La protection du consommateur est aussi concevable dans une optique libérale

Autor(en): **Deonna, R.**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Revue économique et sociale : bulletin de la Société d'Etudes Economiques et Sociales**

Band (Jahr): **24 (1966)**

Heft 3

PDF erstellt am: **25.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-136045

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

La protection du consommateur est aussi concevable dans une optique libérale

R. Deonna
Genève

La *Revue économique et sociale* a déjà fourni souvent à ses lecteurs la preuve de l'intérêt qu'elle porte à la question des consommateurs et de leur protection. On se souvient notamment de l'analyse pénétrante du livre du professeur J. Meynaud: *Les consommateurs et le pouvoir,* publié dans le numéro d'octobre 1965, sous la signature du professeur F. Oulès. Ce dernier avait contesté plusieurs des conclusions du professeur Meynaud, notamment celle où il préconise la suppression de la propriété privée des biens de production et d'échange et de la poursuite du profit privé « pour pouvoir mieux défendre les consommateurs ».

On retrouve cette contestation dans un livre, paru simultanément à celui du professeur Meynaud, *Die Stunde des Verbrauchers* [1] et dont l'auteur, M. Walter Bodmer-Lenzin, avance des propositions inspirées d'une pensée essentiellement libérale. Si M. Bodmer rejoint dans ses grandes lignes l'analyse que le professeur Meynaud donne de la situation actuelle du consommateur, il se distance largement de lui dès qu'il s'agit des améliorations à apporter à cette situation.

Ce qui frappe d'emblée dans cet ouvrage, c'est l'esprit pragmatique avec lequel l'auteur aborde son sujet: « Toute conception abstraite de l'homme ou d'un groupe humain défini conduit plus ou moins rapidement à un échec. » Et plus loin: « La seule façon d'organiser l'économie — et la vie commune des hommes en général — qui offre quelque chance de succès durable est celle qui tient compte de toute la gamme des erreurs et des défaillances humaines ainsi que de l'égocentrisme de chacun, quelles que soient sa fonction et sa situation sociales. » « Lorsqu'un être humain peut en dominer d'autres et exploiter leur travail, il le fait généralement dans la mesure même où son prochain le tolère ou doit le tolérer, et souvent involontairement et inconsciemment. » Par conséquent, « chaque système économique tend à être un système d'exploitation plutôt qu'un système de production et de consommation et chaque système politique tend à être un système de domination plutôt que de sécurité, tant qu'ils n'opposent pas un contrôle et un contrepoids à tout pouvoir, quel qu'il soit. L'intérêt de l'homme moyen n'est sauvegardé que dans la mesure où l'organisation de l'Etat et de l'économie le met à même de se défendre. » Telle est la constatation à partir de laquelle se développent les raisonnements de l'auteur.

---

[1] Econ-Verlag, Vienne et Düsseldorf, 1965.

Seule arme efficace: la concurrence

Sur le plan économique, poursuit-il, la seule arme efficace du consommateur est celle du choix possible entre plusieurs offres concurrentes. Dès que le consommateur n'a plus de choix véritable, il est à la merci des fournisseurs. Ceux-ci, qu'il s'agisse d'entreprises privées ou publiques, ont alors tendance à négliger les intérêts de l'acheteur.

Pour que le consommateur ait les meilleures chances d'être bien servi, il faut donc qu'il y ait une pluralité d'offres indépendantes et diverses et que l'offre générale dépasse la demande. L'initiative privée, le marché libre et la concurrence constituent dès lors la meilleure sauvegarde des intérêts des consommateurs.

Cette première thèse de Bodmer correspond à la théorie libérale classique. Mais l'auteur — d'accord en cela avec Meynaud — constate que la structure actuelle de notre économie ne correspond pas entièrement aux besoins du consommateur. S'il en est ainsi, estime-t-il en effet, c'est que le principe du marché n'a pas encore été vraiment réalisé. « Un marché véritable n'existe que dans la mesure où chacun a la possibilité pratique de se procurer sans peine excessive un aperçu de l'ensemble de l'offre, de se rendre compte des qualités essentielles de chaque marchandise et de chaque service qui lui sont offerts et de les comparer. Ce n'est qu'à cette condition qu'un choix véritable peut avoir lieu, qu'une sélection et une décision objectives sont possibles... Cette possibilité, qui caractérise le marché véritable, dépend donc d'une information suffisante... Or, l'information est aujourd'hui encore très imparfaite malgré l'abondance même excessive dans certains secteurs, des moyens d'information... Il est à peu près impossible de se procurer les très nombreuses données qui permettent de déterminer un comportement raisonnable sur le marché, ou alors on ne les obtient qu'avec peine. De plus, elles sont souvent présentées de telle façon que l'observateur ne peut en tirer parti qu'au prix d'un effort qu'il est rarement disposé à faire et qu'il n'a souvent pas le temps de fournir. » Bodmer en conclut à la nécessité de perfectionner l'information dans tous les secteurs de l'économie.

L'économie de marché, problème d'information

Tel est le titre du deuxième chapitre du livre de Bodmer. Il y accorde une grande importance puisque trois des sept chapitres de son ouvrage sont voués à l'analyse du rôle que joue l'information dans l'économie dont le but, à son avis, comme du reste à celui de Meynaud, est de satisfaire les besoins des consommateurs. Il examine notamment les moyens et les techniques de l'information qu'il juge nécessaires à la réalisation d'un marché effectif. Ces moyens et ces techniques sont en partie ceux que demandent et pratiquent déjà de nombreuses organisations de consommateurs: l'étiquetage informatif et les examens comparatifs de la qualité (en relation avec les prix) des marchandises et des services. Mais Bodmer décrit aussi d'autres moyens d'information qui, s'ils n'intéressent pas directement l'acheteur de biens de consommation, ne sont pas moins susceptibles d'avoir une influence considérable sur la qualité et le prix de ces biens.

Ce qui distingue peut-être le plus l'ouvrage de Bodmer de nombreuses autres publications consacrées aux problèmes de la consommation, c'est qu'il ne se borne pas à étu-

dier ces problèmes au niveau du dernier acheteur. Sauvegarder les intérêts du consommateur, c'est rationaliser l'*ensemble* du processus économique et, avant tout, réduire les frais de la production et de la distribution des biens de consommation, tout en améliorant la qualité des marchandises et des services. C'est, là encore en grande partie, un problème d'information. Bodmer s'efforce donc de rechercher les moyens d'information qui garantissent que toute nouvelle invention et tout perfectionnement technique sont exploités dans le délai le plus opportun, de façon qu'aucun progrès technique, dont la mise en valeur profiterait à tous, ne puisse être passé sous silence, pour ménager des intérêts particuliers. Il propose aussi des moyens d'information qui permettraient d'augmenter les chances de chacun de trouver l'emploi qui correspond le mieux à ses capacités individuelles. Il se préoccupe, enfin, de mettre les fabricants en mesure de connaître quelles sont les caractéristiques de leurs produits qui correspondraient le mieux aux intérêts des consommateurs.

C'est également par la voie de l'information que l'auteur propose que l'on s'attaque au problème du renchérissement, qu'il considère comme un des problèmes les plus graves qu'est appelé à résoudre tout défenseur des intérêts du consommateur. Il demande surtout que l'on publie toutes les données qui permettraient à un public très large — consommateurs, personnes actives de toute catégorie, organisations professionnelles, etc. — de se faire une idée exacte de l'offre et de la demande, afin de pouvoir réagir de la façon la plus adéquate aux conditions du marché, par des mesures qui relèvent, du reste, entièrement de leur propre initiative et non pas de celle des pouvoirs publics. L'argument que Bodmer invoque pour justifier de telles publications est que les mécanismes normaux du marché ne peuvent fonctionner pleinement et réellement que lorsque les parties contractantes connaissent effectivement toutes les données susceptibles d'influencer une décision prise en pleine connaissance de cause. Les défaillances de notre économie, telles que le renchérissement, proviendraient d'une information lacunaire qui induit les partenaires économiques à prendre, à l'aveuglette ou sur la base d'hypothèses mal fondées, des décisions contraires à leurs véritables intérêts, décisions qu'ils ne prendraient pas s'ils possédaient des éléments d'appréciation suffisants.

Si l'information est, pour Bodmer, une condition indispensable de toute vraie confrontation entre la demande et l'offre, la réduction des frais de production et de distribution est, pour lui, le ressort principal de l'élévation du niveau de vie du consommateur. Toute réduction réelle des frais est en dernière analyse une diminution du travail ou des prestations humaines investies directement ou indirectement dans chaque marchandise et dans chaque service.

L'auteur ne fait que frôler le sujet de la rationalisation de la production, qui a déjà souvent été traité. Mais il consacre une quarantaine de pages à l'évolution des techniques de la réduction des frais de distribution. Il conclut ce chapitre en insistant sur l'importance décisive que revêt le comportement des acheteurs pour que les méthodes de commercialisation les plus rationnelles remportent un succès. Bodmer étudie, ensuite, les divers aspects de l'examen comparatif de la qualité des produits qui pourrait, d'après lui, devenir un instrument puissant de diminution du coût de la vie. Des tests bien faits et portant sur toutes les marchandises accessibles à cette sorte d'examens peuvent provoquer une réduction des assortiments qui se limiteraient aux articles les plus intéressants pour le consommateur, réduction qui aurait des effets considérables sur les frais de production et de distribution.

Publicité sur la formation des coûts

Il est logique qu'après avoir traité diverses techniques de rationalisation qui conduisent à une réduction des frais réels de la production et de la distribution, l'auteur examine de quelle façon le consommateur pourrait profiter autant que possible de cette réduction. Son opinion, qui soulève quelque controverse, se résume ainsi:

« La réduction des frais de production et de distribution profite d'abord aux entreprises. Les entreprises ne s'exposeraient pas aux tracas et aux risques que comporte souvent l'introduction de nouvelles techniques et de nouvelles méthodes de travail, si elles ne comptaient pas profiter elles-mêmes d'une bonne part des économies réalisées par ces innovations... La concurrence a pour effet de reporter sur les consommateurs une partie des économies réalisées sur les frais. Mais, pour diverses raisons, la concurrence se borne souvent à un domaine très restreint, ne porte pas sur les prix ou n'existe simplement pas. C'est pourquoi elle n'offre aucune garantie effective que les prix restent proportionnés aux frais. Tant que le comportement des consommateurs sur le marché n'est pas coordonné et s'effectue sans aucune connaissance du rapport établi entre les prix et les frais, l'effet régulateur de la demande sur les prix reste très limité. Dans le cadre des principes de l'économie libre de marché, un tel rapport équitable ne pouvait souvent être obtenu que si des organisations représentatives des consommateurs pouvaient prendre connaissance de la part des prix qui correspond aux frais, de façon à pouvoir influencer la demande de leurs membres par des conseils bien fondés. »

Notons ici que l'auteur insiste pour que la rémunération des chefs d'entreprises, celle des capitaux et des risques encourus, soient considérées comme partie intégrante des frais de production et de distribution des marchandises et des services, et que l'on évite le terme de « bénéfice ».

Ces idées, que Bodmer développe en s'efforçant de prévenir les objections qu'elles susciteront, ne manqueront pas de choquer certains milieux qui ne cacheront pas leur scepticisme. Mais il faut leur reconnaître deux mérites. En premier lieu, elles représentent un essai de relancer la doctrine classique des vertus du marché libre, puisque l'auteur défend la thèse que les mécanismes naturels du marché suffisent à faire fonctionner l'économie au profit du consommateur, pourvu que l'information soit perfectionnée. Ensuite, Bodmer propose une solution au problème du renchérissement qui ne comporte aucune intervention de l'Etat en dehors d'une législation sur la publication de données concernant le calcul des prix et les conditions d'emploi. Les institutions, qui devraient être mises en place pour que la solution proposée par l'auteur puisse jouer (discussion des prix entre les entreprises et les représentants des organisations des consommateurs, caisse centrale d'égalisation des avantages de la rationalisation, organe de publication des conditions de travail et d'emploi), peuvent être entièrement régies par le droit privé. Il s'agit donc d'idées d'inspiration foncièrement libérale.

L'automation égalisera le potentiel de consommation

Bodmer s'écarte ensuite des sujets habituellement traités dans des ouvrages touchant les problèmes des consommateurs lorsqu'il étudie, dans le sixième chapitre de son livre, la question de savoir si l'on parviendra un jour à une égalisation générale du « potentiel de

consommation ». Il se lance, là, sur un terrain réservé jusqu'à présent aux visionnaires socialistes, mais il propose des idées entièrement différentes des leurs. La « société sans classes » ne peut pas, à son avis, être réalisée par des réformes du droit économique et social. De fortes différences entre les potentiels de consommation individuels sont nécessaires tant que les capacités et les conditions de travail resteront dissemblables. Mais le jour où une automatisation quasi complète des activités économiques sera acquise — ce que l'auteur juge possible — les inégalités actuellement jugées en termes de travail disparaîtront, abolissant de ce fait les différences de potentiel de consommation qu'elles auront déterminées jusqu'alors.

« Une économie entièrement automatique n'excluera ni que l'homme travaille pour s'occuper, pour s'exprimer, pour développer ses facultés et pour réaliser ses aptitudes, ni qu'il soit soumis partiellement à une discipline extérieure de l'emploi de son temps. Cependant, elle rendra disponibles du temps et des énergies pour l'acquisition d'une culture plus riche et le développement d'une personnalité plus complète ainsi que pour le déploiement d'une activité créatrice et individuellement différenciée.

» Le délai dans lequel l'automatisation totale de l'économie sera possible ne dépend pas seulement de la rapidité de l'évolution technique, mais dans une très large mesure aussi de facteurs purement humains et sociaux. Ce sont peut-être des facteurs de ce genre qui constitueront les plus grands obstacles à l'évolution. »

Bodmer apporte à ces thèses la caution des réalisations spectaculaires que la technique a déjà permis d'obtenir et celle de nombreux spécialistes autorisés de l'automatique.

Il estime que ses vues sont plus réalistes que toute proposition tendant à la réalisation d'une économie dirigée par une administration centrale. « En effet, le bon fonctionnement d'une économie dirigée ne serait possible que si la nature même de l'homme pouvait être profondément transformée, tandis que la réalisation d'une économie entièrement automatique ne demande que l'accomplissement de progrès techniques déjà amorcés et la solution de problèmes d'adaptation de certaines institutions à l'évolution du marché du travail provoquée par l'automatisation progressive d'un nombre croissant d'activités économiques. Il est vrai que les problèmes techniques, sociaux, etc., que pose l'automatisation, sont immenses. Mais ils sont encore à l'échelle de l'homme, tandis que les problèmes de psychologie du travail que pose l'économie « collectiviste » sont pratiquement insolubles. »

Dans le dernier chapitre de son ouvrage, Bodmer traite le problème de l'organisation des consommateurs. Il estime que la création d'organisations de consommateurs qui soient le pendant des associations professionnelles est nécessaire afin que le comportement des consommateurs sur le marché puisse être efficacement coordonné, que les consommateurs prennent conscience de leurs intérêts réels et qu'ils deviennent une puissance effective sur le marché. Mais, afin qu'une organisation de consommateurs réunisse un nombre suffisamment élevé de membres cotisants, il faut qu'elle leur offre des avantages particuliers qui leur soient matériellement utiles.

L'idée essentielle de Bodmer consiste donc à faire mieux bénéficier les consommateurs des vertus de l'économie de marché, donc de la concurrence, en leur offrant les informations indispensables à un choix fondé sur un comportement raisonnable. Cette solution séduisante se heurte à des obstacles qu'il sera difficile de surmonter avant que beaucoup d'opinions aient profondément évolué. En effet, la publicité de la formation des prix (noyau de tout le système) implique d'une part une large révélation des structures de fabrication, de la politique d'investissement et des conceptions commerciales de l'entreprise. D'autre

part, elle sous-entend que le consommateur, par son choix, donne son approbation à telle formation des prix plutôt qu'à telle autre. Or, il est probable qu'il préfèrera celle qui lui est le plus immédiatement profitable, mais qui néglige son intérêt médiat en sacrifiant à la baisse des prix certains investissements, de recherche en particulier.

Ces deux hypothèques n'empêchent pas que c'est vers une politique d'information extensive que l'économie de marché doit se diriger si elle veut se défendre efficacement contre un collectivisme menaçant. Le livre de M. Bodmer a le grand mérite de proposer une alternative là où le plus souvent on ne voit de solution que dans le glissement général, et facile vers le transfert des pouvoirs à l'Etat. Comme Robert Salmon, il considère l'information économique comme la clé de la prospérité [1].

---

[1] ROBERT SALMON: *L'information économique, clé de la prospérité,* 1963, Hachette.

Union
de Banques Suisses
LAUSANNE
Grand-Pont 2 - Place St-François 1 - Rue Centrale 2
Agences à Prilly et Yverdon
LA BANQUE QUI SAURA VOUS RENDRE SERVICE