

# COOPÉRATION, COMPÉTITION ET MORALITÉ: LA MAIN INVISIBLE DU MARCHÉ ET LA DIVISION DU TRAVAIL MORAL<sup>1</sup>

Pierre-Yves NÉRON<sup>2</sup>

187

Quelles sont les principales critiques morales que l'on peut adresser à l'institution du marché? Quelles sont les diverses façons de déterminer ses limites d'un point de vue moral? Je me propose dans cet article de cibler différentes manières de répondre à ces questions. J'examine différents visages que prend la critique contemporaine du marché pour ensuite montrer que si celle-ci repose en grande partie sur des considérations d'ordre distributif, elle repose également sur un certain *malaise moral* à l'égard de l'institution même, et que ce malaise est lié à la division du travail moral qui va de pair avec l'idée de « main invisible » du marché. Je propose alors d'examiner certains aspects clés de l'institution du marché pour ensuite dégager les contours de ce malaise moral. Je tente de comprendre celui-ci en examinant la nature bien particulière de la « compétition » comme catégorie morale ou normative. Un tel examen permet à la fois de mettre en lumière la nature moralement problématique du marché tout en montrant ces aspects éminemment plus désirables ainsi que les contraintes qui devraient gou-

---

1. Je tiens remercier Peter Dietsch, Joseph Heath, Xavier Landes, Dominic Martin et Wayne Norman pour les nombreuses discussions portant sur différentes versions de cet article, ainsi que deux évaluateurs anonymes de cette revue. En particulier, les recherches doctorales très novatrices de Dominic Martin, de l'université de Montréal et l'université Catholique de Louvain, m'ont beaucoup influencé. Je remercie également les étudiants de mon séminaire « Issues in business ethics », du département de philosophie de l'University of Toronto, qui m'ont beaucoup aidé à développer les idées défendues dans cet article. Mes remerciements vont enfin aux participants du colloque « Capitalisme et patrimoine », organisé par Naïma Hamrouni et Ludovic Chevalier à l'université du Québec à Trois-Rivières en avril 2009.

2. Directeur-adjoint, Centre de Recherche en Éthique de l'Université de Montréal (CRÉUM).

verner ses acteurs. Surtout, cet examen permet de mieux comprendre une bonne partie de la critique contemporaine du marché.

## LA CRITIQUE CONTEMPORAINE DU MARCHÉ : UN MALAISE MORAL

Pour débiter, il me faut noter que je référerai ici au marché en tant qu'*institution*, notion que j'utiliserai au sens rawlsien d'un système public de règles qui définissent des fonctions et des positions avec leurs droits et leurs devoirs, leurs pouvoirs et leurs immunités, etc.<sup>3</sup> Le marché représente alors un ensemble public de règles et normes régulant l'échange de biens et services par le biais du mécanisme de l'offre et la demande et la concurrence entre entreprises<sup>4</sup>. Ce système public de règles et normes attribue certaines fonctions (le fait, par exemple, pour une organisation d'avoir le statut de « société par actions » ou à « responsabilité limitée », d'occuper le rôle de consommateurs ou d'investisseurs, etc.) auxquelles sont rattachés certains droits et devoirs, pouvoirs et immunités (par exemple, le fait que la société par actions se voit attribuer le statut légal de « personne morale » va de pair avec certains privilèges et des immunités légales pour ses investisseurs). On pourrait bien sûr raffiner constamment cette définition, mais je l'utiliserai comme définition de travail, qui me servira à comprendre la nature des reproches qui sont adressés à un tel système public de règles.

Il est aussi important de garder en tête que les critiques du marché que je tente de comprendre ici ne sont pas que philosophiques. S'inspirant de l'analyse opérée par Nancy Fraser de la notion de « reconnaissance » et les façons dont celle-ci est utilisée par les « nouveaux mouvements sociaux », on pourrait dire que les reproches adressés au marché proviennent eux aussi d'une constellation de sources différentes<sup>5</sup>. Ils sont à la fois présents dans les discours altermondialistes, ceux sur la « responsabilité sociale des entreprises », le « développement durable » ou la « justice climatique », les artistes continuent de les formuler à leur manière

3. La définition rawlsienne d'une institution me semble utile car elle suggère déjà une certaine division du travail moral entre les principales institutions (structure de base de la société pour Rawls) et les conduites individuelles. Cette division du travail rawlsienne est l'objet de plusieurs débats. Voir J. Rawls, *Libéralisme politique*, Paris, PUF, 1995 et *Théorie de la justice*. Paris, PUF, 1997; S. Scheffler. « The Division of Moral Labor (part 1): Egalitarian Liberalism as Moral Pluralism » [2005], *Proceedings of the Aristotelian Society*, p. 229-284. G. Cohen, *Rescuing Justice and Equality*. Cambridge MA, Harvard University Press, 2008; *If you're an egalitarian, why are you so rich?*, Cambridge MA, Harvard University Press, 2001.

4. Voir à ce sujet A. Przeworski. *States and Markets*. Cambridge, Cambridge University Press, 2003.

5. N. Fraser. *Interruptus: Critical Reflections on the "Post-Socialist" Condition*, New York, Routledge, 1997 et « Rethinking Recognition », *The New Left Review* [2000], p. 107-120; N. Fraser et A. Honneth. *Redistribution or Recognition: A Philosophical Exchange*. New York, Verso, 2003

et ils sont repris par diverses ONG ou partis politiques de gauche et sont à la source d'innombrables éditoriaux. Pour reprendre les analyses de Boltanski et Chiapello, on pourrait dire que la critique du marché est à la fois philosophique, sociale, politique et même esthétique<sup>6</sup>.

Il ne devrait donc pas être étonnant de constater que l'un des aspects notables de la critique contemporaine de l'institution du marché, et du capitalisme en général, est son caractère non seulement diffus mais également multiforme. Dans certains cas, elle demeure assez radicale et l'appréciation des effets méritoires du marché, presque nulle. D'autres fois, elle se fait plus subtile tout en conservant une certaine force malgré une acceptation apparente du marché. Certains, comme Antonio Negri et Michael Hardt, analysent le phénomène de la mondialisation économique sous l'angle de la formation d'un empire alors que des auteurs comme Axel Honneth tentent de mobiliser le langage de la « reconnaissance » pour renouveler le projet de la Théorie critique et son désir d'identifier les « pathologies sociales » (déni de reconnaissance, réification) propres aux sociétés capitalistes<sup>7</sup>. La façon la plus adéquate de critiquer le marché, dans cette optique est donc de l'identifier comme source de ces pathologies. D'autres s'inspirent du renouveau de la pensée républicaine pour articuler les bases d'une « économie de la citoyenneté » se distinguant de schémas de pensée plus classiques associés à la tradition libérale<sup>8</sup>. Enfin, toute une gamme d'auteurs, cette fois d'inspiration libérale (et somme toute moins radicaux), ont eux aussi de la difficulté à accommoder le marché dans leur théorie politique normative<sup>9</sup>. Ils peinent à le faire parce que le marché tendrait à produire et perpétuer des inégalités socio-économiques qui sont au fond le reflet de conditions injustes d'arrière-fond ou encore le résultat de dysfonctionnements du marché (asymétrie d'informations, production d'externalités négatives, tendances monopolistiques), mais également parce que l'utilisation d'une telle métaphore de la « main invisible » mènerait à une simple revalorisation morale du « vice » et de la poursuite étroite du gain per-

6. Boltanski et Chiapello dressent un bon portrait de ce qu'ils appellent la critique « sociale » et « artiste » du capitalisme. Voir L. Boltanski et E. Chiapello, *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris: Gallimard, 1999.

7. Voir A. Negri et M. Hardt, *Empire*, Oxford, Oxford University Press, 2001 ; A. Honneth, *La société du mépris: Vers une nouvelle Théorie critique*, Paris, La Découverte, 2008.

8. Voir M. Sandel, Michael, *Democracy's Discontent: America in Search of a Public Philosophy*. Cambridge, MA, Belknap Press, 1998; "Should We buy the right to pollute?" dans M. Sandel, *Public Philosophy: Essays on Morality in Politics*, Cambridge, MA, Harvard University Press, 2005, p. 93-96. P. Pettit, « Freedom in the Market », [2006], *Philosophy, Politics and Economics*, p. 131-149. R. Dagger, « Neo-Republicanism and the Civic Economy », [2006] *Politics, Philosophy and Economics*, p. 151-173.

9. A. Phillips, « Egalitarians and the Market: Dangerous Ideals », [2008], *Social Theory and Practice*, p. 439-462.

sonnel<sup>10</sup>. Une telle critique est aussi présente chez G. A. Cohen pour qui les transactions de marché posent problème parce qu'elles ont pour « principal mobile la cupidité et la peur<sup>11</sup> ». Au-delà des enjeux de justice distributive concernant le panier de ressources dont les individus jouissent, ces auteurs reprochent aussi au processus de la main invisible du marché de favoriser l'égoïsme ainsi que les relations instrumentales et « anonymes », ayant ainsi un impact négatif sur les liens personnels et civiques nécessaires au vivre-ensemble démocratique<sup>12</sup>.

190

Pour clarifier les choses, on peut dire que pour de nombreux philosophes, le principal reproche que l'on peut adresser au marché est d'ordre *distributif*: les interactions répétées au sein des marchés peuvent mener à des résultats problématiques en ce qui concerne la distribution des ressources, ou « biens premiers » pour parler en termes rawlsiens, dont les individus ont besoin pour mener à bien leurs conceptions de la vie bonne. Cette posture correspond à ce que Debra Satz nomme *l'égalitarisme général* et consiste à dire que si les économies de marché ont expérimenté une croissance économique appréciable, elles sont encore marquées par de grandes inégalités socio-économiques qui ne représentent pas un résultat que l'on pourrait considérer comme moralement neutre et doivent donc être combattues et corrigées par l'intervention de l'État<sup>13</sup>. Il y a donc de bonnes raisons de justice distributive de jeter un regard sceptique à l'égard des résultats produits par le marché.

Cette critique centrée sur des considérations distributives motive en grande partie la posture type des libéraux sur le rôle économique de l'État. Selon Ronald Dworkin, cette posture est la suivante: l'État doit intervenir dans l'économie pour promouvoir la stabilité économique, favoriser la diffusion de l'information, réduire le chômage et fournir des services qui ne le seraient pas autrement, mais le tout doit se baser sur une approche pragmatique et sélective, qui met de côté la possibilité d'une rupture radicale avec le marché<sup>14</sup>. On comprend ainsi de quelle façon les penseurs libéraux tentent de produire un récit philosophique crédible de

10. Voir D. SaT, *Why some things should not be for sale: the moral limits of market*, New York, Oxford University Press, 2010, en particulier le chapitre trois « 'The Market' Place and Scope in Contemporary Egalitarian Theory ».

11. Voir Cohen, *op. cit.*, 2010, p. 37.

12. E. Anderson, « Ethical Assumptions in Economic Theory: Some lessons from the history of credit and Bankruptcy », [2004], *Ethical Theory and Moral Practice*, p. 347-360.

13. Satz, *op. cit.*, p. 63. Amartya Sen présente une excellente justification de cette posture à l'égard du marché en montrant que notre évaluation morale de celui-ci devrait porter sur ses résultats distributifs et non simplement sur la façon dont il facilite l'exercice de droits fondamentaux préexistants. Voir A. Sen, « The Moral Standing of the market », [1985], *Social philosophy and policy*, p. 1-19.

14. R. Dworkin, *A Matter of Principle*, Cambridge, Harvard University Press, 1985.

la construction de l'État providence au xx<sup>e</sup> siècle, qui a été en grande partie motivée par une acception de la force des marchés comme mode d'allocation efficiente des ressources doublée d'une reconnaissance de ses nombreuses défaillances et ses effets distributifs parfois désastreux pour les populations les plus vulnérables<sup>15</sup>.

Certains auteurs comme Philips, Satz ou encore Cohen semblent toutefois insatisfaits de cette double posture, face au marché, d'acceptation de ses résultats (parfois) efficients couplée avec un souci constant pour ses effets distributifs. Ils cherchent alors à aller dans d'autres directions pour formuler leur critique de cette institution. Ils n'insistent pas simplement sur les considérations distributives, mais sur les fondements problématiques des interactions du marché ou encore le rapport d'opposition que celui-ci entretiendrait avec certaines vertus morales comme le désintéressement, l'altruisme et le souci pour autrui. Ils le font notamment en reprochant au processus de la main invisible du marché de favoriser les relations instrumentales et « anonymes », ayant ainsi un impact négatif sur les liens personnels et civiques nécessaires au bien vivre-ensemble. Ils le font également en affichant leur scepticisme à l'égard de la « ruse morale » qui serait au cœur du marché, selon laquelle « les vices des particuliers contribuent à la félicité publique ». Une telle ruse avait été décrite par Bernard Mandeville dans sa « fable des abeilles » dans laquelle une ruche d'abeilles entièrement débarrassées des vices privés s'appauvrit et dépérit. Elle trouve aussi écho chez Adam Smith dans *La Richesse des Nations*, qui suggère que l'individu qui produit et échange en contexte de marché, « tout en ne recherchant que son intérêt personnel [...] travaille bien souvent d'une manière plus efficace pour l'intérêt de la société, que s'il avait réellement pour but d'y travailler ». Cette concordance des intérêts personnels et collectifs n'est possible que parce que l'individu est « conduit par une main invisible<sup>16</sup> ».

Plusieurs font donc preuve d'une certaine méfiance à l'égard du marché précisément parce qu'ils ressentent un malaise à l'égard de l'utilisation d'une telle métaphore de la « main invisible ». Même si les effets distributifs de celle-ci sont corrigés par les pouvoirs publics, la main invisible n'en demeure pas moins asso-

15. Sur ces différentes justifications de l'État-providence, souci d'équité et souci d'efficacité, on consultera J. Heath, *The Efficient Society*, Toronto, Penguin, 2001, et « The Benefits of Cooperation », *Philosophy and Public Affairs*, [2006], p. 313-351 et F. Ewald *L'État-providence*, Paris, Grasset, 1986.

16. A. Smith, *La richesse des nations*, Paris, Flammarion, 1998. Pour une étude fascinante de la diversité des interprétations de cette métaphore, on consultera E. Rothschild, *Economic Sentiments: Adam Smith, Condorcet and the Enlightenment*, Cambridge MA, Harvard University Press, 2002. On lira également l'excellent ouvrage de Samuel Fleischacker, *On Adam Smith's Wealth of Nations: A Philosophical Companion*, Princeton, Princeton University Press, 2004.

ciée à une simple revalorisation du « vice » et de la poursuite étroite du gain personnel. C'est ce qui semble épineux d'un point de vue moral avec le marché.

Il est vrai que la métaphore de la main invisible du marché prête flanc à plusieurs critiques. Elle semble en effet résoudre certaines tensions morales d'une façon un peu trop simpliste en suggérant un heureux processus providentiel qui ferait en sorte de transformer les actions d'acteurs égoïstes en actions participant à la réalisation du bien commun. Elle paraît donc prêcher un optimisme des plus naïfs. Qui plus est, certains éléments de la crise financière récente confèrent une crédibilité évidente à une critique du capitalisme qui consiste précisément à en ridiculiser ses fondements mandevilliens et smithiens. Selon certains, la légitimation du marché par la coïncidence de l'égoïsme et du bien commun serait devenue caduque et « l'idée même d'une "main invisible" veillant au bien de tous a été détruite par le spectacle de la catastrophe provoquée par la dérégulation des marchés financiers<sup>17</sup> ».

192

Je reviendrai plus loin sur le sens et la portée de ces reproches. Pour l'instant, il me suffit d'insister sur le fait que la critique contemporaine du marché, notamment celle d'inspiration libérale-égalitariste, mais aussi celle puisant à d'autres sources, comporte des éléments distributifs ainsi que des éléments *non-distributifs*. Certains éléments sont non-distributifs au sens où ils ne servent pas à pointer en direction de sévères inégalités injustes générées ou perpétuées par les activités du marché, mais plutôt vers d'autres dimensions moralement dérangeantes avec l'institution du marché. Par exemple, dans *Why Not Socialism?* G. A. Cohen reprenait à son compte la critique distributive en soutenant que si le marché peut contribuer à produire des biens sociaux importants, il n'en est pas moins à la source de nombreuses inégalités. Mais ce serait une erreur d'en rester là en tentant de comprendre la critique articulée par Cohen dans cet essai. Son objectif principal était en fait de nous remémorer que le marché a « le génie de mobiliser des motivations mesquines » et qu'il puise donc dans les pires motivations humaines<sup>18</sup>. Il nous rappelait ainsi que du slogan mandevillien des « vices privés, félicité publique », il ne faudrait pas oublier la première partie. Sa critique du marché n'est donc pas seulement centrée sur les effets distributifs de celui-ci, mais peut être associée de manière plus générale à un certain malaise moral à l'égard de l'idée même d'une main invisible du marché. L'idée selon laquelle un tel processus guiderait, tout en échappant à leur attention, des acteurs économiques

17. Propos tirés d'un article de Michel Eltchaninoff, qui explique la « critique morale » du capitalisme. Voir M. Eltchaninoff, « Quand l'avidité dépasse les bornes », [2008], *Philosophie Magazine*, p. 42-43.

18. G. Cohen, *op. cit.*, 2010, p. 53.

égoïstes vers la production du bien commun en fait sourciller plus d'un et suscite certaines craintes morales. Les artisans de cette critique, tel Cohen, cherchent alors à montrer les effets pervers du marché sur des valeurs, vertus et traits de caractère qui ne sont pas directement liés à des considérations de distribution des ressources, mais qui sont jugés moralement significatifs.

On pourrait aussi dire sans exagérer que la critique « communautarienne » du marché, articulée par Michael Walzer et autres, pointe elle aussi en direction d'éléments non-distributifs. Walzer, on le sait, distingue entre différentes « sphères de la justice » ayant chacune leur propre logique normative pour soutenir ensuite que certains objets ou biens relèvent de sphères non-marchandes et devaient tout simplement être soustraits au calcul marchand<sup>19</sup> (Walzer, 1984; Sandel, 1998; Anderson, 1995). Cet argument puise ces ressources dans ce que Satz nomme *l'égalitarisme spécifique* (Satz, 2010). Selon cette version de l'égalitarisme, il est impératif du point de vue de la justice distributive de jeter notre regard non seulement sur les résultats des interactions de marché, mais également sur certaines caractéristiques même de l'institution, dont la nature des biens qui y sont échangés, chose que semblent se refuser à faire les tenants de l'égalitarisme général identifié précédemment.

Tout se passe ici en fait comme si les tenants d'un égalitarisme spécifique nous disaient que les égalitaristes généraux se privent d'outils dans leur critique du marché en se concentrant principalement sur ses conséquences distributives. Anne Phillips va dans ce sens dans un article récent alors qu'elle se désole de constater que certains égalitaristes semblent trouver un peu trop aisément une place pour le marché dans leur tentative de construire une théorie politique de l'égalité. Pour le dire autrement, elle s'avoue en fait troublée par la réconciliation de la philosophie politique contemporaine avec le marché. Pour justifier son scepticisme, Phillips attire évidemment l'attention sur la contribution du marché à la perpétuation des inégalités, mais elle tente également de mettre en lumière le caractère moralement problématique de certains aspects de la « substance » des relations de marché. C'est pourquoi elle soutient, d'une façon similaire à Satz, que les débats futurs les plus fertiles ne porteront pas nécessairement sur la compatibilité d'un « principe de marché » avec les idéaux égalitaristes, mais plutôt sur l'analyse de certaines configurations bien précises des marchés tels qu'ils sont

---

19. Walzer, Michael, *Spheres of Justice: A defense of Pluralism and Equality*, New York, Basic Books, 1984; Sandel, *op. cit.*, 1998, 2005; Anderson, *op. cit.*

structurés dans le monde réel, et les comportements que de tels aménagements tolèrent et promeuvent<sup>20</sup>.

Philips et Satz fournissent donc un bon exemple du malaise moral que plusieurs affichent à l'égard du marché puisqu'elle ne s'inquiète pas seulement de ses effets distributifs, mais aussi de certaines de ses modalités qui semblent poser problèmes d'un point de vue moral. Et elles nous fournissent en plus une autre variante, plus sophistiquée, de l'égalitarisme spécifique. Elles tentent elles aussi d'aller au-delà de la focalisation sur les résultats distributifs, mais cherchent à attirer l'attention moins sur la nature de certains *biens* échangés que sur certaines *caractéristiques* morales des interactions de marché.

#### LE MALAISE MORAL À L'ÉGARD DU MARCHÉ: TROIS VARIANTES

194

Ces remarques étant faites, j'aimerais dans cette section examiner plus minutieusement les contours de ce malaise moral à l'égard du marché. J'ai fait une partie de ce travail dans la section précédente en faisant ressortir sa nature non-distributive. Il me reste donc ici à clarifier certains aspects de ce malaise. Pour raffiner mon hypothèse de départ, on peut la formuler de la façon suivante: contrairement à ce que l'on retrouve dans une première version de l'égalitarisme spécifique, dont les partisans affichent une réticence à l'égard de l'utilisation du marché pour l'allocation de certains *biens* d'une nature particulière, le malaise affiché par bon nombre de commentateurs à l'égard du marché en est un ressenti à l'égard de la division du travail moral qui est au cœur de l'institution du marché<sup>21</sup>.

Telle que comprise ici, la division du travail moral renvoie à l'idée selon laquelle certains biens, valeurs ou normes (de justice, de bien-être ou d'efficience par exemple) sont produits ou réalisés plus efficacement à l'intérieur d'une forme d'organisation sociale dans laquelle différents acteurs peuvent poursuivre des objectifs plus restreints que la réalisation de ces biens, valeurs ou normes<sup>22</sup>. Une telle

---

20. A. Philips, *op. cit.*, p. 440.

21. Ce malaise a été en partie identifié par Applbaum dans son excellent ouvrage Arthur Applbaum, *Ethics for Adversaries: The Morality of Roles in Public and Professional Life*, Princeton, Princeton University Press, 1999. Voir aussi D. Martin, *Rivalité et marché: une éthique adversative pour les agents économiques*, Montréal, Thèse de doctorat, université de Montréal et université Catholique de Louvain, 2012; C. McMahon, « Morality and the Invisible Hand », [1981], *Philosophy and Public Affairs*, p. 247-277; P-Y. Néron, « La moralité implicite du marché », [2010], *Les Ateliers de l'éthique*, p. 4-22.

22. Voir T. Pogge, « On the site of distributive justice: Reflections on Cohen and Murphy », [2000], *Philosophy and public affairs*, p. 137-169. T. Porter, « The division of moral labour and the basic structure restriction », [2009], *Politics, Philosophy and Economics*, 2009, p. 173-199. Applbaum, *op. cit.* Scheffler, *op. cit.*



division du travail se fait entre différentes institutions, mais également entre les acteurs jouant divers rôles au sein de celles-ci<sup>23</sup>.

Dans le cas du marché, un premier élément de la division du travail moral exigée et qui pose problème est que le fonctionnement de l'institution semble *cautionner* ou *excuser*, au nom des résultats économiques d'efficacité et de prospérité, toute une gamme de comportements étant autrement considérés moralement problématiques. Elle semble en effet accorder une permission morale aux comportements égoïstes visant la promotion des intérêts uniquement privés.

Notons déjà que cela concorde assez bien avec le malaise ressenti par plusieurs à l'égard de la célèbre affirmation de Smith selon laquelle

ce n'est pas de la bienveillance du boucher, du marchand de bière et du boulanger que nous attendons notre dîner, mais bien du soin qu'ils apportent à leurs intérêts. Nous ne nous adressons pas à leur humanité, mais à leur égoïsme<sup>24</sup>.

Ce qui semble problématique ici est donc la *caution* qui est accordée à des attitudes, pratiques et comportements moralement douteux, ou pour être plus précis des comportements *non-coopératifs*, comme la promotion d'intérêts égoïstes ou la recherche étroite du gain personnel sans égard à autrui.

Cette variante du malaise moral à l'égard de cette revalorisation du vice va aussi de pair avec le portrait des sociétés marchandes peuplées d'individus se rencontrant pour vendre et acheter, recherchant la meilleure affaire selon leurs intérêts privés, pour ensuite se séparer et se diriger chacun de leur côté. Dans de telles sociétés commerciales, les relations entre individus se caractériseraient non seulement par leur nature *intéressée*, mais également *anonyme* et souvent caractérisées par *l'indifférence*. Elles refléteraient ainsi un manque de richesse morale qui serait propre aux relations de marché, au sein desquelles les agents se conforment au mieux à des exigences morales assez minimales proscrivant le vol et la fraude. Ils se rencontrent comme « étrangers indifférents » et acteurs « aliénés » ne partageant aucun sens d'un destin collectif et des responsabilités communes. Pas de place ici pour des relations humaines plus profondes et authentiques<sup>25</sup>.

23. L. Murphy, « Institutions and the demands of justice », [1999], *Philosophy and Public Affairs*, p. 251-291.

24. Smith, *op. cit.*, p. 82.

25. Cette critique constamment reprise a été assez bien exposée par certains des premiers représentants de la Théorie critique comme Erich Fromm et bien sûr Herbert Marcuse. Elle fait également partie des débats publics pourtant sur l'évolution du capitalisme. Je dois beaucoup à la description qu'en fait N. K. Badhwar.

Cela dit, parmi les composantes du marché, il est important de distinguer entre la concurrence et l'échange<sup>26</sup>. C'est dans le processus concurrentiel de la main invisible que se trouvent cautionnés certains comportements moralement douteux, alors que c'est dans l'échange que l'on croit percevoir un déplorable anonymat ainsi que les sources de l'aliénation. C'est la première composante, et non pas la seconde, qui m'intéresse ici.

196 Pour reprendre à nouveau la définition rawlsienne d'un arrangement institutionnel, on pourrait donc caractériser ce premier type de reproches en disant que ce qui est problématique avec le marché, en tant que système public de normes et règles, est la façon dont il attribue certaines *immunités* aux acteurs occupant différentes fonctions ou positions (comme celles d'investisseurs, entreprises ou consommateurs) dans un processus concurrentiel. Une telle division du travail immunise donc certains acteurs des exigences morales liées à l'amitié civique, la solidarité ou encore à la juste coopération entre individus<sup>27</sup>.

Un second type de reproche adressé à la division du travail moral au cœur du marché consiste à consister l'efficacité de celle-ci en faisant remarquer la connexion problématique entre la poursuite d'intérêts privés restreints et la réalisation du bien commun. Si la poursuite individuelle du gain risque parfois d'avoir des effets inattendus, comme la promotion de l'intérêt général, elle risque également d'avoir toute sorte d'effets pervers très éloignés de l'intérêt des communautés humaines. Il importe donc de ne pas surestimer la concordance entre l'égoïsme des acteurs du marché et la production de résultats désirables pour l'ensemble de la société. Ce qui dérange ici est donc la relation problématique entre la recherche de gains personnels et le bien commun. Il n'est pas évident que le fait d'encourager le premier soit toujours le meilleur *moyen* de produire le second<sup>28</sup>.

Évidemment, on pourrait faire remarquer que ce n'est pas ce que les défenseurs du marché ont en tête. Smith et autres ne semblent pas suggérer que *toute* action mue par le seul intérêt individuel est bonne pour la collectivité.

Cela dit, il y a un troisième type de reproche adressé à la logique de la main invisible, qui consiste à dire que le bien-être de la communauté devrait être créé par des individus ayant pour intention de produire celui-ci. Dans cette optique, il y aurait donc quelque chose de moralement problématique dans la nature même

26. Heath, *op. cit.*, 2006; J. Wolff, « The Ethics of competition » dans *The Legal and Moral Aspects of International Trade*, (dir. G. Parry, A. Qureshi et H. Steiner), New York, Routledge, 1998.

27. C'est ce qu'on pourrait faire dire à G. Cohen, *op. cit.*, 1997, p. 16-17.

28. Pour une bonne présentation de type d'arguments, voir D. Finn, *The Moral Ecology of Markets: Assessing Claims About Markets and Justice*, Cambridge, Cambridge University Press, 2006; Wolff, *op. cit.*

de la ruse morale du marché. Et il ne s'agit pas de soutenir que la promotion de l'intérêt individuel n'est pas toujours le meilleur moyen de réaliser le bien-être commun. Il s'agit plutôt d'affirmer qu'il y a quelque chose de problématique dans une astuce institutionnelle qui pousserait des individus mus par leurs intérêts personnels à produire le bien-être commun, et ce, *même si cette ruse s'avère efficace*. Appelons cela un *argument d'authenticité*<sup>29</sup>. Celui-ci ne porte pas sur l'efficacité comme telle du processus de la main invisible du marché, mais plutôt sur la division du travail moral que son déploiement exige, et plus précisément sur la nature problématique de la ruse morale qui y est sous-jacente. Il suggère que le bien-être commun devrait être le produit, non pas de la rencontre d'individus égoïstes bernés par un quelconque processus leur échappant, mais bien de celle d'individus *recherchant authentiquement* ce bien-être commun<sup>30</sup>.

Que penser de ces trois reproches qui sont autant de variantes du malaise moral que plusieurs ressentent à l'égard de l'institution du marché? Évidemment, certaines nuances méritent sans doute d'être ajoutées, notamment en ce qui concerne l'interprétation exacte à donner à la métaphore de la main invisible. Il est vrai que l'on interprète souvent le recours à la main invisible comme la défense d'un mécanisme quasi providentiel qui transformerait toute action mue par l'intérêt personnel en action bonne pour la collectivité. Si c'était le cas, le deuxième reproche toucherait la cible aisément. Mais en fait, on peut dire que Smith avait trois choses en tête: premièrement, que les actions individuelles ont des conséquences inattendues; deuxièmement, que ces conséquences inattendues se trouvent *parfois* à promouvoir le bien de tous; troisièmement, qu'il semble y avoir une cohérence dans l'amas de ces actes individuels qui auront pour effet systémique de discipliner les entreprises et décentraliser le système de prix<sup>31</sup>.

Bien entendu, une analyse plus approfondie serait ici requise. Je cherche simplement à insister sur le fait qu'il semble possible de reformuler la défense morale de la main invisible du marché d'une façon plus modeste, par exemple, de manière à soutenir que dans certaines circonstances, la promotion de l'intérêt individuel peut produire des résultats désirables pour la société.

29. On pourrait considérer que cet argument est similaire à la critique que G. A. Cohen (*op. cit.*, 2001) fait de la division du travail moral dans la théorie rawlsienne de la justice entre les principes devant gouverner la structure de base de la société et ceux devant gouverner la conduite individuelle. Cohen critique cet argument en soutenant qu'il y a non seulement quelque chose d'irréaliste dans une telle division du travail, mais quelque chose de problématique en soi.

30. Cet argument semble latent dans la critique que fait Applbaum, *op. cit.*, 1999 et Cohen *op. cit.*, 2010

31. Rotschild, *op. cit.*, p. 121.

Il faut également noter que le marché n'est pas *que* l'institutionnalisation des comportements égoïstes et leur valorisation. Tout d'abord, il importe de corriger le portrait que les critiques des interactions de marché dressent de celles-ci. Ceux-ci se plaisent à dépeindre des acteurs purement intéressés impliqués dans une relation d'une banalité flagrante et d'un manque de richesse morale désarmant. Un tel portrait est évidemment utile aux critiques du capitalisme. Toutefois, il s'avère problématique d'un point de vue empirique. Les marchés sont des réseaux d'interactions éminemment plus complexes que le laissent entendre certains critiques. Comme le note toute une gamme d'auteurs provenant d'horizons parfois assez différents, les marchés demandent un niveau parfois élevé de confiance entre les partenaires ainsi que l'adhésion à un très grand nombre de normes et règles informelles<sup>32</sup>.

198

En ce sens, les critiques des interactions de marché se rendent en partie coupables de la même faute qu'ils reprochent souvent aux économistes de commettre. Ces critiques présentent un portrait démesurément abstrait et peu nuancé de telles interactions, comme le font parfois les économistes. En effet, on reproche souvent à ceux-ci, non sans raison, de présenter un portrait trop simplifié du monde économique, lequel serait peuplé d'acheteurs et vendeurs anonymes jouissant d'information parfaite et fonctionnant sans relations de confiance à long terme. Évidemment, les marchés réels sont plus complexes et les économistes doivent pouvoir rendre compte d'une telle complexité. Toutefois, leurs caractéristiques morales le sont également, et les critiques du marché doivent en prendre compte.

Qui plus est, ce portrait plutôt négatif des relations de marché comme interactions purement intéressées tend à gommer le fait que Smith, tout comme d'autres philosophes du XVIII<sup>e</sup> siècle, voyait une force émancipatrice à l'œuvre dans les relations marchandes. Dans l'optique de Smith, les pratiques commerciales d'échanges qui se font par l'intermédiaire du marché ont pour effets de miner les privilèges attribués à certains groupes. Comme le notent avec justesse Elizabeth Anderson et Philip Pettit, de telles interactions qui se fondent sur l'égoïsme du marchand participent peut-être à une validation de la poursuite d'intérêts étroits et personnels, mais ils permettent également aux personnes ordinaires de ne pas dépendre de manière servile de la « noblesse oblige » d'autrui<sup>33</sup>. Lorsque Smith affirmait que ce n'est pas de la bienveillance des marchands que nous tirons notre repas, il ne faisait pas que célébrer la force de coordination des intérêts privés. Il désirait également mettre en lumière la façon dont les relations de marchés minent les bases d'une so-

32. Pour une bonne défense de cette thèse et de la littérature portant sur celle-ci, voir N. Badhwar, « Friendship and Commercial Societies », [2008], *Politics, Philosophy and Economics*, p. 304-307.

33. Anderson, *op. cit.*, et Pettit, *op. cit.*, 2006.

ciété du statut<sup>34</sup>. Ce qui est important ici n'est donc pas tellement que les relations de marché se fondent sur l'égoïsme du marchand, mais surtout qu'elles *ne se fondent pas* sur la seule bienveillance de certains groupes de la société<sup>35</sup>.

#### LA MAIN INVISIBLE: MÉTAPHORE D'UNE INSTITUTION ADVERSATIVE

Il semble clair que ces trois reproches adressés à l'institution du marché touchent parfois la cible et la ratent quelques fois. Néanmoins, leur caractéristique centrale est qu'ils pointent dans une même direction: le caractère moralement problématique de la division du travail moral suggérée par la main invisible du marché. Je mettrai les deux dernières variantes de ce malaise moral de côté pour me concentrer sur la première (en partie parce que je crois que son examen permet de mieux comprendre les deux autres): l'immunité qu'accorde la main invisible à des attitudes et pratiques moralement douteuses.

J'ai insisté précédemment sur la suggestion faite par Badhwar selon laquelle nous devrions tenter de peindre un portrait réaliste des situations de marchés qui ne correspond ni aux fictions théoriques parfois assez pauvres des économistes ni aux situations désespérément aliénantes décrites par les critiques du capitalisme. Afin d'éviter ce double piège, Badhwar tente par exemple de montrer, dans ses travaux sur la catégorie morale de *l'amitié civique* dans les sociétés marchandes, comment les formes d'échange caractérisant celles-ci ne sont pas fondamentalement hostiles à l'émergence de formes d'amitiés civiques et personnelles basées sur la confiance, la solidarité et le partage.

Cela dit, il faut encore une fois insister sur ce point: si *l'échange* est une composante fondamentale du marché, la *concurrence* en est une autre. Les efforts de penseurs comme Badhwar ne devraient donc pas servir à gommer la nature principalement compétitive ou « adversative » du marché et son institutionnalisation de la concurrence<sup>36</sup>. Or, la « compétition » est une catégorie morale d'une

34. Voir Fleischacker, *op. cit.*

35. Il vaut alors la peine de souligner que cette réplique consiste à modérer notre « malaise moral » à l'égard du marché en insistant sur ses effets distributifs les plus intéressants (comme la contribution à la désintégration des bases d'une société du statut). Cette réplique vise donc à modérer à la fois *et* la critique distributive du marché et la critique morale.

36. Applbaum et Heath réfèrent ainsi à une branche de l'éthique appliquée qui s'intéresse à la détermination des pratiques moralement désirables ou requises de la part d'acteurs en contexte d'une compétition ou d'une rivalité institutionnalisée et nommée « adversarial ethics ». Je traduis ici par éthique adversative ou éthique de la compétition. Voir Applbaum, *op. cit.* et J. Heath, « An Adversarial Ethic for Business: or When Sun-Tzu met the Stakeholder », [2007], *Journal of Business Ethics*, p. 359-374.

nature bien particulière<sup>37</sup>. En effet, l'une de ses caractéristiques principales, et qui expliquent en partie son caractère moralement problématique, est précisément qu'elle offre une immunité à ses participants et certains de leurs comportements qui sont pourtant jugés déplorables dans d'autres contextes. C'est d'ailleurs ce qui était proposé de manière colorée un article du *Harvard Business Review* intitulé « Is Business Bluffing Ethical? » et comparant le monde des affaires au poker. L'auteur y soutenait que :

Les règles éthiques du poker sont différentes de celles régissant les idéaux de la civilisation humaine. Le jeu exige le manque de confiance envers l'autre. Il ignore les idéaux de l'amitié. La duperie, la tromperie et l'opportunisme, et non pas la gentillesse et le souci d'autrui, sont vitaux au poker. Personne ne juge l'activité du poker comme étant déplorable sur de telles bases et personne ne devrait juger le monde des affaires parce que ses standards moraux diffèrent des traditions morales qui prévalent dans notre société<sup>38</sup>.

200

Deux choses sont ici suggérées : 1) il est possible de distinguer entre la « moralité générale », l'ensemble de règles et normes gouvernant notre existence au sens large ainsi nos interactions personnelles quotidiennes avec autrui, et la « moralité institutionnelle », les règles et normes devant gouverner notre conduite dans un contexte institutionnel donné ; 2) dans le contexte d'une compétition institutionnalisée, les acteurs se voient exemptés de certaines des exigences propres à cette moralité générale. D'une certaine manière, on pourrait dire que des pratiques pouvant être jugées moralement douteuses sont « redécrites » en contexte d'affrontement institutionnalisé comme étant moralement légitimes. Des pratiques normalement jugées regrettables et antisociales comme la duperie ou le contact violent sont redécrites dans le contexte du poker et du rugby comme des « stratégies » tout à fait légitimes. Sous le coup d'une telle redescription institutionnelle (et contextuelles), elles se trouvent à être considérées comme moralement désirables, et même requises. Elles sont cautionnées par le contexte compétitif et se trouvent donc exemptées des exigences de la moralité générale.

On peut mieux saisir le caractère moralement problématique de la compétition en ayant une idée de l'importance morale de la *coopération*. Comme le note Joseph Heath, nos conceptions de la moralité s'attardent généralement à montrer les avantages de la coopération humaine. On pourrait même dire qu'elles affichent une forme de « biais normatif » en faveur de la coopération<sup>39</sup>. Sans elle,

37. Heath, *ibid.* et Martin, *op. cit.*

38. A. Carr, « Is Business Bluffing Ethical? », [1968], *Harvard Business Review*, 1968 Jan-Fév. Il s'agit de ma traduction.

39. Heath, *op. cit.*, 2007, p. 360-361. Ici, on pourrait faire valoir que certaines traditions philosophiques ne se caractérisent pas nécessairement pas un tel biais normatif en faveur de la coopération. On pourrait par

suivant ainsi une logique tout hobbesienne, les affaires humaines tendent aux désastres. C'est que lorsque la poursuite des intérêts individuels n'est soumise à aucune contrainte, elle tend à produire des situations regrettables de « guerres de tous contre tous ». Pour parler en termes contemporains, la poursuite d'intérêts égoïstes tend à occasionner des problèmes d'action collective, c'est-à-dire des situations dans lesquelles les individus, en dépit du fait qu'ils agissent de façon à promouvoir leurs propres intérêts, se retrouvent néanmoins moins bien nantis qu'ils n'auraient été s'ils avaient agi d'une autre manière, plus coopérative. Or, soutient Heath, l'une des principales fonctions de nos conceptions de la moralité est justement d'imposer des contraintes et normes empêchant les individus de se commettre dans de tels problèmes d'action collective, car l'imposition de celles-ci offre ainsi la possibilité de générer des résultats où tous sortent gagnants<sup>40</sup>.

En revanche, et cela permet en partie d'en montrer la nature moralement problématique, la compétition a précisément pour objectif de produire des résultats où certains sont *perdants*. En fait, on peut décrire les marchés concurrentiels comme représentant justement l'institutionnalisation d'un problème d'action collective dans lequel les acteurs sont encouragés à adopter des *stratégies non coopératives* afin de l'emporter au détriment d'autrui.

Les normes morales encadrant la *coopération* humaine sont donc passablement plus exigeantes que celles encadrant la *compétition*. Il découle de cela une division du travail moral dans laquelle les attentes morales dirigées à l'endroit d'acteurs impliqués dans une forme compétitive d'interactions diffèrent sensiblement de celles caractérisant notre moralité générale, beaucoup plus orientée vers la coopération, la solidarité ou l'altruisme<sup>41</sup>. La moralité d'une institution comme le marché comprendra alors des éléments qui ne sont pas particulièrement attrayants du point de vue de la moralité générale.

Qu'est-ce qui justifie un tel relâchement des exigences de la moralité générale? La réponse en est que la compétition est justifiée lorsqu'elle tend à produire des bénéfices pour des acteurs « externes » à cette compétition, à tout le moins des acteurs qui ne sont pas *directement* impliqués dans la compétition. Dans le cas

---

exemple imaginer que dans l'optique de Nietzsche, le biais en faveur de la coopération et le scepticisme à l'égard de la compétition et de la rivalité font partie d'une « morale pour les faibles ».

40. Voir Heath, *op. cit.*, 2007 et *Following the Rules: Practical Reasoning and Deontic Constraint*, New York, Oxford University Press, 2008.

41. Il en découle donc une division du travail moral dans laquelle nos attentes dirigées à l'égard d'acteurs participants à une institution compétitives diffèrent sensiblement de celle dirigées à l'égard des acteurs impliqués dans d'autres types d'institutions ou à l'égard des « citoyens » en général. Voir D. Weinstock, *Profession: Éthicien*. Montréal, Presses de l'Université de Montréal, 2006.

d'un sport d'équipe comme le football, chacune des équipes tente de remporter la victoire en utilisant diverses stratégies, mais l'objectif de l'institution compétitive du football est de procurer un certain plaisir esthétique aux spectateurs, qui eux, sont indirectement impliqués dans le jeu et donc externes à l'activité compétitive. Dans le cas du marché, une structure concurrentielle des prix est favorisée en raison des bénéfices qu'elle tend à produire pour les consommateurs, donc sur des acteurs qui ne sont pas directement impliqués dans la « compétition » de la joute concurrentielle entre firmes. En somme, l'instauration d'une structure compétitive entre les firmes n'est pas dans l'intérêt de celles-ci, mais peut contribuer au bien-être matériel d'une société<sup>42</sup>.

202

Ces remarques en tête, nous pouvons tenter de mettre en lumière certaines des caractéristiques fondamentales d'une institution structurant une activité compétitive. Tout d'abord, il importe de clarifier les *finalités* d'une institution adversative comme le marché. On peut ici soutenir que les finalités de la compétition sont habituellement de produire des bénéfices externes pour des acteurs qui ne sont pas directement impliqués dans cette compétition : disons le « bien-être matériel » ou encore « l'utilisation efficiente des ressources » dans le cas du marché, la « justice » dans le cas du système judiciaire ou encore le plaisir esthétique et dans le cas du sport<sup>43</sup>. Ensuite, on trouve évidemment un certain nombre de règles et normes, formelles et informelles encadrant l'activité et formant la *structure institutionnelle* de celle-ci. On doit aussi penser à *l'objectif des participants* qui est tout simplement de vaincre l'adversaire (gagner), ce qui doit être distingué des *motivations* des acteurs impliqués dans une compétition. Ces motivations sont diverses et souvent associées à la promotion d'intérêts personnels et étroits : la recherche du prestige ou du statut, le désir de pouvoir, le profit, l'acquisition de richesses, etc. Enfin, on doit pouvoir justifier un ensemble de stratégies permises pour les compétiteurs. Celles-ci peuvent être diverses, mais leur caractéristique principale est qu'elles doivent être de nature *non coopérative*. En fait, l'adoption de telles stratégies ne représente pas une option permise parmi tant d'autres, elle est plutôt obligatoire<sup>44</sup>.

Ces caractéristiques fondamentales en tête (finalités, structure institutionnelle, objectifs, motivations et stratégies) on peut mieux comprendre en quoi notre appréciation morale de la compétition peut sembler épineuse. Et on peut ainsi thématiser

42. Pour une analyse très détaillée des justifications de la rivalité dans certaines de nos institutions les plus fondamentales. Voir Martin, *op. cit.*

43. Weinstock, *op. cit.* p. 38.

44. Voir Heath, *op. cit.*, 2007 et Néron, *op. cit.*, 2010.



de façon plus sophistiquée le rappel cohenien, évoqué précédemment, du fait que le marché mobilise les pires motivations humaines pour réaliser des fins socialement louables. C'est que la justification d'un processus de type « main invisible » repose en effet 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 des intérêts personnels plus étroits. Il s'agit du propre d'une institution compétitive : la canalisation de l'affrontement sert à 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 la métaphore de la « main invisible<sup>45</sup> ». Le caractère problématique de la compétition et la division du travail moral qui y est sous-jacente peut ainsi être décrit de la manière suivante : si les *fins* poursuivies par l'institution adversative semblent louables<sup>46</sup>, les principaux bénéfices de la compétition n'en sont pas moins toujours externes à l'activité compétitive elle-même, alors que les *objectifs*, *motivations* et *stratégies* des compétiteurs semblent à première vue moralement problématiques<sup>47</sup>. C'est ce qui semble moralement gênant, bien que lié aux exigences fonctionnelles de l'institution, dans la défense de la main invisible du marché.

Cela dit, nous pouvons maintenant avoir une meilleure idée de la *portée* de la caution morale que l'institution du marché accorde à ses participants<sup>48</sup>. Celle-ci est tout d'abord *limitée*, car 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 et dans lequel les acteurs se voient accorder une « carte-blanc morale ». Comme le note bien Fleurbaey, une telle canalisation

45. G. Cohen néglige la portée de cette affirmation lorsqu'il soutient remarque qu'il remarque les sports de compétition représentent des contre-exemples de la thèse selon laquelle les participants de « bonne foi » à une activité doivent avoir pour objectifs de réaliser les buts ou finalités de cette activité. Pogge lui fait remarquer avec justesse que des institutions comme les marchés concurrentiels, les systèmes de justice et les systèmes compétitifs de représentation politique représentent aussi de significatifs contre-exemples. Voir Pogge, *op. cit.*, 2000, p. 139

46. Si nous considérons évidemment, dans le cas du marché, que le bien-être matériel ou l'allocation efficiente de certaines ressources sont des biens importants pour la société.

47. Je raffine ainsi l'analyse de Heath qui nous dit que “the virtues of the competition, such as they are, are associated with the institutional structure (i.e. the set of rules) that constrains the participants' behavior, and not necessarily the intentions of the participants”, Heath, *op. cit.*, 2007, p. 363.

48. Pour ne pas gommer les effets civilisateurs du « doux commerce », on notera que le marché (et d'autres institutions compétitives) vise à canaliser les efforts d'acteurs impliqués dans un type bien particulier, et somme toute assez civilisée, de rivalité. Il s'agit de formes d'affrontements dans lesquelles un nombre assez limité de stratégies sont tolérées. Les participants à une élection ne sont pas appelés à régler leur différends dans un duel à l'épée et, comme le note Heath, les entreprises dans les marchés ne sont pas autorisées à faire exploser les bureaux de leurs concurrents ou encore à engager des assassins pour tuer les dirigeants d'entreprises rivales (2007).

de comportements non coopératifs peut évidemment avoir des effets pervers<sup>49</sup>. Elle peut fournir aux agents qui participent au processus compétitif un ensemble d'incitatifs pervers qui les amèneront 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 ou négative, etc. Mais la compétition entre firmes n'est pas moralement problématique que lorsqu'elle est « sauvage », mais aussi lorsqu'elle est insuffisante, lorsqu'elle prend des allures de collusions et cartels<sup>50</sup>.

La caution morale accordée aux acteurs du marché est également *conditionnelle* puisqu'elle est étroitement liée à la réalisation des fins de l'institution. Celle-ci a pour objectif de produire certains biens sociaux (comme le bien-être matériel ou l'allocation efficiente des ressources) et c'est pourquoi ses participants sont autorisés à agir d'une façon qui répond à des attentes partiellement différentes de celles qui sont au cœur de notre moralité générale.

204

## PERSPECTIVES

Jusqu'à présent, j'ai tenté de mettre en lumière le malaise moral qui alimente une bonne partie de la critique contemporaine à l'égard de l'institution du marché et, plus généralement, du capitalisme. J'ai soutenu que ce malaise gagnait à être thématiqué au regard du caractère moralement problématique de la compétition et de la division du travail moral qui est au cœur d'une institution qui, comme le marché, vise à canaliser les comportements adversatifs.

J'aimerais terminer avec trois remarques générales. La première porte sur la question que l'on doit se poser une fois la division du travail moral qui est au cœur d'une institution comme le marché mise en lumière et décortiquée : Que penser, d'un point de vue normatif, d'une telle division du travail moral ? Bien sûr, une réponse complète exigerait un traitement plus complet que je ne suis pas en mesure de fournir dans cet article. Une première option, que peu sont en fin de compte tentés de défendre explicitement, consiste à l'accepter et à l'associer à un relâchement radical de toute exigence morale, une sorte de carte-blanc morale qui serait

49. Fleurbaey rappelle, pour limiter l'enthousiasme que nous pourrions afficher quant aux résultats du marché, que nous devrions constamment avoir en tête que la « main invisible » rencontre toujours une autre métaphore, celle du « dilemme du prisonnier », qui permet de conceptualiser des problèmes d'action collective inhérents aux situations dans lesquelles tous les acteurs sortiraient gagnant des résultats produits par un schéma de coopération mais dans lequel chacun des acteurs a un intérêt individuel à adopter un comportement non-coopératif. Voir M. Fleurbaey, *Capitalisme ou démocratie : l'alternative du XXI<sup>e</sup> siècle*, Paris, Grasset, 2006.

50. Néron, *op. cit.*, 2010.

accordée aux acteurs du marché. Cette position rappellera celle de David Gauthier, pour qui le marché éliminait tout besoin de contrainte morale<sup>51</sup>. J'espère avoir déjà montré que cela n'était pas une option défendable. Une deuxième option consiste à refuser cette différenciation entre la moralité générale et la moralité du marché ainsi que la division du travail qui y est sous-jacente. On cherchera alors à montrer comment les principes d'une conception de la moralité générale, qu'elle soit kantienne, rawlsienne ou centrée sur l'idéal de la personne vertueuse, devraient également s'appliquer à la conduite des acteurs du marché. Une telle stratégie est plus séduisante, mais elle risque de nous conduire à une certaine insensibilité à l'égard des exigences fonctionnelles de l'institution. Une troisième option, que j'ai défendue ailleurs, consiste à accepter cette division du travail tout en tentant de dégager les contraintes morales qui devraient restreindre leurs capacités d'actions, même si ces contraintes diffèrent de celles de la moralité générale<sup>52</sup>. Une telle option ouvre la porte à plusieurs difficultés et soulève des questions concernant l'aménagement institutionnel des activités du marché, mais elle semble néanmoins plus sensible aux modalités de fonctionnement de ce type d'institutions. Surtout, en reconnaissant la nature bien particulière de la compétition comme catégorie morale, elle permettra de donner un sens à ce malaise moral que plusieurs ressentent à l'égard d'une des institutions clés du monde contemporain.

Une deuxième remarque porte sur la façon dont l'approche proposée ici se démarque d'autres approches. J'ai distingué entre une critique distributive et une critique non-distributive du marché, pour ensuite montrer comment une partie de la seconde gagnait à être comprise en explorant la nature de cette catégorie morale bien particulière qu'est la compétition. Cela dit, il est possible d'imaginer une critique *distributive* du marché qui se centre elle aussi sur l'analyse de sa nature adversative. Peter Dietsch, par exemple, soutient que les théories de la justice distributive ont tendance à gommer l'aspect structurellement concurrentiel du marché pour se concentrer sur des aspects plus individuels tels que l'importance des talents naturels comme déterminants des revenus<sup>53</sup>. Il espère alors corriger ce défaut en attirant l'attention sur les effets distributifs produits par différents aménagements concurrentiels sur divers groupes: consommateurs, travailleurs, fournisseurs de capitaux, etc.<sup>54</sup>. L'approche de Dietsch peut donc mener

51. D. Gauthier, « No Need for Morality: The Case of the Competitive Market », [1982], *Philosophical Exchange*.

52. En trouvera une défense de cette approche chez Heath, *op. cit.*, 2007 et Néron, *op. cit.*

53. P. Dietsch, « The Market, Competition and Equality », [2010], *Politics, Philosophy and Economics*, p. 213-244.

54. On pourrait ajouter les autres entreprises à cette liste. On voudra en effet se pencher sur les conséquences distributives qu'ont sur les concurrents les marchés « où le gagnant prend tout » (*Winner-take-all*) (Frank,

à une critique du marché qui prend au sérieux sa nature compétitive tout en demeurant une critique *distributive*, au sens où elle cherchera à attirer l'attention sur certains patterns de distribution, c'est-à-dire un ensemble de conséquences prévisibles qu'auront certains types d'aménagements institutionnels donnés (ici concurrentiels) sur les ressources dont jouissent certains acteurs ou groupes qui y sont parties prenantes.

206

Mon approche n'est pas incompatible avec celle de Dietsch. Elle vise simplement à attirer le regard sur d'autres aspects proprement normatifs, problématiques ou non, de l'institution du marché. Ce faisant, elle permet de donner un sens à toute une gamme de plaintes et critiques qui sont régulièrement adressées à l'endroit des marchés économiques. D'une certaine façon, l'approche proposée ici se situe en amont, puisqu'elle jette un regard critique sur la nature même de l'activité compétitive, alors que l'approche de Dietsch se situe en aval, puisqu'elle jette un regard critique sur les conséquences distributives d'une telle activité.

Une troisième remarque est de nature programmatique. J'ai tenté dans cet article de mieux comprendre la nature bien particulière de la compétition comme catégorie morale. Or, il se trouve que plusieurs de nos institutions les plus importantes et produisant des biens sociaux importants sont profondément compétitives : le marché bien sûr, mais aussi les sports, la représentation électorale, les régimes parlementaires et divers systèmes de justice. Chacune de ses structures institutionnelles mise sur la canalisation de la rivalité et de l'affrontement pour produire certains biens sociaux. Pourtant, en partie en raison du biais normatif qu'elles affichent en faveur de la coopération, nos théories morales semblent assez mal outillées pour penser la compétition, son caractère à la fois désirable et problématique, ainsi que la nature des attentes morales que nous pouvons légitimement avoir à l'égard d'acteur impliqué dans une activité de cette nature. Cet article constitue une modeste invitation à remédier à ce problème<sup>55</sup>.

## CONCLUSION

J'espère avoir pu identifier un visage bien particulier que prend la critique contemporaine du marché. Si cette critique mobilise bien souvent les outils de la théorie de la justice distributive pour en montrer les effets néfastes du point de vue de l'égalité socio-économique, elle pointe néanmoins dans d'autres direc-

---

R. H. & Cook, P. J., *The Winner-Take-All Society: Why the Few at the Top Get So Much More Than the Rest of Us*, New York, Free Press, 1995).

55. Pour un appel similaire, voir Heath, *op. cit.*, 2007 et Martin, *op. cit.*

tions. C'est pourquoi il est utile de distinguer entre les éléments distributifs et ceux non-distributifs de cette critique. Si les premiers sont plus faciles à identifier et thématiser, les seconds semblent plus difficilement saisissables. J'ai soutenu dans cet article qu'une bonne partie de cette critique provenait d'un « malaise moral » face à la division du travail moral qui est au cœur de l'institution du marché. Dans une telle division, les acteurs du marché se trouvent, étant donné les exigences fonctionnelles de l'institution et sa nature compétitive, à être exemptés de certaines exigences de la moralité générale. C'est ce qui est à la fois moralement important et problématique dans la « main invisible » du marché. Et c'est ce qui motive une partie de la critique contemporaine du marché. J'espère donc avoir montré qu'un examen plus approfondi de la nature bien particulière de la compétition comme catégorie morale permettait de mieux comprendre ce malaise à l'égard du marché et de la division du travail moral qui est sous-jacente.

