

Le marché, moral ou immoral ?

QU'EN DIT-ON ?

“

Le marché est juste efficace, rien à voir avec la morale !”

“

Le marché impose toujours sa loi : c'est le pouvoir du plus fort.”

“

Chassons les marchands du temple !”

L'ÉDITO

Le marché serait-il immoral ?

Pourtant il apparaît comme le moyen le plus efficace d'organiser les échanges entre agents économiques.

Peut-on alors dire qu'il contribue au bien commun ?

Mais on voit bien qu'il ne peut pas tout faire. Et que ses résultats dépendent des valeurs et priorités de ceux qui y participent.

Le marché serait-il un simple outil ?

LE CONSEIL SCIENTIFIQUE



Qu'est-ce qu'un bon marché, conforme à sa finalité ?

Dans l'idée même de société se retrouve le besoin de rencontre et d'échange, qui sont essentiels au bien commun. Ce peut être par le don, ou par un acte d'autorité. Ou par échange marchand. A ce titre, le marché compris comme mise en interaction des initiatives économiques est le meilleur moyen pour assurer le processus d'échange entre personnes libres. Mais, nous le savons tous aussi, le marché a ses limites. Et notamment, comme il est aussi l'expression de rapports sociaux, la qualité du résultat qu'il fournira dépendra des priorités des acteurs, y compris morales, et de leur capacité à participer.

LE JUSTE RÔLE DU MARCHÉ

Un marché ouvert à tout participant opère une rencontre entre l'offre et la demande dans la société, c'est-à-dire confronte des dispositions à acheter ou à vendre un produit ou un service, à un certain prix à trouver, appelé valeur d'échange et selon certaines quantités. Il suppose la liberté de choix des participants et assure la confrontation générale de leurs offres et demandes. L'analyse montre qu'il s'établit alors un niveau optimal de prix et de quantités échangées ; ce qui veut dire que tout déplacement de ce prix aboutirait à la fois à une réduction des quantités échangées et à une moindre satisfaction d'ensemble des participants, la demande ou l'offre étant en partie insatisfaite à ce prix modifié. Le marché ouvert, s'il est convenablement réalisé, permet donc de tirer de l'échange le meilleur résultat possible, en quantité et en prix.

Et c'est alors une œuvre de justice. En effet, en allant sur le marché, et en acceptant le prix qui satisfait le plus de personnes, nous donnons le plus qu'il est possible à chacun, sans léser personne, car pour donner plus à l'un il faudrait donner encore moins à d'autres. Ce que le marché assure, c'est ce qu'on appelle classiquement la justice commutative, qui assure l'égalité des échanges, car le prix auquel on achète ou on vend est alors un prix objectif, le meilleur possible socialement.

Au sens large ensuite, on appelle souvent marché toute confrontation des initiatives économiques, même lorsqu'elle prend des formes plus diffuses que le marché ouvert qu'on vient d'évoquer. D'où le terme d'économie de marché pour désigner une économie fondée sur la

rencontre des libres initiatives des personnes. Mais dans ce sens élargi, cela comporte la possibilité de marchés fragmentés ou de gré à gré, dans lesquels la confrontation est moins satisfaisante que celle du marché ouvert, qui constitue la référence de ce qu'on appelle marché. Et à nouveau l'économie ne se réduit pas au seul échange, ni donc au seul marché.

LE MARCHÉ SELON LA DOCTRINE SOCIALE DE L'ÉGLISE

Le Compendium de la Doctrine Sociale de l'Eglise dit au n° 347 : « Il existe de bonnes raisons d'estimer qu'en de nombreuses circonstances 'le marché libre soit l'instrument le plus approprié pour répartir les ressources et répondre efficacement aux besoins' ; ses mécanismes 'placent au centre la volonté et les préférences de la personne, qui, dans un contrat, rencontrent celles d'une autre personne'

(cf. Centesimus annus, n° 34 et 40). » Mais il rappelle au n° 348 que « le marché libre ne peut être jugé sans tenir compte des fins qu'il poursuit et des valeurs qu'il transmet au niveau social. De fait, le marché ne peut pas trouver en lui-même le principe de sa propre légitimation. Il revient à la conscience individuelle et à la responsabilité publique d'établir un juste rapport entre les fins et les moyens. Le profit de l'agent économique, bien que légitime, ne doit jamais devenir l'unique objectif. À côté de celui-ci, il en existe un autre, fondamental et supérieur, celui de l'utilité sociale, qui doit être réalisé non pas en opposition,

mais en cohérence avec la logique du marché. Quand il remplit ces importantes fonctions, le marché libre sert le bien commun et le développement intégral de l'homme, tandis que l'inversion du rapport entre les moyens et les fins peut le faire dégénérer en une institution inhumaine et aliénante, avec des répercussions incontrôlables ».

Et donc (n° 349) « la Doctrine Sociale de l'Eglise, tout en reconnaissant au marché la fonction d'instrument irremplaçable de régulation au sein du système économique, met en évidence la nécessité de l'ancrer dans des finalités morales qui assurent et en même temps circonscrivent d'une manière adéquate l'espace de son autonomie... Face au risque concret d'une 'idolâtrie' du marché, la Doctrine Sociale de l'Eglise en souligne les limites, que l'on peut facilement relever dans l'incapacité constatée où il se trouve de satisfaire les exigences humaines importantes pour lesquelles il

Le marché ouvert, s'il est convenablement réalisé, permet de tirer de l'échange le meilleur résultat possible, en quantité et en prix.

faut 'des biens qui, par leur nature, ne sont et ne peuvent être de simples marchandises' (Centesimus annus n° 40) ».

Benoît XVI a précisé ce point (*Caritas in veritate*, n° 35 et 36) : « Abandonné au seul principe de l'équivalence de valeur des biens échangés, le marché n'arrive pas à produire la cohésion sociale dont il a pourtant besoin pour bien fonctionner. Sans formes internes de solidarité et de confiance réciproque, le marché ne peut pleinement remplir sa fonction économique. » Le marché ne se suffit donc pas à lui-même : il a besoin d'autres réalités pour exister et donner un résultat satisfaisant. Et le pape ajoutait : « Il ne faut pas oublier que le marché n'existe pas à l'état pur. Il tire sa forme des configurations culturelles qui le caractérisent et l'orientent. En effet, l'économie et la finance, en tant qu'instruments, peuvent être mal utilisées quand celui qui les gère n'a comme point de référence que des intérêts égoïstes. Ainsi peut-on arriver à transformer des instruments bons en eux-mêmes en instruments nuisibles. Mais c'est la raison obscurcie de l'homme qui produit ces conséquences, non l'instrument lui-même. C'est pourquoi, ce n'est pas l'instrument qui doit être mis en cause mais l'homme, sa conscience morale et sa responsabilité personnelle et sociale. »

Dès lors, comme le dit le *Compendium* au n° 353, « il faut que le marché et l'État agissent de concert l'un avec l'autre et deviennent complémentaires. Le marché libre ne peut avoir des effets bénéfiques pour la collectivité qu'en présence d'une organisation de l'État qui définisse et oriente la direction du développement économique, qui fasse respecter des règles équitables et transparentes, qui intervienne également d'une façon directe, pour la durée strictement nécessaire, dans les cas où le marché ne parvient pas à obtenir les résultats d'efficacité désirés et quand il s'agit de traduire dans la pratique le principe de redistribution ».

DU BON USAGE DU MARCHÉ

Si le marché est irremplaçable comme instrument de confrontation des décisions individuelles dans une économie décentralisée, il est un élément du bien commun. Dès lors aussi les acteurs du marché sont responsables de son bon fonctionnement et de son intégrité. Mais il a ses limites. Tout ne doit pas aller au marché, même en économie. Tout marché n'est pas optimal. Déjà le marché n'est souvent pas en état de se constituer lui-même

La moralisation du marché suppose à la fois la moralisation de son fonctionnement et la moralisation des priorités de ceux qui y participent.

et a besoin pour cela d'une volonté collective, professionnelle, communautaire ou publique. En outre, bien des prestations et échanges reposent mieux sur d'autres ressorts comme le don, ainsi dans la famille. Par ailleurs il faut l'organiser : au minimum il faut que l'information nécessaire soit réellement disponible, ainsi que le temps et la compétence pour l'exploiter. Dans bien des cas, il faut pour cela mettre en place des règles.

C'est pour cela qu'on demande que les restaurants affichent leur carte et respectent les prix. De la même manière, un vrai marché est un lieu de libre expression des participants. On peut alors se demander si par exemple le rôle massif de la publicité, qui peut conditionner les acheteurs, est conforme à la vraie logique du marché ainsi comprise. Il en est *a fortiori* de même lorsque l'excès du besoin réduit la liberté de certains membres de la société.

Dès lors, le marché a besoin d'autres réalités que lui pour exister et pour bien fonctionner. C'est un outil, animé par des hommes ayant une certaine culture et certaines valeurs. Le facteur le plus important pour orienter au mieux le marché n'est de ce fait pas le seul État, même s'il est essentiel, mais plus encore la culture morale personnelle et collective. Si la demande se porte sur des biens culturels et non sur de la pornographie, ces biens seront développés et pas la seconde. On donne trop souvent en faveur des marchés des arguments de pure efficacité. Or ils ont aussi à voir avec la moralité. Les marchés fonctionnent mieux si les participants ont des vertus, qui sont, outre la prudence : l'honnêteté, le courage, la fiabilité, l'équité, car la présence de ces vertus chez les participants y est une aide considérable. On ne peut pas contrôler tout le monde ni se baser sur les seuls contrats. Pour ces mêmes raisons et par sélection sur la durée, le jeu du marché tend, au moins dans des conditions favorables, à récompenser à terme ceux qui sont honnêtes, équitables et même capables de compassion. Pourtant beaucoup ont une image moralement négative du marché comme tel. Dans la plupart des cas, c'est parce qu'ils confondent le mécanisme du marché avec les priorités de ses membres, qui dans nos sociétés sont surtout pécuniaires et à court terme. La moralisation du marché suppose à la fois la moralisation de son fonctionnement et la moralisation des priorités de ceux qui y participent. ●

A RETROUVER SUR WWW.PROPERSONA.FR

En bref

QU'EST CE QU'UN BON MARCHÉ, CONFORME À SA FINALITÉ ?

On mesure l'importance du bon fonctionnement du marché, au sens technique, et d'un juste souci du bien commun dans les priorités des participants au marché. Le marché est central dans une économie de libre initiative, et à son niveau contribue à la recherche de la justice.

Mais il ne peut tout faire, il ne s'organise pas tout seul, il a besoin de règles du jeu, et il ne donnera pas le même résultat selon les priorités des participants.

Loin d'être opposé à l'éthique, pour bien fonctionner il a un besoin vital du souci éthique de ceux qui l'animent pour donner ce qu'il peut produire de meilleur. Mais il ne peut créer lui-même ce souci.



La citation

“ *Le marché n'existe pas à l'état pur. Il tire sa forme des configurations culturelles qui le caractérisent et l'orientent. En effet, l'économie et la finance, en tant qu'instruments, peuvent être mal utilisées quand celui qui les gère n'a comme point de référence que des intérêts égoïstes. (...) C'est la raison obscurcie de l'homme qui produit ces conséquences, non l'instrument lui-même... »*

BENOÎT XVI, « CARITAS IN VERITATE », 29 JUIN 2009, N° 35 ET 36.

Pour aller plus loin

Compendium de la Doctrine Sociale de l'Église,
2005, n° 347 à 354.

JEAN-PAUL II,
Centesimus annus,
1991, n° 40 à 43.

BENOÎT XVI,
Caritas in veritate,
2009, n° 35 à 39.