gauche, selon Fleischacker pourront utiliser le langage de Smith pour défendre la régulation gouvernementale.
- 30 C'est ce que tente de faire ressortir Daniel Finn en ayant recours à la notion « d'écologie morale des marchés ». Les sociétés, nous dit Finn, dans lesquelles les marchés fonctionnent adéquatement sont des sociétés dans lesquelles les marchés sont « situés » dans une « écologie morale ». Finn, 2006.
- 31 Il est à noter le caractère controversé du concept « d'externalité positive » que j'utilise ici. Les bénéfices que retirent les consommateurs de la concurrence entre firmes ne sont pas des « externalités » au sens technique du terme. Si les consommateurs sont certes des acteurs « externes » à la compétition, les bénéfices qu'ils en retirent sont néanmoins des *effets de marché*. Cela dit, la notion « d'externalité positive » peut être utile pour bien comprendre la nature morale de l'activité compétitive. Elle permet de faire ressortir une caractéristique centrale de celle-ci, c'est-à-dire que nous valorisons bien souvent la compétition pour les effets positifs qu'elle a sur des acteurs qui, à proprement parler, ne

- sont pas directement impliqués dans l'activité compétitive. C'est le cas par exemple du plaisir esthétique que retirent les spectateurs d'une activité sportive. Heath (2007B, p.362) parle ainsi d'externalités positives pour qualifier les bénéfices produits par des formes saines de compétition. Il est à noter qu'il réfère à la compétition en général et non seulement à la concurrence qui caractérise les marchés. Je remercie Xavier Landes d'avoir attiré mon attention sur ce point.
- 32 La littérature sur le sujet est immense. Pour de bons portraits, voir Brander 1988 et Portney, 2005. Pour une approche particulièrement éclairante de la régulation gouvernementale, voir Ross, 2002. Il y a cependant, chez les partisans de la responsabilité sociale des entreprises, une tendance à négliger le rôle clé de la régulation gouvernementale.
- 33 Évidemment, la construction de l'État providence était aussi motivée par un désir de corrections des inégalités. Mon objectif est de mettre en lumière l'importance de la correction des défaillances du marché dans notre récit philosophique sur l'État-providence.
- 34 McMahon, 1981, p.253-255. Voir aussi Brander, 1988, p. 296-298.
- 35 Je m'inspire ici de McMahon, 1981, p. 255.
- 36 À ce sujet, voir l'important ouvrage d'Applbaum, 1999. J'utilise l'adjectif « adversative » pour référer à des institutions, comme le marché, qui vise à canaliser le conflit ou la rivalité entre différents « adversaires ».
- 37 Weinstock, 2006, p.38.
- 38 Voir Weinstock, 2006, p.33-39. Les agents en contexte adversatif se voient accorder une « caution morale » au sens où leurs comportements non-coopératifs sont temporairement légitimés par les fins de l'institution. Pour le caractère moralement ambigu de la compétition, voir l'excellente analyse de Jan Boxill, 2003, p. 107-115 et celle de McMahon (1981).
- 39 Fleurbaey (2006) rappelle, pour limiter l'enthousiasme que nous pourrions afficher quant aux résultats de la main invisible, que nous devrions constamment avoir en tête que la « main invisible » rencontre toujours une autre métaphore, celle du dilemme du prisonnier.
- 40 Voir à ce propos Heath, 2007B.
- 41 McMahon, 1981.
- 42 Ce qui est en fin de compte assez près de la conception de la « responsabilité sociale » mise en avant par Arrow (1973).
- 43 Voir également Carr (1968) qui suggère également l'idée selon laquelle la moralité du marché comportera des éléments distincts de la moralité générale, tout comme les règles d'un jeu comme le poker s'en distingueront.
- 44 McMahon, 1983, p.177. Applbaum (1999, p. 192-197) va aussi dans ce sens.
- 45 Rodin, 2005, p. 567.
- 46 Heath, 2006, p.552 et 2007B.
- 47 La référence au « capitalisme kantien » de Freeman s'avère ici intéressante. Voir aussi Bowie, 2002 pour une conception kantienne de l'éthique des affaires et Solomon (2002) pour une conception aristotélicienne. L'entrée « Affaires », rédigée par Sorrell (2004), dans le fameux *Dictionnaire d'éthique de philosophie morale* dirigé par Canto-Sperber est représentative de cette tendance. Sorrell dresse le portrait du domaine de l'éthique des affaires en survolant les différentes tentatives d'arrimer les exigences commerciales aux exigences morales propres aux théories kantienne, utilitariste et aristotélicienne.
- 48 Pour une défense de cette thèse, voir Hardin, 1996, pp.126-127, 152. Pour l'institution du marché, voir aussi Heath 2006, 2007B et McMahon, 1981.
- 49 Cette thèse semble présente dans les tous premiers travaux de Rawls. Voir son « Two Concepts of Rules » de 1955.
- 50 On pourrait dire que la thèse de la primauté institutionnelle s'oppose à une conception *instrumentale* des institutions. Voir Heath, 2007A.
- 51 Il s'agit évidemment d'une interprétation de Rawls qui pourrait s'avérer controversée. Une interprétation similaire est présentée dans Heath, 2007A. On pourrait aussi faire valoir que cette approche est similaire à celle défendue par Michael Walzer, 1984.
- 52 Vogel, 2005, p. 162-173.
- 53 Je dois beaucoup à Baumol, 1991. Heath (2007, p.371) suggère rapidement une telle extension de son approche.
- 54 Rawls, 2004, p.204-206. Voir la lecture égalitariste que Dworkin fait du célèbre jugement *Austin v. Michigan Chamber of Commerce*. Dworkin, 2002.
- 55 Cela suppose évidemment une mobilisation assez controversée de l'idée de citoyenneté pour penser les pratiques d'entreprises. Pour ce qui est de la littérature sur la « citoyenneté d'entreprise », voir Moon, Matten and Crane (2005), p. 442-446. Pour une critique de cette notion, voir Néron et Norman, 2008A et 2008B.
- 56 Benjamin Friedman, 2005, p. 39-41, Finn, 2006 ; McMahon, 1983, p.254.
- 57 Smith, 1991, en particulier le livre IV.
- 58 Kay, 2004, p.332-333, y va de suggestions similaires.
- 59 Un auteur comme Hardin semble envisager ce problème. Voir Hardin, 1996, p.127.
- 60 Pour des remarques sur la difficulté de juger les défaillances les plus pertinentes dans nos jugements normatifs, voir Néron et Norman, 2008A, p.14
- 61 Heath, 2006, p.549.
- 62 On consultera les contributions regroupées dans Cowen et Crampton, 2004.
- 63 Pour cette distinction, voir Scitovsky, 1954. Voir Przeworski, 2003.
- 64 On consultera à ce sujet Papandreou, 1998, ch.2. Pour une discussion de ces concepts accompagnée d'un souci explicite à l'égard des enjeux normatifs, voir Ballet et Mahieu, 2003.
- 65 Pour une discussion assez récente de ces différentes justifications, voir Gaus, 2003.
- 66 Friedman, 2002.
- 67 Nozick, 2001, p.163.
- 68 On pourrait y voir une opposition entre une justification reposant sur des considérations conséquentialistes et une justification reposant sur des considérations de nature déontologique.
- 69 C'est ce que déplore Gaus (2003) dans la façon dont plusieurs philosophes contemporains abordent l'institution du marché.
- 70 Voir Hardin, 1996, p.126-127.
- 71 À l'exception de Gauthier, 1982.

## BIBLIOGRAPHY

- Appelbaum, Arthur. 1999. *Ethics for Adversaries: The Morality of Role in Public and Professional Life*, Princeton, Princeton University Press.
- Arrow, Kenneth. 1973. «Social Responsibility and Economic Efficiency», *Public Policy*, Automne.
- Ballet, Jérôme et François-Régis Mahieu. 2003. *Éthique économique*, Paris, Ellipses.
- Baumol, William. 1974. «Business Responsibility and Economic Behavior», in
- Melvin Anshen (dir.), *Managing the Socially Responsible Corporation*, New York, Macmillan.
- Baumol, William. 1991. *Perfect Market and Easy Virtues: Business Ethics and the Invisible Hand*, Cambridge, Blackwell.
- Boatright, John. 1999. «Does Business Ethics Rest on a Mistake?», *Business Ethics Quarterly*, vol. 9.
- Boatright, John. 2002. «Ethics and Corporate Governance: Justifying the Role of Shareholder», in Bowie (dir.). *The Blackwell Guide to Business Ethics*, Oxford, Blackwell.
- Boatright, John. 2006. «Quel avenir pour la gestion des parties prenantes?», *Les Ateliers de l'éthique*, vol.1.
- Bowie, Norman. 2002. «A Kantian Approach to Business Ethics», in R. E. Frederick (dir.), *A Companion to Business Ethics*, Oxford, Blackwell, 2002.
- Boxill, Jan. 2003. «The Ethics of Competition», in *Sports Ethics: An Anthology*, Oxford, Blackwell.
- Brander, James A. 1988. *Government Policy Toward Business*, Toronto, Butterworth.
- Carr, A. 1968. «Is Bluffing Ethical?», *Harvard Business Review*, vol. 46.
- Coase, Ronald. 1937. «The Nature of the Firm», *Economica*, no.4.
- Coase, Ronald. 1960. «The Problem of Social Cost», *The Journal of Law and Economics*, vol.3.
- Cowen, Tyler et Eric Crampton, dir. 2004. *Market Failure or Success: The New Debate*, Washington, Independent Institute.
- Dworkin, Ronald. 2002. *Sovereign Virtue: The Theory and Practice of Equality*, Cambridge, Harvard University Press.
- Evan, William M. et Edward F. Freeman. 1993. «A Stakeholder Theory of The Modern Corporation: Kantian Capitalism», in G.D. Chryssides et J.H. Kaler, dir, *An Introduction of Business Ethics*, Londres, Chapman and Hall.
- Finn, Daniel. 2006. *The Moral Ecology of Markets: Assessing Claims About Markets and Justice*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Fleischacker, Samuel. 2004. *On Adam Smith's Wealth of Nations: A Philosophical Companion*, Princeton University Press.
- Fleurbay, Marc. 2006. *Capitalisme ou démocratie: L'alternative du 21ième siècle*, Paris, Grasset.
- Freeman, Edward. 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Boston, Pitman.
- Freeman, Edward. 1998. «A Stakeholder Theory of the Modern Corporation», in M. Clarkson, dir, *The Corporation and Its Stakeholders: Classic and Contemporary Readings*, Toronto, University of Toronto Press.
- Freeman, Edward, Jeffrey Harrison et Andrew Wicks. 2007. *Managing for Stakeholders: Survival, Reputation and Success*, New Haven, Yale University Press.
- Friedman, Benjamin. 2005. *The Moral Consequences of Economic Growth*, New York, Alfred A. Knopp.
- Friedman, Milton. 1999. *Capitalism and Freedom*, Chicago, University of Chicago Press.
- Gaus, Gerald. 2003. «Backwards into the Future: Neorepublicanism as a Postsocialist Critique of Market Society», *Social Philosophy and Public Policy*, vol.20.
- Gauthier, David. 1982. «No Need for Morality: The Case of the Competitive Market», *Philosophical Exchange*, vol.3.
- Goodpaster, Kenneth. 1993. «Business Ethics and Stakeholder Analysis», *Business Ethics Quarterly*, vol.1.

- Goodpaster, Kenneth. 2007. *Conscience and Corporate Culture*, Oxford, Blackwell.
- Hardin, Russell. 1996. «Institutional Morality», in Robert Goodin, dir., *The Theory of Institutional Design*, Cambridge University Press.
- Heath, Joseph. 2003. *La société efficiente : Pourquoi fait-il si bon vivre au Canada ?*, Montréal, Presses de l'Université de Montréal.
- Heath, Joseph. 2004 «A Market Failures Approach to Business Ethics», in Bernard Hogsdon dir., *Morality and the Invisible Hand*, New York, Springer.
- Heath, Joseph. 2006. «Business Ethics without Stakeholders», *Business Ethics Quarterly*, vol.16.
- Heath, Joseph. 2007A. «Rawls on Global Distributive Justice: A Defence,» Daniel Weinstock, dir., *Canadian Journal of Philosophy Supplementary Volume*, Lethbridge: University of Calgary Press.
- Heath, Joseph. 2007B. «An Adversarial Business Ethic for Business: or When Sun-Tzu met the Stakeholder», *Journal of Business Ethics*, vol.72.
- Kaler, John. 2003. «Differentiating Stakeholder Theories», *Journal of Business Ethics*, vol .46.
- Kaler, John. 2006. «Evaluating Stakeholder Theories», *Journal of Business Ethics*, vol .69.
- Kay, John. 2004. *The Truth about Markets: Why some Nations are Rich but Most Remain Poor*, New York, Penguin Books, 2004.
- MacIntyre, Alasdair. 1997. *Après la vertu: Étude de théorie morale*, Paris, PUF.
- Marcoux, Alexei. 2003. «A Fiduciary Argument against Stakeholder Theory», *Business Ethics Quarterly*, Vol. 13, no. 1.
- McMahon, Christopher. 1981. «Morality and the Invisible Hand», *Philosophy and Public Affairs*, vol. 10.
- Mitnick, Barry M . 1993. «The Strategic Uses of Regulation – And Deregulation», in Mitnick B. (dir.). *Corporate Political Agency: The Construction of Competition in Public Affairs*, New York, Sage Publications.
- Moon, Jeremy, Andrew Crane et Dirk Matten. 2005. «Can Corporations be Citizens ? Corporate Citizenship as a Metaphor for Business Participation in Society», *Business Ethics Quarterly*, vol. 15.
- Moore, Geoff. 2005A. «Humanizing Business Ethics», *Business Ethics Quarterly*, vol. 15.
- Moore, Geoff. 2005B. «Corporate Character: Modern Virtue Ethics and the Virtuous Corporation», *Business Ethics Quarterly*, vol. 15.
- Néron, Pierre-Yves et Wayne Norman. 2008A. «Citizenship Inc.: Do We Really Want Businesses to be Good Citizens ?», *Business Ethics Quarterly*, vol.18.
- Néron, Pierre-Yves et Wayne Norman. 2008B. «Corporations as Citizens: Political not Metaphorical – A Reply to Critics», *Business Ethics Quarterly*, vol.18.
- Norman, Wayne. 2004. «What Can the Stakeholder Theory Learn from Enron ?», *Zeitschrift für Wirtschafts-und Unternehmensethik/Journal for Business, Ethics and Economics*, vol. 3.
- Nozick, Robert. 2001. *Anarchy, State and Utopia*, Oxford, Wiley Blackwell.
- Papandreou, Andreas. 1998. *Externality and Institutions*, Oxford, Oxford University Press.
- Portney, Paul. 2005. «Corporate Social Responsibility: An Economic and Public Policy Perspective,» in *Environmental Protection and the Social Responsibility of Firms*. ed. B. Lay, R. Stavins and R.Vietor, Washington: Resources for the Future.
- Peauchant, Thierry. 2000. *Pour un management éthique et spirituel: Défis, Cas, Outils et Questions*, Montréal, Fides.
- Przeworski, Adam. 2003. *States and Markets: A Primer in Political Economy*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Rawls, John. 1955. «Two Concepts of Rules», *Philosophical Review*, vol. 64.
- Rawls, John. 1996. *Théorie de la justice*, Paris, PUF.
- Rawls, John. 2004. *La justice comme équité : Une reformulation de Théorie de la justice*, Montréal, Boréal.
- Rodin, David. 2005. «What's Wrong with Business Ethics», *International Social Science Journal*, vol. 57.
- Ross, David. 2002. *When All Else Fails: Government as the Ultimate Risk Manager*, Cambridge, Harvard University Press.
- Rothschild, Emma. 2002. *Economic Sentiments: Adam Smith, Condorcet and the Enlightenment*, Cambridge, Harvard University Press.

Shionoya, Yuichi. 1995. «The Ethics of Competition», *European Journal of Law and Economics*.

Schultz, Walter J. 2001. *The Moral Conditions of Economic Efficiency*, Cambridge, Cambridge University Press.

Scitovsky, Tibor. 1954. «Two Concepts of Externalities», *Journal of Political Economy*, vol.62.

Smith, Adam. 1991. *La richesse des nations*, Paris, Flammarion.

Solomon, Robert. 2002. «Business Ethics and Virtue», in R. E. Frederick (dir.), *A Companion to Business Ethics*, Oxford, Blackwell, 2002.

Sorell, Tom. 2004. «Affaires», in Monique Canto-Sperber (dir.), *Dictionnaires d'éthique et de philosophie morale*, Paris, PUF.

Soule, Edward. 2003. *Morality and Markets: The Ethics of Government Regulation*, New York, Rowman and Littlefield.

Stiglitz, Joseph. 1996. *Whither Socialism ?*, Cambridge, MIT Press.

Thompson, Dennis. 2005. *Restoring Responsibility: Ethics in Government, Business and Healthcare*, Cambridge, Cambridge University Press.

Vogel, David. 2005. *The Market for Virtue: The Potential and Limits of Corporate Social Responsibility*, Washington, Brookings Institution Press.

Walzer, Michael. 1984. *Spheres of Justice*, New York, Basic Books.

Weinstock, Daniel. 2006. *Profession: Éthicien*, Montréal, PUM, 2006.

Williamson, Olivier. 1985. *The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting*, New York, Free Press.

Wolfe, Alan. 1993. «The Modern Corporation: Private Agent of Public Actor ?», *Washington and Lee Law Review*, vol. 50.